



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
SOCIEDADE**

CAROLINE CARVALHO SILVA

**JORNALISMO NOS REELS DO INSTAGRAM:
uma análise comparativa entre os perfis do Jornal do Tocantins, Gazeta do Cerrado e
Sou de Palmas**

Palmas, TO
2026

CAROLINE CARVALHO SILVA

**JORNALISMO NOS REELS DO INSTAGRAM:
uma análise comparativa entre os perfis do Jornal do Tocantins, Gazeta do Cerrado e
Sou de Palmas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCom), da Universidade Federal do Tocantins (UFT), como requisito à obtenção do grau de Mestre(a) em Comunicação.

Linha de Pesquisa I: Jornalismo, Mídias e Cultura.

Orientadora: Dra. Ingrid Pereira de Assis

Palmas, TO
2026

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

- S586j Silva, Caroline Carvalho.
Jornalismo nos Reels do Instagram: uma análise comparativa entre os perfis do Jornal do Tocantins, Gazeta do Cerrado e Sou de Palmas. / Caroline Carvalho Silva. – Palmas, TO, 2026.
235 f.
Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, 2026.
Orientadora : Ingrid Pereira de Assis
1. Jornalismo audiovisual. 2. Instagram. 3. Reels. 4. Semiótica Discursiva. I.
Titulo

CDD 302.2

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).


CAROLINE CARVALHO SILVA

**JORNALISMO NOS REELS DO INSTAGRAM:
uma análise comparativa entre os perfis do Jornal do Tocantins, Gazeta do Cerrado e
Sou de Palmas**


Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCom), da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Foi avaliado para a obtenção do título de Mestre(a) em Comunicação e aprovada em sua forma final pela orientadora e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 02/03/2026


Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **INGRID PEREIRA DE ASSIS**
Data: 25/03/2026 13:45:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dra. Ingrid Pereira de Assis, UFT

Documento assinado digitalmente
 **DENIS PORTO RENO**
Data: 25/03/2026 16:51:43-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Denis Porto Renó, Unesp

Documento assinado digitalmente
 **MARCO TULIO PENA CAMARA**
Data: 25/03/2026 17:18:31-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Marco Túlio Câmara, UFT

*Aos meus pais, Jussara e José Neto, e ao meu
irmão, Luís Otávio.*

AGRADECIMENTOS

“Uma jornada de mil milhas começa com um único passo”, é um provérbio chinês, atribuído, frequentemente, a Laozi, no *Tao Te Ching*, que está impresso na parede da minha escrivaninha, ao lado da frase atribuída a Santa Teresa de Ávila: “É justo que muito custe o que muito vale”. Ambas me acompanharam ao longo desta jornada, lembrando-me, nos momentos de cansaço e dúvida, que todo processo exige constância, paciência e entrega.

Esta dissertação é resultado desse caminhar diário, feito de pequenos avanços, desafios superados e aprendizados acumulados e não teria sido possível sem o apoio, a escuta e a presença de todos aqueles que, direta ou indiretamente, caminharam comigo ao longo dessa trajetória.

Agradeço, portanto, aos meus pais, Jussara e José Neto, e ao meu irmão, Luís Otávio, por todo o apoio, amor e incentivo ao longo desse percurso. Vocês acreditaram em mim em mais este sonho e não me deixaram desanimar nos dias mais difíceis.

À minha orientadora, Dra. Ingrid Assis, pela orientação atenta, pelas contribuições teóricas e metodológicas valiosíssimas e pela disponibilidade ao longo de todo o processo de pesquisa, iniciado ainda na graduação. Registro minha profunda admiração pela profissional (pesquisadora, orientadora, professora e jornalista) e pela pessoa que você é. Você me mostrou que fazer ciência é difícil e desafiador, mas também pode ser divertido e empolgante.

Aos professores que compuseram a banca de qualificação e de defesa, Dr. Marco Túlio Câmara e Dr. Denis Renó, pelas leituras cuidadosas, comentários e sugestões, que contribuíram de maneira significativa para o aprimoramento desta dissertação.

Aos docentes do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCom/UFT), pelos ensinamentos, diálogos e reflexões compartilhados durante o curso, que ampliaram meu olhar crítico e fortaleceram a construção deste trabalho.

À Universidade Federal do Tocantins, minha segunda casa, por me acolher desde a graduação e por todo o suporte institucional.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pelo apoio financeiro concedido por meio de bolsa, que possibilitou dedicação integral às atividades acadêmicas e ao desenvolvimento desta dissertação.

Aos colegas de turma — em especial à Iara, à Ana Luísa e ao Fenelon —, pelas trocas, apoio mútuo e pela convivência ao longo da pós-graduação, que tornaram o percurso mais leve e enriquecedor.

Por fim, agradeço a Deus — e ao universo — por me sustentar ao longo de toda esta jornada. Sou muito grata e abençoada.

RESUMO

Nos últimos anos, observou-se a crescente popularização de aplicativos que priorizam vídeos de curta duração, com forte apelo à visualização, como é o caso do Instagram Reels. Considerando este contexto, esta dissertação pretende compreender o modo como a narrativa jornalística é construída nos Reels, a partir das estratégias que são acionadas por três veículos tocantinenses: O Jornal do Tocantins, a Gazeta do Cerrado e o Sou de Palmas. Amparada metodologicamente pela Semiótica Discursiva e em propostas procedimentais de autores que criaram protocolos específicos a partir dela, esta pesquisa ambiciona traçar um panorama geral da produção de informação jornalística realizada por esses perfis, por meio do modo como se constituem (plano de conteúdo) e como se apresentam (plano de expressão — visualidades). Parte-se do pressuposto de que os Reels coletados para o *corpus* são, essencialmente, materiais jornalísticos audiovisuais feitos para serem transmitidos nas mais variadas telas e, por isso, questiona-se acerca do que há de permanência e de inovação no jornalismo audiovisual, a partir do que tem sido produzido, em termos narrativos, por esses perfis. A seleção do *corpus* desta pesquisa se deu no período das eleições municipais de 2024, que compreendeu todo o mês de outubro daquele ano, e é composto, ao total, por 99 vídeos. Diante disso, realizou-se uma análise comparativa entre eles. Chegou-se à conclusão, portanto, de que tais produções jornalísticas apresentam aspectos inovadores — tais como a verticalidade —, apesar de ainda se vincularem a algumas formas sedimentadas do jornalismo audiovisual, como por exemplo, a forte presença de *hard news* (embora com o acionamento de valores-notícia distintos), quadros de entrevistas e a incorporação de elementos como passagens, *off* e *sobe som*.

Palavras-chave: Instagram. Reels. Jornalismo audiovisual. Semiótica Discursiva.

ABSTRACT

In recent years, there has been a growing popularity of applications that prioritize short videos with a strong appeal to viewership, such as Instagram Reels. Considering this context, this dissertation aims to understand how journalistic narrative is constructed in Reels, based on the strategies employed by three media outlets from Tocantins: Jornal do Tocantins, Gazeta do Cerrado, and Sou de Palmas. Methodologically supported by Discursive Semiotics and procedural proposals from authors who have created specific protocols based on it, this research aims to provide a general overview of the journalistic information production carried out by these profiles, through how they are constituted (content level) and how they are presented (expression level - visual elements). This study assumes that the Reels collected for the corpus are essentially audiovisual journalistic materials made to be broadcast on a variety of screens. Therefore, it questions what remains and what is innovative in audiovisual journalism, based on what has been produced, in narrative terms, by these profiles. The selection of the corpus for this research took place during the 2024 municipal elections, which encompassed the entire month of October of that year, and consists of a total of 99 videos. A comparative analysis was then conducted between them. The conclusion reached is that these journalistic productions present innovative aspects — such as verticality — despite still being linked to some established forms of audiovisual journalism, such as the strong presence of hard news (albeit with the activation of distinct news values), interview segments, and the incorporation of elements such as stand-ups, voice-overs, and natural sounds.

Keywords: Instagram. Reels. Audiovisual journalism. Discursive Semiotics.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Exemplo de conteúdo com vídeo auxiliar	29
Imagem 2: Exemplo de remix	33
Imagem 3: Vídeos com mesmo áudio agrupados no Instagram	34
Imagem 4: Vídeos com mesmo efeito agrupados no Instagram	34
Imagem 5: Exemplo de narrativa jornalística no Instagram Reels	38
Imagem 6: O foco do JTO são publicações em formato de Posts	42
Imagem 7: A Gazeta do Cerrado é a que mais aposta em Reels	43
Imagem 8: O Sou de Palmas usa Reels, mas aposta mais em Posts	44
Imagem 9: Quadrado Semiótico	48
Imagem 10: Fontes do Instagram	62
Imagem 11: Exemplo de ficha de decupagem	64
Imagem 12: Vídeo 2 - Jornal do Tocantins	88
Imagem 13: Vídeo 12 - Sou de Palmas	88
Imagem 14: Vídeos 1 e 2 do Jornal do Tocantins, ambos em formato 1:1	93
Imagem 15: Exemplos de vídeos Sou de Palmas vertical e horizontal adaptado	94
Imagem 16: Exemplos de Reels com identidade visual da Gazeta do Cerrado	95
Imagem 17: Exemplos de Reels sem identidade visual da Gazeta do Cerrado	96
Imagem 18: Exemplo de Reels horizontal sem adaptação vertical da Gazeta do Cerrado	97
Imagem 19: Hashtags usadas pela Gazeta do Cerrado	104
Imagem 20: Uso de aplicativo externo JTO	113
Imagem 21: Uso de aplicativo externo Sou de Palmas	113
Imagem 22: Exemplo de uso de recurso nativo	114
Imagem 23: Exemplo de uso de software externo	114
Imagem 24: Exemplo de Reels com edição simples	115
Imagem 25: Reels 27 Gazeta do Cerrado	115
Imagem 26: Reels 1 e 2 do Jornal do Tocantins	118
Imagem 27: Reels 16, 18 e 21 do Sou de Palmas	119
Imagem 28: Demonstração das categorizações	120
Imagem 29 Reels 1 do Sou de Palmas, publicado em 03/10/2024	121
Imagem 30: Reels Gazeta do Cerrado com fonte sem serifa e logo; fonte com serifa; e vídeo sem texto	122

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Predominância dos valores-notícia da Gazeta do Cerrado	72
Gráfico 2: Predominância dos valores-notícia do Sou de Palmas	73
Gráfico 3: Comparação entre veículos e critérios de noticiabilidade	74
Gráfico 4: Predominância dos valores-notícia nos três veículos	74
Gráfico 5: Predominância dos valores-notícia nos três veículos	78
Gráfico 6: Predominância dos valores-notícia nos três veículos	79
Gráfico 7: Predominância dos valores-notícia nos três veículos	80
Gráfico 8: Formatos jornalísticos da Gazeta do Cerrado	82
Gráfico 9: Dias com mais postagens	90
Gráfico 10: Hashtags usadas pelo Jornal do Tocantins	104

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Dimensões de análise do plano de expressão	53
Quadro 2: Sistematização proposta por Silva (2005)	68
Quadro 3: Definição dos valores-notícia	69
Quadro 4: Predominância dos valores-notícia	71
Quadro 5: Tipos de lead segundo Erbolato (1978)	75
Quadro 6: Tipos de lead e formatos jornalísticos	76
Quadro 7: Políticos presentes nos Reels da Gazeta do Cerrado	83
Quadro 8: Ritmo e periodicidade de publicações	84
Quadro 9: Minutagem de cada veículo	91
Quadro 10: Análise de mídia e tipo de mídia	99
Quadro 11: Análise de contexto e fluxo	106
Quadro 12: Recursos nativos ou externos e visualidades	111
Quadro 13: Tipografias e formas de aplicação	115
Quadro 14: Tipos de imagem, planos e cenários	124

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PPGCom	Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade
UFT	Universidade Federal do Tocantins
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
URL	Localizador Uniforme de Recursos
ASMR	Autonomous Sensory Meridian Response
Nepjor	Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia
TVE-TO	Televisão Educativa do Tocantins
FM	Frequência Modulada
AM	Amplitude Modulada
TV	Televisão
JTO	Jornal do Tocantins
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
CNN	Cable News Network
3D	Tridimensional

LISTA DE SÍMBOLOS

Hashtag

@ Arroba

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	O INSTAGRAM REELS E AS TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO LOCAL	21
2.1	O Instagram	25
2.2	Veículos locais e a presença no Instagram	39
3	A SEMIÓTICA DISCURSIVA	46
3.1	<i>O corpus da pesquisa</i>	50
3.2	Os procedimentos metodológicos	51
4	DO FATO AO FEED: ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE JORNAL DO TOCANTINS, SOU DE PALMAS E GAZETA DO CERRADO ...	66
4.1	O plano de expressão e seus elementos constitutivos	99
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	132
	REFERÊNCIAS	136
	APÊNDICE A	144

1 INTRODUÇÃO

Curto, dinâmico e com narrativa envolvente. Geralmente, são essas algumas das características de um Reels muito acessado — dito, recorrentemente, como viral. Sabe-se, por exemplo, que o limite de um Reels, no Instagram, é de 90 segundos (até o momento de fechamento desta pesquisa) e, uma vez publicado, disputará espaço (visualização) com outros tantos milhares de conteúdos semelhantes, que prezam pelas mesmas características. Por quê?

Isto se deve à própria lógica de funcionamento deste ambiente do Instagram. Os algoritmos¹, nesta plataforma, funcionam emitindo “sinais”, que captam a forma como o interagente² se comporta no aplicativo, e, também, com as outras pessoas. Isto interessa, porque esses “sinais” afetam a projeção que determinado conteúdo poderá alcançar, assim como a frequência com que as pessoas veem tais conteúdos, em determinados nichos — tudo é reflexo do entrecruzamento de dados do que elas curtem, comentam, compartilham, marcam ou formatam nas publicações.

O Reels foi lançado em 2020, em oposição ao seu concorrente chinês TikTok. Atualmente, é o ambiente com maior importância algorítmica dentro do Instagram: é interessante salientar que uma das dicas que a própria plataforma dá³, ao criador de conteúdo, é que ele aposte em formatos populares — que ela mesma aponta como sendo o Reels, porque esse mecanismo consegue gerar maior taxa de visualização e engajamento, sem a necessidade de utilizar anúncios pagos para isso.

Fazendo uma busca rápida na internet sobre como criar um bom Reels, encontram-se dezenas e dezenas de sites que listam, basicamente, as mesmas coisas: os primeiros segundos são os que mais importam; as narrativas devem seguir sequências objetivas; para além da narrativa, é preciso que o conteúdo seja relevante e interessante; e, por fim, que os vídeos devem ser curtos, carregados de qualidade visual e sonora, além de criativos e, sobretudo, originais (será?)⁴.

¹ Os algoritmos não são necessariamente *softwares*: “em seu sentido mais amplo, são procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados” (Gillespie, 2018, p. 97).

² Adota-se, nesta pesquisa, o conceito proposto por Alexa Primo (2005, p. 2), em suas palavras: “O termo ‘usuário’, tão utilizado nos estudos da ‘interatividade’, deixa subentendido que tal figura está à mercê de alguém hierarquicamente superior, que coloca um pacote a sua disposição para uso (segundo as regras que determina). Isso posto, este trabalho defende o abandono desse problemático conceito e preferirá adotar o termo ‘interagente’ (uma tradução livre de *interactant*, muitas vezes, utilizado em pesquisas de comunicação interpessoal), que emana a própria ideia de interação”.

³ Disponível em: https://creators.instagram.com/?locale=pt_BR. Acesso em: 03 dez. 2024.

⁴ Alguns exemplos de sites que listam isso: <https://www.adobe.com/br/express/learn/blog/instagram-reels>; <https://mojo-app.com/pt/instagram/dicas-essenciais-sobre-como-fazer-reels-no-instagram/>; <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/09/sete-truques-para-fazer-reels-perfeitos-no-instagram.ghhtml>.

Dada esta breve contextualização acerca da ferramenta do Instagram, pontua-se que tudo isto será pormenorizado mais adiante. Antes, no entanto, é importante salientar como o jornalismo está inserido neste ambiente. É fato que, o jornalismo, por ser um fenômeno social, fruto da ação humana, está sujeito a constantes transformações e apropriações (Melo, 2012). O ciberespaço⁵, por exemplo, está em contínua evolução/expansão: novas tecnologias, plataformas e tendências surgem todos os dias, desafiando e, mais do que isso, cobrando, jornalistas e redações inteiras a se adaptarem e se manterem atualizados.

Tais movimentações têm seus prós e contras. A agilidade, por exemplo, é uma das características presentes neste “jeito atual” de se fazer jornalismo e é uma faca de dois gumes: os jornalistas — que trabalham em redações cada vez mais enxutas — podem acompanhar os fatos em tempo real, publicar notícias com mais rapidez e acompanhar os internautas (que, hoje, dão um *feedback* instantâneo). No entanto, esses profissionais se expõem a uma sobrecarga cognitiva e informativa, provindas das quantidades imensuráveis de informações propagadas na internet. Além disso, a ânsia pela rapidez compromete a profundidade e, muitas vezes, a precisão das informações (devido ao *deadline* cada vez menor), culminando em erros de apuração e na propagação de notícias rasas ou incompletas. Esse cenário casa, por exemplo, com o que Salaverría (2014, p. 28) chamou de “polivalência funcional”, o que “relaciona-se especificamente com o conceito de multitarefa”, em que o jornalista, atualmente, tem um acúmulo de funções no local em que trabalha, bem como de editorias e mídias com as quais atuar.

Com a adaptação do jornalismo às ferramentas e recursos proporcionados pelas próprias redes sociais, há, de positiva, a diversificação de formatos que uma notícia pode ter, além da possibilidade de ampliação do alcance. Têm-se, também, a segmentação e a formação de um público específico para cada nicho. Entretanto, como mencionado anteriormente, as plataformas digitais são comandadas por algoritmos que regem e, por vezes, limitam a autonomia dos jornalistas e das redações. Para além do impacto na visibilidade de conteúdos considerados menos “populares”, os algoritmos são pouco claros quanto à sua forma real de funcionamento, além de estarem envoltos por registros de práticas nebulosas como perpetuação racismo, agora, de forma computacional⁶.

⁵ Para Santaella (2004, p. 3), o ciberespaço pode ser entendido como “uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração e acesso”.

⁶ Compreender a “racialização tecnológica como uma forma de opressão algorítmica nos permite usá-la como um importante *framework* para criticar discursos sobre a Internet como um ambiente democrático” (Noble, 2018, p. 1341, trad. livre).

Diante de todo o exposto, quando se afunila um pouco para o cenário do jornalismo local, algo interessante que se nota é que, apesar da facilidade que se tem para buscar e receber notícias sobre fatos ocorridos do outro lado do mundo, o interesse por aquilo que acontece a nível local permanece, assim como apontou Peruzzo (2005, p. 70), há duas décadas:

Com o desenvolvimento da globalização, da economia e das comunicações, num primeiro momento, chegou-se a pressupor o fim da comunicação local, para em seguida se constatar o contrário: a revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas.

Por isso, pontua-se que a proximidade é uma característica muito importante para o jornalismo hiperlocal⁷. De acordo com Rodrigues (2011, p. 193), em um “cenário de comunicação em redes globais caracterizado pela velocidade da informação, não deixa de ser interessante observar o aparecimento de novas estratégias que procuram favorecer a proximidade”. Além disso, este é um dos principais critérios de noticiabilidade do jornalismo. Camponez (2011, p. 35), por exemplo, diz que a proximidade é vista “como um dos valores centrais do jornalismo” e que, geralmente, determina o interesse do público por uma notícia.

Alguns dados divulgados pelo Instituto Reuters, por meio do Digital News Report de 2025, ajudam a compreender de que forma se dá o consumo de notícias no ciberespaço, especialmente na internet e nas redes sociais. Segundo o relatório, 78% das pessoas no Brasil consomem notícias no ambiente on-line. Desse grupo, 54% se informa por meio das mídias sociais. Apesar dos números abrangerem o território nacional, um fato importante a ser pontuado, aqui, é que os veículos tocantinos entendem toda essa dinâmica e, por isso, usam as plataformas presentes no ciberespaço para a disseminação de notícias sobre o estado e seus municípios, conforme já demonstrado em estudos anteriores (Silva, 2023).

Sendo assim, é perante o panorama tocantinense que a *pergunta-problema* desta pesquisa é definida: o que há de permanência e de inovação no Jornalismo, mais especificamente no jornalismo audiovisual, a partir do que tem sido produzido, em termos narrativos, pelos perfis da Gazeta do Cerrado, do Jornal do Tocantins e do Sou de Palmas no Instagram Reels?

Tendo em vista o problema de pesquisa supracitado, esta pesquisa tem enquanto *objetivo geral* analisar as características dos planos de expressão e conteúdo⁸ dos veículos

⁷ Baldessar *et al.* (2013, p. 53), afirma que o jornalismo hiperlocal é “quando um jornal foca esforços de cobertura em uma determinada comunidade, seja ela geográfica ou não, assumindo uma posição de relevância dentro desse território, a partir do conhecimento prévio da área em que quer se especializar”.

⁸ Tanto o plano de expressão quanto o de conteúdo estão atrelados à Semiótica Discursiva. O plano de conteúdo, segundo Matte e Lara (2009), é aquilo que o texto diz (o que tá escrito) e o plano de expressão, aquilo que o texto faz para dizer o que diz. Isto será detalhado no capítulo metodológico.

mencionados de modo a compreender se há elementos tradicionais e inovadores no jornalismo audiovisual local produzido para o ambiente do Reels do Instagram. Nesse sentido, para que este *objetivo geral* seja alcançado, foram definidos alguns *objetivos específicos*, tais como: compreender as particularidades do ambiente do Reels, no contexto das redes sociais e as peculiaridades do jornalismo audiovisual; elaborar um protocolo de análise das postagens da Gazeta do Cerrado, do Jornal do Tocantins e do Sou de Palmas, baseando-se na metodologia da Semiótica Discursiva e em propostas procedimentais de autores que criaram protocolos a partir dela; e, por fim, comparar as estratégias multimídias, e mais especificamente audiovisuais, utilizadas pelos três veículos, de modo a serem identificados padrões e/ou diferenças na construção das publicações.

Para a definição dos veículos que foram analisados por esta pesquisa, realizou-se uma busca no Atlas da Notícia, levando em consideração o jornalismo trabalhado a nível local, a cidade (Palmas), o segmento (on-line) e a periodicidade (diária/contínua). Ainda, atentou-se à constância de postagens em seus perfis na rede social. Tais critérios de escolha e exclusão serão aprofundados no capítulo metodológico, bem como o detalhamento do *corpus* constituinte da análise.

É importante salientar que esta pesquisa parte do pressuposto de que os Reels coletados para o *corpus* são, essencialmente, materiais jornalísticos audiovisuais feitos para serem transmitidos nas mais variadas telas, bem como o telejornalismo (Emerim; Finger; Cavenaghi, 2015 e Cardoso, 2013), portanto, demarca-se, aqui, a *hipótese* de que sejam informativos, superficiais, atuais, coloquiais e dotados, sobretudo, de noticiabilidade, conforme descrição tradicional da área feita por Paternostro (2006), mas, também, apresentem aspectos inovadores no modo de ser e fazer, tendo em vista, inclusive a pesquisa realizada anteriormente, que englobava perfis de veículos pertencentes à grandes conglomerados (Silva, 2023). Tais conceitos serão aprofundados no capítulo teórico, que esmiúça as particularidades da rede aqui investigada.

Dentre as *justificativas* para a realização de uma pesquisa centrada em veículos jornalísticos locais, está a valorização do conteúdo jornalístico produzido regionalmente alçando enquanto um interesse de pesquisa, mas, mais do que isso, ao escolher um objeto de estudo regional, esta investigação está em consonância com o que prega a missão institucional⁹ da própria universidade em que é realizada, estando, ainda, alinhada, também,

⁹ A missão institucional da UFT é formar cidadãos comprometidos com o desenvolvimento sustentável da Amazônia Legal por meio da educação inovadora, inclusiva e de qualidade (conforme redação dada pelo Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI 2021-2025).

com os objetivos do Programa de Pós-Graduação em que está inserida, porque contribui para “ampliar as discussões e pesquisas mais atualizadas e comprometidas com a realidade local”¹⁰ (UFT, 2023, n.p).

Dito isto, esta pesquisa se coaduna, ainda, com a linha 1 de pesquisa “Jornalismo, Mídias e Cultura”, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCom), da Universidade Federal do Tocantins (UFT), principalmente por se relacionar com a mídia e a cultura, suas interfaces com as tecnologias, “[...] especialmente no que tange ao universo das mídias e seus desdobramentos na sociedade contemporânea: análise do papel da imagem em diferentes suportes; e estudos de jornalismo nas mídias tradicionais, nas mídias sociais e na web” (UFT, 2023, n.p).

Compreende-se que o jornalismo local é capaz de cobrir histórias, questões e eventos diretamente relevantes para as comunidades de dada área, que são, muitas vezes, ignoradas pela mídia hegemônica nacional. Destaca-se que ao pesquisar os modos como é feito o jornalismo local, capta-se uma variedade de perspectivas, que pode diferir, significativamente, das narrativas predominantes presentes na mídia nacional. Ademais, é importante pontuar que, acredita-se que a mídia local contribua, significativamente, para construção/consolidação de uma comunidade, sua memória e identidade coletivas, promovendo uma coesão social. Por fim, mas não menos importante, casando, inclusive, com tudo o que já foi exposto, afirma-se que o estudo do jornalismo local permite a realização de comparações com o jornalismo de outras regiões ou mesmo, com a própria mídia nacional, futuramente — o que pode revelar diferenças e semelhanças importantes nas práticas e nos efeitos da comunicação em diferentes contextos geográficos e sociais.

A ideia desta pesquisa surgiu no terceiro período da graduação em Jornalismo, a partir de leituras relacionadas ao ciberespaço, internet e redes sociais e de uma palestra ministrada pela professora Ingrid Pereira de Assis, orientadora desta dissertação, acerca do conceito de notícias autodestrutivas, desenvolvido por ela em sua tese de doutorado. Desse modo, esta pesquisa se apresenta como uma ampliação de um tema que não foi esgotado em pesquisas anteriores — como a própria investigação realizada pela autora desta dissertação, em seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), conforme já mencionado. Isso é importante, pois em termos *metodológicos*, esta pesquisa opera à luz da *Semiótica Discursiva*, traçando um panorama geral da produção de informação jornalística realizada pelos portais da Gazeta do Cerrado, do Jornal do Tocantins e do Sou de Palmas, nos Reels de suas contas no Instagram, a

¹⁰ Disponível em: <https://www.uft.edu.br/campus/palmas/cursos/pos-graduacao/mestrados-e-doutorados/ppgcom/linhas-pesquisa>. Acesso em: 03 dez. 2024.

partir do modo como as produções se constituem (plano de conteúdo) e como se apresentam (plano de expressão - visualidades). Esta metodologia já vem sendo trabalhada pela autora desde o TCC e por sua orientadora em sua pesquisa de doutorado (Assis, 2020 e 2021), sendo assim, o protocolo de análise vem sendo paulatinamente aperfeiçoado, mas tendo como base metodológica os estudos de Greimas (1975).

Tendo já apresentado o tema do trabalho, o problema de pesquisa, a hipótese formulada, os objetivos (geral e específicos), a metodologia que será acionada e o objeto de estudo desta investigação, segue-se, agora, para o detalhamento da *estrutura* desta dissertação. Esta dissertação é composta por três capítulos. O primeiro capítulo aborda o estado da arte, que norteia toda a discussão teórica empreendida neste estudo. Nele, ampara-se nas produções de autores basilares, como também, mais contemporâneos; e se averigua, a partir dessas produções, proposições teóricas que abarcam o Instagram Reels ou plataformas similares. Tal capítulo é fundamental para a ampliação da compreensão acerca do ambiente Reels no Instagram e no atual ecossistema midiático.

Em seguida, o segundo capítulo trata da Semiótica Discursiva — a metodologia acionada nesta pesquisa — abordando o histórico do método greimasiano, suas aplicações em pesquisas relacionadas ao jornalismo audiovisual e a explicação da sistematização, na etapa da análise, que configura o terceiro capítulo deste trabalho.

Assim, posto isto, o terceiro e último capítulo desta dissertação traz os resultados a partir da operacionalização dos procedimentos metodológicos, ou seja, foca em como, de fato, os veículos selecionados constroem suas narrativas jornalísticas no ambiente do Instagram Reels. Finalmente, segue-se para as considerações finais, que, como o próprio nome indica, traz os apontamentos e conclusões finais deste trabalho, cujo assunto, antecipa-se, tampouco se esgota aqui nestas páginas.

Conforme a estrutura explicada acima, agora, segue-se para o capítulo que explora o estado da arte desta dissertação, apresentando, na sequência, um tópico que aborda o histórico das redes sociais, assim como as definições, ferramentas e usos do Instagram Reels.

2 O INSTAGRAM REELS E AS TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO LOCAL

Fato é que o jornalismo tem passado por transformações significativas ao longo das últimas décadas, impulsionado, sobretudo, pelo avanço das tecnologias digitais e pela crescente influência das redes sociais na circulação e consumo da informação. Sua transição para o universo digital provocou mudanças profundas nos três processos básicos da profissão (produção, distribuição e consumo da informação), estando em consonância, conforme mencionado anteriormente, com que apontou Melo (2012), ao afirmar que o jornalismo sempre esteve em constante adaptação às mudanças tecnológicas.

Esse cenário de transformação está vinculado às ideias de Gillmor (2005) e ao que Jenkins (2008) chamou de convergência midiática, ou seja, um processo em que diferentes mídias e plataformas se interconectam de maneira integrada, sendo, não apenas, uma transformação tecnológica, mas também cultural, social e econômica. Então, a convergência seria um “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre vários mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de entretenimento” (Jenkins, 2008, p. 27).

Assim, mídias antigas e novas se entrelaçam de forma cada vez mais complexa, enquanto os indivíduos assumem um papel mais participativo, tornam-se mais móveis, menos vinculados a um único meio de comunicação/veículo e mais integrados socialmente. A convergência midiática transforma a interação entre tecnologias, setores industriais, mercados, formatos de conteúdo e audiências, impactando tanto a dinâmica da indústria da comunicação quanto a maneira como as pessoas acessam e interpretam notícias e entretenimento (Jenkins, 2008).

Scolari (2015) aponta que em um contexto marcado pela consolidação das redes globais de informação, pelos processos de convergência cultural e pela emergência de novas espécies midiáticas, os modelos tradicionais de produção e circulação comunicacional passam por profundas reconfigurações.

O surgimento de uma nova geração de mídias digitais interativas, que não se baseiam mais na lógica de *broadcasting*, mas em um modelo de comunicação completamente inovador, fundamentado em redes e na colaboração do usuário, está desafiando nossa compreensão da mídia de massa tradicional. (Scolari, 2008, p. 31-32)¹¹.

¹¹ Tradução de “La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del *broadcasting* sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas” (Scolari, 2008, p. 31-32).

Desse modo, como apontado acima pelo autor, a substituição progressiva do modelo de *broadcasting* por um paradigma comunicacional muitos-para-muitos tensionou as hierarquias clássicas dos meios de comunicação e ampliou as possibilidades de participação, circulação e reapropriação dos conteúdos. Nesse cenário, o autor afirma que “as reflexões da ecologia da mídia¹² são apresentadas como uma referência quase indispensável para a compreensão desses processos¹³” (Scolari, 2015, p. 32).

Anteriormente à Scolari (2015), Castells (1999) havia se atentado, também, à formação de agrupamentos de pessoas com base em seus interesses comuns, que formam redes articuladas de produção cultural e informacional. Nota-se, entretanto, que tais redes não são frutos do acaso, sendo, em parte, escolhas conscientes dos indivíduos que, com o suporte das tecnologias digitais, passaram a exercer um papel ativo no processo comunicativo. Demarca-se, aqui, conforme Flores e Renó (2012), que essa atuação direta dos interagentes evidencia a demanda crescente da sociedade pós-moderna por mais participação no consumo e, também, na formulação de mensagens/informações que circulam no ciberespaço.

Nesse sentido, Gillmor (2005) enfatiza que a sociedade atual vive numa era na qual qualquer pessoa conectada à internet pode atuar como um agente midiático, dispondo de seu próprio espaço virtual (URL) para emitir opiniões, narrar fatos e gerar conteúdos. Se antes a produção e a distribuição de notícias ficavam restritas apenas aos meios tradicionais, tais como jornais impressos, rádio e televisão, hoje, com a internet e as plataformas digitais, tais como são, a maneira como os produtos jornalísticos são produzidos, disseminados e consumidos foi reconfigurada.

O mais intrigante é sermos obrigados a ter em conta um mundo em que muitos tipos de instrumentos se interligam quase sem falhas e onde as redes sociais e empresariais podem ser criadas de improviso. A disseminação de uma peça noticiosa, ou de algo bastante mais volumoso, ocorrerá - muito mais do que nos nossos dias - sem qualquer ajuda dos meios de comunicação tal como hoje os conhecemos. As pessoas que melhor vão entender este mundo serão, provavelmente, as que estão agora a nascer (Gillmor, 2005, p. 57).

Enquanto os meios de comunicação de massa operaram, historicamente, a partir de fluxos centralizados e unidirecionais, as tecnologias digitais instauraram lógicas comunicacionais mais descentralizadas, interativas e participativas. Castells (1999, p. 287) percebe isso ainda no final do século XX e aponta que “a televisão, enquanto meio de comunicação de massas tem sido um espaço de influência mas, por definição, vertical e

¹² Conceito desenvolvido principalmente por McLuhan (1960) e, posteriormente, por Postman (1985), parte do argumento que os meios de comunicação não são meramente ferramentas ou canais para transmitir informações, mas ambientes complexos que moldam as percepções, a cognição, os comportamentos e a cultura dos usuários.

¹³ Tradução de “las reflexiones de la ecología de los medios se presentan como una referencia casi indispensable a la hora de comprender estos procesos (Scolari, 2015, p. 32)”.

passivo: De um para muitos. A Internet, como meio de muitos para muitos, é horizontal, um espaço de participação, um espaço de conexão”.

No entanto, é preciso que se mantenha um olhar crítico: nota-se que essa visão de Castells (1999) foi elaborada em um contexto em que se detinha forte entusiasmo acerca das possibilidades democratizantes da Internet. Ou seja, era um período no qual se celebrava a capacidade das redes de romper com modelos tradicionais de comunicação e de, enfim, oferecer certo espaço aos indivíduos que, antes, ficavam limitados ao papel de espectadores.

Contudo, com olhar mais atual, pontua-se que apesar da estrutura potencialmente horizontal das redes, a lógica dos algoritmos (mais detalhes adiante), a organização em bolhas e a concentração de grandes fluxos de mensagens nas plataformas, fazem com que as informações disponíveis na internet se tornem cada vez mais verticais, o que restringe o potencial de circulação e visibilidade. Assim, hoje, a promessa de um espaço amplamente participativo e acessível a todos começa a ser tencionada pelas dinâmicas de filtragem algorítmica e pela hierarquização dos fluxos informacionais (Santaella, 2018).

Ainda sobre o surgimento da internet, Salaverría (2005), concordando com Castells (1999), apontou que este possibilitou que novos modelos de difusão da notícia rompessem com a lógica unidirecional da comunicação de massa e promovessem maior interação entre produtores e consumidores de conteúdo. Tal transformação se deu, de acordo com o autor, devido à adoção de redes interativas e bancos de dados digitalizados, que transformou significativamente os métodos de investigação e o acesso às fontes; às etapas e formatos de produção do conteúdo jornalístico, que passaram por mudanças; e devido ao surgimento de novos veículos que utilizam plataformas digitais para divulgar publicações, explorando hipertexto¹⁴, interatividade e recursos multimídia.

Desse modo, as plataformas digitais funcionam como ecossistemas dinâmicos, nos quais os interagentes realizam o consumo de informação ao passo que participam, ativamente, de sua disseminação (Santaella, 2004). Ou seja, nota-se que a comunicação de massa, antes dominada pelos meios tradicionais, foi sendo gradualmente substituída pela comunicação em rede, na qual a mensagem não é mais produzida e distribuída por um único emissor, mas, sim,

¹⁴ Há 17 anos, Landow (2009, p. 103) apontou que “[...] num futuro distante, ou não tão distante, todos os textos individuais estarão conectados eletronicamente, formando assim metatextos e metametatextos de um gênero que hoje só podemos imaginar parcialmente”, perspectiva que se insere no debate sobre a consolidação das práticas hipertextuais e da interconexão dos discursos no ambiente digital.

Tradução de “[...] en un futuro lejano, o no tan lejano, todos los textos individuales estarán conectados electrónicamente formando así metatextos y metametatextos de un género sólo parcialmente imaginable hoy en día” (Landow, 2009, p. 103).

construída colaborativamente por diversos atores em um ambiente interativo, sem a necessidade de intermediários.

Lemos (2004), em consonância com os demais pesquisadores mencionados anteriormente, afirma que os novos meios se caracterizam, entre outros aspectos, pela interatividade e pela descentralização da informação. Nas plataformas de redes sociais, por exemplo, observa-se uma constante sobrecarga de conteúdos e, conseqüentemente, de dados gerados por uma ampla diversidade de perfis interagindo entre si.

Dentre as múltiplas concepções de interatividade, adota-se a perspectiva segundo a qual qualquer ação do interagente sobre a tela — como um toque — é capaz de provocar uma resposta do conteúdo. Nesse sentido, parte-se de uma perspectiva ampla como a defendida por Primo (1999, p. 77):

Entende-se interação como “ação entre”. Isto é, recusa-se a valorização ou do chamado “emissor” ou do “receptor”, para se deslocar a investigação para o que ocorre entre os interagentes, isto é, a interação, as ações entre eles, as mediações. Quer-se também valorizar o contexto e como ele influencia a interação. [...] Se de um lado, os paradigmas mecanicistas e lineares fundamentam interfaces de interação tipicamente reativas e restritivas, perspectivas como a construtivista e da pragmática da comunicação valorizam a construção entre os interagentes, isto é, uma interatividade não-previsível e de conteúdos que emergem durante a relação.

Essa concepção amplia o conceito de interatividade para além da participação ativa em comentários ou compartilhamentos, por exemplo, reconhecendo, também, gestos simples e cotidianos de navegação como deslizar e tocar, como forma de envolvimento com o conteúdo digital. Para além da interação:

A internet trouxe para o jornalismo possibilidades narrativas que iam muito além do que as demais mídias ofereciam. Em apenas uma matéria jornalística era possível contar a história com texto, galeria de fotos (tal qual o impresso), vídeo (bem como a televisão), áudio (assim como o rádio), com o adicional da presença dos hiperlinks, que ampliam a navegação infinitamente e acarretam em uma não-linearidade dos assuntos. A internet possibilita a hipertextualidade (Assis, 2021, p. 214).

Nesse cenário de convergência midiática e transformação digital, as redes sociais emergiram como espaços frutíferos para o jornalismo. Nele, jornalistas e os próprios produtos jornalísticos se adaptaram às novas demandas do público e às dinâmicas de engajamento. “Mais que ferramentas ao dispor dos jornalistas, as tecnologias de circulação e armazenamento de dados são o indício de fenômeno mais amplo que exige diferentes habilidades dos profissionais do jornalismo” (Machado, 2003, p. 4).

Vilches (2003) segue a mesma linha que Machado (2003) e adiciona que a integração dos meios implica, não somente, a articulação tecnológica, como também a incorporação de

novas lógicas no fazer profissional, nas estratégias comerciais e na produção e organização dos conteúdos. Além disso, o autor afirma que “a chegada de profissionais externos à tradição jornalística, à formação e cultura dos meios, provenientes da engenharia, da informática, das artes visuais e do *marketing*, já começou a demonstrar seus efeitos sobre o produto final” (Vilches, 2003, p. 45), ou seja, o produto jornalístico final, que está cada vez mais interdisciplinar e multifacetado.

Neste contexto, as redes sociais e, também, os outros ambientes disponíveis no ciberespaço, nascem sendo o que Augé (2007) denominou de “não-lugares” e funcionam como pontos de encontro simbólicos para coletividades digitais, que compartilham narrativas e experiências, muitas vezes, por meio de recursos multimídia.

Ante o exposto, nesta pesquisa, o foco será o Instagram (mais especificamente, o Instagram Reels), um ambiente em uma rede social cuja interface, desde o início, é predominantemente visual, dinâmica e com a presença de diversos recursos interativos, por isso, esmiuçá-lo será o foco no tópico seguinte.

2.1 O Instagram

Criado em 2010 como uma rede social voltada para o compartilhamento de imagens, o Instagram, rapidamente, expandiu suas funcionalidades para além da fotografia, tendo incorporado elementos audiovisuais e interativos que ampliaram suas possibilidades narrativas. Na época de sua criação, seu objetivo era resgatar a nostalgia do instantâneo, das clássicas máquinas fotográficas Polaroids, cujas fotos eram reveladas logo após o disparo. Fato é que o Instagram nasceu a partir da simplificação do aplicativo Burbn, criado pelos mesmos engenheiros, Kevin Systrom e Mike Krieger, cuja pretensão, inicialmente, era agrupar várias funções, tais como: o compartilhamento de localização, imagens, vídeos, planos para o final de semana, entre outros (Piza, 2012).

Ao longo dos anos, o Instagram foi sendo moldado e tomou o rumo de seu antecessor, incorporando várias funções. O aplicativo está alocado numa plataforma, ou seja, o padrão de um processo operacional ou de um computador. Disponível, inicialmente, apenas para dispositivos do sistema operacional IOS, da Apple, o Instagram logo receberia uma atualização para rodar, também, em dispositivos do sistema operacional Android, o que contribuiu na sua popularização. Aos poucos, a rede social foi se consolidando como um ambiente no qual conteúdos jornalísticos convivem diretamente com conteúdos voltados ao entretenimento e/ou ao marketing, disputando espaço neste meio e exigindo adaptações às linguagens e formatos específicos da plataforma.

Segundo dados publicados pela Statista, em outubro de 2025, o Instagram atingiu a marca de 2 bilhões de usuários ativos mensais no mundo. A Índia é o país com o maior público da plataforma, com 480,55 milhões de interagentes ativos registrados. Estados Unidos e Brasil seguem, respectivamente, com 181,75 milhões e 147 milhões de contas ativas, sendo o segundo e terceiro em interagentes ativos. Do público global da plataforma, verifica-se que 33,3% são interagentes com idades entre 25 e 34 anos e, em segundo lugar, encontram-se os interagentes entre 18 e 24 anos, compondo 29,7% do público geral.

A introdução do Reels, em 2020, no lugar do extinto Cenas e em resposta ao fenômeno do TikTok, consolidou a plataforma como um espaço estratégico para a comunicação digital, já que permitiu a produção de vídeos curtos e dinâmicos, altamente dissemináveis nos *feeds* de outros interagentes com preferências minimamente compatíveis. A partir de então, diversos perfis jornalísticos passaram a explorar o Reels como um meio de distribuição de produtos noticiosos, utilizando/mesclando elementos verbais e não-verbais com o objetivo de captar e manter a atenção do interagente, de forma a transmitir informações de maneira ágil e envolvente.

Como observa Santaella (2007, p. 4), a comunicação digital é um processo complexo, dinâmico e interativo: exige uma linguagem hipermidiática, “que se constitui no hipertexto fundido à multimídia”. A ascensão do Reels, para o ciberjornalismo¹⁵, pode ser compreendida à luz dessa transformação. Com vídeos curtos e de rápida circulação, esse formato atende à lógica do imediatismo e do consumo rápido de informação, características essenciais do jornalismo contemporâneo (Traquina, 2005). Além disso, tem-se, também, a natureza algorítmica do Instagram, que favorece a disseminação de conteúdos audiovisuais curtos, tornando o Reels uma ferramenta estratégica para a ampliação do alcance das notícias e reportagens.

É fato que a adaptação do jornalismo ao formato audiovisual¹⁶ de curta duração exigiu uma readaptação das práticas narrativas tradicionais. Vive-se, ainda hoje, o contexto da fase mais recente do ciberjornalismo categorizado por Schwingel (2012) em:

a) Experiências pioneiras – Iniciadas no final da década de 1960, caracterizam-se pelos primeiros processos de digitalização e informatização aplicados à prática jornalística.

¹⁵ A nomenclatura deste novo modo de fazer jornalismo não apresenta consenso. É chamada de ciberjornalismo (Salaverría, 2005 e Schwingel, 2012), webjornalismo (Canavilhas, 2014), jornalismo on-line (Hall, 2002 e Ward, 2002) e jornalismo digital (Ferrari, 2010; Machado e Palacios, 2003).

¹⁶ Conforme Renó (2011, p. 38) “As produções audiovisuais são construídas por meio de uma linguagem própria, a qual é constituída por diversas possibilidades artísticas, estéticas. Não se limita somente às linguagens tradicionais, como a oral e a escrita. A linguagem audiovisual vai mais além, trazendo à arte recursos como a movimentação de câmera, o enquadramento, os ângulos de tomada, a velocidade da captação, a música, o cenário, o silêncio, assim como os resultados obtidos com a montagem audiovisual, em seus diversos métodos”.

b) Experiências de primeira geração – Datadas a partir de 1992, marcam o surgimento das primeiras iniciativas de veiculação de notícias por meio de páginas na web, ainda de forma incipiente e com forte influência do modelo impresso.

c) Experiências de segunda geração – A partir de 1995, observa-se a produção de conteúdos jornalísticos com características específicas do ambiente digital, superando a mera transposição do impresso para a web.

d) Experiências de terceira geração – Iniciadas em 1999, são definidas pela elaboração de produtos jornalísticos concebidos com base nas particularidades do ciberespaço. Nesse contexto, ocorre a integração entre radiojornalismo e telejornalismo, além do fortalecimento do uso de recursos audiovisuais e de dispositivos interativos.

e) Experiências ciberjornalísticas – A partir de 2002, consolidou-se uma nova etapa, caracterizada pelo emprego de bancos de dados integrados e de sistemas próprios de produção de conteúdo. Destaca-se, nesse período, a incorporação do interagente ao processo produtivo, configurando práticas de jornalismo colaborativo.

Desse modo, será que características essenciais do telejornalismo, por exemplo, poderiam estar presentes em narrativas de vídeos curtos feitas para as redes sociais, mais de 25 anos depois das experiências de terceira geração, que incorporaram tal elemento? Segundo Paternostro (2006), o telejornalismo não se limita apenas à captação de imagens, mas envolve a construção de narrativas que integram texto, som e vídeo em uma unidade completa, coesa. A autora cita, em “O texto na TV”, sete características que são próprias da notícia para televisão: a *informação visual*, que independe do conhecimento de um idioma/escrita; o *imediatismo*, que ocorre quando se mostra o momento exato de dado acontecimento; a *instantaneidade* da mensagem, que é captada de uma só vez; o grande *alcance*, que é capaz de atingir a todos; o *envolvimento*, que transporta o telespectador para dentro da narrativa; a *superficialidade*, por envolver *timing*, ritmo e limite de tempo; e *audiência*, que, na TV, o interesse do telespectador é medido de forma a orientar a programação e as condições comerciais (Paternostro, 2006).

Nesse sentido, no Reels, cada uma dessas características está presente, ainda que com adaptações inerentes ao ambiente digital e às novas dinâmicas de consumo. Silva e Assis (2024), em estudo anterior sobre Reels e jornalismo, observaram que tais vídeos mobilizam recursos nativos do ciberespaço — como links, comentários e repostagens —, ao mesmo tempo em que se articulam com categorias oriundas do telejornalismo e com formatos narrativos próprios do meio digital (Paul, 2007). Além disso, as autoras verificaram que os Reels mantêm traços marcantes do telejornalismo convencional: são informativos,

superficiais, atualizados, de linguagem acessível e voltados à rápida compreensão do espectador (Paternostro, 2006).

Portanto, em relação à *informação visual*, sabe-se que, assim como na TV, no Reels, prioriza-se a comunicação por meio do audiovisual e, portanto, o entendimento é facilitado, independe do nível de alfabetização do interagente, conectando-se com um público mais amplo que as produções escritas. Ainda assim, é importante mencionar que elementos gráficos e legendas complementam o material jornalístico feito nesse ambiente do Instagram, por vezes, ampliando a sua acessibilidade, para pessoas surdas, por exemplo.

Quanto ao *imediatismo*, cabe apontar as transmissões ao vivo. No Instagram, quando iniciadas, elas são exibidas no espaço destinado às Stories e identificadas com a marcação “ao vivo”. Contudo, caso sejam disponibilizadas posteriormente no Feed do interagente, passam a ser identificadas como Reels. Apesar de não serem pensadas inicialmente para se tornarem Reels, as transmissões salvas no Feed têm sua “vida útil” prolongada e podem alcançar públicos que não assistiram ao material ao vivo.

Além disso, como o Reels é um ambiente para vídeos curtos, a *instantaneidade* da mensagem é facilmente identificável: a informação precisa ser captada facilmente pelo interagente, de modo que são adotados, recorrentemente, o uso da linguagem coloquial, cortes rápidos, textos sobrepostos e trilhas sonoras, reforçando tal característica e garantindo que a mensagem seja assimilada de maneira imediata pelo interagente. Outra tática comumente usada, mas, desta vez, especialmente em vídeos de entretenimento, é a de mesclar vídeos auxiliares com forte apelo visual e caráter “satisfatório”, exibidos simultaneamente à narrativa principal. Neste caso, o objetivo dessa técnica é manter o estímulo visual do interagente e, assim, reduzir as chances de interrupção do consumo antes do término do vídeo.

Isto é interessante porque nos ambientes digitais contemporâneos, marcados por um fluxo constante de informações e estímulos, a atenção se tornou um recurso escasso e valioso, conforme a lógica da “economia da atenção”, termo cunhado por Herbert Simon, ainda nos anos de 1970. Aqui, a atenção funciona, portanto, como uma moeda: quanto mais tempo o interagente consumir o conteúdo e quanto mais engajamento ele consegue gerar, maior será o valor do conteúdo dentro das dinâmicas algorítmicas de funcionamento das plataformas de redes sociais.

Como os próprios interagentes se comportam de maneira fragmentada, seletiva e impaciente, acabam obrigando os criadores de conteúdo a usarem a criatividade para disputar constantemente seu foco e atenção, de forma que se atentem a comunicar suas mensagens de maneira visualmente envolvente e dinâmica (Assis, 2021). Conforme Caliman (2008), a

atenção envolve dimensões cognitivas, tecnológicas e sociais. Assim, do ponto de vista cognitivo, ela enfrenta barreiras impostas pelo imenso volume de informações ao qual os interagentes são expostos diariamente, tanto no ambiente on-line, quanto fora dele. No campo social, fatores como a necessidade de se manter informado, compartilhar conteúdos atualizados e gerir a própria reputação nas redes, estão intrinsecamente ligados à dinâmica da economia da atenção.

Portanto, à medida que o volume de opções de consumo cresce, torna-se inevitável o processo de escolha (Fuller, 2010). Esse excesso de alternativas tende a comprometer a capacidade de concentração e a provocar o que Wurman (2000) chama de ansiedade informacional. Diante do exposto, os vídeos auxiliares contribuem para aumentar a taxa de retenção — métrica amplamente valorizada pelos algoritmos das plataformas, que influencia diretamente o alcance e a visibilidade do conteúdo.

Imagem 1: Exemplo de conteúdo com vídeo auxiliar



Fonte: Reprodução de @podpah pelo perfil @mente_orgulhosa / Instagram

A imagem acima ilustra uma prática recorrentemente utilizada em ambientes como Reels, YouTube Shorts ou TikTok: a criação de perfis dedicados exclusivamente à replicação de conteúdos de terceiros — neste caso, um recorte do podcast do perfil @podpah¹⁷ pelo

¹⁷ Podpah é um podcast brasileiro, criado em 2020, apresentado por Igor Cavalari e Thiago Marques. Atualmente, conta com quase 9,5 milhões de inscritos no YouTube e quase 9 milhões de seguidores no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/podpah?igsh=MWVjd mh4ZnVkMTZpMA==>. Acesso em: 8 ago. 2025.

perfil @mente_orgulhosa —, com o objetivo de alcançar a viralização e a monetização. Como no exemplo apresentado, a tela é dividida entre o material “copiado” e um material auxiliar, buscando atrair e manter a atenção do público. No entanto, é importante mencionar que tal prática costuma não ser utilizada pelos perfis jornalísticos aqui analisados.

Outro fator que contribui para a continuidade dessa prática de mescla entre o conteúdo principal e elementos visuais secundários é, como mencionado, a ampliação do potencial de engajamento, ao atrair diferentes perfis de interagentes: aqueles interessados na mensagem central e os que acessam o conteúdo em função do apelo estético do vídeo auxiliar. Tais vídeos, geralmente, estão associados à experiências sensoriais agradáveis, como a Resposta Sensorial Autônoma do Meridiano (ASMR) visual (um tipo de estímulo visual que provoca sensações prazerosas e relaxantes em quem assiste¹⁸), promovendo uma recepção mais positiva do material. Assim, conteúdos simples — como uma narração ou uma análise — passam a ser reformulados de maneira a se alinhar às exigências da plataforma e dos interagentes registrados nela, que priorizam estímulo constante, velocidade e interatividade.

No que diz respeito ao *alcance*, um Reels no Instagram pode ser facilmente impulsionado por seus algoritmos, tornando o conteúdo “viral” e, dessa forma, acessível a milhões de interagentes em pouco tempo, de forma semelhante ao poder de disseminação da televisão. Mas de que forma isso acontece? Conforme a própria plataforma¹⁹, sua lógica de funcionamento não se baseia apenas em um único algoritmo. Ao invés disso, o Instagram aposta em um conjunto de sistemas, composto por algoritmos classificadores e aqueles com processos distintos, cada um operando com objetivos específicos.

Desse modo, essa estrutura visa oferecer uma experiência mais personalizada ao interagente, adaptando o conteúdo que é exibido com base em padrões de comportamento e preferências individuais. Assim, a Meta afirma querer otimizar o tempo de permanência das pessoas na plataforma, de forma a tornar seu uso mais relevante e envolvente para cada perfil. Então, cada ambiente alocado no Instagram — seja o Feed, as Stories, o Explorar, o Reels ou o mecanismo de busca — possui algoritmos distintos, conforme o comportamento típico dos interagentes em cada uma dessas sessões.

Enquanto as Stories, por exemplo, são geralmente utilizadas para acompanhar conteúdos de amigos e perfis mais próximos ao internauta, o Explorar e o Reels são voltados à descoberta de novos criadores e ao entretenimento (Instagram, 2023, n.p.). Para refinar

¹⁸ Segundo Yusaira e Bennett (2021), ASMR é caracterizado como uma sensação de formigamento estático no couro cabeludo e na parte posterior da cabeça, vivenciada por algumas pessoas em resposta a estímulos sonoros e visuais específicos.

¹⁹ Disponível em: https://creators.instagram.com/?locale=pt_BR. Acesso em: 03 abr. 2025.

ainda mais essa experiência, a plataforma oferece recursos como “Amigos Próximos”, “Favoritos” e “Seguindo”, permitindo que cada indivíduo exerça um grau de controle mínimo sobre aquilo que visualiza.

Conforme explicado anteriormente, a funcionalidade do Reels no Instagram foi desenvolvida com o objetivo de ampliar a descoberta de novos conteúdos, priorizando materiais com forte apelo ao entretenimento. Para isso, o sistema algorítmico do Reels realiza uma curadoria inicial, selecionando conteúdos com potencial de interesse e, em seguida, os organiza de acordo com critérios de relevância e atratividade individual. Esse processo busca antecipar preferências, ajustando a experiência do internauta com base em seu histórico de interações e padrões de comportamento anteriores. Com o intuito de oferecer conteúdos mais atrativos, o Instagram realiza pesquisas com os interagentes para avaliar a percepção de valor e entretenimento de determinados vídeos. A partir dessas respostas, a plataforma aprimora seus sistemas de recomendação, buscando identificar com maior precisão quais conteúdos tendem a gerar maior engajamento. Entre as principais métricas previstas pelos algoritmos estão a probabilidade de o usuário assistir ao vídeo até o final, compartilhá-lo, curtir-lo ou acessar a página de áudio vinculada ao conteúdo — este último sendo interpretado como um possível indicativo de inspiração para criar um Reels próprio.

Os “sinais” considerados mais relevantes nesse processo de recomendação são hierarquizados conforme seu impacto na interação dos indivíduos com os vídeos. Um dos principais fatores considerados é a atividade do internauta, isto é, suas interações anteriores como curtidas, salvamentos, compartilhamentos e comentários, os quais fornecem indícios do tipo de conteúdo com maior potencial de engajamento. Outro aspecto relevante é o histórico de interação com o criador do conteúdo; mesmo que o vídeo tenha sido publicado por alguém fora da rede direta do interagente, interações passadas podem indicar um grau de interesse. Além disso, o sistema avalia características específicas do vídeo, como trilha sonora, elementos visuais e indicadores de popularidade. Por fim, são levadas em conta informações sobre o perfil do criador, incluindo número de seguidores e taxas de engajamento (Instagram, 2023, n.p).

O próprio Instagram ainda afirma que as mesmas diretrizes²⁰ utilizadas para a recomendação de conteúdo no Explorar também são aplicadas ao ambiente do Reels. Nesse sentido, a plataforma adota critérios específicos para reduzir a visibilidade de determinados vídeos que não atendem a certos padrões técnicos ou estéticos. Entre os fatores que podem impactar negativamente a distribuição de um Reels estão a baixa qualidade da resolução, a

²⁰ Disponíveis em: <https://help.instagram.com/313829416281232>. Acesso em: 03 abr. 2025.

presença de marcas d'água oriundas de outros aplicativos (TikTok, por exemplo), vídeos sem áudio, com bordas excessivas, predominantemente compostos por texto ou que tenham sido republicados repetidamente dentro da própria plataforma (Instagram, 2023, n.p.).

No entanto, é preciso salientar que os algoritmos da plataforma, tais como são, contribuem para a criação de ambientes informacionais homogêneos e, ao mesmo tempo, personalizados, conhecidos como bolhas informacionais, nas quais os indivíduos são constantemente expostos a conteúdos que reafirmam suas próprias preferências prévias, limitando o contato com a diversidade informativa. De acordo com Santaella (2018, p. 17), a personalização dos filtros “apresenta tendências que afetam significativamente o acesso à informação, na medida em que conduzem o usuário a pontos de vista estreitos que impedem a exposição a ideias contrárias aos seus preconceitos”. Assim, a atuação dos algoritmos nas plataformas digitais contribui para o reforço de comportamentos homofílicos — ou seja, a inclinação a buscar conteúdos que confirmem suas crenças e a evitar aqueles que apresentam perspectivas divergentes.

Trata-se de uma predisposição já inerente ao funcionamento psicológico humano, mas que se vê amplificada no ambiente digital, conforme apontam Kaufman e Santaella (2020). Ainda conforme as autoras, a homofilia pode ainda ser considerada uma das principais origens da disseminação de notícias falsas. Essas informações enganosas conseguem assumir diversas formas, que vão desde conteúdos humorísticos, como brincadeiras e *trollagens*, passando por memes cujo intuito é manipular a percepção do público, até distorções parciais da realidade ou mesmo falsidades deliberadas.

Diante de um cenário como este, a responsabilidade profissional de jornalistas se amplia, exigindo não apenas precisão e ética na apuração dos fatos, mas, também, uma atuação estratégica diante das dinâmicas de circulação dos conteúdos em ambientes mediados por plataformas. Desse modo, os jornalistas são convocados a romper com a lógica das bolhas, promovendo a pluralidade de vozes e o diálogo entre perspectivas diversas.

Das características elencadas por Paternostro (2006), ainda resta citar o *envolvimento*: sabe-se que o Reels utiliza de elementos como música, narração dinâmica e interação nos comentários para gerar identificação e engajamento do público. Além disso, a possibilidade de os internautas reagirem, compartilharem e comentarem, aumenta a sensação de participação na narrativa.

Outros recursos oferecidos pelo Instagram para ampliar ainda mais a participação do interagente na rede social e melhorar o engajamento, incluem: a realização de remixes (similares aos duetos do TikTok); a reutilização de áudios (os algoritmos tendem a favorecer

conteúdos vinculados a tendências sonoras); e a aplicação de efeitos, filtros ou modelos, que promovem a criação de uma estética compartilhada.

Uma das possibilidades mais interativas, dentre as citadas no parágrafo anterior, está o remix. Isto porque a ferramenta permite aos interagentes a publicação de vídeos próprios ao lado de conteúdos feitos por outros perfis, estabelecendo uma espécie de diálogo. Essa funcionalidade consegue, portanto, ampliar as fronteiras da narrativa, permitindo que os interagentes comentem e, visualmente, respondam, complementem ou questionem a informação apresentada no vídeo original.

No Instagram, o remix de um Reels pode ser gravado em tela dividida (lado a lado) ou em sequência no próprio recurso “Sequência” (antes, integrado ao remix); pode-se editar, adicionar texto, efeitos ou música (se disponível) ao vídeo original. Quando pronto para a publicação, o novo vídeo manterá vínculo com o original. Nota-se que todos estes aspectos elevam e complexificam o conceito de ciber-cultura-remix²¹ trabalhado por Lemos (2005) ainda no início do século XXI.

Imagem 2: Exemplo de remix



Fonte: Perfil @dicanapanela / Instagram

²¹ Nas palavras de Lemos (2005, p. 3), “a recombinação e a re-mixagem têm dominado a cultura ocidental pelo menos desde a segunda metade do século XX, mas adquirem aspectos planetários nesse começo de século XXI. [...] Mais ainda, a nossa cultura não é uma cultura da simples apropriação ou empréstimo, da produção, do produto ou da audiência, mas uma cultura da participação, e essa participação se dá pelo uso e livre circulação de obras”.

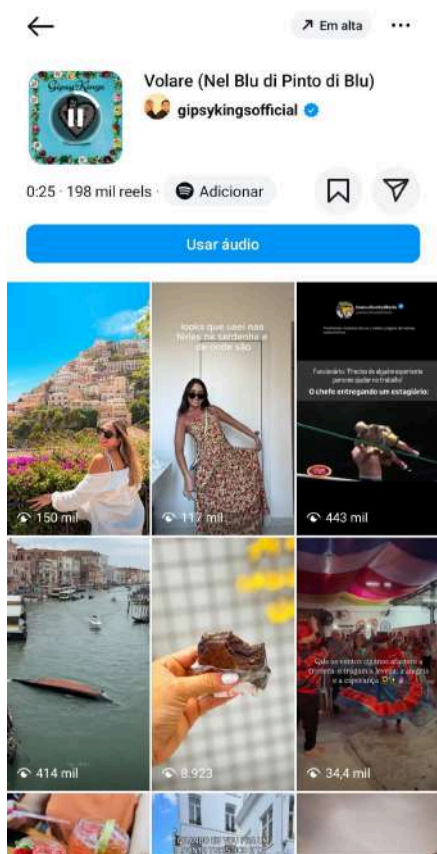
A imagem anterior é um exemplo de remix muito comum feito nas plataformas de redes sociais: o interagente utiliza um vídeo já publicado como ponto de partida para gravar um novo conteúdo, geralmente, inserindo a própria imagem (muitas vezes, com o rosto em evidência), para comentar, criticar, reforçar ou complementar o vídeo original. Dessa maneira, ao gravar a si próprio enquanto reage a um conteúdo de terceiros, o interagente manifesta sua opinião, ao passo que também insere seu corpo e sua expressão no processo de construção do sentido, humanizando ainda mais a interação, e sendo catapultado por um vídeo anterior que já faz sucesso.

Mesmo quando o criador original desativa a função de remixagem, o interagente consegue, ainda, produzir novos vídeos tendo como base o original, seja utilizando o mesmo áudio, filtro ou replicando esteticamente a proposta. Consegue, ainda, gravar conteúdos de terceiros, com a opção de gravação de tela (recurso nativo em muitos *smartphones* ou utilizando *softwares* externos) para, depois, em aplicativos de edição de vídeo, organizar um remix/dueto.

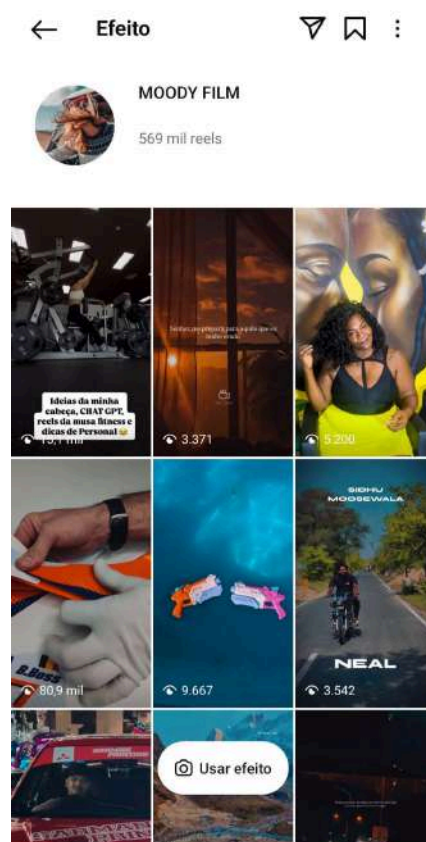
O uso do mesmo áudio, efeito ou filtro dentro do Instagram é uma prática que também promove uma espécie de conexão entre os conteúdos dentro do ambiente dos Reels, visto que a própria plataforma cria pastas para organizar tais produções. Dessa forma, quando o interagente reutiliza um áudio, efeito ou filtro que já acompanha outros vídeos, consegue inserir sua própria produção em um contexto coletivo.

Imagem 3: Vídeos com mesmo áudio agrupados no Instagram

Imagem 4: Vídeos com mesmo efeito agrupados no Instagram



Fonte: Instagram



Fonte: Instagram

No entanto, é importante destacar que, embora o Instagram Reels apresente inúmeras possibilidades comunicacionais úteis por meio de seus recursos — capazes de potencializar o engajamento e a circulação polifônica da informação como mencionado anteriormente —, existem alguns impasses. O uso de ferramentas como o Remix ou os recursos de áudios, efeitos e filtros compartilhados não garantem a construção contínua de uma narrativa coesa e/ou colaborativa. Isto porque muitos interagentes podem se apropriar desses e outros elementos disponíveis para usá-los de forma desconectada, com finalidades alheias ao conteúdo inicial.

Nesse sentido, é comum, por exemplo, que o uso de áudios, efeitos ou modelos populares sirva apenas de estratégia para se atingir maior visibilidade, tendo em vista o impulsionamento individual das produções, sem que, necessariamente, seja estabelecido algum tipo de diálogo com o material de origem. Obtêm-se, com essa prática recorrentemente movida por dinâmicas algorítmicas e pela lógica da viralização, uma pluralidade de apropriações que pode tanto fortalecer a circulação de conteúdos quanto fragmentar os sentidos. Tudo isso, reforça o caráter múltiplo, descentralizado e, por vezes, caótico das redes sociais para os interagentes.

O que se destaca, no ambiente do Instagram Reels, assim como em outros de circulação rápida de conteúdo é que o alcance não está, necessariamente, atrelado à qualidade da informação ou, por exemplo, à relevância jornalística, mas, ao potencial de viralização calculado pelos algoritmos. Conforme já foi mencionado anteriormente, essa lógica acaba por privilegiar conteúdos que apresentam maior capacidade de retenção de audiência — frequentemente, vídeos curtos, carregados de humor, polêmica ou efeitos visuais chamativos e oriundos de perfis com alto número de seguidores e engajamento — em detrimento de produções mais densas ou analíticas.

Assim, conteúdos que estão inseridos nesses ambientes, como o Reels, e focam no aprofundamento da narrativa, podem ser rapidamente suplantados por produções superficiais que fazem uso dos mesmos recursos estéticos, como áudios e/ou filtros populares, apenas como estratégia de visibilidade. Dessa maneira, sabe-se que o jornalismo digital disputa espaço e atenção com uma infinidade de conteúdos efêmeros e de baixa curadoria, cujo engajamento é medido por números (curtidas, compartilhamentos, tempo de visualização etc.). Portanto, o jornalismo que ocupa esse ambiente precisa estar atento às disputas simbólicas e mercadológicas que o atravessam. É vital compreender como as práticas e formatos podem ser usados estrategicamente para manter a credibilidade, estimular o engajamento crítico e, ao mesmo tempo, dialogar com as dinâmicas da cultura participativa das redes.

Por fim, há uma forte característica dos Reels que ainda não foi mencionada aqui: o formato vertical. Rompendo com os paradigmas tradicionais da linguagem audiovisual, o vídeo filmado na vertical é amplamente adotado na era dos *smartphones* e das plataformas digitais. Isto se deve à forma mais comum de uso de um dispositivo móvel (que se dá na vertical), para a maioria das atividades cotidianas: seja a leitura, a navegação, as mensagens ou as próprias redes sociais. Fato é que, com conteúdos sendo produzidos nesse formato, há uma redução da necessidade de o interagente girar o aparelho (facilitando o consumo imediato) e, ainda, gera-se uma experiência imersiva (uma vez que o conteúdo ocupa toda a tela).

As proporções verticais estão rapidamente assumindo os ambientes audiovisuais contemporâneos. O formato tornou-se intrínseco à nossa experiência cotidiana na mídia, precisamente por causa das telas de tablets e smartphones, muitas vezes manipuladas na posição vertical. É a norma para o conteúdo hiperefêmero nativo desses dispositivos, como histórias em mídias sociais, lipdubs do TikTok e mensagens em cadeia do Whatsapp, sendo expressivo do que é atual, passageiro e ao vivo (Menotti, 2019, p. 148).

É preciso salientar que, embora seja uma escolha técnica, a preferência pelo formato vertical no Instagram Reels influencia a estética das narrativas, especialmente, as de cunho jornalístico. Tal formato exige adaptações visuais, que modificam a maneira como as notícias são apresentadas e enquadradas, como também, estruturais, que condicionam a forma como as informações são organizadas no curto tempo e espaço que têm. Santaella (2012, p. 15) afirma que toda imagem detém uma moldura e um campo. A moldura seria, então, as fronteiras que delimitam o “território”, ou seja, o campo ocupado pela imagem:

A fronteira entre a imagem e o mundo é chamada de “moldura”. Existe um conceito literal de moldura, a saber, o segundo objeto acrescentado à imagem em si, a moldura-objeto, que pode ser de madeira, metal ou qualquer outro material capaz de cumprir a função de colocar em destaque e mesmo de proteger as bordas da imagem. Mas existe outro sentido mais abstrato de moldura, que é a moldura-limite. Esta marca o contorno da superfície da imagem, separando-a do que não é imagem e definindo o seu domínio estrito. (Santaella, 2012, p. 15).

Nas imagens verticais, o destaque costuma recair sobre um objeto específico, enquanto, nas horizontais, a ênfase está no ambiente. Conforme Wölfflin (2006), as formas fechadas (associadas ao enquadramento vertical) transmitem uma realidade mais restrita e introspectiva, ao passo que as formas abertas (típicas do enquadramento horizontal) sugerem uma realidade mais ampla e “ilimitada” ainda que contida por uma moldura. Ainda segundo o autor, cada enquadramento orienta o percurso do olhar do espectador: nas imagens horizontais, a leitura visual costuma ocorrer da esquerda para a direita, explorando diferentes pontos da tela; já nas verticais, o movimento é predominantemente de cima para baixo, com eventual retorno no sentido inverso.

Quando giramos a câmera, obrigamos o olhar do espectador a percorrer um caminho inteiramente diverso. Mesmo que os elementos refigurados sejam os mesmos em uma foto vertical e em outra horizontal, a mente estabelece conexões distintas entre as figuras que integram a cena: a narração comunica ações, enquanto a descrição comunica relações. (Puls, 2016, n.p).

Além disso, conforme Costa e Brasil (2016, p. 8), o conteúdo dos vídeos gravados na vertical pode ser semelhante ao dos gravados na horizontal, mas a escolha estética pode gerar interpretações diferentes, “pois o modo como escolhemos ver e reproduzir o mundo pode determinar a maneira como o interpretamos, influenciando diretamente no sentido da leitura e no significado das imagens e narrativas”.

Acredita-se que o formato vertical consegue aproximar o conteúdo jornalístico a uma linguagem mais íntima/pessoal, porque o enquadramento, mais fechado, centrado no rosto do jornalista/apresentador ou em elementos focais da narrativa, pode criar uma sensação de proximidade com o interagente, de forma a simular uma conversa mais individualizada.

Quanto à estrutura, a verticalização dos vídeos exige que as informações visuais sejam reorganizadas: ou seja, títulos, legendas, chamadas e demais elementos gráficos devem ser reposicionados para se ajustarem ao novo espaço.

Imagem 5: Exemplo de narrativa jornalística no Instagram Reels



Fonte: BBC News Brasil / Instagram²²

A imagem acima mostra, por exemplo, a disposição visual que a BBC News Brasil costuma adotar em suas narrativas no Instagram Reels: a localização do nome da repórter, o posicionamento da logo, legendas e demais estruturas gráficas. Tal disposição dialoga com a dinâmica dos conteúdos feitos para as redes sociais, que priorizam a rapidez/fluidez da leitura e o destaque/identificação visual imediata (Assis, 2021).

Quanto à linguagem, os conteúdos são, geralmente, diretos e dinâmicos, adaptados ao consumo rápido, visto que a permanência do interagente é extremamente volátil. No exemplo, é possível perceber, por meio das legendas, que as informações são curtas e diretas, carregadas de tom coloquial. Além disso, o que, do *print*, não dá para ser notado, é que há cortes rápidos, estímulos visuais e sonoros sincronizados na edição. No que diz respeito ao enquadramento, verifica-se que o mesmo se dá em um plano fechado, gerando uma sensação de proximidade.

A atual disseminação em massa de vídeos verticais é uma evidência de uma reconfiguração mais ampla da mídia audiovisual causada por telas digitais, redes de computadores e dispositivos de mídia móvel, e provavelmente

²² Vídeo disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DLDIbbKqlAx/?igsh=bnRxNTZ4ZDIyd2xn>. Acesso em: 18 jun. 2025.

produzirá novos padrões. As imagens horizontais já parecem deslocadas em contextos como atualizações de stories nas mídias sociais. [...] Assim, os vídeos verticais desafiam os padrões formais da mídia audiovisual e expõem seu caráter arbitrário. (Menotti, 2019, p. 149).

O trecho de Menotti (2019) evidencia como o vídeo vertical, antes marginalizado e até considerado “errado” conforme os padrões tradicionais do audiovisual, hoje, dita a forma e a estética dos conteúdos feitos para as redes. Pode, até mesmo, ser considerado um símbolo das mudanças acarretadas pela transformação digital. O que antes era considerado uma falha técnica, agora, é naturalizado e, até mesmo, esperado no contexto das mídias sociais.

Desse modo, o que esta seção mostrou, diante de todo o exposto, foi a adaptação constante do jornalismo e a constante incorporação de novas modalidades comunicativas, adaptadas ao consumo móvel e cada vez mais rápido. Nos parágrafos seguintes, apresenta-se um breve apanhado histórico dos veículos jornalísticos analisados nesta dissertação, com o intuito de contextualizar suas trajetórias e perfis editoriais. Há, também, o esforço de mostrar a maneira como esses veículos se adequam a essas dinâmicas das redes sociais, com foco especial na utilização do Reels como estratégia de produção e circulação de conteúdos noticiosos.

2.2 Veículos locais e a presença no Instagram

Antes de abordar diretamente a história e as características dos veículos jornalísticos que serão analisados nesta pesquisa, faz-se necessário compreender o contexto midiático do Tocantins — um estado que, embora jovem, carrega consigo características singulares em sua organização comunicacional. Para entender o panorama tocantinense, é necessário que se tenha um olhar atento às dinâmicas históricas, políticas e econômicas que moldaram o cenário da comunicação no estado desde a sua formação (Souza; Rocha, 2016).

Para começar, Rocha (2015) aponta que a região é frequentemente reconhecida por enfrentar dificuldades em sua consolidação como um polo produtor de informação e cultura, em parte, devido à ausência de uma identidade própria claramente definida. Diante dessa fragilidade, a autora demandou esforços, com o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor), para mapear e compreender os elementos que compõem a mídia regional, respeitando, também, a diversidade cultural do estado e suas especificidades locais.

Dados de 2007, reunidos pelo grupo de pesquisa, revelaram uma estrutura ainda incipiente da mídia tocantinense: à época, o estado contava com 111 emissoras comerciais (entre rádio e televisão), 67 rádios comunitárias, duas rádios educativas (em Palmas e Araguaína) e apenas uma emissora de televisão educativa – a TVE-TO, localizada na capital.

Em 2014, esse cenário apresentava algum crescimento: foram contabilizadas 45 rádios FM, 20 rádios AM, 85 rádios comunitárias, cinco emissoras de televisão (geradoras) e 165 retransmissoras de TV. Entretanto, os dados sobre jornais impressos eram imprecisos, devido à instabilidade dos títulos, que, frequentemente, surgiam e desapareciam de acordo com os ciclos políticos (Souza; Rocha, 2016). Em 2016, o grupo notou que o segmento on-line era o que mais crescia no estado. Em 2020, os dados apontaram uma mudança no cenário midiático do Tocantins, com a identificação de 74 sites, 4 jornais, 18 emissoras de televisão e 81 rádios. O aspecto mais marcante dessa atualização foi a drástica queda no número de jornais impressos, que passaram de 42 para apenas 4 em todo o estado (Rocha; Sousa; Alves, 2020).

Esse panorama revela um percalço mais profundo, segundo Souza e Rocha (2016, p.12), porque o Tocantins apresenta um “mercado midiático peculiar”, marcado pela concentração dos principais veículos nas mãos de poucos grupos e pela forte dependência financeira em relação ao poder público. Tal estrutura interfere diretamente na produção do conteúdo veiculado, afetando sua independência editorial e pluralidade. Apesar desse cenário, os estudos apontaram que, com o avanço das tecnologias digitais, iniciou-se um processo de reconfiguração no ambiente comunicacional do estado: observou-se um crescimento no número de iniciativas jornalísticas no meio digital, muitas delas motivadas pela valorização da informação de proximidade e pela busca por alternativas mais acessíveis e econômicas à televisão e ao impresso.

Desse modo, pequenos veículos, sem capital para investir em grandes estruturas, passaram a explorar espaços como sites, blogs e redes sociais, aproveitando o custo reduzido de produção e a crescente penetração da internet e das mídias móveis na população tocaninense (Souza; Rocha, 2016). Mesmo diante dessas transformações, contudo, persistem entraves importantes, como a escassez de dados atualizados sobre os veículos em funcionamento no estado. Informações básicas, como endereço, telefone e nome do responsável, muitas vezes, estão ausentes ou desatualizadas, dificultando o acesso a um panorama mais preciso da mídia local. Pontua-se que esses percalços notados pelos pesquisadores também foram percebidos ao serem realizadas as buscas dos veículos explorados nesta dissertação.

Tudo isso demonstra, portanto, conforme Souza e Rocha (2016), certa precarização das estruturas e a baixa preocupação com a transparência e a visibilidade dos próprios meios, mesmo em um contexto de expansão da cultura digital. Além disso, há no Tocantins, uma distribuição desigual dos veículos digitais nas diferentes microrregiões tocaninenses, com carência significativa de iniciativas voltadas à informação hiperlocal. Embora as tecnologias

tenham ampliado o acesso e a produção de conteúdos, ainda são necessários recursos técnicos e financeiros para garantir a sustentabilidade dos projetos e uma cobertura jornalística mais ampla e inclusiva (Rocha; Alves, 2025).

Desse modo, compreende-se que o Tocantins apresenta um cenário ambíguo: de um lado, há avanços e novas possibilidades trazidas pela digitalização; de outro, persistem desafios estruturais, como a dependência do financiamento público, a concentração midiática e a carência de dados transparentes sobre o setor. Refletir sobre essas condições é essencial para que se possa compreender o jornalismo produzido no estado – especialmente, quando ele passa a ocupar novos espaços, como as redes sociais e, mais especificamente, o Instagram Reels.

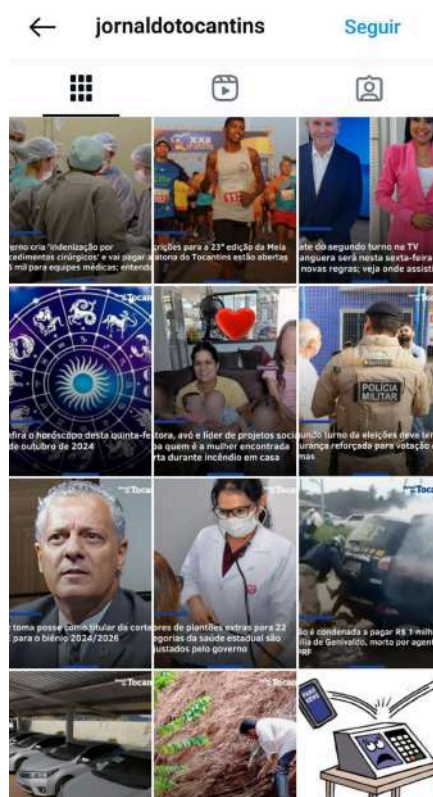
Ante o exposto, passa-se, agora, à apresentação dos veículos trabalhados nesta pesquisa. Fundado em 1979, o Jornal do Tocantins (JTO) é um dos periódicos mais antigos do estado. Nasceu no município de Araguaína como jornal impresso, por iniciativa do jornalista e empresário Jaime Câmara. O principal objetivo do periódico à época era noticiar fatos ocorridos no que era, até então, o norte goiano e funcionava, também, como um instrumento de luta pela criação do estado do Tocantins. A partir da efetiva criação da nova unidade da federação, ocorrida em 5 de outubro de 1988 por meio da promulgação da Constituição Federal, o JTO passou a publicar notícias acerca da instalação, eleição e funcionamento do novo estado.

Em 1998, o JTO circulava com maior dinamismo — de terça-feira à domingo —, contando com uma produção que já era sediada em Palmas, com repórteres em três municípios (Gurupi, Araguaína e Palmas), mas sendo, ainda assim, finalizado e impresso em Goiânia. Somente a partir de 2005, com a inauguração de sua própria sede, todo o processo passou a ser realizado na capital tocaninense. Cinco anos depois, em 2010, o periódico já contava com 29 profissionais que atuavam, diretamente, na redação do veículo. Ademais, o JTO circulava em 65 municípios tocaninenses à época, cobrindo 47% do Tocantins, podendo ser encontrado, também, em estados como Goiás, Maranhão e Distrito Federal.

Ainda em 2010, o veículo lançou seu site na internet, com o objetivo de complementar o que era publicado em suas páginas impressas. Aos poucos, isso foi modificado e o site passou por algumas atualizações. Em 2016, segundo matéria publicada pelo próprio JTO, nos três anos anteriores, o site havia alcançado a marca dos 87 milhões de acessos, fora o público que o periódico acumulava em suas redes sociais. Em 30 de dezembro de 2018, um grande acontecimento marcou a história do periódico tocaninense: sua versão impressa foi descontinuada e o jornal passou a ser veiculado somente na internet.

Portanto, atualmente, o JTO é um periódico de segmento on-line, de periodicidade diária, sediado em Palmas, capital do Tocantins. É importante destacar que seu ingresso no Instagram ocorreu há nove anos e possuía, em 31 de outubro de 2024, 52.700 seguidores²³. Na biografia da rede social, afirma, contundentemente, cumprir a missão de ser o porta-voz do estado. É interessante salientar que o jornal se transformou a partir do impresso e, nitidamente, seu maior enfoque, hoje, na rede social, está na publicação de *cards* acerca das notícias publicadas em seu site e não vídeos em Reels. No entanto, apesar desse baixo número de Reels, sua correspondência com os critérios de seleção dos veículos para esta pesquisa e a importância histórica para o Tocantins fizeram com que se mantivesse os dois Reels coletados no perfil do veículo enquanto *corpus* desta pesquisa.

Imagem 6: O foco do JTO são publicações em formato de Posts



Fonte: Jornal do Tocantins (@jornaldotocantins).

A Gazeta do Cerrado, por sua vez, foi lançada há dez anos, em abril de 2016, pela jornalista Maria José Cotrim e pelo publicitário Marco Aurélio Jacob. É um portal de notícias tocantinense que, à época de sua criação, já havia sido pensado para ter como enfoque o jornalismo digital, com especialização em vídeo reportagens. Tal direcionamento é reflexo da experiência de seu cofundador, Marco Aurélio Jacob com a produção de materiais

²³ Em 06 de fevereiro de 2026, o JTO contava com 64,5 mil seguidores.

audiovisuais e de sua experiência em jornais, especificamente, em conteúdos voltados à produção em telejornalismo.

Atualmente, o periódico possui 20 editorias dedicadas a cobrir acontecimentos do Tocantins, do Brasil e do mundo, diariamente. Desse modo, assim o faz porque o jornal deseja “repercutir os principais fatos que afetam a população e os diversos segmentos que compõem as diversas realidades socioeconômicas” (Gazeta do Cerrado, 2023, n.p). Na logo do periódico, faz-se presente a Siriema, uma ave típica do cerrado, na qual o jornal se espelha. É fato que a Gazeta do Cerrado se registra no Instagram apenas em julho de 2016 e, em 31 de outubro de 2024, seu perfil na rede social já contava com 31.600 seguidores²⁴. Demarca-se, aqui, a quantidade de Reels coletados para o *corpus* desta dissertação, no perfil do jornal no Instagram: 73. Esta elevada quantidade de vídeos curtos coletados na Gazeta do Cerrado reflete, diretamente, as suas características enquanto veículo, cujo enfoque é significativamente maior em materiais audiovisuais.

Imagem 7: A Gazeta do Cerrado é a que mais aposta em Reels



Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

Já o Sou de Palmas é o jornal mais novo dentre os três selecionados nesta pesquisa. Foi fundado em novembro de 2018, pelo jornalista e professor Ramon Macedo, com o

²⁴ Em 06 de fevereiro de 2026, a Gazeta do Cerrado contava com 45,1 mil seguidores.

objetivo de noticiar fatos ocorridos nos municípios tocantinenses, no país e no mundo. Possui, no Instagram, uma conta bem ativa, desde novembro de 2018, quando ingressou na plataforma. Isto porque, segundo o próprio jornal, seu carro-chefe é a distribuição estratégica de informações por meio das redes sociais, principalmente, no WhatsApp. Em 31 de outubro de 2024, registrava, em sua conta do Instagram, 77.700 seguidores – o maior público dentre os três veículos analisados nesta dissertação²⁵. Na biografia de sua conta, afirma ser “a sua fonte de notícias no coração do Tocantins”.

Algo a ser pontuado é que o Sou de Palmas, assim como o JTO, investe mais em posts que Reels no Instagram. Nesse sentido, não se sabe o exato motivo por trás de tal preferência, mas, pode-se supor que esteja relacionada a fatores estratégicos e operacionais. Durante o período analisado, observou-se a publicação de 91 posts e apenas 24 Reels, o que indica uma priorização do formato estático.

Imagem 8: O Sou de Palmas usa Reels, mas aposta mais em Posts



Fonte: Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas).

Finalizada a apresentação dos veículos de comunicação que compõem o *corpus* desta pesquisa, passa-se, agora, à exposição dos procedimentos metodológicos adotados, os quais serão realizados à luz da Semiótica Discursiva, conforme já mencionado. Essa vertente

²⁵ Em 06 de fevereiro de 2026, o Sou de Palmas registrava com 115 mil seguidores.

teórica, vinculada à Escola de Paris, oferece instrumentos analíticos que permitem compreender também os elementos visuais e sonoros (não-verbais) presentes nos Reels e os sentidos produzidos a partir da articulação entre plano de expressão e plano de conteúdo. Com base nesse arcabouço, serão apresentados, a seguir, os protocolos desenvolvidos para a análise dos vídeos selecionados, bem como o detalhamento das categorias estabelecidas para a análise do material jornalístico audiovisual colhido nos três perfis jornalísticos supracitados, no ambiente do Instagram Reels.

3 A SEMIÓTICA DISCURSIVA

Esta pesquisa é norteada pela Semiótica Discursiva, uma abordagem teórico-metodológica multidisciplinar, que compreende a linguagem como um sistema de signos que desempenha um papel fundamental na comunicação humana. Desenvolvida pelo linguista lituano Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores, a semiótica greimasiana, ou semiótica discursiva, como também é conhecida, oferece uma estrutura analítica para desvendar as complexidades do discurso humano. Este capítulo trará, portanto, um breve apanhado histórico da semiótica greimasiana, assim como seu funcionamento e, por fim, detalhará a sua aplicação nesta pesquisa, conforme apontado na Introdução desta dissertação.

Para começar, é preciso pontuar que a base da semiótica discursiva é a linguística estrutural, desenvolvida por Ferdinand de Saussure, o fundador da linguística enquanto ciência. Isto porque, segundo Viana e Nogueira (2021, p. 9), algumas descobertas de Saussure “são muito caras à semiótica discursiva, entre elas a noção de língua, as relações sintagmáticas e paradigmáticas e os conceitos de significante e significado”. É diante disso que Saussure (2006, p. 66) afirma que a língua é “um todo por si e um princípio de classificação”.

Com as obras de Saussure, compreende-se que significante e significado são os formadores do signo — a unidade básica da análise semiótica. Dito de outro modo, o signo é o resultado da união de um conceito (significado) e uma imagem acústica (significante). Conforme Viana e Nogueira (2021, p. 9), “a parte conceitual e sonora juntas adquirem um valor, que as distingue dos outros signos do sistema. O que importa são as diferenças que permitem distinguir um elemento de outro”.

Louis Hjelmslev foi um linguista dinamarquês que, também, exerceu bastante influência na semiótica greimasiana, sendo o responsável por reformular a teoria saussuriana, trazendo consigo, as ideias de plano de expressão e plano de conteúdo sobre o que era, até então, tratado apenas como significante e significado. Conforme explica Mendes (2011), isso ocorre porque Saussure definiu significante e significado de forma substancial e não de maneira formal, como o linguista dinamarquês. Viana e Nogueira (2021, p. 10) dizem que “isso acontece porque a forma, ao recortar o sentido – os quais são as impressões, sensações e percepções dos seres humanos -, dá origem à substância”. Em 1942, Hjelmslev publica sua obra mais importante, “Prolegômenos a uma Teoria da Linguagem”, em que postula que a semiótica é a ciência das formas (ou estruturas), provinda de Saussure, mas que se diferencia em alguns aspectos da proposta saussuriana.

A partir da contribuição desses dois linguistas, em 1966, Greimas lança o livro “Semântica Estrutural”, que traça as bases para o que hoje é conhecida como semiótica discursiva. “Ao perceber que os textos têm uma estruturação própria, o autor passa a procurar descrever e explicar os mecanismos que engendram os sentidos dos textos” (Viana; Nogueira, 2021, p. 10).

Tal proposta trabalha com o conceito de semiose, que é o processo de criação e interpretação de signos, uma atividade intrinsecamente humana, que desempenha um papel central na comunicação e na construção do significado. “[...] Semiose, que é o mesmo que função semiótica; é a operação que, ao instaurar uma relação de pressuposição, recíproca entre a forma da expressão e a do conteúdo produz signos. Qualquer ato de linguagem é, então, uma semiose” (Emerim, 2014, p. 100).

Assim, a semiótica se concentra na análise dos processos que dão origem ao texto, que o molda como uma entidade repleta de significado. Matte e Lara (2009, p. 340) explicam que a semiótica “procura descrever e explicar o que o texto diz e o que ele faz para dizer o que diz, examinando, em primeiro lugar, o seu plano de conteúdo, concebido sob a forma de um percurso global que simula a ‘geração’ de sentido”.

Para Greimas (1975, p. 15), o sentido “não significa apenas o que as palavras querem nos dizer, ele é também uma direção, ou seja, na linguagem dos filósofos, uma intencionalidade e uma finalidade”. Conforme Emerim (2014), é com Greimas que ocorreu o maior desenvolvimento aplicativo da Semiótica Discursiva, que, junto à escola de Paris, ampliou os estudos e as análises de textos de diferentes gêneros e suportes materiais. “O núcleo central da proposição de Greimas é o estudo do discurso com base na ideia de que uma estrutura narrativa se manifesta em qualquer tipo de texto” (Emerim, 2014, p. 101).

Mendes (2011, p. 173) está em consonância com Emerim (2014) e afirma que Greimas, ao se basear na teoria da linguagem, como também, em outras fontes, conseguiu construir uma disciplina “extremamente coesa e complexa, capaz de examinar a construção do sentido de quaisquer textos, sejam verbais, não-verbais ou sincréticos”. Nota-se que é a partir do início da década de 1970, época em que maiores avanços foram realizados a nível narrativo, é que a Semiótica Discursiva ganha mais espaço.

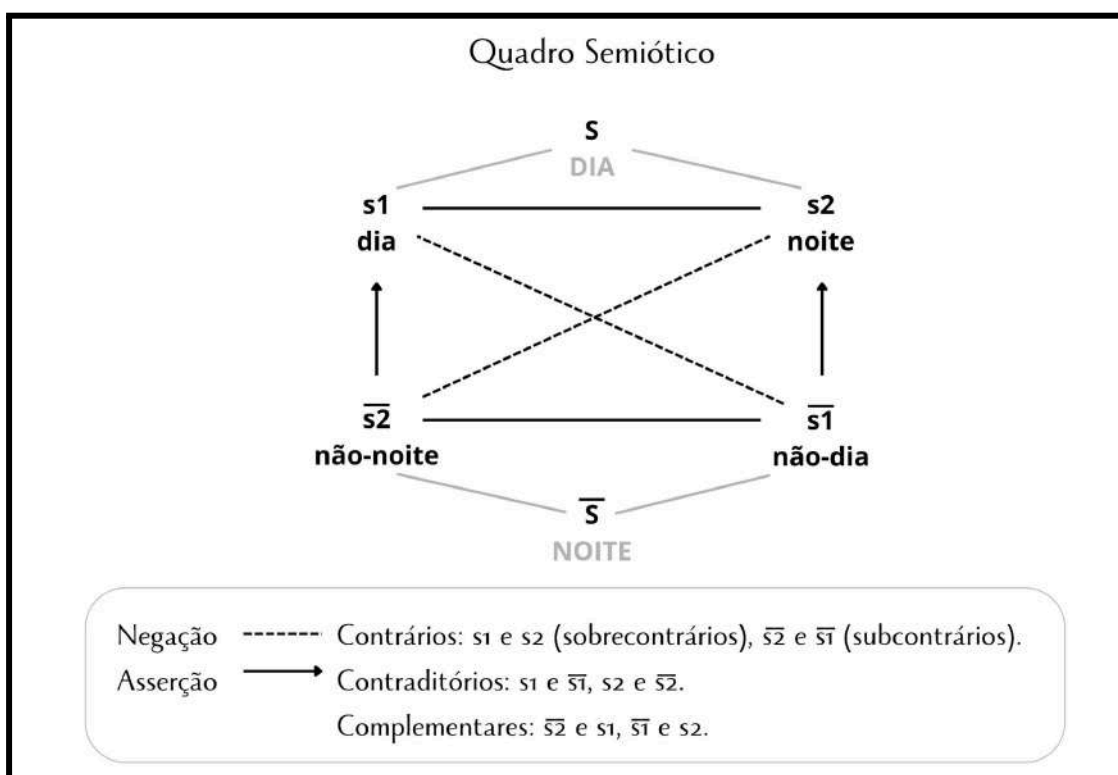
[...] No entanto, ao invés de ser uma armadura na qual devemos “enfiar” os heróis de nossas histórias, a narrativa funciona como uma espinha dorsal que equilibra valores e discurso. Diferentemente de engessar uma análise, a narrativa tem o poder de explicitar relações lógicas que o discurso manipula a fim de produzir efeitos de sentido. Em outras palavras: se a semiótica oferece modelos (enunciativos, narrativos, figurativos e passionais) para a análise, esses modelos não são dados de uma vez por todas, mas convocados

ou revogados pelo exercício concreto do discurso (Matte; Lara, 2009, p. 341).

Para Greimas, a significação é o conceito-chave da teoria, por isso “[...] postula uma proposta de que a semiótica não seja a teoria dos signos, mas, sim, da significação e desenvolve o que define como Percurso Gerativo do Sentido que tem como objetivo explicar a geração de discursos de qualquer sistema semiótico” (Emerim, 2014, p. 102).

Nesta metodologia, o texto é compreendido sob a forma de um percurso gerativo de sentido, que abrange o que há de mais simples ao mais abstrato, em níveis de análise, sendo eles: o nível do conteúdo (semântico), o nível da expressão (sintático) e o nível do discurso (pragmático). “Cada parte tem uma gramática autônoma, embora o sentido dependa da relação entre os níveis. É através dessa proposta metodológica que a semiótica distinguirá texto e discurso. O discurso seria a última etapa do percurso” (Viana; Nogueira, 2021, p. 12).

Imagem 9: *Quadrado Semiótico.*



Fonte: Imagem elaborada pela autora deste trabalho (2026), baseada em Viana e Nogueira (2021).

O modelo teórico da estrutura elementar da significação ou, como é mais conhecido, o quadrado semiótico, é uma lógica operacional, no qual são encontrados sentidos/valores opostos, tais como, por exemplo, o dia e a noite; a vida e a morte; o amor e o ódio. É o quadrado semiótico o elemento central do paradigma semiótico greimasiano e, provavelmente, o maior responsável pela disseminação e alcance da teoria de Greimas. “De

fato, desde a sua elaboração nos anos 1960, o quadrado semiótico, como ferramenta para a abordagem e análise textual, é amplamente empregado pela potente reprodutibilidade de análise que o garante enquanto método científico de pesquisa” (Domaneschi, 2017, p. 52).

É dessa forma, portanto, que toda escrita — por problematizar, além de descrever —, traz um ponto em oposição ao outro. Na imagem acima, é possível observar que há uma relação de oposição binária entre dois termos, em que s_1 e s_2 são termos *contrários*. Além disso, s_1 e s_2 se formam por meio de uma operação de *negação*. Por fim, tem-se um par de termos *contraditórios*, sendo \bar{s}_1 vs. s_1 e s_2 vs. \bar{s}_2 .

Conforme aponta Domaneschi (2017, p. 52), o quadrado semiótico supera o binarismo, na medida em que consegue comportar, ainda, termos de terceira geração, sendo eles: o complexo (S) e o neutro (S), “que obedecem à lógica das oposições participativas, onde termos extensivos (mais vagos) e intensivos (mais precisos), de acordo com definição de Hjelmslev (1978), se relacionam”.

Diante do exposto, Fiorin (1995) concorda que a semiótica é uma teoria geral, em que o plano de conteúdo pode ser analisado de forma separada do plano de expressão. Ou seja, primeiramente, analisa-se, portanto, o conteúdo, independente da manifestação, e, em seguida, concentra-se na expressão e sua relação com o significado — do mesmo modo em que se organizará a análise desta pesquisa.

Assim, é fato que a semiótica discursiva lida, prioritariamente, com o conteúdo; “seu próprio método atesta, através de sua metalinguagem, que se trata do plano do conteúdo. Por isso, a teoria se chama semiótica discursiva, não textual” (Viana; Nogueira, 2021, p. 12). No entanto, como a metodologia não abandona o plano da expressão, consegue manter o texto como um objeto de estudo, equiparando-o ao discurso.

O interessante é que por não haver expressão sem conteúdo e vice-versa, como já postulava Hjelmslev, é que as teorias do discurso tratam também do texto. Por isso, muitas vezes vemos discurso e texto tornados sinônimos em alguns artigos ou textos acadêmicos. Assim, a teoria se chama discursiva, mas não poderíamos negá-la do título de semiótica textual (Viana; Nogueira, 2021, p. 12).

Desde a sua formulação inicial, a Teoria da Semiótica Discursiva passou por diversas evoluções e desenvolvimentos. De acordo com Bertrand (2003, p. 31), uma das principais críticas feitas à abordagem semiótica do texto se referia à “ausência da enunciação”. Desse modo, os críticos citam a presença de certo formalismo, que levaria os fenômenos estudados a entrarem num “sistema fechado de relações”, quebrando, assim, a liga presente entre o discurso e o sujeito.

Ora, se, num primeiro momento, os semioticistas, na maioria de seus trabalhos, assumiram uma boa distância do sujeito da enunciação, pressupondo-o pela própria manifestação do discurso, mas mantendo-o cuidadosamente dentro dos limites de pertinência que a teoria fixou ao privilegiar o texto-enunciado, tal situação alterou-se, na medida em que a semiótica foi, progressivamente, integrando, em seu quadro, as contribuições da linguística da enunciação (Matte; Lara, 2009, p. 343).

A partir disso, a ideia de discurso como interação entre sujeitos (enunciador e enunciatário) foi, pouco a pouco “[...] se aproximando da realidade da linguagem em ato, procurando apreender o sentido em sua dimensão contínua e estreitando cada vez mais o estatuto e a identidade de seu sujeito [...]” (Bertrand, 2003, p. 18).

A enunciação é entendida, então, como um “ato mediador entre o sistema social da língua e sua discursivização particular” (Saraiva, 2012, p. 65). Em outras palavras, para tratar do texto (processo), é preciso que se considere o enunciador que transformou a língua (sistema) em texto. Conforme explicam Viana e Nogueira (2021), o enunciador é capaz de mostrar, em seu texto, as marcas sócio-históricas envolvidas.

Ante todo o exposto, acredita-se que a Semiótica Greimasiana consegue fornecer as ferramentas necessárias à investigação do *corpus* desta pesquisa, uma vez que permite a examinação aprofundada dos elementos semióticos presentes nas postagens, imagens e conteúdos audiovisuais compartilhados nas redes sociais, assim como a interpretação do discurso subjacente e sua influência nas interações on-line. Tendo em vista tais aspectos, segue-se, no tópico seguinte, para uma breve apresentação do *corpus* desta investigação, bem como dos procedimentos metodológicos adotados aqui a partir de tal metodologia.

3.1 O *corpus* da pesquisa

Para a definição dos veículos selecionados para esta dissertação, realizou-se uma busca²⁶ no Atlas da Notícia²⁷, utilizando alguns filtros de pesquisa: o status do veículo (ativo), o jornalismo trabalhado a nível local, a cidade (Palmas), o segmento (on-line) e a periodicidade (diária/contínua). Então, corresponderam a estes critérios 23 resultados. Deste recorte, atentou-se à presença desses jornais no Instagram: 18 veículos se faziam presentes na rede social, enquanto outros cinco não foram encontrados.

²⁶ Busca realizada em 22 de novembro de 2024.

²⁷ O Atlas da Notícia é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), mantenedor do Observatório da Imprensa, em parceria com a agência de dados Volt Data Lab. Tem por objetivo mapear os veículos produtores de notícias – especialmente de jornalismo local – no território brasileiro. Por isso, identifica e mapeia todos os veículos possíveis que publicam, com alguma regularidade, notícias de interesse local – sejam impressos, digitais, rádios ou canais de televisão. Disponível em: <https://atlas.jor.br/institucional/sobre-o-atlas-da-noticia/#:~:text=O%20Atlas%20da%20Not%C3%ADcia%20C3%A9,coordenados%20por%20nossos%20pesquisadores%20regionais>. Acesso em: 03 dez. 2024.

Diante disso, levou-se em consideração o número de seguidores nestes 18 perfis, sendo selecionados apenas aqueles que detinham mais de 30 mil seguidores: Agência Tocantins, Gazeta do Cerrado, Jornal do Tocantins, Notícias Tocantins e Sou de Palmas. Destaca-se que todos os cinco publicam diariamente em seus perfis no Instagram. No entanto, para esta pesquisa, mais um recorte foi feito: excluiu-se a Agência Tocantins (por se tratar de uma agência de notícias) e o Notícias Tocantins (que se apropria de algumas técnicas do jornalismo, mas reproduz conteúdos de terceiros, mais voltados ao entretenimento). Levando tudo isso em consideração, os veículos selecionados para esta dissertação foram: a Gazeta do Cerrado, o Jornal do Tocantins e o Sou de Palmas.

A seleção do *corpus* desta pesquisa se deu de 1º a 31 de outubro de 2024, um mês jornalisticamente movimentado, com algumas datas comemorativas e a realização de dois turnos das eleições municipais. Ao todo, registrou-se um total de 99 Reels, sendo 73 da Gazeta do Cerrado, 2 do Jornal do Tocantins e 24 do Sou de Palmas. O motivo por trás da realização da coleta durante o mesmo período ocorreu em razão da multiplicação das possibilidades de os três portais abordarem os mesmos fatos, sob diferentes perspectivas, o que beneficia a análise, como também, as comparações entre os perfis.

A partir deste recorte, formou-se um *corpus* para a pesquisa que pudesse ser suficientemente estudado, de forma a culminar em uma análise comparativa entre os três veículos que respondesse, ao final: o que há de permanência e de inovação no Jornalismo, mais especificamente nesse jornalismo audiovisual, a partir do que tem sido produzido por tais perfis? Para responder esta pergunta-problema norteadora desta pesquisa, foram desenvolvidas tabelas categóricas, a partir das sistematizações detalhadas neste capítulo, para a realização da avaliação dos Reels coletados, que serão apresentadas a seguir.

3.2 Os procedimentos metodológicos

Por reconhecer a importância do contexto cultural e social na interpretação dos signos, a semiótica discursiva ajudou na identificação e contextualização da cultura presente no Instagram Reels desses veículos, levando em consideração as normas, os valores e as práticas instituídas e utilizadas pelos interagentes na rede. Signos e símbolos presentes nos vídeos postados no Instagram Reels pelos veículos selecionados — Gazeta do Cerrado, Jornal do Tocantins e Sou de Palmas —, foram identificados e analisados, sejam eles verbais ou não-verbais.

Com a Semiótica Discursiva em mãos, é possível identificar, nas narrativas jornalísticas, os argumentos, estilos retóricos e as estratégias persuasivas empregadas na

transmissão das mensagens, considerando o papel desempenhado pelos signos na construção do significado e os impactos de seus usos. É possível rastrear, ainda, as conexões intertextuais presentes nos conteúdos publicados pelos três veículos no ambiente dos Reels, já que as redes sociais são intertextuais por natureza, com referências frequentes a outros conteúdos, culturas e eventos, que geram novos textos, modificam e/ou ampliam sentidos.

Ademais, acredita-se que a semiótica discursiva consegue fornecer instrumental necessário para a avaliação da eficácia das estratégias de comunicação empregadas em campanhas de mídia social, por exemplo, porque permite a investigação da forma como os signos e símbolos são utilizados e colocados para alcançar objetivos específicos, como engajamento, conscientização ou influência. No entanto, ressalta-se que esta pesquisa não se envereda por esse sentido, que estaria muito mais atrelado à uma pesquisa de recepção.

É importante mencionar, também, que outros pesquisadores já utilizaram a mesma metodologia aqui acionada como método de análise para contextos parecidos. A tese da pesquisadora e professora Ingrid Pereira de Assis — orientadora desta dissertação —, intitulada “Notícias autodestrutivas: conteúdo jornalístico em Stories do Instagram e no Snapchat”, defendida no Programa de Pós-graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é um exemplo. Na tese, Assis (2020) analisa conteúdos jornalísticos postados nos perfis do Uol, do G1, do Público.pt e da CNN, nas Stories do Instagram e no Snapchat, a partir da Semiótica Discursiva, conceituando-os como notícias autodestrutivas. Essa metodologia orientou a sistematização construída pela pesquisadora, a partir das características intrínsecas ao objeto que compunham seu *corpus* e das contribuições teóricas de autores como Lage (2000 e 2012) e Paul (2007).

Para realizar sua análise, ela observou e coletou os textos-postagens publicados no Snapchat e no Instagram Stories pelos veículos acima citados. Acionando a Semiótica Discursiva de forma interdisciplinar, fragmentou a análise entre os diferentes planos — de expressão e de conteúdo. Com isto, notou as similaridades e as diferenças entre os posts coletados; adicionou categorias de análise à categorização proposta por Paul (2007), especialmente à parte visual (separando em gráfico-visual e audiovisual); e formulou o principal conceito de seu trabalho: as notícias autodestrutivas.

Em sua investigação, a pesquisadora organizou uma tabela com todas as categorias que elencou para analisar o plano de expressão das postagens coletadas, a partir de referenciais da área do Jornalismo. Dividindo a análise em dois momentos, ela focou, primeiramente, na relação humano-interface-informação; depois, partiu para a sistematização de Paul (2007), a fim de explicar o modo como essa relação se manifesta, considerando os

cinco elementos básicos da narrativa digital (mídia, ação, relacionamento, contexto e comunicação), uma vez que eles estavam presentes no *corpus* de sua pesquisa e serviram como ponto de partida para que ela verificasse o modo como as notícias autodestrutivas se constituíam. Por fim, a pesquisadora descreveu a modelagem para as respectivas plataformas dos conteúdos jornalísticos selecionados, ao considerar os elementos de informação gráfico-visuais presentes e do telejornalismo/jornalismo audiovisual.

Sabe-se que a Semiótica Greimasiana é uma metodologia multidisciplinar, que possibilita a criação de modelos analíticos baseados em diversos referenciais básicos, como por exemplo, do ciberjornalismo e do telejornalismo. Tendo isso em vista, é necessário mencionar que a proposta metodológica adotada neste estudo é consonante com a proposta desenvolvida por Assis (2021), a partir deste referencial semiótico, em que há o entendimento de que alguns conteúdos postados no Reels são um tipo de jornalismo feito para telas (Emerim; Finger; Cavenaghi, 2015 e Cardoso, 2013), que pode apresentar elementos similares ao telejornalismo tradicional, como sonoras e passagem, aliados a elementos que, originalmente, pertencem ao ciberespaço — como os links, interação via comentários, reposts etc. — e é por isso que a metodologia aqui escolhida aparece intercalada com categorias provindas do telejornalismo e das narrativas digitais (Paul, 2007).

Desse modo, tendo em vista a abrangência da tabela desenvolvida na tese supracitada, ressalta-se que ela, também, será acionada nesta dissertação, sob algumas modificações, com o objetivo de adaptá-la ao *corpus* específico desta pesquisa e de atualizar alguns conceitos basilares da proposta que a antecede.

Sendo assim, para esta dissertação, adotou-se a sistematização abaixo, que será gradualmente explicada, sobretudo suas adições, ao longo deste capítulo:

Quadro 1: Dimensões de análise do plano de expressão.

DIMENSÕES	SUBDIMENSÕES	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS
	CONTEXTO (O conteúdo adicional proporcionado)	Extrapola a narrativa/ Hipermidiático	Crossmídia
			Transmídia
			Links paralelos
			Links embutidos
			Links internos
			Links externos
			Duplicativo
			Suplementar
			Link contextual
			Link relacionado
			Link recomendado
		Misto	
	Não extrapola a narrativa/Autoexplicativo		
	MÍDIA	Mídia individual	

TÉCNICA (Voltado a compreender o modo como o conteúdo trabalha a interação humano-interface-informação)	(Modo de expressão usado para criação da narrativa)	Mídia múltipla	
		Multimídia	
	TIPO DE MÍDIA (Especificação da mídia utilizada pela narrativa digital)	Foto	
		Fotomontagem	
		Vídeo	
		Vídeomontagem	
		Animação	
		Texto	
		Infografia	
		Ilustração	
		Emoji	
		<i>Sticker animado</i>	
		<i>Sticker interativo</i>	
		<i>Sticker estático</i>	
	FLUXO (Modo de transmissão da narrativa)	Gravado	
		Sincrônico	
		Editado	
		Não editado	
	AÇÃO (Movimento do conteúdo quanto à atividade realizada pelo interagente para acessá-lo)	Dinâmico	Passivo
			Ativo
			Misto
		Estático	
	RELACIONAMENTO (Experiência do usuário com o conteúdo)	Aberto	Linear
			Não linear
			Customizável
			Padrão
			Calculável
			Não calculável
			Manipulável
			Fixo
			Expansível
			Limitada
	Fechado		
TIPO (Formato técnico do conteúdo)	Reels		
CONFIGURAÇÃO (Como a comunicação realizada se configura a partir dos seus participantes)	Um-a-um		
	Um-para-vários		
	Vários-para-um		
	Muitos-para-muitos		
DIRECIONAMENTO	Gravada		
	Ao vivo		
MODERAÇÃO	Moderado		
	Não moderado		
OBJETIVOS (A que fim se destinada a comunicação)	Troca de informações		
	Registro		
	Comércio		
RECURSOS (Se são utilizados softwares ou aplicativos de forma casada para a criação das postagens)	Nativos		
	Externos		
	GRÁFICO VISUAL (Prioriza elementos gráficos)	Tipografia	Com serifa
			Sem serifa

VISUAL (Foca no design da informação)			Manuscrita	
			Decorativa	
		Cor		
		Imagem Estática		
		Layout	Disposição dos elementos nas zonas de visualização	
	AUDIOVISUAL (Prioriza a criação a partir de vídeos)	Tipografia		Com serifa
				Sem serifa
				Manuscrita
				Decorativa
		Cor		P&B
				Colorido
		Imagem Dinâmica		Enquadramento <ul style="list-style-type: none"> ● Plano Aberto ● Plano Médio ● Plano Fechado ou primeiro Plano ● Plano Americano ● Plano Detalhe ● Plongée ● Contra-plongée ● Primeiríssimo plano ● Zoom-in / zoom-out
				Função na narrativa <ul style="list-style-type: none"> ● Passagem ● Imagem coberta com off ● Imagem com sobe som ● Sonora
				Quente
				Fria
	Cenário <ul style="list-style-type: none"> ● Estúdio ● Externa 			
Layout		Disposição dos elementos nas zonas de visualização		

Fonte: Categorias elaboradas por Paul (2007), mescladas às categorias desenvolvidas por Assis (2020; 2021) e pela autora deste trabalho (2026).

Diante da tabela acima, acredita-se que o plano de expressão do *corpus* desta dissertação poderá ser satisfatoriamente analisado, a partir dos elementos elencados. Segue-se, então, para o detalhamento de tais categorias.

A mídia, por exemplo, diz respeito ao suporte expressivo utilizado na construção da narrativa. No ambiente digital, a notícia pode ser elaborada por meio de diferentes recursos como fotografias, vídeos, ilustrações, textos, entre outros. Segundo Paul (2007), quatro

aspectos devem ser considerados aqui: configuração, tipo, ritmo e edição. A configuração se refere às formas de combinação entre diferentes mídias na construção da narrativa e pode assumir três formatos distintos:

- a) Conteúdo de mídia individual, quando a narrativa utiliza apenas um tipo de mídia;
- b) Conteúdo de mídia múltipla, quando diferentes mídias estão presentes, mas são exibidas de maneira isolada, sem articulação entre si dentro da narrativa;
- c) Conteúdo de multimídia, em que múltiplas mídias são integradas e apresentadas de forma articulada, compondo uma narrativa coesa.

Já o tipo de mídia diz respeito à natureza específica da mídia empregada na construção da narrativa digital. Entre os formatos mais recorrentes, na atualidade estão: textos, elementos gráficos estáticos, animações, ilustrações animadas, fotografias convencionais, imagens tridimensionais, fotos panorâmicas, transmissões via webcam, vídeos tradicionais, vídeos com tecnologia 3D, vídeos em 360 graus, entre outros, que oferecem grande potencial de imersão ao interagente. Frisa-se que alguns destes vão além dos inicialmente elencados por Paul (2007), visto, inclusive, o ano da publicação da autora.

O fluxo está relacionado à forma como a narrativa é transmitida ao público: se é apresentada de maneira síncrona, ou seja, ao vivo, ou se consiste em um conteúdo previamente gravado. É importante observar que esse aspecto impacta diretamente a estrutura do material, uma vez que transmissões em tempo real tendem a ser exibidas integralmente, sem cortes ou interferências. Os conteúdos gravados, por outro lado, passam por processos de edição, nos quais os criadores selecionam, condensam e reorganizam as informações de acordo com os objetivos específicos da narrativa.

Quanto à ação, Paul (2007) destaca que esse elemento envolve dois aspectos principais: o movimento do próprio conteúdo e a participação do interagente na ativação desse conteúdo. Portanto, quando a narrativa apresenta deslocamentos visuais ou sonoros por conta própria, ela é classificada como dinâmica, caso não haja movimento, é considerada estática. Por outro lado, se o interagente precisa executar alguma ação, como clicar, arrastar ou tocar na tela, para ativar ou modificar o conteúdo, essa relação é tida como ativa. Caso o conteúdo se desenvolva sem qualquer interferência do interagente, trata-se de uma interação passiva.

No ambiente do Instagram Reels, os vídeos são reproduzidos automaticamente e o interagente tem a possibilidade de movimentar o conteúdo manualmente na vertical para que se iniciem outros conteúdos. Mesmo que não haja nenhuma interação por parte do interagente em um determinado vídeo, ele continuará sendo reproduzido e, após algumas reproduções,

começa a se movimentar de baixo para cima, como numa instrução implícita ao interagente do que é necessário ser feito para que se veja outros Reels, ou seja, arrastar para cima.

Quando os Reels aparecem no Feed, também são iniciados automaticamente, mas por tempo limitado e, logo são exibidas algumas opções ao interagente: “continuar assistindo”, “assistir novamente” ou “ver mais Reels”. Diante de tais características, adianta-se que os conteúdos que compõem o *corpus* desta pesquisa serão classificados como mistos, já que são dinâmicos (pela movimentação visual e sonora), passivos (porque não exigem, necessariamente, uma ação para serem consumidos, já que iniciam sozinhos), mas também ativos (uma vez que o interagente precisa tocar na tela para executar alguns comandos).

A forma como o interagente interage com o conteúdo impacta diretamente no terceiro elemento proposto por Paul (2007): o relacionamento. Esse aspecto está ligado ao grau de versatilidade da experiência proporcionada ao interagente. A autora destaca que o conteúdo pode ser classificado como aberto ou fechado, a depender das possibilidades de ação concedidas ao interagente. Se a interação for restrita apenas ao consumo passivo da narrativa (assistir, ler ou ouvir), o conteúdo é considerado fechado. Por outro lado, quando há espaço para escolhas e intervenções, o conteúdo é aberto e pode apresentar diferentes características:

- a) Se a narrativa permite que o interagente defina a ordem de fruição, ela é considerada não linear; caso contrário, linear;
- b) Se adapta aos interesses ou preferências do interagente é customizável; se não, padrão;
- c) Se solicitar uma resposta do interagente, caso essa seja registrada, trata-se de uma narrativa calculável; se não houver registro, é não calculável;
- d) Se o interagente pode alterar ou movimentar elementos do conteúdo, ele é manipulável; caso contrário, fixo;
- e) Por fim, se possível for ao interagente acrescentar novas informações ou componentes à narrativa, ela é expansível; se não houver essa possibilidade, é considerada limitada.

O penúltimo elemento analisado por Paul (2007) é o contexto, entendido como tudo aquilo que envolve e dá sentido a uma informação, ou seja, os elementos adicionais que contribuem para a construção e compreensão mais ampla da narrativa. Em ambientes digitais, esse aspecto se manifesta, por exemplo, através de links, que funcionam como pontos de conexão com outros conteúdos relacionados, permitindo que o interagente siga diferentes caminhos dentro de uma estrutura informativa mais ampla.

É necessário pontuar que Paul (2007) propõe cinco formas de classificar o contexto de uma narrativa digital:

- a) Quando a narrativa inclui materiais complementares por meio de links, ela é considerada como hipermidiática (podendo assumir configurações crossmídia ou transmídia). Caso não remeta a outras fontes, é considerada como autoexplicativa;
- b) Se os links estão integrados ao corpo da narrativa, são chamados de embutidos; se aparecem de forma separada ou lateral, são paralelos;
- c) Os links que direcionam para conteúdos produzidos pelo próprio veículo ou perfil são internos, enquanto que os que remetem à fontes externas são denominados externos. Uma narrativa pode combinar os dois tipos;
- d) Se o link conduz a algum material com conteúdo novo ou diferente, trata-se de um link suplementar; se direciona a informações já abordadas na narrativa principal, é duplicativo. Também é possível a presença de ambos;
- e) Quando o conteúdo vinculado aprofunda ou explica diretamente um ponto da narrativa, ele é contextual. Se apenas guarda semelhança temática, é um link relacionado. Já os recomendados são aqueles sugeridos com base nos interesses do interagente, geralmente gerados por algoritmos que rastreiam sua navegação.

No entanto, ao transpor essa categorização para a realidade do Instagram Reels, algumas limitações precisam ser consideradas. Para começar, é preciso mencionar que os Reels não permitem a inserção de links clicáveis diretamente no vídeo. Ou seja, mesmo que URLs sejam mencionadas na imagem/vídeo ou por meio da narração, elas não funcionam como links ativos. Outro ponto igualmente relevante a ser apontado é que o espaço da legenda do Reels é o único lugar possível para se incluir algum tipo de link. No entanto, ressalta-se que links de sites ali inseridos não são capazes de ficarem ativos, ou seja, o interagente não consegue clicar para ser direcionado automaticamente.

Pontua-se, portanto, que apenas *hashtags* (demarcadas com #) e menções a outros perfis (demarcadas com @) funcionam como formas indiretas de navegação contextual. Entretanto, quando se clica em uma *hashtag*, o interagente não é levado a uma narrativa complementar ou estruturada, mas a um conjunto de postagens públicas que utilizaram o mesmo marcador. “As *hashtags*, então, servem para agrupar, organizar e mapear um determinado assunto” (Santos, Unger, 2017, p. 5), sem, entretanto, uma curadoria específica, de forma que agrupa conteúdos de múltiplos perfis e não apenas do veículo jornalístico em questão.

Para os veículos jornalísticos, conforme Assis (2021), as *hashtags* representam uma estratégia de inserção em debates previamente estabelecidos pelos interagentes em determinada rede e funcionam como pontos de entrada em conversas já em curso. Além disso,

podem ser criações do próprio veículo, com o objetivo de organizar e agregar postagens relacionadas à uma pauta específica, reforçando a identidade editorial e promovendo engajamento em torno de um tema.

Contudo, a autora afirma que é importante destacar que as *hashtags*, por sua natureza de hiperlink, escapam ao controle total do veículo. Por abrigar uma ampla coleção de conteúdos que utilizaram um mesmo marcador, pode haver um deslocamento do interagente para fora do conteúdo jornalístico original, o que o leva a postagens de outros perfis, com abordagens, tons e propósitos variados. Desse modo, a potência hipertextual das *hashtags*, embora útil para o alcance e engajamento, também implica riscos de dispersão de audiência.

Ante o exposto, a noção de contexto, tal como proposta por Paul (2007), precisa ser relativizada ao se analisar produtos audiovisuais publicados no formato de Reels. O ambiente do Instagram, por suas próprias limitações estruturais, restringe a construção de uma narrativa hipermidiática mais robusta, como aquela pensada originalmente para websites jornalísticos e na qual a proposta de Paul (2007) foi originalmente baseada. Ainda assim, a adoção de menções, *hashtags* e estratégias visuais pode sinalizar tentativas de gerar conexões, mesmo que de forma menos estruturada e mais dispersa.

Por fim, o último elemento listado por Paul (2007) para a análise de narrativas digitais é a comunicação, que pode ser examinada a partir de cinco aspectos: configuração, tipo, direcionamento, moderação e objetivo. A configuração pode ser de um-para-um, um-para-vários, vários-para-um e vários-para-vários. Já o tipo de comunicação envolve o formato adotado, como bate-papo, comentários em fóruns, mensagens diretas, entre outros. O direcionamento diferencia conteúdos gravados de transmissões ao vivo, enquanto a moderação trata da existência (ou não) de controle prévio sobre as mensagens geradas pelos interagentes. Já os objetivos podem estar relacionados à troca de informações, ao registro ou a fins comerciais.

No caso desta pesquisa, adota-se enquanto tipo o Reels. Ademais, considerando que os perfis jornalísticos do Instagram são, geralmente, administrados por diferentes profissionais — em razão da estrutura organizacional das redações e da divisão de turnos entre jornalistas e estagiários —, compreende-se que a configuração comunicacional se aproxime do modelo vários-para-vários. Isso porque há uma grande quantidade de pessoas envolvidas no processo de produção da notícia e, uma vez publicada, ela se torna acessível a um público amplo e igualmente diversificado. Além disso, por mais que o direcionamento seja predominantemente assíncrono (gravado), ainda há margem para transmissões ao vivo que, quando salvas, passam a integrar o formato Reels.

Para a análise do *corpus*, além da sistematização apresentada, será preciso identificar outras categorias pertinentes às especificidades do Reels. A primeira categoria observada se refere aos recursos utilizados na produção, ou seja, busca-se identificar se os vídeos analisados foram criados exclusivamente com as ferramentas nativas da própria plataforma ou se incorporam, também, recursos de aplicativos e/ou softwares externos. Há, em muitos casos, a combinação desses dois recursos. A distinção é relevante, visto que se ambiciona analisar o design das notícias produzidas em Reels.

A segunda categoria de análise está relacionada à visualidade das postagens. Com base nessa perspectiva, é possível classificar os conteúdos em dois grandes grupos: audiovisuais, quando a construção da notícia ocorre principalmente por meio de vídeos, combinando imagem e som de forma dinâmica; e gráfico-visuais, quando predominam elementos visuais estáticos ou gráficos, como tipografias, fotografias, infografias, ilustrações, emojis, *stickers*, e outros recursos visuais que organizam e transmitem a informação. Essa distinção permite observar diferentes estratégias de comunicação visual e editorial utilizadas pelos perfis jornalísticos no Reels.

Dessa forma, a análise da representação não-verbal dos Reels coletados será conduzida a partir de quatro categorias: tipografia, cor, imagem (dinâmica ou estática) e layout. Esses elementos visuais constituem a base estética das postagens e permitem observar como os perfis jornalísticos exploram recursos gráficos e audiovisuais no Instagram.

Conforme Frascara (2004, p. 130), tudo isso é importante, visto que:

A organização da informação requer uma boa compreensão de estruturas lógicas e processos cognitivos. A apresentação visual de informações requer um conhecimento sólido da legibilidade de símbolos, letras, palavras, frases e textos. Também requer uma profunda compreensão da capacidade informacional das imagens e de sua articulação efetiva com os textos (Frascara, 2004, p. 130)²⁸.

No que diz respeito à tipografia, sabe-se que os tipos são compreendidos como estilos de letras utilizados na composição visual de um projeto gráfico. Enquanto diversos designers se comprometem com a criação de novas tipografias, outras já se consolidaram no cotidiano devido à sua eficiência e legibilidade. Lupton (2004, p. 75) afirma, por exemplo, que “a tipografia é uma interface para o alfabeto”. Tais interfaces podem ser classificadas com base em suas características formais. As categorias mais comuns incluem: a serifada antiga, serifada moderna, sem serifa, manuscrita e decorativa. Nesse sentido, a presença ou a

²⁸ Tradução de: “The organization of information requires a good grasp of logical structures and cognitive processes. The visual presentation of information requires solid knowledge of the legibility of symbols, letters, words, sentences, and texts. It also requires a keen understanding of the informational capacity of images, and of their effective articulation with texts” (Frascara, 2004, p. 130).

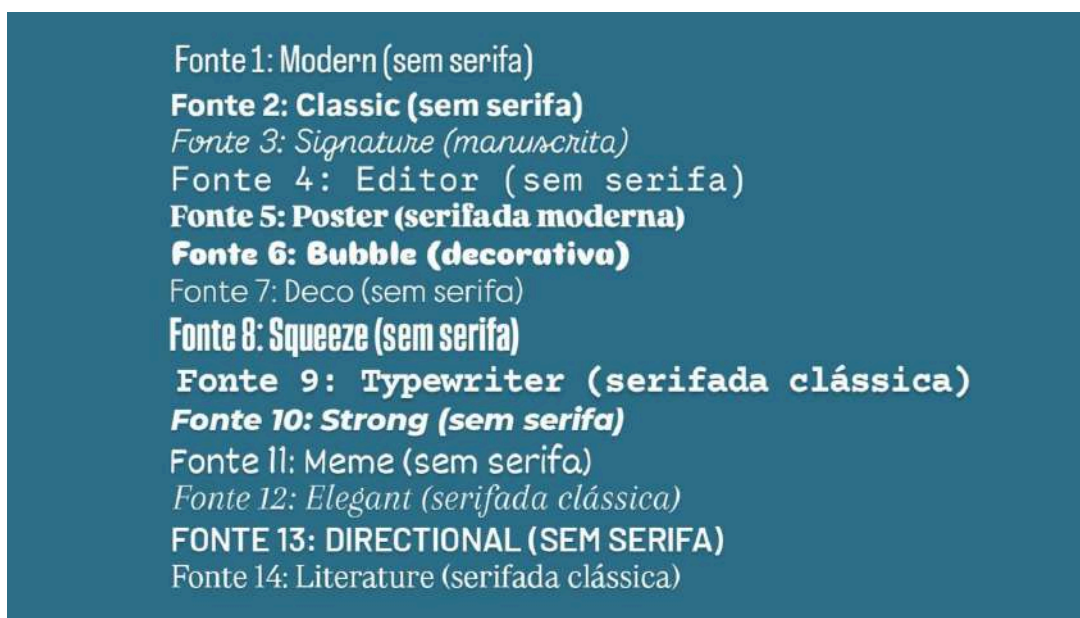
ausência da serifa se torna um dos principais critérios de diferenciação entre os tipos (Williams, 1995).

Conforme Assis (2021), as fontes serifadas antigas remetem aos traços caligráficos feitos com pena, o que explica a alternância entre linhas finas e espessas em sua composição. Já as serifadas modernas se caracterizam por serifas mais sutis e refinadas, com linhas finas e horizontais. Segundo a autora, a principal diferença reside nas transições mais marcantes entre os traços finos e grossos. Isto exposto, ressalta-se que é importante não confundi-las com tipos manuscritos, pois têm origens e finalidades distintas.

Assis (2021) explica, ainda, que os tipos sem serifa, por sua vez, apresentam traços uniformes, com pouca ou nenhuma variação de espessura. Apesar de transmitirem simplicidade e modernidade, podem parecer excessivamente neutros ou pouco expressivos se usados de maneira isolada. Por isso, exigem criatividade em sua aplicação, sendo recomendado que sejam explorados contrastes de peso tipográfico para se alcançar equilíbrio visual.

Os tipos manuscritos simulam a escrita manual e, por essa razão, requerem cautela em seu uso: não são indicados para blocos longos de texto, tampouco para textos escritos em caixa alta, pois tendem a comprometer a legibilidade (Assis, 2021). Por fim, tem-se os tipos decorativos, que também são conhecidos como “tipos fantasia”. Essas fontes compõem a categoria mais ousada, isto porque oferecem a possibilidade de criar uma identidade visual marcante e diferenciada e, por essa razão, acabam por ser considerados mais como elementos gráficos do que simplesmente letras. Por isso, a autora alerta para a necessidade de planejamento em seu uso, pois são capazes de sobrecarregar o design se forem aplicados de maneira inadequada. Observa-se abaixo as tipografias disponibilizadas pelo Instagram para a criação de postagens, incluindo Reels:

Imagem 10: Fontes do Instagram



Fonte: Instagram.

Passa-se, agora, à exploração da categoria cor. Inicialmente, percebe-se que a “... palavra ‘cor’ é empregada para referir-se à sensação consciente de uma pessoa, cuja retina se acha estimulada por energia radiante” (Farina; Perez; Bastos, 2006, p. 1). No entanto, seu papel vai muito além dos aspectos físicos e biológicos. A cor é, também, um elemento de linguagem, com forte capacidade comunicativa, razão pela qual sua análise se torna essencial em diversos campos da comunicação. Vale ressaltar, ainda, que a forma como as cores são percebidas e interpretadas é influenciada por contextos socioculturais, ou seja, as sensações que despertam estão imersas em construções simbólicas partilhadas coletivamente. Nesta investigação, parte-se do pressuposto de que “as cores não são boas nem ruins em si mesmas, mas elas têm um efeito psicológico positivo ou negativo, consciente ou inconsciente no espectador, dependendo de sua experiência subjetiva e humor” (Götz, 1998, p. 14)²⁹.

No que diz respeito às imagens, Gonçalves (2002) observa que, na sociedade contemporânea, a imagem assume um papel central e a visualidade se consolida como um dos recursos cognitivos mais relevantes. A palavra “imagem” abarca uma diversidade de mídias amplamente utilizadas no campo jornalístico — podem ser consideradas ilustrações, fotografias e vídeos —, as quais contribuem para aproximar o público dos acontecimentos narrados.

²⁹ Tradução de: “Colors are neither good nor bad in themselves, but they do have a positive or negative, conscious or unconscious psychological effect on the viewer, depending on his or her subjective experience and moods” (Götz, 1998, p. 14).

Cada tipo de imagem carrega suas próprias características e estratégias em sua construção, sendo capaz de ativar, em diferentes níveis, a sensação de realidade. Por essa razão, as imagens funcionam como representações carregadas de sentido e podem ser entendidas como signo, ou seja, elementos simbólicos moldados por contextos socioculturais. Nesse sentido, não há uma leitura única e objetiva da imagem, uma vez que sua interpretação é polissêmica (Barthes, 1984).

Para Assis (2021), no campo jornalístico, as imagens exercem a função de reforçar a verossimilhança do conteúdo verbal. Elas ilustram, mas também, contribuem para conferir uma aparência de verdade aos relatos apresentados. Dessa maneira, a presença da imagem funciona como uma evidência do acontecimento. Ademais, é preciso reforçar que, na análise desta pesquisa, são percebidos elementos como: enquadramento, funções jornalísticas na narrativa (passagem, imagem coberta com off, imagem com sobe som, sonora, entre outros), imagem quente ou fria, além de elementos correspondentes ao cenário, especialmente quando se tratarem de imagens dinâmicas. Tais detalhamentos serão essenciais e deixarão a análise mais completa.

Por fim, têm-se o *layout* que, conforme Ambrose e Harris (2012), trata-se da organização de formas e espaços dentro de um suporte, seja ele físico ou digital. Diz respeito à disposição dos elementos visuais de um projeto, em harmonia com o espaço disponível, obedecendo a uma lógica estética que visa comunicar algo ao público. Como definem os autores, “o *layout* é o arranjo de elementos de um design em relação ao espaço que eles ocupam e em conformidade com um esquema estético geral” (Ambrose; Harris, 2012, p. 9).

Portanto, esse arranjo pode ter diferentes propósitos: informar, entreter, persuadir, ou simplesmente, atrair a atenção do público. Independente da finalidade, é importante que a leitura e a navegação pelos elementos dispostos sejam intuitivas e fluidas. Caso contrário, pode-se incorrer em uma falha de design — a menos que o estranhamento causado seja previsto intencionalmente como parte da experiência comunicacional, conforme pontua Assis (2021). Ambicionou-se, com tudo isso, compreender de que maneira o *layout*, as imagens, os tipos e as cores vêm sendo trabalhadas pelos veículos tocantinenses, de forma a evidenciar as escolhas estéticas e comunicacionais, que moldam a visualidade dos Reels coletados.




Todos os elementos elencados aqui foram fundamentais para o próximo capítulo, que concentra a análise do *corpus* propriamente dito desta dissertação, especialmente, tratando-se do plano de expressão. Ressalta-se, também, a necessidade da investigação concomitante do plano de conteúdo deste estudo semiótico, que se deu a partir da decupagem das postagens

coletadas, que auxiliou na identificação das características verbais presentes nos Reels de cada veículo.

[...] Uma ferramenta extremamente eficiente é a decupagem, ou seja, um processo de decomposição de materiais que permite aos analistas entender o funcionamento e a organização interna dos objetos telejornalísticos em estudo, que ele entenda as regras utilizadas pelos produtores na produção do material a ser analisado (Emerim, 2014, p. 115).

Desse modo, na decupagem, além do texto verbal — relativo ao plano de conteúdo —, foram detalhadas as presenças de elementos não-verbais, atrelados ao plano de expressão, tais como: animação, foto, *gif*, *boomerang*, adesivos, emojis, vinheta e tipografia, de modo que serviram como pontos de análise para o próximo capítulo. Além disso, foi realizada a decupagem do texto verbal, escrito e falado. Nesta etapa, os Reels também estão ordenados por veículo e data de postagem, organizados em fichas como esta:

Imagem 11: Exemplo de ficha de decupagem.

<p><u>JORNAL DO TOCANTINS - VÍDEO 1</u> VEÍCULO: Jornal do Tocantins DATA: 02/10/2024 NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1 TEMA DO REELS: Crise no abastecimento de água em Palmas. ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Barra em azul e logo do JTO em branco, ambos estáticos. TEXTO NO REELS: VÍDEO: Moradores fazem filas para comprar água mineral após torneiras ficarem com 'cheiro de esgoto'. VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Em quadrado 1:1. QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 15s LEGENDA DO REELS: ENTENDA - Vídeos registrados por moradores mostram o movimento em <u>revendedora</u> de água e gás na região sul de Palmas. <u>Empresa</u> contou que vendeu cerca de 500 galões em um dia.  Divulgação  g1 Tocantins e TV Anhanguera  Assine o JTo, um jornal que conhece o Tocantins de <u>notícia</u>. #JornaldoTocantins #Tocantins EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim. FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia. VINHETA: Não. DECUPAGEM: Não possui falas, apenas sobe som. VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim. QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 12,7 mil.</p>
--

Fonte: Elaborada pela autora deste trabalho (2026).

Explicitados os procedimentos quanto ao que se definiu enquanto dimensões técnicas e visuais, vale observar que o *corpus* também será analisado a partir de alguns critérios deontológicos jornalísticos, que operam, sobretudo, no âmbito do verbal, dentre eles estão: valor-notícia, *lead*, tipos de fonte, gêneros e formatos. Tais aspectos não foram detalhados

aqui, pois avaliou-se que seriam importante estarem casados às reflexões teóricas que os embasam. Portanto, o próximo capítulo inicia deste ponto e segue com o acionamento desta metodologia multidisciplinar e de seus procedimentos metodológicos apresentados neste capítulo. Assim, espera-se contribuir para, o entendimento do modo como é efetivamente constituída a narrativa jornalística no ambiente Reels, do Instagram, a partir das estratégias acionadas pelos três veículos locais do Tocantins supracitados, identificando, assim, a existência de similaridades, diferenças, inovações e tradicionalismo, em cada um deles, conforme proposto no objetivo principal desta investigação.

4 DO FATO AO *FEED*: ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE JORNAL DO TOCANTINS, SOU DE PALMAS E GAZETA DO CERRADO

Este capítulo é dedicado à análise comparativa do *corpus* desta dissertação, composto por 99 vídeos publicados no formato Reels no Instagram, pelos perfis Jornal do Tocantins, Gazeta do Cerrado e Sou de Palmas, selecionados conforme recorte detalhado no capítulo anterior, ao longo do mês de outubro de 2024. Têm-se, como objetivo, apresentar e discutir os resultados obtidos a partir da investigação dos planos de expressão e de conteúdo dessas postagens, visando compreender de que modo se articulam os recursos visuais, sonoros e verbais empregados. Ambiciona-se, portanto, identificar elementos de permanência e de inovação no fazer jornalístico, mais especificamente, no campo do jornalismo audiovisual, a partir das estratégias adotadas por esses veículos tocantinenses em suas produções no Instagram Reels.

Diante desta breve explanação e do que foi aprofundado nos capítulos anteriores, parte-se, agora, à exposição de mais algumas definições, delineando os primeiros pontos da análise, que dizem respeito à definição dos valores-notícia do *corpus* coletado.

Para começar, no que se refere à mensagem jornalística, Medina (1988), observa, por exemplo, que se trata de um produto característico das sociedades urbanas industrializadas, concebido para alcançar as massas. De acordo com a autora, ao longo da história, a mensagem jornalística assumiu diferentes configurações: inicialmente, fora marcada pelo caráter oficial da sociedade colonial; tornou-se, então, mais opinativa durante o movimento constitucionalista; e, a partir de 1875, ganhou um perfil mais informativo, impulsionada pelo surgimento de uma mentalidade empresarial, que passou a enxergar, no jornalismo, uma forma de obtenção de recursos econômicos (Medina, 1988).

Desse processo, emerge o ideal de neutralidade e imparcialidade jornalística, acompanhado do fortalecimento de um modelo centrado na informação, em oposição à imprensa de caráter partidário, opinativo e narrativo. Conforme explica Schudson (2010), essa transformação tem início por volta de 1830, impulsionada pela criação da primeira agência de notícias estadunidense, a Associated Press, e a consolidação de um novo modelo de negócio nos periódicos, que passaram a depender mais da venda de exemplares do que do financiamento político-partidário.

É preciso ter em mente que, ainda que se estruture de forma a trazer um modelo informativo, calcado no ideal de objetividade, mesmo a notícia não está livre da subjetividade e pode ser uma forma perigosa de escolher inclinações ideológicas, pela falta de transparência com o receptor (Assis, 2021, p. 127).

Mesmo com o aparecimento de novos formatos e com as críticas dirigidas ao ideal de objetividade, o modelo de notícia pertencente ao gênero/formato informativo foi difundido de maneira tão ampla, que por vezes, é percebido como a única forma legítima de se fazer jornalismo, relegando a segundo plano os gêneros interpretativo e opinativo (Assis, 2021). Assim, além da notícia, Beltrão (1969) identifica outros nove formatos que integram o jornalismo informativo: a notícia em profundidade, a reportagem policial, a reportagem judiciária, a reportagem político-administrativa, a reportagem econômico-sindical, a reportagem esportiva, a reportagem sociocultural, as histórias de interesse humano e a informação pela imagem.

Bahia (1990) propõe uma classificação das notícias a partir de outros critérios: tempo e modo de ocorrência (previstas, imprevistas e mistas), procedência (locais, nacionais e internacionais), critérios de seleção (proximidade e credibilidade) e técnica de tratamento (pesquisa, comparação, interpretação e seleção). No entanto, tal interpretação se mostra limitada quando são pensados os critérios de seleção, uma vez que esses aspectos ultrapassam a mera consideração da proximidade e da credibilidade (Assis, 2021). O próprio autor reconhece essa distinção ao afirmar que “toda notícia é uma informação, mas nem toda informação é uma notícia” (Bahia, 1990, p. 35). Nessa mesma direção, Sodré (2010, p. 142) observa que o que define a notícia frente a outros formatos   o ato de anunciar: “O que se anuncia? O fato básico dentro de uma pletera de fatos suscetível de constituir um acontecimento noticiável”.

Desse modo, compreende-se que existem critérios que vão além da proximidade e que exercem influência na decisão de transforma o de um acontecimento em notícia. Além disso, a credibilidade, embora seja um princípio essencial a qualquer produ o jornalística, não  , por si só, suficiente para tornar um fato noticiável. Silva (2005) observa que o conceito de noticiabilidade abrange um campo mais amplo, que inclui outros dois elementos fundamentais: os valores-notícia e a noticiabilidade. Conforme a autora, a noticiabilidade pode ser entendida como:

[...] todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produ o da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condi es favorecedoras ou limitantes da empresa de m dia, qualidade do material (imagem e texto), rela o com as fontes e com o público, fatores  ticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econ micas e sociais (Silva, 2005, p. 96).

Isso evidencia que, além dos valores-notícia — que dizem respeito   origem dos acontecimentos e orientam uma primeira triagem sobre o que pode se tornar notícia —, há

outros fatores que igualmente determinantes no processo de seleção. Aspectos organizacionais, como prazos de fechamento, recursos tecnológicos disponíveis, tamanho da equipe e relação entre repórteres e fontes, assim como fatores éticos e deontológicos, também influenciam diretamente as escolhas jornalísticas. É importante destacar que, na rotina profissional, esses critérios de noticiabilidade atuam de forma simultânea e tão incorporada ao fazer jornalístico que acabam transmitindo a impressão de que “a notícia seria, portanto, algo intuitivo que só o bom repórter (naturalmente) saberia captar” (Moretzshohn, 2002, p. 65). No entanto, tal habilidade não tem nada de natural e é adquirida por meio de treinamento.

De acordo com Silva (2005, p. 98), os valores-notícia “funcionam como critérios de boa orientação, consolidados na prática histórica; uns mais persistentes e outros mais mutáveis”. São esses valores que são capazes de orientar a hierarquização das informações dentro de um veículo, determinando quais matérias receberão maior destaque, seja ocupando a capa de jornais e portais, abrindo telejornais ou ganhando posições privilegiadas nas redes sociais.

Ao longo das décadas, diversos pesquisadores se dedicaram a identificar e classificar os valores-notícia presentes nas escolhas dos jornalistas. Silva (2005) reuniu e sistematizou os principais critérios apontados por estudiosos brasileiros e estrangeiros na segunda metade do século XX, propondo, a partir dessa análise, uma nova categorização voltada à compreensão dos acontecimentos noticiáveis. A sistematização proposta pela autora é adotada nesta dissertação por proporcionar um panorama organizado dos valores-notícia, ainda que as narrativas jornalísticas contemporâneas se apresentem, como observa Assis (2021), cada vez mais complexas, fluidas e mutáveis, também neste aspecto.

Quadro 2: Sistematização proposta por Silva (2005).

Valores-notícia para a análise de acontecimentos noticiáveis/ noticiados	
IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINÊNCIA Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração
POLÊMICA	CONHECIMENTO/CULTURA

Controvérsia Escândalo	Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse humano	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol.II, N° 1, 1º Semestre, 2005.

Dessa forma, perante todo o exposto, apresenta-se, a seguir, a tabela que detalha os valores-notícia identificados no *corpus* desta pesquisa, distribuídos conforme os veículos analisados e suas respectivas datas de publicação. Pontua-se que foi atribuído a cada vídeo apenas um critério de noticiabilidade, identificado como o valor-notícia principal. Entretanto, é necessário destacar que, apesar disso, os vídeos apresentaram outros valores-notícia secundários, com forte presença de “proeminência/notoriedade” e, obviamente, “proximidade”, sobretudo nos arranjos que focam mais na cobertura local.

Quadro 3: Definição dos valores-notícia.

DATA	VEÍCULO	VALORES-NOTÍCIA
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Impacto (número de pessoas afetadas pelo fato)
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Justiça (apreensões)
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Governo (eleições)
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Justiça (denúncias)
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (violência / crime)
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (emoção)
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (acidente)
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Proeminência (notoriedade)
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (acidente)
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Entretenimento/Curiosidade (divertimento)
16/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (violência / crime)
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Raridade (inusitado)

17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (violência / crime)
18/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Justiça (apreensões)
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Impacto (número de pessoas afetadas pelo fato)
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Proeminência (notoriedade)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (acidente)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Conflito (guerra)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Justiça (investigações)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (acidente)
23/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (violência / crime)
24/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Tragédia/Drama (acidente)
28/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Entretenimento/Curiosidade (divertimento)
29/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Raridade (incomum)
30/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Conflito (reivindicação)
31/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Entretenimento/Curiosidade (divertimento)
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Justiça (denúncias)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Tragédia/Drama (acidente)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Tragédia/Drama (violência/crime)
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Justiça (denúncias)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Proeminência (notoriedade)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
11/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Conhecimento/cultura (atividades e valores culturais)
14/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (pronunciamentos)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)

15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
16/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Proeminência (notoriedade)
20/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Conhecimento/cultura (atividades e valores culturais)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Governo (eleições)

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Quando se observa o conjunto do *corpus* analisado, nota-se uma forte presença de alguns valores-notícia específicos, sendo dos mais aos menos recorrentes:

Quadro 4: Predominância dos valores-notícia.

Valor-notícia	Frequência predominante	Contexto de ocorrência
Governo (eleições)	<i>Muito alto</i>	Especialmente na Gazeta do Cerrado durante o mês analisado (outubro de 2024, em pleno período eleitoral).
Tragédia/Drama	<i>Alto</i>	Violência, acidentes, mortes, perseguições, emoção.
Justiça	<i>Médio-alto</i>	Apreensões, investigações, denúncias, crimes.
Proeminência	<i>Médio</i>	Figuras públicas, candidatos, autoridades, políticos.
Entretenimento/Curiosidade	<i>Médio</i>	Vídeos virais, situações pitorescas.
Impacto	<i>Médio-baixo</i>	Falta de água, serviços públicos, interrupções locais.
Raridade	<i>Pontual</i>	Fenômenos atípicos, casos excêntricos.

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

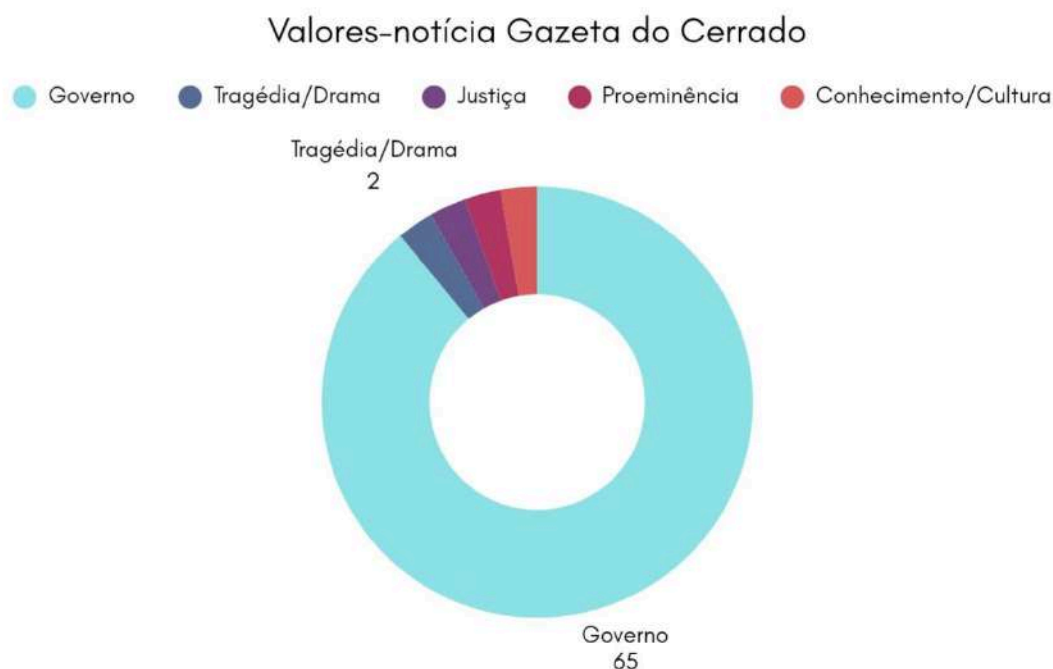
Nota-se que o *corpus* é fortemente marcado pela tríade governo-tragédia-justiça, com predominância do valor-notícia Governo. Dessa forma, acredita-se que essa ocorrência

elevada esteja diretamente relacionada ao período eleitoral ocorrido durante a coleta do material e, por causa disso, já era, naturalmente, algo esperado. A cobertura constante de candidaturas, votações e pronunciamentos pode ser compreendida tanto por se tratarem de acontecimentos de interesse público, quanto por acontecimentos de rotina programada do campo político. Isso demarca que valores tradicionais ao jornalismo ainda estão presentes nesse ambiente midiático cooptado pelo jornalismo. O estranhamento reside no fato de que apenas um veículo operou seguindo essa lógica.

O valor-notícia Tragédia/Drama se manifestou, como visto acima, especialmente através de notícias de acidentes, violência urbana, mortes e situações de apelo emocional. Essas situações imobilizam, também, o interesse humano, elemento que é historicamente valorizado no jornalismo pela capacidade de gerar empatia e impacto emocional. O valor Justiça, por sua vez, apareceu com frequência nas coberturas de crimes, apreensões e denúncias. Isto porque se trata de um critério vinculado à lógica do policiamento e à atuação do aparato jurídico.

Quando se aprofunda para compreender as particularidades de cada veículo, percebe-se que a Gazeta do Cerrado foi o perfil que realizou o maior número de publicações (73) e apresentou predominância absoluta do valor-notícia Governo (eleições), com 65 ocorrências, com ênfase nas agendas dos candidatos, pronunciamentos, registros no ato da votação, além de boletins eleitorais. Tais pontos coadunam com um perfil de cobertura voltado à institucionalidade e ao acompanhamento das rotinas políticas, fato já observado anteriormente em outros estudos, Silva (2023).

Gráfico 1: Predominância dos valores-notícia da Gazeta do Cerrado

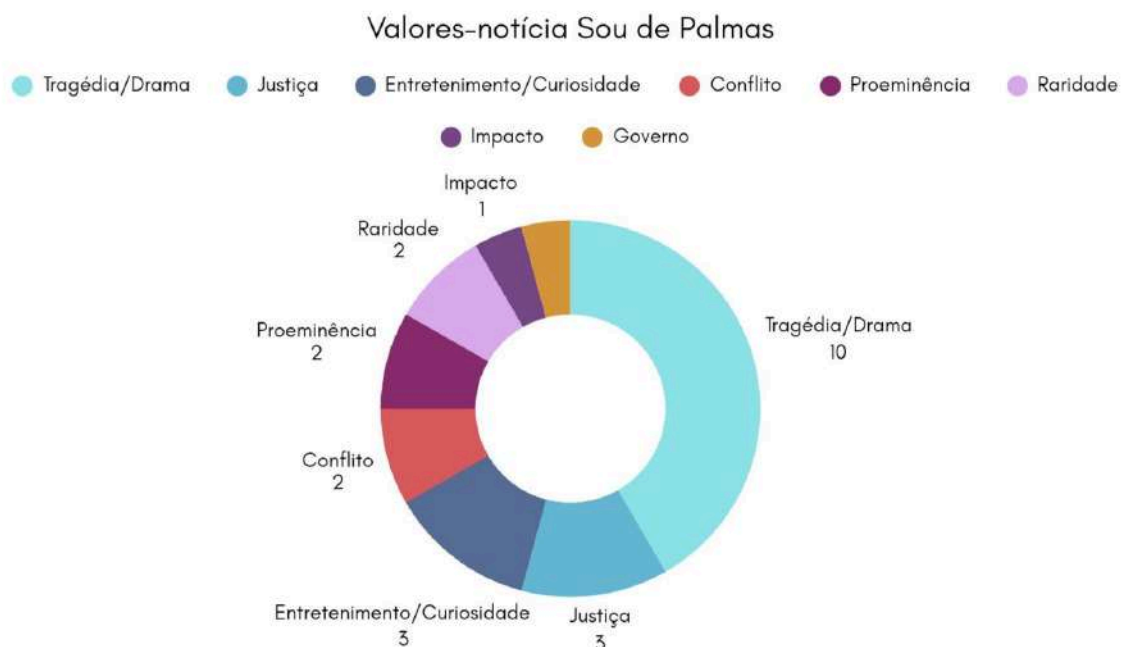


Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Assim, o critério Governo soma 65 publicações, correspondendo a 89% dos vídeos publicados pelo veículo. Em seguida, vêm empatados com dois Reels cada (2,7%), os valores-notícia Tragédia/Drama, Justiça, Proeminência e Conhecimento/Cultura, que, somados, respondem a 11% do *corpus* coletado da Gazeta.

No que se refere ao Sou de Palmas (24 vídeos), predominaram valores como Tragédia/Drama (10), Justiça (3) e Entretenimento/Curiosidade (3). O veículo mostra, por meio do material coletado, uma lógica de produção mais popular, próxima da experiência cotidiana do cidadão, com forte valorização da emoção e da proximidade geográfica. Também há espaço para conteúdos ditos como virais e inusitados, com Entretenimento/Curiosidade (3) e Raridade (2), o que reforça a lógica contemporânea das redes sociais. Isto aponta para uma inovação catapultada do ambiente das redes sociais, com sua capacidade de viralização, para o jornalismo.

Gráfico 2: Predominância dos valores-notícia do Sou de Palmas



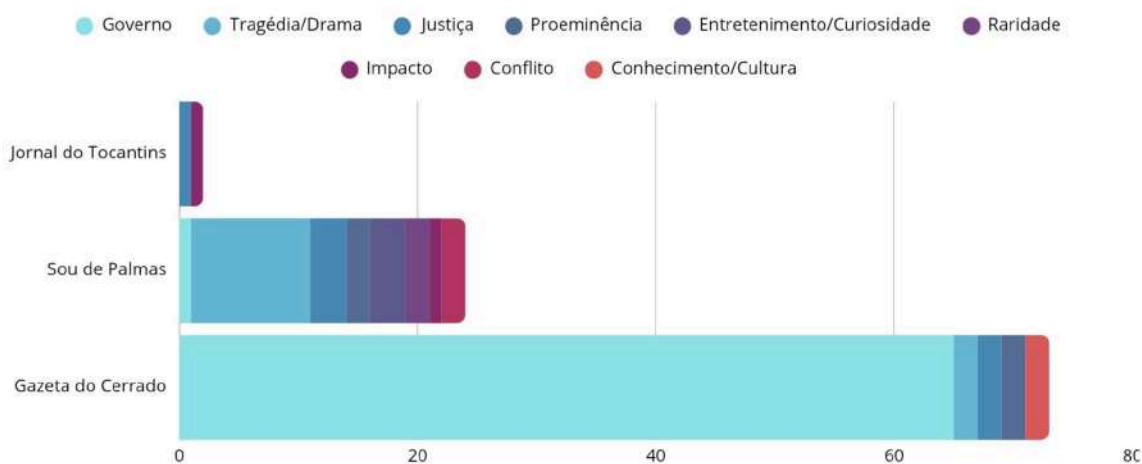
Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Dessa maneira, visualiza-se no gráfico que Tragédia/Drama corresponde a 41,7% do total de Reels coletados do perfil, seguido por Justiça (12,5%) e Entretenimento/Curiosidade (12,5%). Na sequência, vêm Conflito (8,3%), Proeminência (8,3%) e Raridade (8,3%) empatados. Por fim, Impacto (4,2%) e Governo (4,2%).

Já o Jornal do Tocantins, embora contenha menor número de publicações no *corpus*, manteve equilíbrio entre os critérios Impacto (1) e Justiça (1). Conforme mencionado

anteriormente, possui um estilo mais tradicional, similar aos periódicos convencionais. Por meio desses atributos notados, pode ser que tenha, portanto, como característica editorial, uma cobertura focada na repercussão e impacto coletivo.

Gráfico 3: Comparação entre veículos e critérios de noticiabilidade

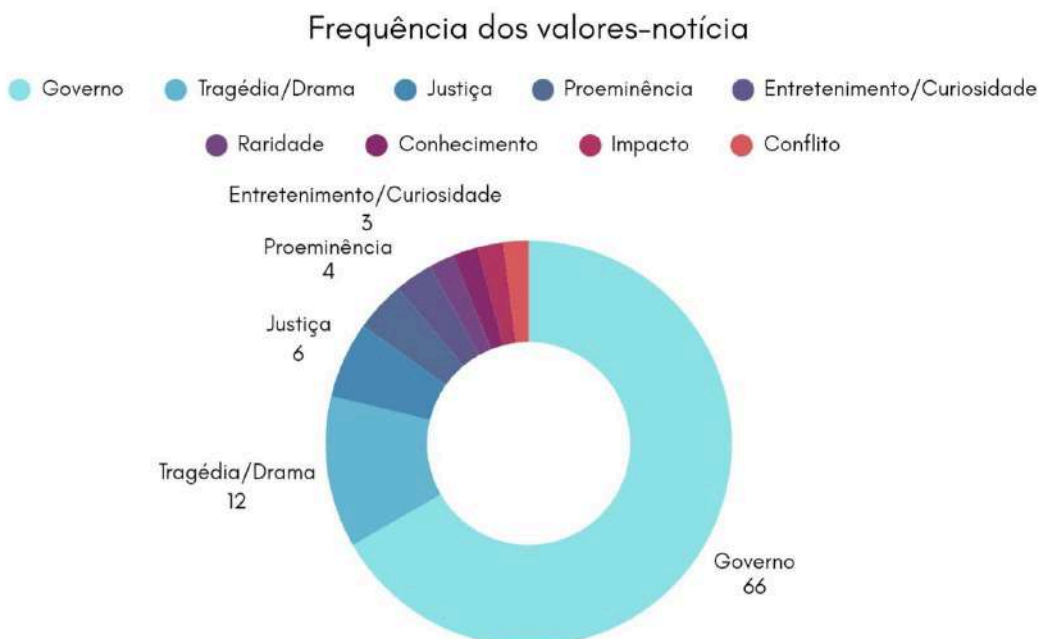


Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

De forma mais didática, o gráfico acima ilustra a quantidade de Reels publicados durante o período de coleta em cada um dos três veículos e os respectivos critérios de noticiabilidade presentes em cada vídeo jornalístico. A partir dele, acredita-se ser mais fácil perceber a diferença da quantidade de postagens e a predominância de critérios em cada perfil, sobretudo a cobertura eleitoral mais proeminente em um dos veículos.

De forma semelhante, para facilitar a visualização dos dados em sua totalidade, criou-se o gráfico abaixo. Nele, apresentam-se, somados, todos os valores-notícia presentes no *corpus* deste trabalho:

Gráfico 4: Predominância dos valores-notícia nos três veículos



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Como constatado, Governo é o critério de dominância significativa, abarcando 66,7% de todo o material coletado; em seguida, está Tragédia/Drama, com 12,1%; em terceiro lugar, aparece Justiça, com 6,1%; em quarto, Proeminência, com 4%; em quinto, Entretenimento/Curiosidade (3%); e, por fim, Conhecimento/Cultura, Raridade, Impacto e Conflito completam o gráfico, somando 2% cada categoria.

Para encerrar a análise acerca dos valores-notícia apresentados, pontua-se que tragédias, acidentes, violência e crimes somam, juntos, a segunda maior parcela do *corpus* deste trabalho, compreendendo o valor-notícia Tragédia/Drama. Isto é capaz de demonstrar a força persistente da negatividade como motor da produção noticiosa local.

Outro aspecto fundamental desta pesquisa se concentra na verificação da presença de *lead* nos Reels coletados. Para isso, adotou-se como base a tipologia proposta por Erbolato (1978), que classifica o *lead* em doze modalidades:

Quadro 5: Tipos de lead segundo Erbolato (1978)

Lead	Características
Simple	<i>Refere-se a apenas um fato.</i>
Composto	<i>Apresenta vários fatos.</i>
Integral	<i>Notícia completa: quem, o quê, quando, onde, por quê, e como.</i>
Dramático/Suspense	<i>Provoca emoção.</i>
Flash	<i>Introduz a notícia de maneira rápida.</i>
Resumo	<i>Conta tudo o que ocorreu, mas de forma resumida.</i>
Citação	<i>Começa a partir de uma declaração.</i>
Contraste	<i>Mostra fatos antagônicos.</i>
Chavão	<i>Inicia com um ditado.</i>
Documentário	<i>Elabora uma base histórica</i>
Direto	<i>Vai direto aos fatos</i>
Pessoal	<i>Fala do leitor</i>

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026), baseados em Erbolato (1978).

É importante mencionar que o próprio autor enfatiza que esta lista não é rígida, uma vez que, segundo ele, os tipos de *lead* podem sofrer variações conforme a imaginação do jornalista. Além desses, também foram considerados os modelos de *lead* apresentados por Corrêa (*apud* Pena, 2012). Embora alguns se repitam em relação à classificação de Erbolato (1978), Corrêa (*apud* Pena, 2012) acrescenta outros formatos relevantes para a análise, tais como: *lead* circunstancial, conceitual, cronológico, enumerativo, interrogativo, rememorativo, e adversativo.

Assim, para identificar os tipos de *lead* utilizados nos vídeos que compõem o *corpus*, consideraram-se os textos verbais presentes nos Reels, sejam eles falados ou escritos nas

legendas, conforme registrado no processo de decupagem. Ressalta-se que essa avaliação — tanto dos *leads*, quanto dos formatos jornalísticos empregados (como reportagens, chamadas, entrevistas, notas e notícias) — só foi possível graças à sistematização do material realizada por meio da ficha de decupagem, apresentada no capítulo anterior e disponibilizada nos apêndices desta dissertação.

Quadro 6: Tipos de lead e formatos jornalísticos

DATA	VEÍCULO	TIPOS DE LEAD	Formatos jornalísticos
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Resumo	Notícia
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Resumo	Notícia
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Circunstancial	Entrevista
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Citação	Notícia
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Integral	Notícia
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia (próximo a uma chamada)
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Integral	Notícia
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Dramático/Suspense	<i>Fait Divers</i> ³⁰
16/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
18/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
23/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
24/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
28/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	<i>Fait Divers</i>
29/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	<i>Fait Divers</i>
30/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	Notícia
31/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Resumo	<i>Fait Divers</i>
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Interrogativo	Entrevista
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Entrevista
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Notícia
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Entrevista
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Entrevista
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Entrevista
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Entrevista
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Entrevista
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Dramático/Suspense	Notícia
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Flash	Notícia
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Notícia
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Descritivo	Notícia
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia

³⁰ “Os temas explorados pela crônica dos *fait divers* são certamente restritos, mas não se limitam à morte. A crônica dos *fait divers* se interessa igualmente pelos suicídios, por certos tipos de acidentes, catástrofes naturais, monstros e personagens anormais; por diversas curiosidades da natureza, tais como os eclipses, os cometas, as manifestações do além, os atos heróicos, os erros judiciários e, enfim, por anedotas e confusões. Como podemos constatar com a leitura destes temas, o *fait divers* é sempre a narração de uma transgressão qualquer, de um afastamento em relação a uma norma (social, moral, religiosa, natural)” (Dion, 2007, p. 125).

05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Chavão	Nota
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Dramático/Suspense	Nota
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Nota seca
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Pessoal	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Nota seca
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Pessoal + Citação	Entrevista
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Citação	Entrevista
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Pessoal	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Nota coberta
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Citação	Notícia
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Citação	Entrevista
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Pessoal	Notícia (entrada ao vivo)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Flash	Notícia
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Flash	Notícia
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Contrate	Notícia
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Circunstancial	Notícia
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Entrevista (coletiva de imprensa)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Citação	Notícia
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Citação	Notícia
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Dramático/Suspense	Notícia
11/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
14/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Composto	Notícia
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Dramático/Suspense	Notícia
16/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Dramático/Suspense	Notícia
20/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Notícia (entrada ao vivo)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Entrevista
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Entrevista
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Entrevista
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Entrevista
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Chavão	Nota
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Resumo	Entrevista
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Nota
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Tradicional	Entrevista
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Dramático/Suspense	Nota
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Descritivo	Notícia
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Pessoal + documentário	Nota
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Entrevista (coletiva de imprensa)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Entrevista (coletiva de imprensa)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Direto	Notícia

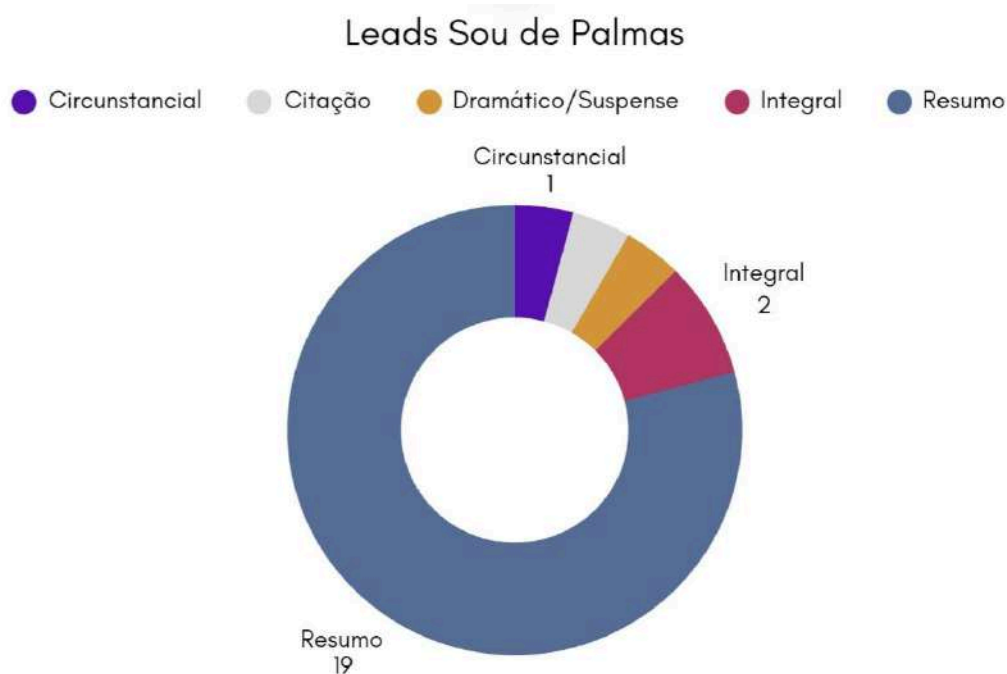
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Flash	Notícia
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Simples	Notícia

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

A partir dos dados analisados, observa-se que o Jornal do Tocantins recorreu, em suas duas postagens de outubro, ao *lead* resumo. Dessa forma, ao apresentar logo de início as informações centrais do acontecimento, mas de forma condensada, o veículo demonstra privilegiar clareza, precisão e objetividade, favorecendo a apreensão rápida do conteúdo pelos interagentes, o que se coaduna com a proposta do ambiente no qual o material está publicado. Verifica-se, ainda, o predomínio do formato notícia nos Reels do jornal, o que indica que, no período analisado, o JTO concentrou sua cobertura na informação por meio de *hard news*, ao invés do investimento em abordagens mais interpretativas, narrativas ou opinativas.

O Sou de Palmas teve um resultado semelhante ao JTO, sendo identificados 19 *leads* resumo, 2 integral, 1 circunstancial, 1 citação e 1 dramático/suspense, conforme ilustra o gráfico abaixo:

Gráfico 5: Predominância dos valores-notícia nos três veículos



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Esse resultado indica que o veículo favorece a presença da objetividade e da concisão em suas produções, organizando as informações de maneira direta e funcional, em consonância com o modelo tradicional da pirâmide invertida. A preocupação central parece ser oferecer ao público, de imediato, os elementos essenciais do acontecimento de maneira

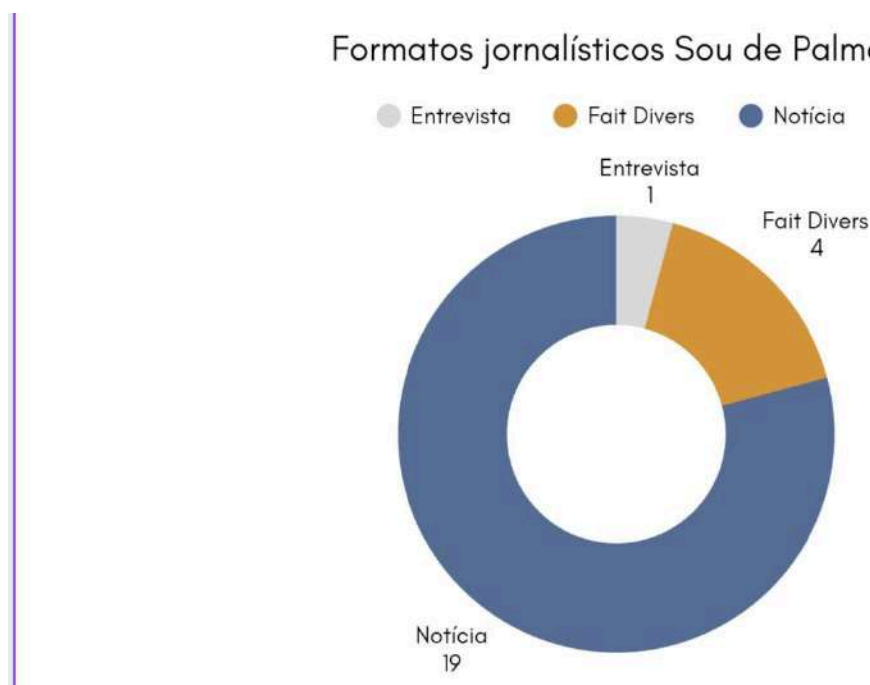
resumida. Observa-se, ainda, o uso ocasional do *lead* integral (2 casos), o que sugere uma escolha deliberada do veículo para situações que demandam maior densidade informativa.

Conforme os dados constatarem, o periódico também explora, ocasionalmente, recursos mais narrativos ou expressivos: recorre ao *lead* circunstancial quando o ambiente ou contexto reforça o impacto do fato; utiliza a citação para valorizar falas, geralmente, de autoridades ou personagens-chave; e emprega o dramático/suspense quando o fato ou a construção narrativa favorece o tipo. Esses três casos mostram a flexibilidade que o perfil possui quanto à construção do *lead*.

Ante o exposto, verifica-se que o Sou de Palmas assume uma postura jornalística convencional, baseada na factualidade, na rapidez e na clareza. Essas predominâncias sugerem que o periódico compreende o ritmo veloz de consumo presente nas redes sociais; a necessidade de captação da atenção do interagente com informações diretas; e a lógica dos conteúdos curtos, fáceis de se assimilar.

Quanto aos formatos jornalísticos, a notícia teve, aqui, maior relevância, com 19 aparições, contra quatro (4) *fait divers* e uma (1) entrevista:

Gráfico 6: Predominância dos valores-notícia nos três veículos



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

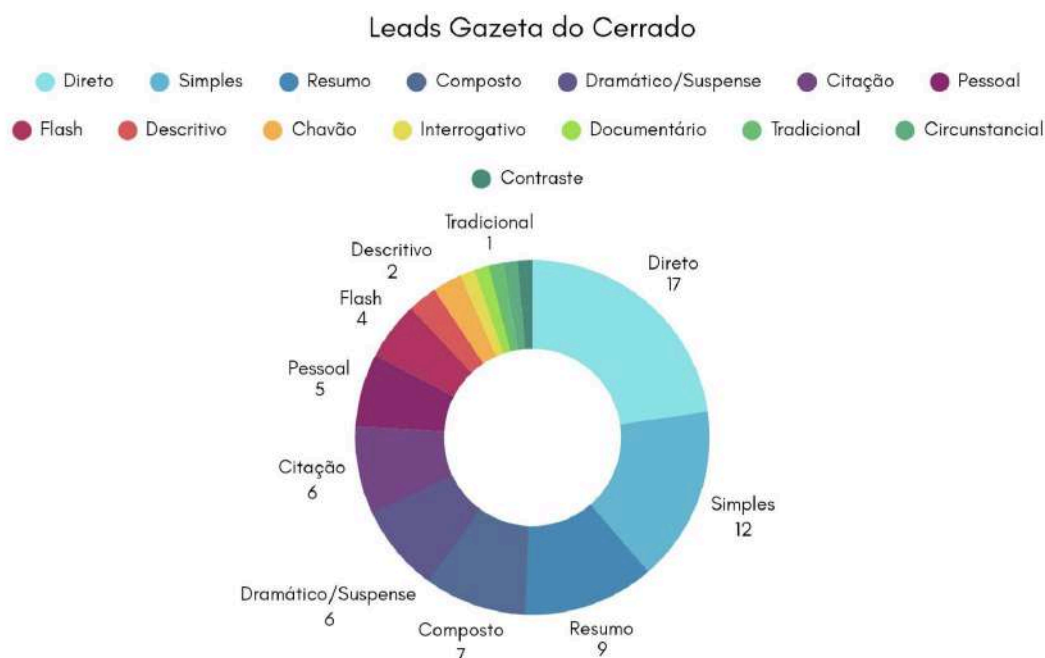
A presença massiva do formato notícia neste veículo (79,2%) confirma seu foco em informação factual, com forte presença de conteúdos orientados para os acontecimentos do

cotidiano. Ou seja, constata-se que há uma preferência, por parte do Sou de Palmas, ao jornalismo de *hard news*, mesmo no ambiente do Instagram Reels.

No entanto, percebe-se que há espaço, também, para conteúdos com apelo emocional e forte potencial de engajamento, como os *fait divers* (16,7%). Essa movimentação pode ser interpretada como uma estratégia para atrair e reter audiência por meio de fatos que provocam emoção, identificação ou surpresa. Por fim, a presença de apenas uma entrevista nos Reels do Sou de Palmas indica que esse formato não figurou entre as prioridades editoriais do veículo no período analisado.

A Gazeta do Cerrado, com um maior número de postagens, experimentou mais: foram 17 *leads* diretos, 12 simples, nove (9) resumos, sete (7) compostos, seis (6) dramáticos/suspense, seis (6) citações, cinco (5) pessoal, quatro (4) flashes, dois (2) descritivos, dois (2) chavões, um (1) interrogativo, um (1) documental, um (1) tradicional, um (1) circunstancial e um (1) contraste.

Gráfico 7: Predominância dos valores-notícia nos três veículos



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Com 17 ocorrências, o *lead* direto foi o que mais apareceu, refletindo o foco do periódico, que se dá, majoritariamente, em *hard news*, no factual. A utilização deste tipo de *lead* prioriza a informação essencial logo no início de seus vídeos, de forma parecida aos outros dois veículos analisados nesta dissertação. Nota-se, também, que o perfil preza pela

agilidade em suas coberturas cotidianas, o que torna compatível a utilização desse formato direto. Assim, percebe-se forte aderência ao modelo clássico de jornalismo informativo neste jornal.

Considera-se, ainda, que a forte presença de *leads* simples (12) e *leads* resumo (9), reforça as características já mencionadas. A esses aspectos, somam-se a busca pela síntese, a preocupação em facilitar a compreensão dos interagentes e a atenção à dinâmica acelerada das redes sociais, afinal, consistem em tipos de *lead* que se adaptam bem à lógica dos vídeos curtos, favorecendo a transmissão rápida das informações essenciais.

Com a presença de *leads* compostos (7), dramático/suspense (6), de citação (6) e pessoal (5), observa-se que essa diversidade de entradas narrativas sugere uma estratégia deliberada da Gazeta do Cerrado para dar maior vitalidade e humanidade às suas publicações. Cada tipo de *lead* cumpre um papel específico dentro dessa lógica: o *lead* pessoal aproxima o público dos personagens envolvidos; o dramático/suspense explora a carga emocional e a tensão inerentes ao período eleitoral atravessado; o *lead* de citação desloca o foco para falas de impacto, valorizando sua força retórica; e o composto permite organizar informações múltiplas de modo articulado. Em conjunto, acredita-se que essa pluralidade aponta para um veículo que busca equilibrar informação, narrativa e engajamento, diversificando sua forma de apresentar os acontecimentos.

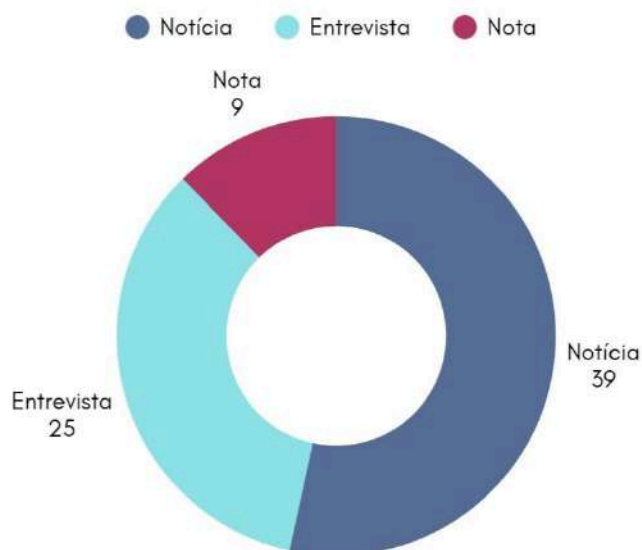
A adoção desse conjunto de estratégias — que busca articular informação, emoção e proximidade — revela tanto uma flexibilidade editorial da Gazeta quanto uma tentativa de leitura atenta do comportamento dos interagentes no ambiente digital. Como já apontado, trata-se do periódico que mais experimentou diferentes abordagens no *corpus* analisado, abrindo espaço, inclusive, para o *lead flash* (4), adequado a situações emergenciais e *breaking news*; para o *lead* descritivo (2), que contribui para ambientar e construir cenários; para o *lead* chavão (2), utilizado quando se busca reforçar impacto, ironia ou familiaridade cultural. Essa amplitude de escolhas pode indicar um esforço constante em ajustar forma e linguagem à lógica algorítmica e às expectativas de consumo rápido do Reels.

Por fim, como mencionado anteriormente, surgem ainda os usos pontuais dos *leads* interrogativo (1), tradicional (1), documentário (1), circunstancial (1) e contraste (1). A presença, mesmo que reduzida desses formatos, reforça a percepção de que a Gazeta explora diversas possibilidades de abertura conforme a natureza de cada narrativa jornalística, evitando a rigidez de um padrão único. Dessa maneira, o veículo demonstra disposição para adaptar o *lead* a demandas específicas de cada acontecimento e liberdade de experimentação, ainda que em proporção menor.

Quanto aos formatos jornalísticos mais abundantes presentes em seu material, verifica-se que a notícia lidera o *ranking*, com 39 registros. Em segundo lugar estão as entrevistas, com 25 registros e, por fim, estão presentes as notas, com nove (9) ocorrências.

Gráfico 8: Formatos jornalísticos da Gazeta do Cerrado

Formatos jornalísticos Gazeta do Cerrado



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

O predomínio de notícias revela que o periódico atua, como já observado, com um forte alinhamento ao factual, sustentando uma identidade marcada pela prestação de serviço e pela cobertura cotidiana dos acontecimentos políticos. Nesse cenário, a entrevista emerge como um dos eixos centrais da produção da Gazeta do Cerrado, ao longo de outubro de 2024.

A forte presença desse formato (entrevista) assinala uma aposta do veículo no discurso dos próprios protagonistas do cenário político, aproximando-os dos interagentes e permitindo que suas falas orientem o rumo das narrativas publicadas. As mais recorrentes no perfil do periódico são as que Lage (2005, p. 32-33) denominou de entrevistas do tipo “rituais”, que “são geralmente breves. O ponto de interesse está mais centrado na exposição (da voz, da figura) do entrevistado do que no que ele tem a dizer”; de entrevistas do tipo “ocasionais”, que não são programadas anteriormente, em que “o entrevistado pode dar respostas mais sinceras ou menos cautelosas do que se se tivesse programado anteriormente”; e entrevistas do tipo “coletivas” que “são comuns quando há interesse geral por algum (ou alguns) personagens que acabam de participar de ou assistir a um evento”.

Nota-se, assim, um interesse em oferecer ao interagente conteúdos ancorados em exclusividade, bastidores e declarações diretas, estratégias que reforçam a sensação de acompanhamento próximo do ambiente político tocantinense. Conforme Lage (2005, p. 34), a

entrevista “exclusiva” “[...] tem valor de *marketing*: embora toda entrevista individual seja exclusiva (dificilmente alguém repete exatamente as mesmas formulações em duas conversas diferentes), valoriza o eventual esforço de reportagem e o conteúdo inédito das declarações obtidas”.

Essa opção editorial sinaliza atenção às vozes que compuseram o momento histórico analisado, como também, a tentativa de investimento na própria credibilidade do veículo: ao priorizar fontes primárias, a Gazeta reafirma sua busca por legitimidade e transparência, oferecendo ao público acesso direto aos agentes que movem a cena pública. Mas, afinal, quem são essas figuras?

Quadro 7: Políticos presentes nos Reels da Gazeta do Cerrado

NOME	CARGO	TIPO DE FONTE
José do Lago Folha Filho (Vereador Folha)	<i>Vereador (à época), com tentativa de reeleição.</i>	Individual
Lilian Mara	<i>Vereadora (à época), com tentativa de reeleição.</i>	Individual
Janad Valcari	<i>Candidata a prefeita de Palmas</i>	Individual
Clayzer Magono Duarte (Vereador Nego do Palácio)	<i>Vereador (à época), com tentativa de reeleição.</i>	Individual
João Vilela	<i>Candidato a vereador</i>	Individual
José Luiz Pereira Filho (Zé Luiz da 63)	<i>Candidato a vereador</i>	Individual
Gerson Alves	<i>Candidato a vereador</i>	Individual
Marcos Júnior	<i>Candidato a vereador</i>	Individual
Carlos Henrique “Gaguim”	<i>Deputado Federal em pronunciamento sobre si.</i>	Individual
Wagner Rodrigues	<i>Prefeito de Araguaína (à época), com tentativa de reeleição.</i>	Individual
Eduardo Siqueira Campos	<i>Candidato a prefeito de Palmas</i>	Individual
Eduardo Gomes	<i>Senador (à época), com tentativa de reeleição.</i>	Individual
André Gomes	<i>Vice-prefeito de Palmas (à época)</i>	Individual
Lúcia Viana	<i>Candidata a prefeita de Palmas</i>	Individual
Josi Nunes	<i>Prefeita de Gurupi (à época), com tentativa de reeleição.</i>	Individual
Wanderlei Barbosa	<i>Governador do Tocantins</i>	Individual
José Luiz Pereira Júnior (Professor Júnior Geo)	<i>Candidato a prefeito de Palmas</i>	Individual
Vicente Alves de Oliveira Junior (Vicentinho Júnior)	<i>Deputado Federal</i>	Individual
Laurez da Rocha Moreira	<i>Vice-Governador do Tocantins</i>	Individual
Cinthia Ribeiro Mantoan	<i>Prefeita de Palmas (à época)</i>	Individual
Pedro Cardoso	<i>Candidato a vice-prefeito de Palmas</i>	Individual
Ronivon Maciel	<i>Prefeito de Porto Nacional</i>	Individual
Celso Morais	<i>Prefeito de Paraíso</i>	Individual

Renata Abreu	<i>Presidente nacional do Podemos</i>	Institucional
--------------	---------------------------------------	---------------

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Apresentam-se, no quadro acima, as figuras políticas entrevistadas pela Gazeta do Cerrado durante o recorte temporal deste estudo, correspondente ao mês de outubro de 2024. Identificou-se a presença de 24 indivíduos, os quais apareceram ao menos uma vez entre os 73 Reels publicados pelo periódico no período analisado. O objetivo da sistematização foi classificar os tipos de fonte jornalística, conforme a tipologia proposta por Schmitz (2010).

Conforme a nossa classificação, a fonte “oficial” é alguém em cargo público e que se pronuncia pela instituição; “empresarial”, faz declarações por uma corporação empresarial; “institucional”, representa uma organização sem fins lucrativos ou grupo social; “individual”, pessoa comum, personalidade, que fala por si própria; “testemunhal”, manifesta-se pelo que viu ou ouviu; “especializada” (expert), fornece informações sobre um conhecimento especializado e fonte de “referência”, relativo à bibliografia, documento ou mídia que o jornalista consulta (Schmitz, 2010, p. 110).

Desse modo, verificou-se que 23 das fontes identificadas no veículo foram classificadas como fontes de tipo individual, já que, ainda que muitas ocupassem cargos públicos, suas declarações não se deram em nome das instituições às quais estavam vinculadas, mas a partir de posicionamentos e opiniões de caráter pessoal. Apenas uma fonte foi categorizada como institucional: Renata Abreu, presidente nacional do partido político Podemos, que, no contexto da entrevista concedida ao periódico, atuou como representante da organização política a qual pertence.

As notas (secas ou cobertas) apareceram, sobretudo, como um recurso para comunicar rapidamente situações pontuais: alertas, avisos, bastidores ou pequenas atualizações que não demandaram uma construção narrativa mais elaborada. Elas também atendem ao ritmo acelerado das redes, oferecendo conteúdos breves, de fácil consumo, e que podem servir como complemento a notícias mais completas.

Diante desses usos, percebe-se que o perfil combina informação ágil com uma diversidade moderada de formatos, ajustando-se a uma lógica de maximização de alcance, engajamento e reforço de credibilidade. Em seguida, apresenta-se o quadro referente ao ritmo e à periodicidade das publicações que integram o *corpus* desta pesquisa:

Quadro 8: Ritmo e periodicidade de publicações

DATA	JORNAL DO TOCANTINS	SOU DE PALMAS	GAZETA DO CERRADO
01/10/2024			3 Reels
02/10/2024	<i>1 Reels</i>		4 Reels
03/10/2024		2 Reels	2 Reels
04/10/2024			4 Reels
05/10/2024		1 Reels	2 Reels

06/10/2024			14 Reels
07/10/2024		1 Reels	
08/10/2024		1 Reels	4 Reels
09/10/2024			
10/10/2024			5 Reels
11/10/2024			1 Reels
12/10/2024			
13/10/2024			
14/10/2024		2 Reels	1 Reels
15/10/2024		1 Reels	6 Reels
16/10/2024		1 Reels	1 Reels
17/10/2024		2 Reels	
18/10/2024	<i>1 Reels</i>	1 Reels	
19/10/2024			
20/10/2024			1 Reels
21/10/2024		2 Reels	7 Reels
22/10/2024		4 Reels	
23/10/2024		1 Reels	5 Reels
24/10/2024		1 Reels	3 Reels
25/10/2024			
26/10/2024			4 Reels
27/10/2024			6 Reels
28/10/2024		1 Reels	
29/10/2024		1 Reels	
30/10/2024		1 Reels	
31/10/2024		1 Reels	

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

A partir da observação dos dados, nota-se que os três periódicos analisados tiveram comportamentos bastante distintos em relação ao ritmo e à periodicidade de publicação de Reels em seus respectivos perfis no Instagram. O Jornal do Tocantins, por exemplo, realizou apenas duas postagens durante todo o período de coleta, revelando um uso pontual e esporádico do formato. Não há, portanto, indícios de uma estratégia contínua, sugerindo que o veículo utilize o recurso apenas como um complemento, e em situações específicas. Trata-se de um perfil com baixa presença e ritmo irregular no Instagram Reels, mas alta presença em publicações no Feed. Por isso, há a baixa probabilidade de se conquistar alcance orgânico consistente somente através do Reels.

O Sou de Palmas, por sua vez, realizou 24 publicações no formato ao longo do mês. Essas postagens apresentam uma média aproximada de cinco vídeos semanais, indicando uma regularidade moderada e consistente por parte do jornal. Atenta-se à possibilidade de haver uma estratégia de produção pensada na manutenção de engajamento contínuo do público, sendo, as postagens, distribuídas de forma relativamente equilibrada, sem grandes intervalos de inatividade ou possibilidades de saturação por *overposting*. Dessa maneira, compreende-se que exista, no jornal, um bom equilíbrio entre visibilidade e sustentabilidade de produção.

A Gazeta do Cerrado, por sua vez, opera através do volume expressivo de postagens. Foram 73 no período, uma média acima de dois vídeos (2,35) por dia. O perfil adota um ritmo intenso, mas dinâmico, com dias de picos de produção e múltiplas postagens consecutivas, como no dia 6 de outubro, em que foram registrados 14 Reels. No entanto, é necessário pontuar que a alta incidência de publicações neste dia coincide com o primeiro turno das eleições municipais, no qual o veículo realizava uma cobertura jornalística, com vários boletins de votação.

Quando se analisa o todo e o contexto da Gazeta, percebe-se que esse comportamento está relacionado a uma estratégia de alta atualização e busca por ampliação de alcance, vinculado à cobertura imediata de acontecimentos locais e à tentativa de maximizar a visibilidade no Instagram por meio do uso de Reels. Diante dessas características, a postura adotada pelo perfil indica maior familiaridade com as lógicas algorítmicas da plataforma e uma busca explícita por engajamento e alcance orgânico. Em contrapartida, há o risco de inibição do alcance orgânico por excesso de postagens no mesmo dia ou fadiga do público se a qualidade não for mantida.

Assim, quando se observa o fator qualidade, nota-se que a prioridade dada pela Gazeta à rapidez na publicação, muitas vezes, resulta em problemas técnicos e de edição perceptíveis em seu material: há equívocos em pontos de cortes; transições abruptas; Reels cuja qualidade do áudio é muito ruim, com forte presença de ruídos; ausência de legendas em alguns conteúdos, que exigiam esse recurso; além de materiais editados cuja trilha sonora chega a disputar atenção com a narrativa transmitida no Reels.

O caso mais evidente de alguns desses problemas ocorreu no vídeo 69 da Gazeta. Trata-se da cobertura de uma coletiva de imprensa. Entretanto, neste Reels, a intensidade dos ruídos inviabilizou a decupagem da entrevista, pois os sons externos encobriram a fala já baixa do entrevistado. Além disso, o material não continha legendas, o que comprometeu ainda mais a compreensão do conteúdo.

Em relação aos problemas de corte identificados, observa-se que eles aparecem nas fichas de decupagem (apêndice A) muito por meio de marcações como “[corte abrupto]”. Já anotações como “[corte]” também surgem com frequência, algumas problemáticas, outras não. Neste último caso, podem até ser compreendidas como parte do próprio processo de síntese exigido pelo formato Reels. Essas observações atravessam praticamente todo o *corpus* analisado.

Cabe destacar que o “[corte abrupto]” não é uma questão exclusiva da Gazeta: ocorreu também no vídeo 1 do Sou de Palmas, quando o Reels em questão atingiu o limite máximo de

tempo suportado pelo formato na plataforma, que é de 15 minutos. A diferença entre os dois perfis é que, na Gazeta, o problema se torna mais frequente e, portanto, perceptível, principalmente em vídeos cujo teor se constitui apenas de sonoras de figuras públicas.

O JTO, por sua vez, não apresentou esse tipo de problema. Um de seus vídeos continha apenas som ambiente e o outro sequer tinha áudio, o que reduz a necessidade de cortes complexos e elimina a possibilidade de ocorrências como cortes abruptos observados nos demais veículos. Soma-se a isso o fato de que nenhuma de suas publicações chegou a um minuto de duração, o que contribui para uma estrutura mais enxuta e tecnicamente simples de executar, portanto menos passível de erros como os relatados aqui.

Ademais, em relação aos materiais cuja trilha sonora acaba competindo com a própria narrativa do Reels, observam-se alguns exemplos pertinentes. No vídeo 2 da Gazeta do Cerrado e no trecho final do vídeo 14, a música quase chega a se sobrepor à voz da repórter, que passa a soar mais baixa. O vídeo 39 também apresenta volume de trilha sonora elevado, mas não é algo que torna o vídeo incompreensível; contudo, vale destacar que essa peça não foi originalmente produzida pelo jornal, mas sim repassada por outro perfil (neste caso, o @nettoartes) que solicitou a colaboração da Gazeta na publicação. Essa diferenciação é relevante, pois indica que, embora o problema exista, nem sempre decorre de decisões realizadas pelo próprio veículo.

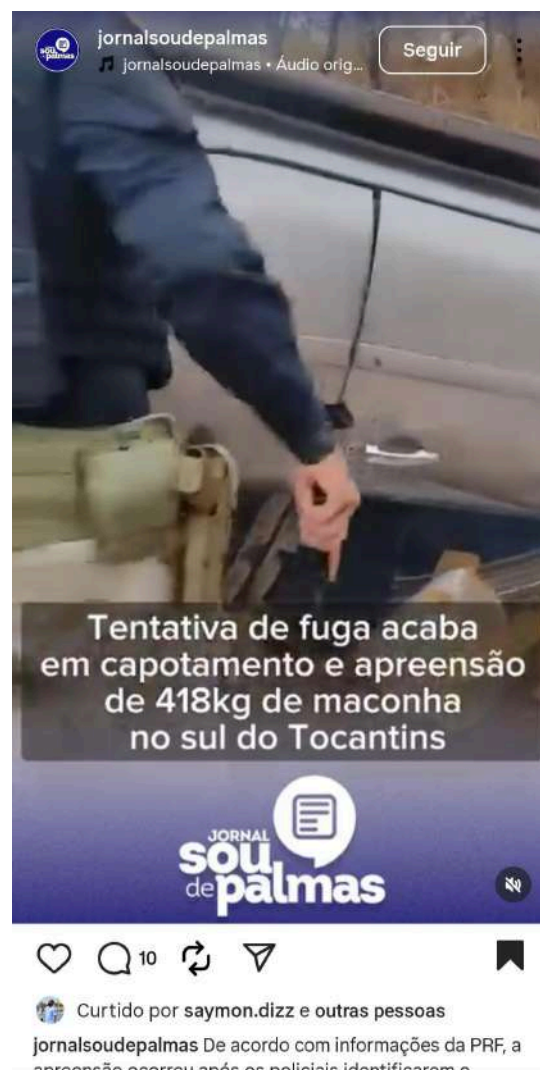
Por fim, eventualmente, também se identificam áudios da Gazeta cujo *fade out* é acionado precocemente, interrompendo trechos finais de falas. Estes casos estão presentes, principalmente, em Reels que o próprio veículo produz para a divulgação de suas entrevistas com figuras públicas, no quadro “De Frente com Maju”. Além disso, em situações como a do vídeo 8, nota-se ainda uma variação perceptível no volume das sonoras, que ora aumenta, ora diminui, evidenciando falta de uniformidade no tratamento do áudio. É importante pontuar que essas oscilações podem comprometer a fluidez da narrativa e a compreensão plena do conteúdo por parte do público.

Realizadas as ponderações acerca dos principais deslizes técnicos encontrados no *corpus* deste trabalho, passa-se, agora, à única coincidência de temas encontrada no *corpus* desta pesquisa: no dia 18/10/2024, tanto o JTO quanto o Sou de Palmas publicaram Reels sobre o mesmo assunto. Trata-se de uma perseguição policial que resultou no capotamento de uma camionete roubada com mais de 400kg de drogas.

Imagem 12: Vídeo 2 - Jornal do Tocantins



Imagem 13: Vídeo 12 - Sou de Palmas



Fonte: Jornal do Tocantins (@jornaldotocantins) e Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas).

Diante dos exemplos acima mencionados, é importante destacar que embora tratem exatamente do mesmo acontecimento, os dois veículos adotaram enfoques distintos. O Jornal do Tocantins optou por uma abordagem mais objetiva e sintética, típica de seus padrões já mencionados. Os textos presentes nas legendas resumem o essencial: apreensão, peso da droga, local da ocorrência e fuga do suspeito. O Sou de Palmas, por sua vez, amplia a narrativa, trazendo detalhes da dinâmica da perseguição (contramão, frenagens bruscas, distância percorrida, manobras proibidas), oferecendo aos interagentes uma reconstrução mais descritiva do episódio (conforme legenda decupada na ficha correspondente ao vídeo 12 do perfil, disponível no apêndice A).

Além disso, no JTO, o Reels é apresentado em formato quadrado (1:1) e dura 39 segundos, o que reforça sua estratégia de síntese visual aliada ao foco informativo direto e

resumido. O Sou de Palmas, no entanto, faz uso do formato vertical, com a presença de margens azuis e identidade visual fixa, ligeiramente mais curto (31s), evidenciando sua preocupação estética com padronização no Feed e com a experiência de consumo em dispositivos móveis. Desse modo, percebe-se que o JTO confia mais na “imagem” bruta como registro, enquanto o Sou de Palmas recorre a elementos gráficos estáveis, reforçadores de marca e contexto.

O texto inserido no material do JTO enfatiza a ação policial e o fato central: “camionete roubada com mais de 400kg de drogas capota durante perseguição”. Verifica-se que a linguagem é direta e procura condensar a informação sem detalhamentos. No Sou de Palmas, o texto visa a produção de impacto aliado à narrativa, com uma estrutura que, visivelmente, insere-se ação (“tentativa de fuga”), consequência (“capotamento”) e resultado (“apreensão de 418kg de maconha”). Há maior esforço, por parte deste veículo, em contextualizar o acontecimento logo no primeiro contato do interagente com o conteúdo.

Assim, a legenda do JTO mantém o tom objetivo e compacto, alinhado ao uso frequente de *lead* resumo. Os dados essenciais são apresentados em poucas linhas, com ênfase no fato e em quem realizou a apreensão. Já o Sou de Palmas oferece uma legenda mais extensa e descritiva, trazendo quase um “mini relato” da ocorrência. Detalha, também, a condução do motorista, a extensão da perseguição e o comportamento do suspeito antes e depois do capotamento. É interessante pontuar que o veículo utiliza, muito mais, a legenda como um espaço narrativo complementar ao vídeo que seu concorrente.

Outro ponto interessante é que o JTO insere uma chamada institucional (o *call to action* “Assine o JTO”), o que reforça seu papel de veículo tradicional que busca conversão de leitores para assinatura. O Sou de Palmas não inclui chamada de ação para engajamento, priorizando, apenas, o encaminhamento para a “matéria completa” no site, estratégia voltada para o tráfego externo, comum de veículos que dependem fortemente de acessos à plataforma principal.

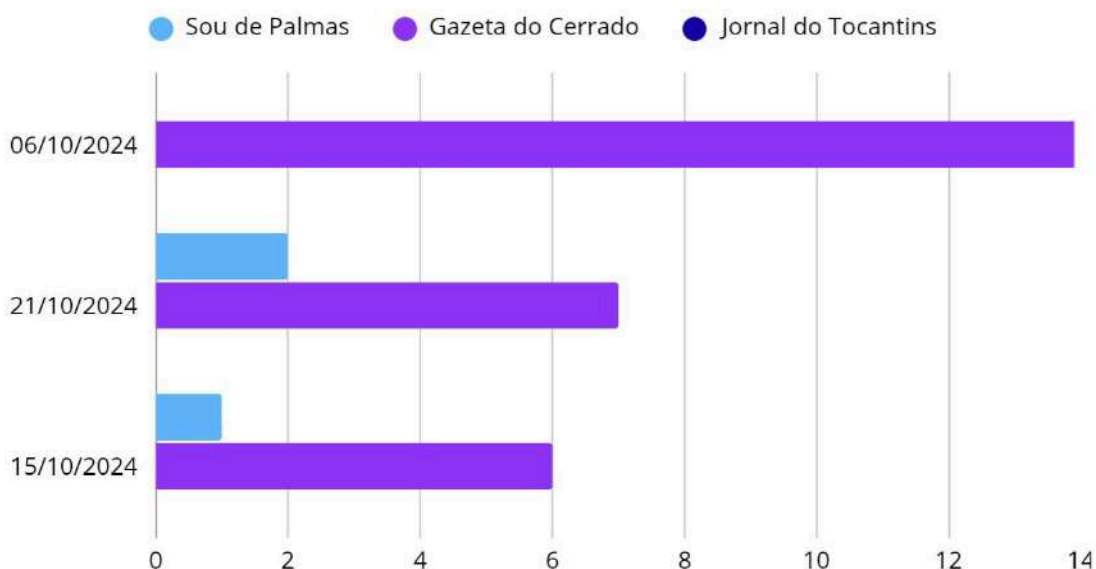
Por fim, o Reels do JTO dialoga, conforme já exposto, com o perfil identificado: ritmo mais contido, edição simples, clareza e concisão na apresentação dos fatos. Já o Sou de Palmas trabalha com uma narrativa mais expansiva e explicativa, reforçando sua tendência a combinar factual com elementos de *storytelling* rápido.

Diante do exposto, observa-se que, embora abordem o mesmo acontecimento, os dois Reels apresentam formas distintas de enquadrar e “traduzir” a notícia no ambiente digital, o que confere relevância à comparação proposta. Parte-se da hipótese de que o conteúdo original corresponda a um material bruto mais extenso, produzido por terceiros (*citizen*

*media*³¹) e posteriormente encaminhado a ambos os perfis, cabendo aos veículos a edição e a definição do enfoque adotado.

Posto isso, retoma-se, a seguir, a análise do ritmo e da periodicidade dos três veículos examinados:

Gráfico 9: Dias com mais postagens



Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Observa-se que o dia de maior intensidade de publicações foi 06/10/2024, quando a Gazeta do Cerrado concentrou, sozinha, 14 Reels, um pico que coincide com o primeiro turno das eleições municipais, conforme já mencionado. Em seguida, aparece o dia 21/10/2024, que contabiliza nove (9) postagens, sendo sete (7) da Gazeta e dois (2) do Sou de Palmas, salientando, novamente, a diferença de ritmo entre os veículos e a capacidade da Gazeta em manter um fluxo acelerado de atualizações políticas.

O terceiro dia de maior atividade foi 15/10/2024, com sete (7) Reels publicados: seis (6) pela Gazeta e um (1) pelo Sou de Palmas. Nesse caso, nota-se uma distinção editorial entre os jornais: enquanto a Gazeta concentrou seus *posts* em agendas políticas, reuniões e declarações de apoio que marcaram aquele momento da campanha, o Sou de Palmas destacou um *fait divers*, o que reitera seu interesse por temas de apelo popular e potencial de engajamento.

³¹ “Os ‘citizen media’ são pessoas que colocam ‘suas versões de eventos através de imagens e vídeos tirados em celulares ou relatos de testemunhas oculares nos blogs. A internet está dando às pessoas uma voz, autopublicação e compartilhamento rápido do que você diz de maneiras nunca antes possíveis antes” (Lemos, 2005, p. 7). Tradução de: “their versions of events through images and video taken on mobiles or eyewitness accounts on blogs. The internet is giving people a voice, to self-publish, and to rapidly share what you say in ways never quite possible before” (Lemos, 2005, p. 7).

Por fim, verifica-se que nenhuma postagem foi realizada por qualquer dos três perfis nos dias 09/10/2024, 12/10/2024, 13/10/2024, 19/10/2024 e 25/10/2024, configurando períodos de completa ausência de atividades nos Reels. Além disso, outra observação diz respeito ao comportamento da Gazeta do Cerrado: após a conclusão do segundo turno das eleições municipais, em 27/10/2024, o veículo cessou suas postagens em vídeo, não voltando a publicar novos Reels até o mês subsequente, novembro de 2024. Este hiato pode sinalizar um reordenamento das prioridades editoriais diante do fechamento do período de alta demanda e intensa cobertura jornalística.

Finalizada essa etapa da análise, apresenta-se, a seguir, a organização da minutagem referente às publicações de cada veículo.

Quadro 9: Minutagem de cada veículo

DATA	JORNAL DO TOCANTINS	SOU DE PALMAS	GAZETA DO CERRADO
01/10/2024			147s
02/10/2024	15s		158s
03/10/2024		915s	135s
04/10/2024			69s
05/10/2024		10s	259s
06/10/2024			651s
07/10/2024		36s	
08/10/2024		30s	168s
09/10/2024			
10/10/2024			4185s
11/10/2024			55s
12/10/2024			
13/10/2024			
14/10/2024		115s	37s
15/10/2024		25s	702s
16/10/2024		29s	122s
17/10/2024		120s	
18/10/2024	39s	31s	
19/10/2024			
20/10/2024			89s
21/10/2024		23s	450s
22/10/2024		85s	
23/10/2024		60s	698s
24/10/2024		60s	659s
25/10/2024			
26/10/2024			377s
27/10/2024			631s
28/10/2024		28s	
29/10/2024		17s	
30/10/2024		17s	
31/10/2024		17s	
Total	54s	Aprox. 27min (1618s)	Aprox. 2h40min (9592s)

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

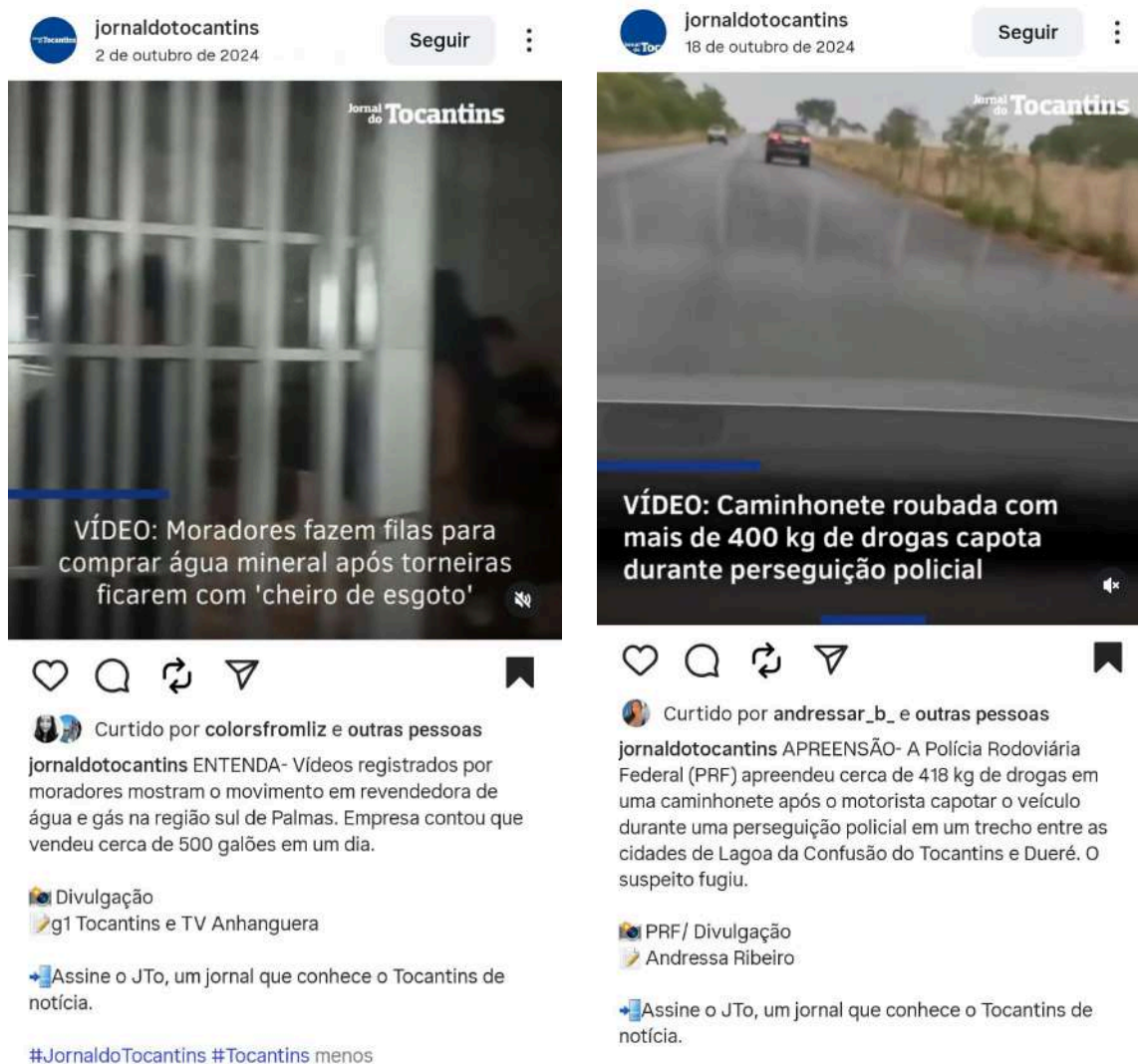
No que se refere ao tempo total das publicações, observa-se que o Jornal do Tocantins foi o veículo com menor volume de material publicado durante o mês de outubro, somando, ao todo, apenas 54 segundos de conteúdo jornalístico. Em contraste, o Sou de Palmas acumulou 1.618 segundos (aproximadamente 27 minutos) distribuídos em seus Reels durante o período.

É importante mencionar que, no quadro acima, optou-se por não discriminar o tempo individual de cada Reels. Os dados foram organizados por veículo e sistematizados a partir da soma do tempo total de vídeos publicados em cada dia do mês de coleta (outubro). Desse modo, o Reels mais curto entre as publicações do Sou de Palmas — e o que leva o título de menor material do *corpus* — é o vídeo 14, publicado em 21/10/2024, com apenas 3 segundos, enquanto o mais longo do perfil é o vídeo 1, lançado em 03/10/2024, cujo conteúdo é uma entrevista com um candidato que se estende por 14 minutos e 59 segundos.

A Gazeta do Cerrado, por sua vez, destacou-se como o perfil que mais publicou, totalizando cerca de 2 horas e 40 minutos de conteúdo, equivalentes a 9.592 segundos. Entre os Reels analisados, o mais curto do veículo é o vídeo 13, com 5 segundos, publicado em 04/10/2024. O terceiro vídeo mais curto de todo o *corpus*, inclusive, pertence ao perfil, com 8 segundos e se trata do Reels 33, lançado em 08/10/2024. O material mais extenso de toda a amostra também está vinculado ao periódico: trata-se do vídeo 35, uma live de 1 hora, 1 minuto e 38 segundos, posteriormente salva como Reels.

Somando-se os materiais dos três veículos, o *corpus* completo contabiliza 11.264 segundos, o que corresponde a aproximadamente 188 minutos, ou 3 horas e 8 minutos de conteúdo decupado e analisado. Quanto à orientação dos Reels do *corpus*, observa-se uma clara distinção entre as escolhas de cada veículo. A começar pelo Jornal do Tocantins, que apresentou um padrão fixo em suas duas portagens: ambas as publicações foram disponibilizadas em formato quadrado 1:1, mantendo uma estética constante e sem variações.

Imagem 14: Vídeos 1 e 2 do Jornal do Tocantins, ambos em formato 1:1



Fonte: Jornal do Tocantins (@jornaldotocantins).

Fato é que esse formato é frequentemente associado às postagens no Feed e pode indicar uma postura mais conservadora na linguagem audiovisual do jornal, que aparenta querer apostar em um todo menos imersivo, menos envolvente e menos adaptado ao consumo rápido natural dos Reels, que se dá na vertical. Ademais, não se exclui a possibilidade de este formato haver sido escolhido tendo em vista, somente, a harmonização/padronização estética presente nas outras postagens publicadas no formato Post pelo perfil.

O Sou de Palmas, proporcionalmente, demonstrou maior diversidade técnica: dos 24 vídeos publicados, metade (12) foi gravada originalmente na vertical, enquanto a outra metade consistia em conteúdos horizontais que foram adaptados para o formato vertical. Esses Reels receberam barras laterais azuis e, claro, assim como o restante vertical, os demais

elementos característicos da identidade visual do periódico. Ressalta-se que nenhum vídeo foi publicado no formato horizontal sem qualquer adaptação, demonstrando uma preferência pela adequação ao consumo mobile típico do Instagram Reels.

Imagem 15: Exemplos de vídeos Sou de Palmas vertical e horizontal adaptado



Fonte: Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas).

A Gazeta do Cerrado adotou majoritariamente o formato vertical, seguindo a lógica de consumo da plataforma: foram 64 vídeos publicados nesta orientação. Apenas dois vídeos permaneceram na horizontal original, sem quaisquer adaptações. Além desses, sete conteúdos horizontais passaram por ajustes para se moldarem ao formato vertical, em que são utilizados fundos roxos que alinham a estética ao padrão visual do jornal.

Assim, o veículo apresenta um comportamento que sugere uma preocupação em preservar uma identidade visual facilmente reconhecível pelo público, majoritariamente em conteúdos horizontais, mas presente, às vezes, também nos verticais. Tal intenção se torna

mais evidente nos vídeos que exigiram maior investimento de produção, como aqueles gravados nos estúdios do jornal como os trechos de entrevistas, que visam direcionar o interagente para outras plataformas que alojam o conteúdo na íntegra.

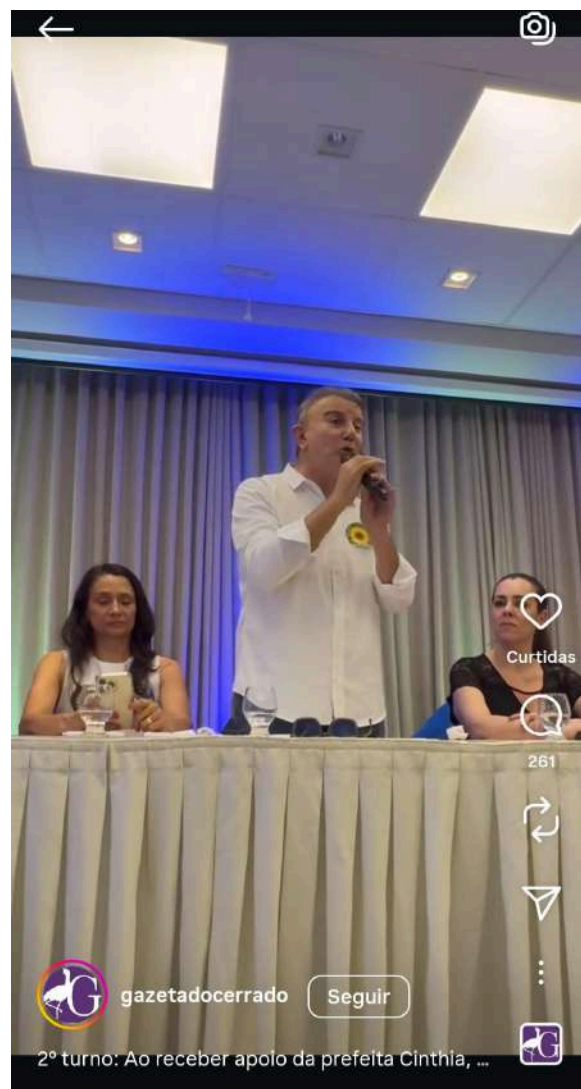
Imagem 16: Exemplos de Reels com identidade visual da Gazeta do Cerrado



Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

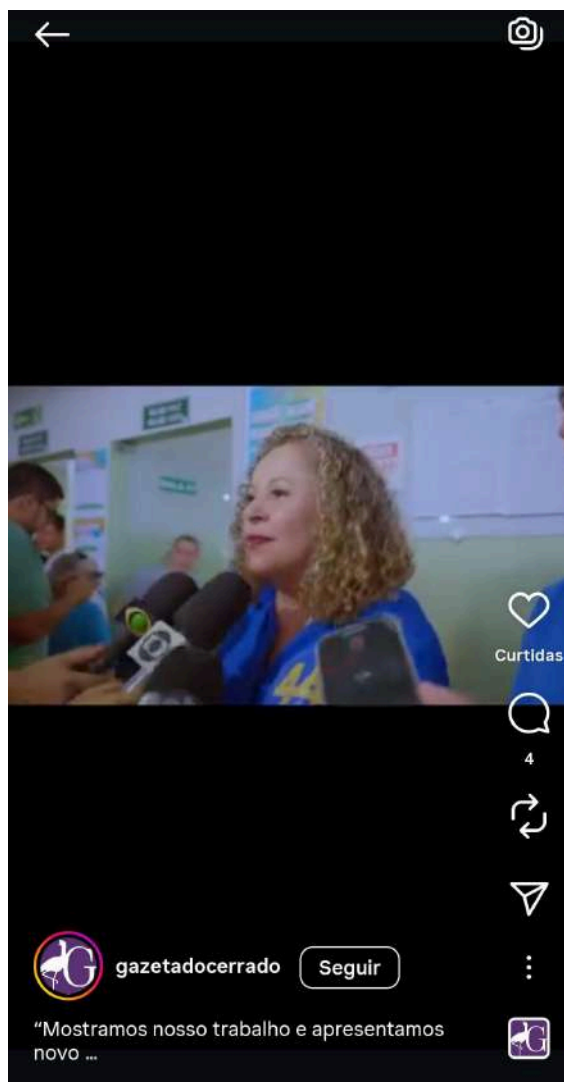
Entretanto, tal preocupação não se torna tão aparente em conteúdos verticais: observa-se que a maior parte desses vídeos apresenta apenas cortes simples, sem qualquer elemento explícito de identidade visual — como molduras, paletas de cores ou selos gráficos — o que sugere que o uso desse formato, na maioria das vezes, atende mais à praticidade e à publicação e consumo rápidos típicos do comportamento do perfil e do próprio Instagram Reels. Abaixo, apresentam-se dois exemplos dessa prática no perfil e um exemplo de vídeo publicado na horizontal sem adaptações.

Imagem 17: Exemplos de Reels sem identidade visual da Gazeta do Cerrado



Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

Imagem 18: Exemplo de Reels horizontal sem adaptação vertical da Gazeta do Cerrado



Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

Um aspecto que também pode ser evidenciado através de um exame mais atento ao *corpus* diz respeito ao investimento dos veículos em produção própria ou na publicação de conteúdos originários de fontes terceiras. No Jornal do Tocantins, ambos os vídeos publicados foram recebidos de outras fontes, cabendo ao veículo realizar, apenas, adaptações de edição.

No Sou de Palmas, apenas o primeiro vídeo (uma entrevista) apresenta indícios de produção própria, já que foi gravado em estúdios do periódico e possui qualidade boa de áudio e vídeo; os demais 23 conteúdos foram aparentemente enviados por terceiros e ajustados para publicação: como registros de acidentes/roubo por câmeras de segurança ou internautas, de ação policial, de guerra, ou de vídeos viralizados nas redes.

A Gazeta do Cerrado demonstra ter maior dedicação à produção original. Dos vídeos analisados, 59 foram produzidos pelo próprio veículo, enquanto 9 foram recebidos de fontes

externas. Em cinco casos, não foi possível determinar com segurança a origem do material, motivo pelo qual foram classificados como “indeterminados”. Diante desses dados, infere-se que a Gazeta foi o periódico que manteve uma rotina produtiva mais robusta, assumindo protagonismo na captação, construção e edição de seus conteúdos para o Reels.

Outra observação está relacionada ao volume de visualizações alcançado pelos Reels analisados. É vital enfatizar que os valores apresentados são aproximados e arredondados, pois a contagem de *views* no Instagram é dinâmica e, portanto, nunca fixa. Além disso, menciona-se que tal contagem foi realizada em 5 de novembro de 2025, entre 15h37 e 16h19, em todos os vídeos que compõem o *corpus* desta pesquisa.

Assim, diante desse panorama, verificou-se que, no Sou de Palmas, os 24 Reels do mês somaram cerca de 955.376 visualizações. O Reels de maior alcance foi o de número 24, que acumulou aproximadamente 89 mil reproduções, enquanto o de menor desempenho foi o vídeo 1, com 3.776 *views*. O Jornal do Tocantins, com apenas dois vídeos publicados no período, obteve 12,7 mil visualizações no primeiro e 27,4 mil no segundo, totalizando cerca de 40,1 mil reproduções.

A Gazeta do Cerrado alcançou aproximadamente 956.700 visualizações em seus 73 Reels. O vídeo mais visto foi o de número 72, com 60 mil reproduções, enquanto o menos visualizado foi o de número 7, que registrou 1.176 *views*. Cabe apontar que não foi possível consultar o número de visualizações do vídeo 20 do periódico, uma vez que, quando se clica sobre sua trilha sonora, não é possível visualizar quantas vezes o Reels foi reproduzido, porque este material da Gazeta se perde e não é possível localizá-lo em meio a tantos outros que utilizaram o mesmo áudio (música).

Somando-se os desempenhos dos três perfis jornalísticos, chega-se a um total aproximado de cerca de 1,95 milhão de visualizações no conjunto dos 99 Reels analisados. Apesar das diferenças marcantes entre os veículos em volume de postagens, regularidade e estratégias de produção, observa-se que tanto a Gazeta do Cerrado quanto o Sou de Palmas atingiram patamares semelhantes de alcance, cada um com mais de 950 mil visualizações, mesmo com estratégias díspares, enquanto o Jornal do Tocantins, mesmo com apenas dois vídeos publicados, somou mais de 40 mil reproduções durante o mês.

Esses resultados evidenciam não somente o potencial de visibilidade que vídeos publicados no Instagram Reels proporcionam, mas, também, a disputa simbólica e informacional travada entre os veículos locais na tentativa de captar atenção, relevância e audiência em um ecossistema digital dinâmico e competitivo.

4.1 O plano de expressão e seus elementos constitutivos

Concluída a análise dos aspectos vinculados ao plano de conteúdo, avança-se, agora, ao exame do plano de expressão. É necessário destacar que esta fase se concentra no design de interface, que segundo Bertocchi (2013), diz respeito tanto ao desenho conceitual quanto às dimensões técnicas da interface gráfica digital com a qual o interagente estabelece sua relação de uso e fruição. Para operar essa análise, a tabela geral apresentada no capítulo referente aos procedimentos metodológicos foi desmembrada em quadros analíticos menores, os quais serão apresentados e discutidos a seguir. Inicia-se, portanto, o detalhamento das dimensões técnicas do Reels pelo tipo de mídia.

O quadro a seguir destaca, em azul, os tipos de mídia empregados em cada Reels analisado. Para essa classificação, é preciso mencionar que foram considerados, também, os textos das legendas, assim como os emojis que poderiam estar contidos nelas. Desde uma observação inicial da tabela, constata-se que os veículos apresentaram baixa diversidade no uso dos diferentes tipos de mídia, indicando um padrão relativamente homogêneo na construção dos conteúdos publicados.

Quadro 10: Análise de mídia e tipo de mídia.

DATA	VEÍCULO	TIPO										
		F o t o	V í d e o	V í d e o m o n t a g e m	T e x t o	I l u s t r a ç ã o	A n i m a ç ã o	F o t o m o n t a g e m	E m o j i	S t i c k e r a n i m a d o	S t i c k e r i n t e r a t i v o	I n f o g r á f i c o
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>											
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>											
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>											

15/10/2024	Gazeta do Cerrado											
15/10/2024	Gazeta do Cerrado											
15/10/2024	Gazeta do Cerrado											
15/10/2024	Gazeta do Cerrado											
15/10/2024	Gazeta do Cerrado											
16/10/2024	Gazeta do Cerrado											
20/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
21/10/2024	Gazeta do Cerrado											
23/10/2024	Gazeta do Cerrado											
23/10/2024	Gazeta do Cerrado											
23/10/2024	Gazeta do Cerrado											
23/10/2024	Gazeta do Cerrado											
24/10/2024	Gazeta do Cerrado											
24/10/2024	Gazeta do Cerrado											
24/10/2024	Gazeta do Cerrado											
26/10/2024	Gazeta do Cerrado											
26/10/2024	Gazeta do Cerrado											
26/10/2024	Gazeta do Cerrado											
26/10/2024	Gazeta do Cerrado											
27/10/2024	Gazeta do Cerrado											
27/10/2024	Gazeta do Cerrado											
27/10/2024	Gazeta do Cerrado											
27/10/2024	Gazeta do Cerrado											
27/10/2024	Gazeta do Cerrado											
27/10/2024	Gazeta do Cerrado											

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Assim, nota-se que 98 publicações foram classificadas como multimídia, ainda que se apresente uma diversidade relativamente limitada de tipos de mídia empregados, conforme observado anteriormente. Apenas um Reels, publicado em 23/10/2024 pela Gazeta do Cerrado, foi considerado de mídia individual, por apresentar exclusivamente o vídeo como recurso midiático, sem presença de qualquer tipo de texto em legendas. Destaca-se, ainda, que dois Reels do Jornal do Tocantins, dois do Sou de Palmas e dois da Gazeta do Cerrado utilizaram emojis em suas legendas.

No que se refere ao uso de imagens, seis Reels da Gazeta do Cerrado incorporaram vídeos e fotografias em suas narrativas. Houve, também, um único caso de vídeo montagem, que se sobressai como o material com maior diversidade midiática do *corpus* ao unir texto, vídeo, fotografia e vídeo montagem em uma mesma publicação, veiculada em 11/10/2024 pela Gazeta do Cerrado.

Uma vez examinadas as formas de uso dos diferentes tipos de mídia no material coletado, avança-se, neste momento, para a observação do elemento fluxo, que diz respeito ao modo de transmissão da narrativa: se gravada ou ao vivo. Assim, ainda que, em situações pontuais, a Gazeta do Cerrado (único veículo do *corpus*) tenha recorrido a transmissões ao vivo, como nos vídeos 30 e 57, a ampla maioria das publicações analisadas, totalizando 97 Reels, foi classificada como não sincrônica.

Ressalta-se, contudo, que mesmo as transmissões originalmente realizadas em tempo real passaram a integrar o *corpus* apenas após serem salvas no Feed do Instagram pelo jornal, momento em que assumem o formato de Reels. Assim, por este ângulo, todos os 99 vídeos coletados para esta pesquisa podem ser classificados como gravados — não sincrônicos, já que a análise só foi possível a partir dos registros arquivados na plataforma e não durante a exibição síncrona propriamente dita.

Por fim, no que diz respeito à distinção entre materiais editados e não editados, ainda no que se refere à categoria do fluxo, compreende-se que todos os vídeos concebidos originalmente como Reels passaram, necessariamente, por algum nível de edição. Já aqueles originados em transmissões ao vivo, não apresentaram indícios de intervenção posterior, sendo, portanto, classificados como não editados.

Estabelecidas essas considerações acerca do fluxo, avança-se, a seguir, para a análise do elemento ação, que se expressa por meio do movimento do conteúdo e a atividade realizada pelo interagente para acessá-lo. Relembra-se, aqui, no entanto, que este aspecto fora explorado antecipadamente no capítulo metodológico: diante das características únicas do Instagram Reels, classificou-se os conteúdos que compõem o *corpus* desta pesquisa como mistos.

Tal categorização se torna viável visto que, segundo as definições clássicas de Paul (2007), os Reels são dinâmicos, em razão da movimentação visual e sonora; passivos, pois não exigem, necessariamente, uma ação inicial do interagente para serem consumidos, uma vez que se iniciam automaticamente; e, ao mesmo tempo, ativos, já que determinadas interações como pausar, avançar, acessar a legenda, curtir, comentar ou compartilhar dependem do toque na tela.

O vídeo 27 da Gazeta do Cerrado é o único de todo o material coletado que apresenta diferenças significativas quanto ao restante das narrativas do *corpus*: o Reels é composto, integralmente, por quatro capturas de tela, sequenciadas por efeitos de transições que dão sensação de movimento. Ao fundo, há uma trilha sonora. Apesar das diferenças perceptíveis

quanto ao modo de apresentação de sua narrativa, o mesmo foi catalogado como misto, não sendo possível a sua identificação como estático.

Ante o exposto, o próximo elemento a ser explorado aqui é o relacionamento, pertinente à experiência do usuário com o conteúdo. Conforme definições explicadas no capítulo anterior, determinou-se que todas as 99 postagens coletadas são abertas e expansíveis, por permitirem diferentes formas de interação por parte do interagente. Porque é possível, por exemplo, comentar na seção destinada a comentários, realizar duetos a partir do Reels original e reutilizar o áudio publicado para a criação de novos conteúdos. Soma-se a isso, a possibilidade de acessar menções e *hashtags* inseridas nas legendas.

Observa-se, todavia, que os veículos tendem a empregar *hashtags* pouco específicas, priorizando termos mais amplos, como #tocantins, #eleicoes, #palmas, #politica, #jornaldotocantins, #gazetadocerrado, #sonagazeta etc. É importante pontuar que, por seu caráter, muitas vezes, genérico, essas *hashtags* acabam inserindo os Reels em seções mais amplas da plataforma, fazendo com que se misturem a publicações de alcance regional, nacional e, até mesmo, internacional.

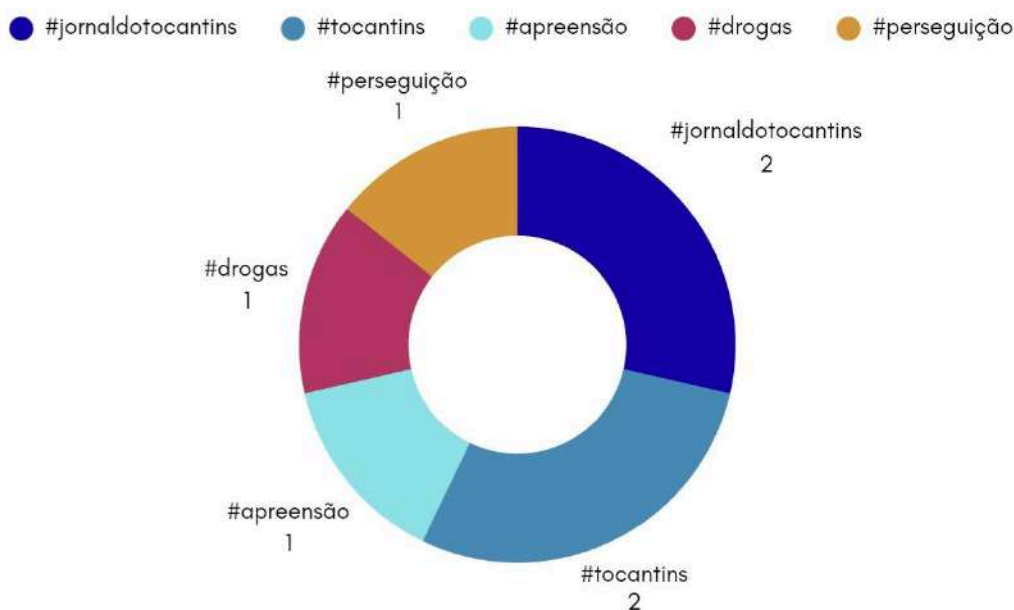
Entre os três perfis examinados, o Sou de Palmas foi o único que não utilizou *hashtags* em nenhum de seus Reels. O Jornal do Tocantins, por sua vez, fez uso desse recurso em ambas as postagens analisadas, enquanto a Gazeta do Cerrado empregou *hashtags* em 72 dos 73 vídeos lançados, deixando de utilizá-las apenas em um caso (vídeo 57, publicado em 23/10/2024).

A frequência de utilização do recurso está apresentada, a seguir, por meio de um gráfico, no caso do Jornal do Tocantins, e de uma nuvem de palavras, referente à Gazeta do Cerrado. A opção pela nuvem de palavras, em detrimento de um gráfico, neste último veículo, justifica-se pelo elevado número e pela diversidade de *hashtags* utilizadas nos Reels do perfil, o que, acredita-se, comprometeria a legibilidade e a clareza visual nesse tipo de representação gráfica. Ademais, a nuvem de palavras também auxilia na visualização de termos que mais se repetem, porque os deixa maiores em comparação àqueles com menos repetições.

No JTO, observa-se que as *hashtags* #tocantins e #jornaldotocantins aparecem em ambas as publicações analisadas, concentrando, juntas, 57,2% do total de ocorrências. As demais — #apreensão, #drogas e #perseguição — foram utilizadas apenas uma vez cada, correspondendo, individualmente, a 14,3% do conjunto. O padrão visualizado revela a priorização de marcadores institucionais e territoriais em detrimento de *hashtags* mais temáticas.

Gráfico 10: Hashtags usadas pelo Jornal do Tocantins

Hashtags usadas pelo Jornal do Tocantins



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Por fim, têm-se as 23 hashtags que aparecem nas postagens da Gazeta do Cerrado, bem como a quantidade de vezes que as mesmas se repetem: #sonagazeta (66 vezes); #gazetadocerrado (64); #eleicoes (49); #palmas (26); #politica (18); #tocantins (14); #majucotrim (3); #segundoturno (2); #culturadinamica (2); #defrentecommaju (1); #calor (1); #araguaina (1); #paz (1); #exposicao (1); #atelier (1); #ateliê (1); #culturapalmas (1); #culturatocantins (1); #palcogiratorio (1); #artistaplastico (1); #gurupi (1); #antonionetto (1); #turismo (1). Abaixo, esses dados estão organizados em nuvem de palavras:

Imagem 19: Hashtags usadas pela Gazeta do Cerrado



Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Diante deste cenário, considerando o total de 258 ocorrências de *hashtags* nas publicações da Gazeta do Cerrado, é possível perceber uma forte concentração em poucos marcadores, especialmente aqueles ligados à identidade do próprio periódico e ao contexto político do período analisado. Desse modo, os marcadores institucionais #sonagazeta e #gazetadocerrado reúnem, juntos, 50,4% de todas as ocorrências, sendo 25,6% para o primeiro (66 usos) e 24,8% para o segundo (64 usos).

Esse dado demonstra uma estratégia óbvia de autorreferência e reforço de marca, buscando consolidar reconhecimento e circulação interna dos conteúdos do perfil. Em seguida, aparece #eleicoes, com 19% das ocorrências (49 usos), confirmando o peso central da cobertura eleitoral do período. As *hashtags* #palmas (10,1%, com 26 aparições), #politica (7%, com 18 repetições) e #tocantins (5,4%, com 14 recorrências), reforçam o recorte geográfico e temático predominante no veículo, ancorado na política local e estadual.

Os demais marcadores tiveram incidência bastante residual. #majucotrim representa 1,2% (3 usos), enquanto #segundoturno e #culturadinamica aparecem com 0,8% cada (2 repetições). As outras 14 *hashtags* — como #araguaina, #gurupi, #turismo, #artistaplastico, #culturatocantins, entre outras — surgem apenas uma vez cada, o que corresponde, individualmente, a cerca de 0,4% do total.

Esse panorama revela que, embora a Gazeta do Cerrado utilize uma diversidade relativamente ampla de *hashtags*, sua estratégia de indexação se apoia fortemente em poucos marcadores recorrentes, priorizando a identidade do veículo e os temas políticos centrais, enquanto os demais assuntos aparecem de forma pontual e periférica.

Encerrada esta etapa da análise, passa-se, na sequência, às observações relativas ao elemento contexto, compreendido como o conjunto de fatores que circundam a informação e lhe atribuem sentido, isto é, os elementos adicionais que ampliam, aprofundam ou orientam a compreensão da narrativa apresentada.

Desse modo, conforme discutido no capítulo anterior, o conceito de contexto formulado por Paul (2007) demanda adaptações quando aplicado à análise de produtos audiovisuais veiculados no formato de Instagram Reels. A arquitetura da própria plataforma é marcada por implicações técnicas, que dificultam a análise a partir da proposta originalmente pensada por Paul (2007) para o jornalismo em websites.

Ainda assim, observa-se a utilização de menções, *hashtags*, sons, efeitos visuais e outras estratégias gráficas como tentativas de estabelecimento de conexões contextuais,

mesmo que de maneira fragmentada e menos sistematizada. Por isso, considerou-se todos os links identificados nas postagens analisadas como externos, uma vez que direcionam o interagente a conteúdos localizados dentro da própria plataforma, porém, vinculados a perfis distintos.

Acrescenta-se que, conforme o modo de utilização, tais links poderiam assumir funções suplementares, contextuais ou simplesmente relacionais. Contudo, por se tratarem, em sua maioria, de conexões mais genéricas e apenas associadas ao tema central da publicação, os posts foram predominantemente enquadrados na categoria “extrapola a narrativa/links relacionados”, como detalhado no quadro apresentado a seguir:

Quadro 11: Análise de contexto e fluxo.

DATA	VEÍCULO	CONTEXTO	FLUXO
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
16/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
18/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link suplementar).	Gravado e editado.
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
23/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
24/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
28/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
29/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
30/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Autoexplicativa.	Gravado e editado.
31/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link suplementar).	Gravado e editado.
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapola a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.

24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Extrapolam a narrativa, hipermediática (link relacionado).	Gravado e editado.

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Com base no que já foi exposto e no quadro apresentado acima, verifica-se que nenhum dos Reels do Sou de Palmas utilizou *hashtags* ou menções em suas legendas. A maior parte deles (19 vídeos) foi classificada como autoexplicativa, por não apresentar elementos que conectassem diretamente a outros conteúdos, seja por meio de *hashtags*, menções, trilhas sonoras ou efeitos. Mesmo assim, cinco publicações foram enquadradas como materiais que “extrapolam a narrativa” e, portanto, consideradas hipermediáticas, visto que as trilhas sonoras utilizadas funcionaram como links que conduzem o interagente a outros conteúdos dentro da plataforma.

Desse modo, nos casos classificados como “links relacionados”, os áudios direcionaram para materiais de terceiros que dialogavam ou eram similares ao tema tratado no Reels do jornal. Por outro lado, os conteúdos catalogados como “link suplementar” apresentavam trilhas sonoras que levavam a produções, que não mantinham relação direta com o assunto abordado pelo Sou de Palmas, funcionando apenas como um complemento lateral à experiência narrativa.

Entre os Reels publicados pela Gazeta do Cerrado, apenas um foi classificado como autoexplicativo, por não estabelecer qualquer conexão com outros conteúdos. Todos os demais foram enquadrados na categoria “extrapolam a narrativa, hipermediático (link relacionado)”.

Cabe destacar, entretanto, o 20º vídeo do veículo e o 27º, ambos publicados em 06/10/2024: suas trilhas sonoras poderiam ser entendidas como links suplementares, uma vez que direcionam o interagente a conteúdos completamente distintos dos abordados nas publicações. Ainda assim, devido à presença de *hashtags* nas legendas, como #sonagazeta, #gazetadocerrado, #eleições, #palmas e #tocantins, optou-se por classificá-los, prioritariamente, como materiais hipermidiáticos com links relacionados.

Ademais, com exceção dos Reels que, originalmente, foram transmitidos ao vivo, todos os demais materiais (71 no total) foram classificados como gravados e editados. Somente dois vídeos da Gazeta do Cerrado — o primeiro publicado em 10/10/2024 e o segundo em 23/10/2024 — foram categorizados como gravados e não editados, por se tratarem de transmissões ao vivo posteriormente salvas no perfil e, então, entendidas como Reels.

Outros aspectos que merecem atenção nesta análise dizem respeito ao tipo e à configuração da comunicação. O tipo de comunicação está relacionado ao formato utilizado, que no caso desta pesquisa, é o Reels. A configuração, por sua vez, pode assumir três diferentes formatos: um-para-um, um-para-vários ou vários-para-vários.

Conforme explicado no capítulo anterior, considerando que os perfis jornalísticos no Instagram costumam ser administrados por vários profissionais — em razão da própria organização das redações e da divisão de turnos entre os jornalistas —, entende-se que a configuração comunicacional se aproxima do modelo vários-para-vários. Isso porque diversas pessoas participam do processo de produção das notícias e, após a publicação, o conteúdo passa a circular entre um público igualmente amplo e diverso.

Antes de avançar para a seção dedicada às dimensões visuais, centrada no design da informação, apresenta-se, a seguir, o detalhamento final dos elementos que compõem o processo comunicacional: o direcionamento, a moderação e os objetivos e recursos identificáveis nas postagens coletadas. Desse modo, o direcionamento se refere ao fato de a narrativa ter sido gravada ou transmitida ao vivo. De acordo com o que foi apresentado anteriormente, observou-se que apenas dois vídeos do *corpus* foram produzidos em formato ao vivo e todos os demais (97 Reels) foram gravados.

Com esse cenário, compreende-se que a maior parte deles — os vídeos gravados — foi considerada moderada, uma vez que as informações passam por etapas de apuração, edição e publicação antes de chegarem ao integrante que acompanha o perfil. O restante, composto pelos 2 materiais ao vivo, foi considerado não moderado.

Em relação aos objetivos, considera-se que todos os materiais se enquadram em duas das três categorias propostas: troca de informações (sobretudo de caráter jornalístico) e registro. Por último, passa-se ao tópico relativo aos recursos aplicados na produção. O objetivo aqui é verificar se os vídeos analisados foram elaborados exclusivamente a partir de ferramentas nativas do Instagram ou se também recorreram a aplicativos e *softwares* externos. A utilização dos dois recursos também é possível.

Quadro 12: Recursos nativos ou externos e visualidades

DATA	VEÍCULO	RECURSOS	VISUALIDADE
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Software externo	Audiovisual
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Software externo	Audiovisual
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
16/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
18/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
23/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
24/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
28/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
29/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
30/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
31/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Software externo	Audiovisual
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Software externo	Audiovisual
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ferramenta nativa	Audiovisual

A partir da tabela apresentada, é importante mencionar que os dados elaborados são resultado da observação dos materiais que compõem o *corpus*. Reconhece-se que, embora os recursos nativos da plataforma ofereçam diversas possibilidades de edição, o uso de aplicativos externos aumenta ainda mais esse leque: “em parte, a utilização de softwares pode ampliar as possibilidades visuais, aumentando o número de fontes, layouts ou as combinações entre as mídias, por exemplo” (Assis, 2020, p. 180).

Ao observar os três perfis, identifica-se que tanto o Jornal do Tocantins quanto o Sou de Palmas recorreram, em todos os seus Reels publicados, a aplicativos externos, especialmente para preservar a padronização de cores, fontes e *layouts*. Por outro lado, a Gazeta do Cerrado alternou entre os dois recursos, embora prevaleça, nas postagens do veículo, o uso de ferramentas nativas da própria plataforma (60 publicações), frente àquelas que apresentam indícios claros de edição externa (13 vídeos).

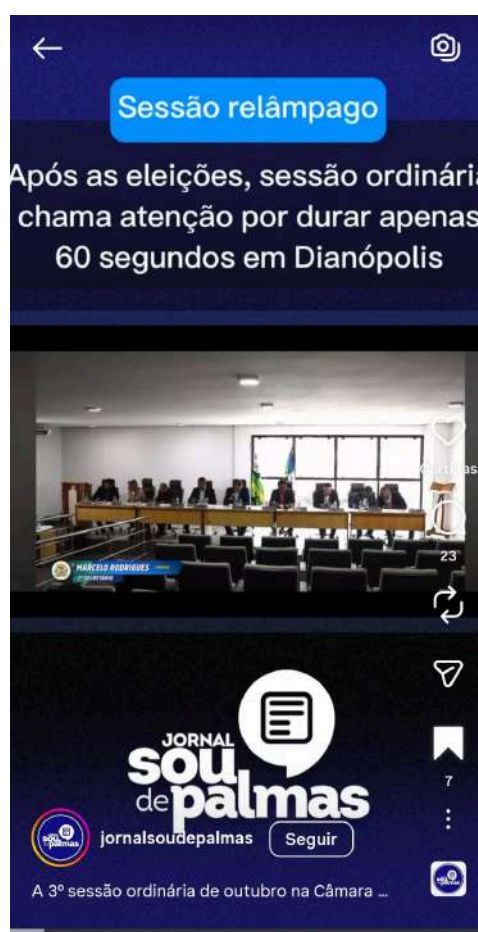
Os perfis do JTO e do Sou de Palmas utilizaram *layouts* específicos, com tipografias distintas daquelas oferecidas pela própria plataforma. Por causa dessas características, foram catalogados como produtos editados em aplicativos externos.

Imagem 20: Uso de aplicativo externo JTO



Fonte: Jornal do Tocantins (@jornaldotocantins.)

Imagem 21: Uso de aplicativo externo Sou de Palmas



Fonte: Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas).

No caso da Gazeta do Cerrado, a maior parte dos vídeos não apresentou indícios claros de uso de ferramentas externas. Tratava-se, em geral, de materiais com cortes simples, sem a inserção de legendas gráficas, *layouts* ou outros recursos visuais mais elaborados. Por esse motivo, optou-se por classificá-los como produzidos com ferramentas nativas do Instagram — ainda que não se possa descartar totalmente a possibilidade de terem sido editados externamente, com a decisão editorial de manter a estética simples.

Imagem 22: Exemplo de uso de recurso nativo

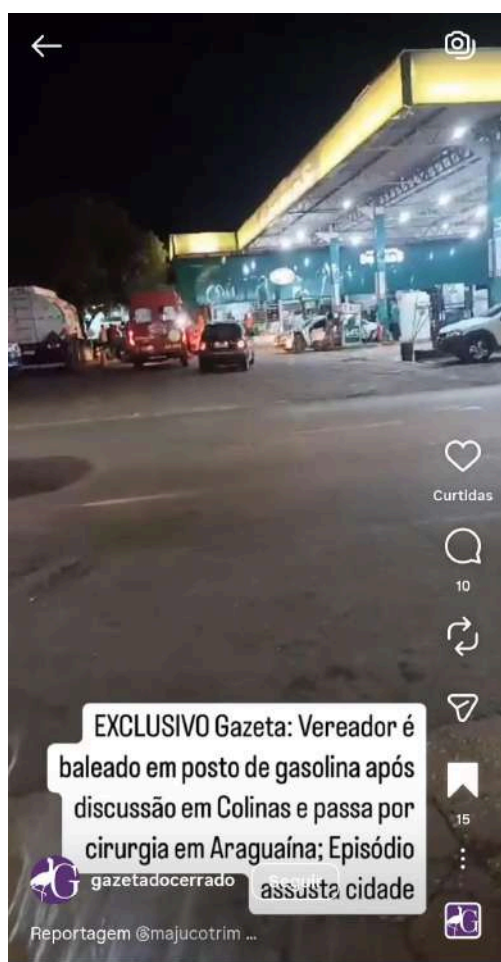
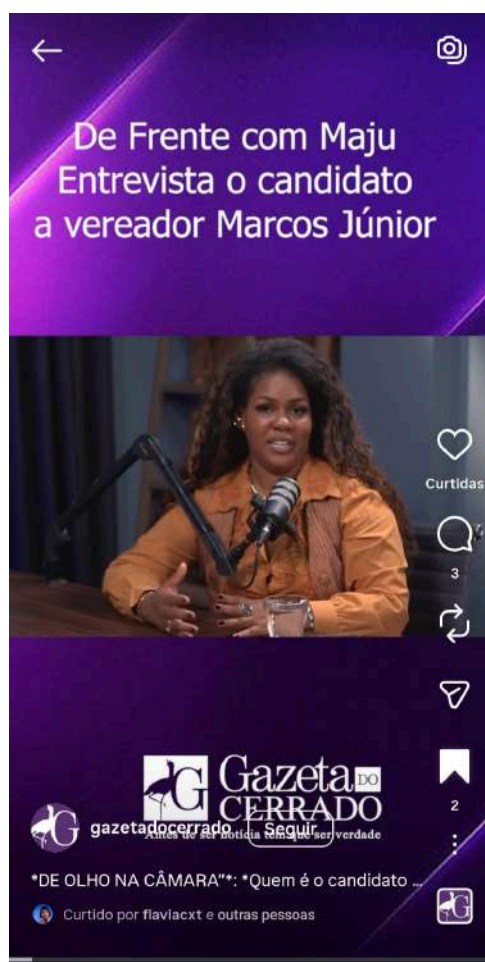


Imagem 23: Exemplo de uso de software externo



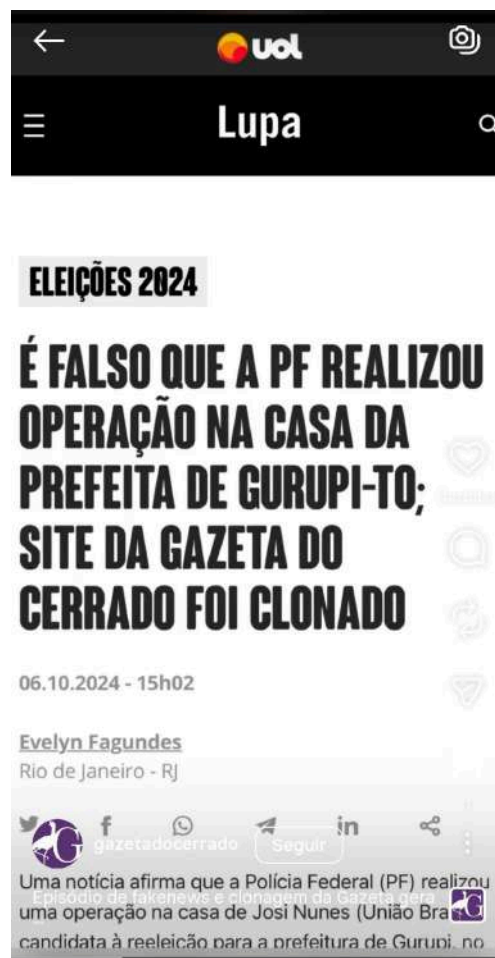
Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

Atenta-se que esse padrão pode estar relacionado ao ritmo acelerado de atualização adotado pelo veículo durante o período eleitoral analisado, privilegiando, assim, a agilidade na publicação em detrimento de processos de edição mais complexos e demorados. Além dos pontos observados, pontua-se que todos os materiais do *corpus* foram catalogados como audiovisuais. Isso inclui, inclusive, o Reels 27 da Gazeta do Cerrado, que, embora seja composto por uma sucessão de três capturas de tela, utiliza transições e trilha sonora, configurando-se, portanto, como um produto audiovisual.

Imagem 24: Exemplo de Reels com edição simples



Imagem 25: Reels 27 Gazeta do Cerrado



Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

Dispostos todos os pontos anteriores da análise, passa-se, agora, à segunda etapa do exame do plano de expressão, referente à dimensão visual, com foco no design da informação. Nessa perspectiva, a averiguação a seguir se concentra na observação de elementos como tipografia, uso de cores, presença de imagens estáticas ou dinâmicas e organização visual (layout).

Assim, o quadro abaixo organiza a tipografia utilizada pelos três veículos analisados, bem como a forma de aplicação adotada.

Quadro 13: Tipografias e formas de aplicação

DATA	VEÍCULO	TIPOGRAFIA	APLICAÇÃO
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Sem serifa	Tipos brancos
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Sem serifa	Tipos brancos em negrito
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul; tipos amarelos; e tipos pretos em fundo branco
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul degradê

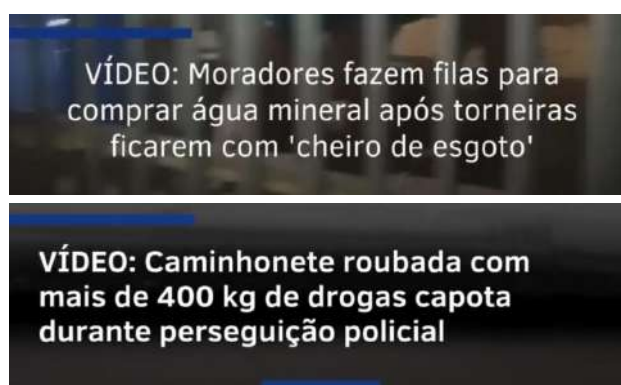
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul degradê
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul degradê; tipos brancos com bordas pretas
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul sólido
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul sólido
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul sólido
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo preto semitransparente
16/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
18/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo preto semitransparente
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo preto semitransparente
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo preto semitransparente
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo preto semitransparente
23/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
24/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul claro; tipos brancos em fundo preto semitransparente
28/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo preto semitransparente
29/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul escuro
30/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul escuro
31/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sem serifa	Tipos brancos em fundo azul escuro
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sem serifa + logo do jornal em fonte serifada	Tipos brancos sem fundo
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sem serifa + logo do jornal em fonte serifada	Tipos brancos sem fundo
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos

21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Com serifa	Tipos pretos em fundo branco
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sem serifa + logo com serifa	Tipos brancos em fundo roxo
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sem serifa + logo com serifa	Tipos brancos com bordas pretas e fundo animado roxo (legendas automáticas)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sem serifa + logo com serifa	Tipos brancos em fundo roxo
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sem serifa + logo com serifa	Tipos brancos em fundo roxo
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Ausência de tipos	Ausência de tipos

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

O Jornal do Tocantins apresentou um padrão em seus dois posts coletados: utilizou uma fonte sem serifa e caracteres na cor branca. No segundo Reels, publicado em 18/10/2024, observa-se que o periódico optou por aplicar o negrito nos textos (imagem 24). Tal decisão pode estar atrelada à busca por mais legibilidade, sobretudo porque a legenda no Reels foi posicionada sobre um fundo em gradiente preto, o que auxilia a destacar os tipos em contraste com a imagem.

Imagem 26: Reels 1 e 2 do Jornal do Tocantins



Fonte: Jornal do Tocantins (@jornaldotocantins).

No Sou de Palmas, de forma semelhante ao Jornal do Tocantins, foi percebida uma padronização visual na dimensão tipográfica: em todos os 24 posts analisados, o veículo decidiu pelo uso de fontes não serifadas, acompanhadas pela cor branca. Ainda que, na primeira postagem, apareçam, também, tipos nas cores amarela e preta, o branco permaneceu

predominante na composição gráfica geral. Acredita-se, portanto, que o padrão mencionado esteja vinculado a uma preocupação consistente com a uniformidade estética.

No que tange aos fundos aplicados para apoiar a leitura dos textos, nota-se que o recurso mais recorrente foi o fundo preto semitransparente, presente em 58,3% das publicações. Esse elemento atua como uma espécie de placa aplicada sobre uma parte da imagem do vídeo na qual o texto está posicionado, garantindo contraste, sem eliminar completamente o conteúdo visual que está atrás. Desse modo, consegue proporcionar uma leitura confortável das legendas inseridas nos Reels, como mostram os exemplos abaixo.

Imagem 27: Reels 16, 18 e 21 do Sou de Palmas



Fonte: Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas).

Além disso, as variações cromáticas em tons de azul — incluindo azul claro, azul escuro sólido, azul escuro degradê e azul-violeta — aparecem em um número significativo de postagens. Compreende-se que tais ocorrências apareçam em função da intenção de vinculação direta com a identidade visual do veículo, sendo uma estratégia de coerência com a marca e proporcionando reconhecimento imediato.

Imagem 28: Demonstração das categorizações



Fonte: Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas) e dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

Conforme mencionado, o Reels 1 do Sou de Palmas se destacou como uma exceção ao padrão identificado nos demais materiais. Isto se deve ao uso mais diverso de cores nos tipos, à utilização da marca “Rumo à Câmara” e à disposição dos demais elementos gráficos no próprio vídeo. Todo esse conjunto de características sugere que o conteúdo integra um quadro específico do perfil, iniciado antes do recorte temporal adotado nesta dissertação e que foi encerrado justamente na publicação analisada como vídeo 1 do periódico.

Imagem 29: Reels 1 do Sou de Palmas, publicado em 03/10/2024



Fonte: Sou de Palmas (@jornalsoudepalmas).

De forma geral, observando o que foi examinado até aqui, acredita-se que o Sou de Palmas adota uma estética controlada, previsível e funcional. Já no conjunto das 73 publicações analisadas da Gazeta do Cerrado, verifica-se uma predominância marcante de vídeos sem qualquer inserção de tipos, totalizando 53 ocorrências. Nesse sentido, grande parte do conteúdo é veiculada apenas com vídeo, sem apoio de texto na tela.

Entre os Reels que apresentam legendas, prevalece o uso de fontes sem serifa (19 aparições), o que indica uma preferência por tipografias mais neutras e adequadas ao universo digital. Apenas um caso destoou desse padrão, com a presença de tipos serifados (post 61, de 24/10/2024). Além disso, há a logo do veículo — que utiliza em si mesma uma tipografia com serifa — aparecendo em 12 vídeos publicados pelo perfil, funcionando como uma assinatura institucional.

Imagem 30: Reels Gazeta do Cerrado com fonte sem serifa e logo; fonte com serifa; e vídeo sem texto



Fonte: Gazeta do Cerrado (@gazetadocerrado).

Quanto ao uso de cor e fundo, verifica-se uma diversidade maior em relação aos outros veículos desta investigação, ainda que sem configuração de um padrão rígido. Ocorrem, por exemplo, textos brancos sem fundo (7 vídeos), textos pretos aplicados sobre fundo branco (6 vídeos), tipos brancos sobre fundo roxo (3 vídeos) e um caso de tipos pretos sem fundo. Também foram identificados dois vídeos com legendas automáticas e um com tipos em rosa e fundo branco.

Acredita-se que essa variedade observada seja fruto de escolhas pontuais e circunstanciais, possivelmente relacionadas ao conteúdo ou ao *layout* já presente em determinada imagem/vídeo, mais do que um projeto gráfico já sistematizado. Pontua-se que esses resultados são consonantes ao que foi encontrado em estudo anterior, Silva (2023).

Diante desse panorama, os dados refletem que a Gazeta do Cerrado não priorizou, no mês de coleta, o design gráfico-textual em seus vídeos, uma vez que a maioria deles prescinde de legendas inseridas na tela. A presença ocasional de elementos gráficos e tipográficos parece responder mais a necessidades específicas do conteúdo que a uma diretriz visual constante. Ao mesmo tempo, a recorrência da logo serifada reforça a identidade institucional do veículo, ainda que também não seja um padrão uniforme no interior dos vídeos.

Conforme afirmam Farina, Perez e Bastos (2006), a cor atua a nível estético, mas também mobiliza dimensões psicológicas, sendo capaz de evocar sentimentos, ao mesmo

tempo em que é atravessada por referências culturais que a transformam em símbolo. Houve, como mencionado nos parágrafos anteriores, o predomínio do azul e de suas variações cromáticas nos Reels do Jornal do Tocantins e do Sou de Palmas.

À luz da interpretação proposta por Heller (2013) em “A Psicologia das Cores”, o azul se associa à empatia, harmonia, amizade e confiança, além de estar relacionado às virtudes intelectuais e à racionalidade: “O azul é a principal cor das virtudes intelectuais. Seu acorde típico é azul e branco. Essas são as principais cores da inteligência, da ciência, da concentração” (Heller, 2013, p. 60). Trata-se, portanto, de uma escolha cromática que contribui para construir uma percepção de credibilidade em relação às narrativas jornalísticas apresentadas.

Na Gazeta do Cerrado, embora haja variação cromática ao longo das publicações, observa-se a recorrência do roxo — cor institucional do veículo — aplicado em diferentes suportes visuais, como no fundo de vídeos e legendas, além do próprio logotipo. De acordo com Heller (2013), o violeta, enquanto cor secundária, carrega significados ambivalentes e complexos.

Historicamente, fora associado ao poder (em razão de seu alto custo na antiguidade), bem como a dimensões religiosas. Ainda hoje, o violeta é frequentemente relacionado à autenticidade e à introspecção. A autora observa também que, à primeira vista, o violeta tende a ser percebido como um cor marcante, especial e até mesmo extravagante, o que reflete uma escolha cromática deliberada e expressiva.

Para além do uso de azul e de roxo, o branco e o preto compõem, segundo Heller (2013), o espectro das cores acromáticas, associadas, respectivamente, ao início e ao fim, à luz plena e à ausência de luz. Quando os três veículos recorrem às combinações preto-branco e branco-preto, pode-se observar uma aproximação com a objetividade, clareza e funcionalidade, já que, com a renúncia ao colorido, gera-se a expectativa de praticidade e ênfase no conteúdo verbal.

Além disso, tais escolhas criam alto contraste, o que favorece a leitura e promove uma percepção de seriedade e neutralidade, aliando-se à ideia de Heller (2013), de que a combinação entre preto e branco é percebida como inequívoca e, até mesmo, relacionada à verdade:

“Aí está, preto no branco” é um argumento muito usado — o que está impresso parece incorporar um teor muito maior de verdade. E porque a verdade não pode ser aumentada, textos impressos em letras coloridas parecem menos dignos de credibilidade. [...] O efeito psicológico daquilo que está impresso, preto no branco, é tão forte que as pessoas chegam a acreditar mais no que está impresso do que em suas próprias experiências.

[...] Uma fotografia em preto e branco parece ter maior valor documental do que uma foto em cores.” (Heller, 2013, p. 265-266).

Ao observar, de forma integrada, o uso de tipografia, cor e layout nos três veículos, nota-se que há um esforço visível na construção de uma identidade visual reconhecível, ainda que não formalizada como um manual de marca. As escolhas recorrentes de determinadas famílias tipográficas, paletas cromáticas e layouts funcionam como marcadores visuais que ajudam a associar o conteúdo ao veículo de origem, sobretudo em um ambiente como o Instagram, no qual a identificação rápida é fundamental.

Entretanto, essa padronização não se sustenta de maneira uniforme ao longo das publicações. Em diversos momentos, surgem posts que destoam por completo dos padrões previamente acionados, especialmente na Gazeta, seja pela introdução de novas cores, pela alteração do estilo tipográfico ou pelo abandono de estruturas gráficas antes recorrentes.

Esse comportamento sugere que a identidade visual, embora presente, opera, muitas vezes, como um recurso flexível e contingente. A presença dessas quebras de padrão pode estar associada tanto a demandas circunstanciais de produção (tempo, recursos, adaptação de materiais pré-existentes) quanto a tentativas de experimentar novas soluções estéticas. Contudo, essas oscilações reduzem a consistência visual e, conseqüentemente, a força de reconhecimento de marca.

Neste momento, passa-se às últimas categorias estabelecidas para o exame do plano de expressão: a análise de tipos de imagem, dos enquadramentos adotados e dos cenários que compõem os Reels do *corpus*. Ao observar como os sujeitos, objetos e ambientes são enquadrados e apresentados, torna-se possível identificar estratégias de aproximação com o público, hierarquização de informações e a construção de credibilidade visual.

Quadro 14: Tipos de imagem, planos e cenários

DATA	VEÍCULO	TIPO DE IMAGEM	PLANO	CENÁRIO
02/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto ³²	Externa (local do ocorrido)
18/10/2024	<i>Jornal do Tocantins</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto	Externa (rodovia)
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sonoras	Plano aberto	Interno (estúdio)
03/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano médio ³³	Interno (casa)
05/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano médio	Externa (local do ocorrido)
07/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano médio	Externa (local do ocorrido)
08/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (local do ocorrido)

³² Também conhecido como plano geral. Conforme Comparato (2009), é o plano que dá ênfase ao ambiente.

³³ A câmera está a uma distância média.

14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sonoras	Primeiro plano ³⁴	Externa (pátio da PM)
14/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto	Externa (local do ocorrido)
15/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + plano médio	Externa (escola)
16/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto	Externa (local do ocorrido)
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + primeiro plano	Interno (Câmara Municipal)
17/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto	Externa (local do ocorrido)
18/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto + primeiro plano	Externa (local do ocorrido)
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + contra-plongée ³⁵	Interno (dentro do ônibus)
21/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Sonora	Primeiro plano	Interno (dentro de escritório)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (local do ocorrido)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + plano aberto	Externa (local do ocorrido)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (local do ocorrido)
22/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto + zoom-in	Externa (local do ocorrido)
23/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto	Interno (loja)
24/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem sem áudio	Plano aberto	Externa (rua)
28/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano	Externa (local do ocorrido)
29/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano	Externa (festival)
30/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (terminal de ônibus)
31/10/2024	<i>Sou de Palmas</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (rua)
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
01/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (rua) + interno (local de reunião)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
02/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som + passagem + sonoras	Primeiro plano	Interno (estúdio)
03/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Primeiro plano	Externa (rua)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio	Externa (rua)

³⁴ A figura humana está enquadrada do peito para cima.

³⁵ Quando a figura é filmada de baixo para cima, com a câmara baixa do nível do olhar (Paduim, 2013).

04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (rua)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio	Externa (rua)
04/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + primeiro plano	Externa (rua) + Interno (escritório)
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Plano americano ³⁶	Interno (estúdio)
05/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (rua)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Plano americano	Interno (estúdio)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Primeiro plano + plano aberto	Externa (escola)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + primeiríssimo plano ³⁷	Interna (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano americano	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off	Plano aberto	Externa (ruas)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio + primeiro plano	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Primeiríssimo plano	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off	Plano médio	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + plano médio	Interno (local de votação)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + plano aberto	Externo (sites web)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano americano + plano médio	Interno (residência)
06/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Primeiro plano + primeiríssimo plano	Interno (espaço de reunião)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off + imagem com sobe som	Plano aberto	Interno (espaço de reunião)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + primeiro plano	Interno (espaço de reunião)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Primeiro plano	Interno (local de reunião)
08/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plano médio	Interno (sala)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off + imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (área de residência)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off + Sonoras	Primeiro plano	Interno (coletiva de imprensa)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano aberto + plano médio	Interno (espaço de reunião)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano aberto + plano médio	Interno (espaço de reunião)
10/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Interno (espaço de reunião)

³⁶ Corta a figura principal na altura dos joelhos (Comparato, 2009).

³⁷ Mostra o rosto do personagem (Paduim, 2013).

11/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora + imagem com sobe som	Primeiro plano + plano detalhe ³⁸ + plano aberto + contra-polngée	Interno (ateliê)
14/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio	Interno (prédio público)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio + primeiro plano	Externa (estacionamento)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + primeiro plano	Externa (passeata)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano médio	Interno (espaço de reunião)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano médio	Interno (espaço de reunião)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (rua, passeata)
15/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano médio	Externa (comício)
16/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonora	Plano médio	Externa (comício)
20/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off	Plano aberto	Externa (estacionamento)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off + imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (estacionamento)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off + sonoras	Primeiro plano	Interno (sala)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off + sonoras	Plano médio + primeiríssimo plano	Interno (salas)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off+ sonoras	Primeiríssimo plano	Interno (estúdio)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off+ sonoras	Primeiríssimo plano	Interno (estúdio)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio + plano aberto	Interno (escadas) + externo (rua)
21/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio + plano aberto	Interno (escadas) + externo (rua)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Primeiro plano + plano americano + plano médio	Interno (estúdio)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plano aberto	Interno (estúdio)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Primeiro plano + plano médio	Interno (estúdio)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (rua) + interno (sala de reunião)
23/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Primeiro plano + plano aberto	Externa (comício)
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plano americano + plano aberto	Interno (sala de reunião)
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plano médio	Interno (estúdio)
24/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (comício)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Plano médio	Interno (estúdio)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano médio + plano aberto	Externa (ruas)

³⁸ Foca em algum detalhe com aproximação da câmera (Paduim, 2013).

26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (ruas)
26/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Passagem	Primeiríssimo plano + plano médio	Interno (teatro)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plongée ³⁹ + primeiro plano	Externa (ruas)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plongée + primeiro plano	Interno (local de votação)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Off	Plano aberto	Interno (local de votação)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto + plano médio	Externa (comício)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Sonoras	Plongée + plano médio	Interno (casa)
27/10/2024	<i>Gazeta do Cerrado</i>	Imagem com sobe som	Plano aberto	Externa (comício)

Fonte: Dados elaborados pela autora deste trabalho (2026).

De acordo com o quadro acima, é possível observar que o Jornal do Tocantins, quanto ao tipo de imagem, apresentou comportamentos distintos em suas duas postagens analisadas. Na primeira publicação, utiliza imagem “com sobe som”, enquanto que em sua última postagem, o Reels é veiculado sem qualquer tipo de áudio, apoiando-se, exclusivamente, nos elementos visuais e textuais para a construção de sentido.

No que se refere ao Sou de Palmas, verifica-se a predominância de “sobe som” (14 Reels), o que indica a valorização do áudio nativo da cena como elemento narrativo. Além disso, quatro (4) postagens do veículo foram classificadas como “sonoras”, por serem constituídas de trechos de entrevistas, nos quais a fala de fontes atua como eixo central da construção informativa. Por outro lado, sete (7) materiais foram classificados como “imagem sem áudio”, utilizando, exclusivamente, recursos visuais e textuais para a transmissão da informação.

Dos três veículos, a Gazeta do Cerrado foi o periódico que mais explorou os tipos de imagem. O “sobe som” foi o recurso mais recorrente, presente em 39 Reels, seguido das “Sonoras”, que apareceram em 31 materiais, revelando um investimento consistente na fala de personagens e autoridades como elemento legitimador da informação jornalística. Ademais, foram identificadas 14 vídeos com a presença de “Passagens” — recurso tradicional do telejornalismo em que o repórter aparece em quadro conduzindo ou complementando a narrativa.

Por fim, o uso de “Off” foi verificado em 12 Reels. É preciso mencionar que todas essas ocorrências da Gazeta do Cerrado estão inseridas em um contexto no qual 16 vídeos apresentaram combinações entre os tipos de imagens. Desse modo, acredita-se que tais

³⁹ Quando a figura é filmada de cima para baixo (Paduim, 2013).

combinações revelam uma maior complexidade narrativa e uma tentativa de aproximação mais evidente à lógica do telejornalismo, ainda que adaptada às dinâmicas e limitações do Instagram Reels.

No que diz respeito aos planos de imagem, é necessário destacar que a diversidade de enquadramentos apresentada no quadro acima não parece decorrer de uma estratégia visual sistematizada por parte dos veículos, mas, sobretudo, das próprias condições de produção dos conteúdos. Isso porque os Reels publicados pelo Jornal do Tocantins, a maior parte dos vídeos veiculados pelo Sou de Palmas e diversas ocorrências na Gazeta do Cerrado são enviados por interagentes, que registram os fatos de maneira espontânea, a partir de escolhas individuais e circunstanciais de enquadramento.

Desse modo, acredita-se que tais recursos devem ser compreendidos menos como decisões editoriais e mais como marcas do olhar do produtor amador do conteúdo, refletindo práticas de registro do cotidiano e não uma intencionalidade narrativa previamente definida pelos jornais. Isto posto, verifica-se que o Jornal do Tocantins utilizou, exclusivamente, o plano aberto em suas duas postagens. Essa escolha sugere uma priorização do contexto visual amplo em detrimento da aproximação com personagens ou detalhes da cena, resultando em uma narrativa mais distanciada e informativa, com menor carga expressiva.

O Sou de Palmas, por sua vez, demonstrou maior variedade no uso de enquadramentos que o JTO. Embora o plano aberto também tenha sido predominante, com 15 ocorrências, identificaram-se 5 (cinco) usos de plano médio e 9 (nove) de primeiro plano. Além disso, foram registrados enquadramentos menos frequentes, como 1 (um) contra-plongée e 1 (um) zoom-in.

A Gazeta do Cerrado apresentou o uso mais diversificado de enquadramentos entre os veículos analisados. Foram identificadas 33 ocorrências de plano médio, 32 de plano aberto e 27 de primeiro plano, além de 6 registros de plano americano e 7 de primeiríssimo plano. Enquadramentos menos recorrentes, como plano detalhe e o contra-plongée, apareceram uma vez cada, enquanto o plongée foi utilizado em três ocasiões. Destaca-se, ainda, a recorrência de combinações de planos em uma mesma postagem, observada em 34 casos, o que contribui para uma maior variação visual e para a construção de narrativas mais dinâmicas nos Reels publicados pelo jornal.

Para a definição do cenário, consideraram-se as filmagens realizadas em ambientes internos e externos. Desse modo, verificou-se que, no Jornal do Tocantins, ambas as postagens analisadas foram gravadas exclusivamente em ambientes externos, ou seja, registros *in loco* dos acontecimentos.

No Sou de Palmas, observou-se, também, a predominância de ambientes externos, com 18 ocorrências, frente a apenas 6 registros em espaços internos. Destaca-se que a primeira postagem do veículo foi realizada no estúdio do jornal, configurando-se como uma exceção no conjunto analisado. Ressalta-se, ainda, que, nesse perfil, não foram identificadas combinações de ambientes em um mesmo Reels, o que resulta em narrativas visualmente mais homogêneas quanto ao cenário.

A Gazeta do Cerrado foi o periódico que apresentou maior diversidade no uso dos cenários, com 45 ocorrências em ambientes internos e 23 em ambientes externos. Além disso, foram identificadas 5 (cinco) postagens que combinaram espaços internos e externos, recurso que contribui para uma maior dinâmica visual e, talvez, uma ampliação da contextualização dos fatos apresentados.

Síntese da análise

Nem todos os veículos analisados atribuíram centralidade ao tema das eleições, apesar de se tratar de um tópico jornalístico fundamental no período delimitado para a coleta. O Jornal do Tocantins, por exemplo, não veiculou, em seus Reels, conteúdos relacionados ao processo eleitoral, o que evidencia uma ausência completa da abordagem política nesse ambiente da rede social. O Sou de Palmas, por sua vez, realizou apenas menções pontuais ao tema, muitas delas de caráter indireto, sem configurar uma cobertura sistemática ou aprofundada. Em contraste, a Gazeta do Cerrado foi o único veículo a empreender uma cobertura política mais consistente por meio do Reels. No entanto, essa ênfase acabou por limitar a diversidade temática do perfil no período analisado, uma vez que outros assuntos de interesse público, alheios à esfera política, tiveram presença reduzida ou inexistente.

Outro aspecto relevante diz respeito à ausência de periodicidade regular nas publicações. Embora a Gazeta do Cerrado apresente volume e constância significativamente superiores aos demais, nenhum deles opera a partir de uma lógica claramente planejada de postagem, especialmente, nos dias de menor fluxo noticioso. Essa irregularidade sugere fragilidades na gestão editorial dos perfis e aponta para um uso mais reativo da plataforma, no qual a maioria dos conteúdos são publicados conforme a disponibilidade de material e não a partir de um calendário estratégico de comunicação, ainda que o factual jornalístico possa romper o previsto.

No plano visual, a análise evidenciou tentativas de construção de identidades gráficas por meio do uso recorrente de cores, tipografias e certos padrões de *layout*. Contudo, tais esforços se mostraram instáveis e pouco consolidados. A coexistência, em um mesmo perfil,

de postagens que seguem propostas visuais relativamente consistentes e outras que destoam completamente dessas diretrizes revela a dificuldade dos veículos em manter a coerência estética ao longo do tempo. Essa descontinuidade é intensificada pela incorporação de conteúdos enviados por interagentes, que, apesar de ampliarem a cobertura factual, diluem o controle visual e editorial das narrativas.

Além disso, a qualidade técnica das produções analisadas ainda apresenta desafios evidentes, tanto no que se refere à edição quanto à composição visual dos materiais. Esses limites não podem ser compreendidos apenas como falhas pontuais, mas devem ser contextualizados a partir das condições materiais de produção desses veículos. Trata-se, em sua maioria, de pequenos arranjos jornalísticos, com restrições orçamentárias e dificuldades de sustentação econômica contínua, fatores que impactam diretamente a profissionalização das rotinas produtivas, o investimento em equipes especializadas e o domínio técnico das linguagens audiovisuais digitais.

Dessa forma, a análise aponta que o uso do Reels pelos veículos estudados ocorre em um cenário marcado, muitas vezes, por improvisação, assimetrias de planejamento e tensionamentos entre intenção editorial e condições reais de produção. Ainda que o formato seja reconhecido como estratégico para a circulação de notícias na plataforma, sua apropriação até então se dá de maneira parcial, fragmentada e, muitas vezes, condicionada mais a limitações estruturais dos veículos do que por uma estratégia comunicacional plenamente consolidada.

Assim, à luz dos resultados apresentados, passa-se, à seguir, às considerações finais, nas quais são retomados os objetivos da pesquisa e sintetizadas as principais conclusões alcançadas a partir da análise realizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ciberespaço se configura como um ambiente dinâmico e em constante transformação, marcado pelo surgimento contínuo de novas tecnologias, plataformas e lógicas de circulação da informação. É inegável que esse cenário impõe desafios constantes ao jornalismo, exigindo de profissionais e redações não apenas atualização técnica, mas também capacidade crítica para compreender e incorporar essas mudanças às rotinas produtivas.

Ao longo desta pesquisa, evidenciou-se que aceitar a instabilidade própria do ambiente digital e refletir sobre suas implicações é condição fundamental para a atuação jornalística contemporânea. Nesse sentido, a adaptação do jornalista não se limita ao domínio de ferramentas ou formatos, como o Reels, estudado nesta investigação, mas envolve a reconfiguração de práticas, linguagens e estratégias narrativas, de modo a dialogar com as dinâmicas das plataformas, sem perder de vista os princípios éticos e informativos que sustentam o fazer jornalístico.

Nesse contexto, a análise desenvolvida ao longo desta dissertação buscou compreender e responder à *pergunta-problema* desta pesquisa: o que há de permanência e de inovação no Jornalismo, mais especificamente no jornalismo audiovisual, a partir do que tem sido produzido, em termos narrativos, pelos perfis da Gazeta do Cerrado, do Jornal do Tocantins e do Sou de Palmas no Instagram Reels? Além disso, confirmou-se a *hipótese* estabelecida: os Reels que compõem o *corpus* são, de fato, informativos, superficiais, atuais, coloquiais e dotados, sobretudo, de noticiabilidade, conforme descrição tradicional do telejornalismo realizada por Paternostro (2006), embora por vezes, cometam falhas nos processos jornalísticos e criativos.

Ao mesmo tempo, esses conteúdos incorporam aspectos inovadores no modo de ser e fazer jornalístico, especialmente no que diz respeito à verticalização dos vídeos, às dinâmicas de circulação próprias da plataforma, que é regulada por algoritmos; às narrativas, que tendem a ser ainda mais enxutas/sintéticas; ao uso de recursos audiovisuais próprios do Instagram; e à crescente — e importante — participação/inclusão de conteúdos produzidos por interagentes (*citizen media*). Assim, evidencia-se a coexistência entre práticas consolidadas do telejornalismo e jornalismo audiovisual, e adaptações impostas pelo ambiente do Instagram, que tensionam rotinas produtivas e redefinem estratégias narrativas.

É relevante mencionar que a constituição do *corpus* desta pesquisa abrangeu o período de 1º a 31 de outubro de 2024, mês marcado por intensa atividade jornalística, em função tanto de datas comemorativas quanto da realização de dois turnos das eleições municipais.

Nesse intervalo, foram identificados 99 Reels, distribuídos da seguinte forma: 73 publicações da Gazeta do Cerrado, 24 dos Sou de Palmas e 2 do Jornal do Tocantins.

O intuito de realizar a coleta em um mesmo recorte temporal se justificou pela ampliação das possibilidades de que os três veículos noticiassem os mesmos acontecimentos, sob enfoques distintos, o que favoreceria a análise comparativa e o aprofundamento das observações sobre as narrativas adotadas em cada perfil. No entanto, observou-se que a coincidência entre fatos noticiados ocorreu apenas uma vez — tópico abordado na página 88.

Também foram estabelecidos objetivos específicos, desenvolvidos ao longo dos capítulos desta dissertação. Inicialmente, buscou-se compreender as especificidades do jornalismo audiovisual, contemplando a discussão teórica e o resgate histórico, bem como as particularidades do Reels no contexto das redes sociais. Foram apresentadas suas funcionalidades e sua relevância no ecossistema midiático contemporâneo.

Em seguida, elaborou-se um protocolo de análise das postagens coletadas, fundamentado na Semiótica Discursiva e em propostas procedimentais de autores que, a partir desse referencial, desenvolveram protocolos analíticos específicos. Por fim, realizou-se uma investigação das estratégias multimídia, com ênfase no audiovisual, empregadas pelos três veículos, com o propósito de identificar padrões, recorrências e diferenças na construção das publicações analisadas.

Perante o exposto, observou-se que nem todos os veículos conferiram centralidade ao tema das eleições, apesar de se tratar de um assunto jornalístico essencial no período de coleta, especialmente por ter sido a primeira vez em que as eleições municipais de Palmas tiveram segundo turno. Nesse contexto, apenas a Gazeta do Cerrado apresentou uma cobertura política mais sistemática por meio do Instagram Reels.

De modo geral, notou-se que os três veículos tocantinenses transitaram pouco entre os formatos jornalísticos: todos eles apresentaram claro predomínio do formato notícia em seus Reels, indicando a manutenção de práticas do jornalismo informativo tradicional no ambiente. O Jornal do Tocantins se concentrou exclusivamente em *hard news* no período analisado; o Sou de Palmas também privilegiou o factual, ainda que com espaço pontual para *fait divers*, de maior apelo emocional; e a Gazeta do Cerrado também reforçou seu alinhamento ao factual, sobretudo na cobertura política.

Observou-se que cada perfil apresentou um ritmo/periodicidade. Ainda que a Gazeta do Cerrado tenha apresentado volume e constância superiores de postagem em relação aos demais veículos, nenhum deles atuou a partir de estratégias claramente estruturadas de postagem, principalmente em períodos de menor fluxo noticioso. Como apontado no capítulo

anterior, tal irregularidade evidencia fragilidades na gestão editorial dos perfis e indica um uso predominantemente reativo do Instagram Reels.

Quanto à duração dos vídeos, identificou-se uma disparidade significativa entre os veículos: o Jornal do Tocantins teve o menor volume de conteúdo, com apenas 54 segundos publicados ao longo de outubro. Em contraste, o Sou de Palmas acumulou aproximadamente 27 minutos de material, enquanto a Gazeta do Cerrado se destacou pelo maior volume de produção, com aproximadamente 2 horas e 40 minutos de conteúdo jornalístico.

Notável é que essas diferenças evidenciam escolhas narrativas que envolvem ganhos e limitações: o Jornal do Tocantins e o Sou de Palmas apostaram em vídeos mais curtos, o que favoreceu a retenção da audiência e a geração de mais visualizações (proporcionalmente), no entanto, sabe-se que Reels mais enxutos tendem a reforçar a superficialidade informativa; por outro lado, a Gazeta do Cerrado apostou em mais publicações, com vídeos mais longos, que permitem, em geral, maior contextualização dos fatos, embora estejam mais sujeitos à dispersão do público e a menores índices de engajamento.

Também foram observadas, no *corpus*, algumas falhas de ordem técnica, sobretudo, relacionadas ao tratamento do áudio: cortes abruptos, baixa qualidade sonora com presença de ruídos, ausência de legendas em conteúdos que demandavam esse recurso, trilhas sonoras que competiam com a narrativa, além de usos antecipados de *fade out*. Tais ocorrências se concentraram majoritariamente nos Reels da Gazeta do Cerrado, veículo que apresentou o maior volume de publicações no período (73 vídeos, com média de 2,35 postagens diárias), o que sugere uma relação entre intensidade produtiva e comprometimento técnico. Ainda que esses problemas não sejam exclusivos do periódico, tendo sido observado um caso no Sou de Palmas, o Jornal do Tocantins não apresentou falhas desta natureza, acredita-se que muito em razão da brevidade de seus vídeos e da ausência ou simplicidade do uso do áudio.

No plano visual, observou-se, como mencionado no capítulo anterior, que os veículos analisados demonstraram preocupação em estabelecer identidades gráficas por meio de uso recorrente de cores, tipografias e padrões de *layout*. No entanto, essas iniciativas se revelaram pouco consolidadas, uma vez que a coexistência de Reels visualmente padronizados com outros que destoam dessas diretrizes compromete a coerência estética dos perfis.

Entretanto, as limitações técnicas recorrentes nas produções audiovisuais, tanto no âmbito da edição quanto da composição visual, evidenciadas no capítulo de análise, devem ser interpretadas e compreendidas à luz das condições materiais de produção dos veículos analisados, em sua maioria, pequenos arranjos jornalísticos. Restrições orçamentárias e dificuldades de sustentação econômica contínua impactam diretamente o investimento em

infraestrutura, equipes especializadas e no aprimoramento técnico necessário à consolidação de práticas audiovisuais mais qualificadas no ambiente digital tocantinense.

Assim, a análise indicou que o uso de Reels pelos veículos estudados ocorre em um contexto marcado por improvisação e fragilidades de planejamento. Embora o formato seja reconhecido como estratégico para a circulação de notícias no Instagram, sua apropriação ainda se mostra limitada, sendo utilizada, predominantemente, como suporte para a veiculação imediata de conteúdos factuais, sem a consolidação de rotinas editoriais e narrativas próprias do ambiente. Nesse sentido, o uso do Reels se revela mais condicionado pelas limitações estruturais dos veículos do que por uma estratégia comunicacional sistematizada.

Diante do exposto, esta dissertação buscou contribuir para a compreensão teórica das transformações do jornalismo audiovisual no contexto das redes sociais, em especial no ambiente do Instagram Reels, oferecendo subsídios analíticos que possam servir de referência para investigações futuras. Ao sistematizar e analisar as estratégias narrativas e visuais adotadas por veículos jornalísticos locais, pretendeu-se ampliar o debate sobre os modos contemporâneos de circulação da notícia, sem deixar de ter um olhar crítico sobre os desafios enfrentados pelas redações na adaptação às plataformas digitais.

Do ponto de vista prático, espera-se que os resultados aqui apresentados possam colaborar para o aprimoramento das rotinas jornalísticas, auxiliando profissionais e veículos a refletirem sobre o uso mais planejado e estratégico do Instagram Reels e das linguagens audiovisuais nas redes sociais como um todo, considerando o amplo alcance e o potencial de engajamento que esses ambientes/plataformas oferecem junto aos interagentes.

Ressalta-se, por fim, que o tema abordado não se esgota nesta pesquisa. Ao contrário, apresenta múltiplas possibilidades de aprofundamento, seja por meio da ampliação do *corpus*, da análise de outros contextos regionais ou plataformas, seja pela incorporação de entrevistas com profissionais responsáveis pela produção e gestão dos perfis analisados, o que permitiria compreender de forma ainda mais aprofundada as decisões editoriais, as limitações estruturais e as estratégias adotadas no cotidiano das redações.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, G; HARRIS, P. **Layout**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

AMBROSE, G; HARRIS, P. **Design básico**: cor. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ASSIS, I. **Notícias autodestrutivas**: jornalismo no Snapchat e Stories do Instagram. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2021. 376p.

ASSIS, I. **Notícias autodestrutivas**: conteúdo jornalístico em Stories do Instagram e no Snapchat. 2020. 362 f. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215943>. Acesso em: 3 abr. 2025.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Mapeando o jornalismo local no Brasil**. s.d. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em 03 dez 2024.

AUGÉ, M. **Não lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. 6. ed. Campinas, SP: Papirus, 2007.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. 4a ed. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BALDESSAR, M. et al. Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural. **Intexto**, Porto Alegre, n. 28, p. 53-62, jul. 2013.

BARTHES, R. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BELTRÃO, L. **A imprensa informativa**. São Paulo: Folco Msucci, 1969.

BERTOCCHI, D. **Dos dados aos formatos – Um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital**. Tese de Doutorado da Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. Bauru: EDUSC, 2003, 442p

CALIMAN, L. Os valores da atenção e a atenção como valor. **Estud. pesqui. psicol.**, Rio de Janeiro, v.8, n.3, dez. 2008. Disponível em <<http://goo.gl/8LWrMP>>. Acesso em: 12 ago. 2025.

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de proximidade**: Rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CAMPONEZ, C. Jornalismo regional: proximidade e distanciamos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora, Jornalismo de Proximidade**: Limites, Desafios e Oportunidades. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2011.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Universidade da Beira Interior. Covilhã: UBI, LabCom, 2014. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf. Acessado em 20 de mar. 2025.

CARDOSO, G. **A sociedade dos ecrãs**. Lisboa: Tinta da China, 2013.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COMPARATO, D. **Da criação ao roteiro**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2009.

COSTA, L; BRASIL, A. Brasil. Imagens Verticais no Telejornalismo. Intercom Sul 2016. In: Anais do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Curitiba, PR. 2016.

DION, S. O fait divers como gênero narrativo. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras**, Santa Maria, n. 34, jan.-jun. 2007, pp. 123-31.

DOMANESCHI, E. O quadrado semiótico greimasiano: herança e transformação. **Estudos Semióticos**, São Paulo, Brasil, v. 13, n. spe, p. 51–58, 2017. DOI: 10.11606/issn.1980-4016.esse.2017.140738. Disponível em: <https://revistas.usp.br/esse/article/view/140738>. Acesso em: 28 nov. 2024.

EMERIM, C. Telejornalismo e Semiótica Discursiva. In: VIZEU, A. et al. (Orgs.). **Telejornalismo em questão**. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 3. Florianópolis: Insular, 2014.

EMERIM, C; FINGER, C; CAVENAGHI, B. Metodologias de Pesquisa em Telejornalismo. In: **Anais do 13o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Anais. Campo Grande: SBPJor, 2015.

ERBOLATO, M. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1978.

FARINA, M; PEREZ, C; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Editora Contexto: 2010.

FIORIN, J. A noção de texto na semiótica. **Organon**, Rio Grande do Sul, n. 23, 1995. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/organon/article/view/29370>. Acesso em: 27 nov. 2024.

FLORES, J; RENÓ, D. **Periodismo transmedia**. Madrid: Editorial Fragua, 2012.

FRASCARA, J. **Communication Design: principles, methods and practice**. New York: Allworth Press, 2004.

FULLER, J. **What is Happening to News: The information explosion and the crisis in journalism**. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

GAZETA DO CERRADO (site). **Missão, Visão e Valores**. Disponível em: <https://gazetadocerrado.com.br/missao-visao-e-valores-da-gazeta-do-cerrado/>. Acesso em: 8 abr. 2025.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. **Revista Parágrafo**. V. 6, n.1, 2018. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em: 2 abr. 2025.

GILLMOR, D. **Nós, os media**. Portugal: Presença, 2005.

GONÇALVES, A. Os novos paradigmas da imagem em movimento: em busca de metalinguagens de representação para bases de dados virtuais visando a recuperação de conteúdo semântico. **DataGramZero**, v. 3, n. 1, 2002. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/6792>. Acesso em: 21 jan. 2026.

GÖTZ, V. **Color & type for the screen**. Switzerland: RodoVision, 1998.

GREIMAS, A. **Sobre o sentido – ensaios semióticos**. Petrópolis: Vozes, 1975.

GREIMAS, A; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. Editora Cultrix: São Paulo, 1980.

HALL, J. **Online Journalism: a critical primer**. Londres: Pluto Press, 2002.

HELLER, E. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HJELMSLEV, L. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. Trad. José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

INSTAGRAM. **Shedding more light on how Instagram works**. Instagram Blog, 30 maio 2023. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/how-instagram-ranks-search-results>. Acesso em: 2 abr. 2025.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph. 2008.

JENKINS, H; GREEN, J; FORD, S. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

KAUFMAN, D; SANTAELLA, L. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. e34074, 2020. DOI: 10.15448/1980-3729.2020.1.34074. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/34074>. Acesso em: 7 abr. 2025.

LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Insular, 4ª ed. Ver. e atual., 2012.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LAGE, N. **Linguagem jornalística**. 7 Ed. São Paulo: Ática, 2000.

LANDOW, P. **Hipertexto 3.0**: teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización. Barcelona: Paidós Ibérica, 2009.

LEMOS, A. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura**. 2ª. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEMOS, A. Ciber-cultura-remix. Apresentado ao Seminário “Sentidos e Processos” dentro da mostra **Cinético Digital**, no Centro Itaú Cultural. São Paulo: Itaú Cultural. Ago. 2005. Disponível em: <http://goo.gl/UW7eMR>. Acesso em: 24 jan. 2026.

LEMOS, A. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2005, Rio de Janeiro. Intercom. Rio de Janeiro: Uerj, p. 1-17, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2025.

LUPTON, E. **Thinking with type**: a critical guide for designers, writers, editors & students. New York: Princeton Architectural Press, 2004.

MACHADO, E; PALACIOS, M (orgs). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MELO, M. J. **História do Jornalismo**: itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

MATTE, A; LARA, G. **Um panorama da semiótica greimasiana**. Revista Alfa, São Paulo, 2009.

MCLUHAN, M; CARPENTER, S. (org.). **Explorations in communication**. Boston: Beacon Press, 1960.

MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MENDES, M. Da linguística estrutural à Semiótica discursiva: um percurso teórico-epistemológico. **Raído**, Mato Grosso do Sul, n.9, 2011. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/Raido/article/view/975>. Acesso em: 27 nov. 2024

MENOTTI, G. **Discourses around vertical videos**: an archaeology of “wrong” aspect ratios. **ARS** (São Paulo), v. 17, p. 147-165, 2019.

MORETZSOHN, S. **Jornalismo em “tempo real”**: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NEWMAN, N. et. al. **Digital News Report 2023**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. p. 160. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf. Acesso em: 05 jul. 2024.

NOBLE, S. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. Nova York: New York University Press, 2018.

PATERNOSTRO, V. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PADUIM, V. Fundamentos básicos da linguagem audiovisual: cinema. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação. **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**: Produção Didático-pedagógica, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016. V.2. (Cadernos PDE). Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2013/2013_fap_arte_pdp_viviane_paduim.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2026. ISBN 978-85-8015-075-9.

PAUL, N. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

PENA, F. **Teorias do Jornalismo**. 3a Ed. São Paulo: Contexto, 2012.

PERUZZO, C. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.

PIZA, M. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. Orientador: Michelangelo Giotto Santoro Trigueiro. 2012. 48f. TCC (Graduação)– Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília. 2012. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf. Acesso em: 28 ago. 2023.

PINHEIRO, E; CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1. **Informação & Sociedade**, [S. l.], v. 10, n. 2, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/337>. Acesso em: 8 abr. 2025.

POSTMAN, N. **Amusing ourselves to death**: Public Discourse in the Age of Show Business. New York: Penguin, 1985.

PULS, M. **Retrato ou paisagem?** Por que giramos a câmera? Revista Zum. Janeiro de 2016.

PRIMO, A. **Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador**. In: André Brasil; Carlos Henrique Falci; Educardo de Jesus; Geane Alzamora. (Org.). **Cultura em fluxo: novas mediações em rede**. 1 ed. Belo Horizonte: PUC Minas, 2005, v. , pp. 36-57.

PRIMO, A; CASSOL, M. EXPLORANDO O CONCEITO DE INTERATIVIDADE: DEFINIÇÕES E TAXONOMIAS. **Informática na educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, 1999. DOI: 10.22456/1982-1654.6286. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286>. Acesso em: 08 mai. 2025.

RECUERO, R. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, no 38, 2009.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RENÓ, D. **Cinema documental interativo e linguagens audiovisuais participativas**: como produzir. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2011. ISBN 978-84-939337-2-2.

ROCHA, L. Jornalismo Hiperlocal no Twitter: verificação dos critérios de noticiabilidade de veículos tocantinenses. **Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 5 a 9 de outubro de 2022, E [recurso eletrônico]: Ciências da Comunicação contra a Desinformação / organizado por Giovandro Marcus Ferreira, Maria do Carmo Silva Barbosa e Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo; [realização Intercom e UFPB] - São Paulo: Intercom, 2022.

ROCHA, L; ALVES, Y. Mapeamento da mídia no Tocantins: o início do projeto e seus desdobramentos. In: BITAR, Marina Parreira Barros; ROCHA, Liana Vidigal; SILVA, Edna de Mello (Orgs.). **Mapa da mídia do Tocantins**: processos e perspectivas. Palmas: Editora Unitins, 2025. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/editoraunitins/article/view/6975>. Acesso em: 10 set. 2025.

ROCHA, L. **A mídia regional na era on-line**: estudo e mapeamento dos veículos de comunicação do Estado do Tocantins. Projeto de Pesquisa cadastrado na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação, Universidade Federal do Tocantins, 2015.

ROCHA, L; SOUZA, S; ALVES, Y. Mapa da Mídia no Tocantins: levantamento de veículos entre 2015 e 2020. In: GRADIM, A.; SERRA, P. (orgs.). **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2019/2020**. Covilhã: LabCom, 2020.

RODRIGUES, C. Jornalismo hiperlocal: sucessos e fracassos da informação de proximidade. In: CORREIA, J (org.). **Ágora - Jornalismo de proximidade**: limites, desafios e oportunidades. Covilhã, UBI: LabCom, 2011.

RODRIGUES, J. Estatísticas de redes sociais: tudo o que você precisa saber em 2023. **RD ESTATION**. 2023. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/estatisticas-redes-sociais/>. Acesso em: 03 dez. 2024.

SALAVERRÍA, R. **Cibermedios**: el impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

SALAVERRÍA, R. **Multimedialidade**: informar para cinco sentidos. 2014.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, L. Imagens são óbvias ou astuciosas? **Líbero**, São Paulo, v. 17, n. 33A, p. 13-18, jan./jun. 2014.

SANTAELLA, L. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.

SANTAELLA, L. Potenciais e desafios para a comunicação e inovação. **Comunicação & Inovação**, v. 8, n. 14, p. 2–7, 2007.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTOS, C; UNGER, L. Juventude, mobilização e interação na trilha das lutas feministas online. In: **Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress**, Florianópolis, 2017.

SARAIVA, J. **A identidade de um percurso e o percurso de uma identidade**: um estudo semiótico das canções do pessoal do Ceará. Fortaleza: EDUFC, 2012.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. 27. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

SCHMITZ, A. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes empresariais nas relações com jornalistas de economia e negócios. 2010. 152 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SCOLARI, C. **Ecología de los medios**: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: Gedisa, 2015.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

SILVA, A; ROCHA, L. As dimensões convergentes no jornalismo regional do Jornal do Tocantins. **Estudos em Comunicação**, Covilhã: Universidade da Beira Interior, v. 1, n. 28, p. 105-126, 2019. Disponível em: <https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/520>. Acesso em: 2 abr. 2025.

SILVA, C. **Jornalismo nos Reels do Instagram**: uma análise comparativa entre os perfis dos portais G1 Tocantins e Gazeta do Cerrado. TCC (Graduação) – Jornalismo, Universidade Federal do Tocantins. Palmas, p. 109. 2023.

SILVA, C; ASSIS, I. Uma análise comparativa entre os conteúdos produzidos para o Reels do Instagram pelos portais G1 Tocantins e Gazeta do Cerrado. In: KNEIPP, V; PICCININ, F; ANDRADE, A (org.). **Realidades Televisivas**. 1. ed. [S.l.]: Ria Editorial, 2024. p. 173–209. Disponível em: <https://www.riaeditorial.com/livro/realidades-televisivas>. Acesso em: 7 abr. 2025.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: **Estudos de Jornalismo e Mídia**. Vol. II, no 1, 2005.

SODRÉ, M. **Reinventando @ cultura**: a comunicação e seus produtos. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

SOU DE PALMAS (site). **Quem somos**. Disponível em: <https://soudepalmas.com.br/quem-somos>. Acesso em: 8 abr. 2025.

SOUZA, S; ROCHA, L. Mídia regional: mapeamento dos veículos de comunicação no Estado do Tocantins. in: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: INTERCOM, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/re-sumos/R11-0410-1.pdf>. Acesso em: 10 set. 2025.

STATISTA. **Countries with the most Instagram users 2025**. 2025. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/?srsltid=AfmBOooTa0aYJulyBiGwA-5QVdXi-bTwpAtHegcavJuE08lfZpeudqId/>. Acesso em: 28 jan. 2026.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS. **Linhas de pesquisa**. s.d. Disponível em: <https://www.uft.edu.br/campus/palmas/cursos/pos-graduacao/mestrados-e-doutorados/ppgcom/linhas-pesquisa>. Acesso em 03 dez 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS. **Sobre a UFT**. s.d. Disponível em: <https://www.uft.edu.br/campus/palmas/cursos/pos-graduacao/mestrados-e-doutorados/ppgcom/linhas-pesquisa>. Acesso em 03 dez 2024.

VIANA, K; NOGUEIRA, R. Alguns conceitos em semiótica discursiva. **Revista Linguagem em Pauta**, v.1, n.1, jul./dez. 2021, p. 08-20. Disponível em: <https://linguagempauta.uvanet.br/index.php/lep/article/view/8/9>. Acesso em: 27 nov. 2024.

VILCHES, L. Tecnologia digital: perspectivas mundiais. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, n. 26, p. 43–61, 2003. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i26p43-61. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/37471>. Acesso em: 2 fev. 2026.

WARD, M. **Journalism Online**. Oxford: Focal Press, 2002.

WILLIAMS, R. **Design para quem não é designer**. 4. ed. São Paulo: Callis, 1995.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

WÖLFFLIN, H. **Conceitos Fundamentais da História da Arte**: o problema da evolução dos estilos na arte mais recente. São Paulo: Martins Fontes, 2006

WURMAN, R. **Information Anxiety 2**. Indianapolis: Que, 2000.

YUSAIRA, F; BENNETT, C. Influence of Autonomous Sensory Meridian Response on Relaxation States: An Experimental Study. **NeuroRegulation**, [S.l.], v. 8, n. 4, p. 184–193,

2021. Disponível em: <https://www.neuroregulation.org/article/view/21980>. Acesso em: 6 abr. 2025.

APÊNDICE A - Fichas de decupagem

JORNAL DO TOCANTINS - VÍDEO 1

VEÍCULO: Jornal do Tocantins

DATA: 02/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Crise no abastecimento de água em Palmas.


ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Barra em azul e logo do JTO em branco, ambos estáticos.


TEXTO NO REELS: VÍDEO: Moradores fazem filas para comprar água mineral após torneiras ficarem com ‘cheiro de esgoto’.


VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Em quadrado 1:1.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 15s

LEGENDA DO REELS: ENTENDA - Vídeos registrados por moradores mostram o movimento em revendedora de água e gás na região sul de Palmas. Empresa contou que vendeu cerca de 500 galões em um dia.

 Divulgação

 g1 Tocantins e TV Anhanguera

 Assine o JTo, um jornal que conhece o Tocantins de notícia.

#JornalDoTocantins #Tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Não possui falas, apenas sobe som.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 12,7 mil.

JORNAL DO TOCANTINS - VÍDEO 2

VEÍCULO: Jornal do Tocantins

DATA: 18/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Perseguição policial e apreensão de drogas.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Barra em azul e logo do JTO em branco, ambos estáticos.

TEXTO NO REELS: VÍDEO: Caminhonete roubada com mais de 400kg de drogas capota durante perseguição policial.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Em quadrado 1:1.


QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 39s

LEGENDA DO REELS: APREENSÃO: A Polícia Rodoviária Federal (PRF) apreendeu cerca de 418kg de drogas em uma caminhonete após o motorista capotar o veículo durante

uma perseguição policial em um trecho entre as cidades de Lagoa da Confusão do Tocantins e Dueré. O suspeito fugiu.

 PRF/Divulgação

 Andressa Ribeiro

 Assine o JTo, um jornal que conhece o Tocantins de notícia.

#JornalDoTocantins #Tocantins #apreensão #drogas #perseguição

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo não possui som.

Obs: A legenda do Reel menciona veículo capotado, mas, no vídeo é mostrada apenas a perseguição policial.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 27,4 mil

SOU DE PALMAS - VÍDEO 1

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 03/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Entrevista com político: Rafael Felipe


ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundos azuis às margens do vídeo. Texto com letras brancas, amarelas e pretas, e logo do quadro do jornal “Rumo à Câmara”.

TEXTO NO REELS: Rumo à Câmara - Histórias e propostas dos futuros vereadores!

Convidado: Rafael Felipe, candidato a vereador.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal (trata-se de um podcast em vídeo), adaptado ao formato vertical, com uso do fundo azul às margens do vídeo.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 14m59s

LEGENDA DO REELS: Em mais um episódio do Rumo à Câmara, na reta final das eleições, recebemos o candidato a vereador Rafael Felipe que contou sobre suas principais bandeiras e também as expectativas para os últimos dias de campanha. Assista o episódio completo! 

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Jornalista] Olá, internautas que nos acompanham no Jornal Sou de Palmas, estamos com mais um episódio, na reta final das eleições, do "Rumo à Câmara", e hoje estamos recebendo o candidato a vereador, Rafael Felipe. Rafael, seja muito bem-vindo. E vamos começar te apresentando para os nossos internautas. Fala aí para o Palmense, para os eleitores, um pouquinho de quem que é o Rafael Felipe.

[Rafael Felipe] Olá, tudo bem? Muito obrigado pelo convite. Rafael Felipe é um apaixonado por Palmas. Eu falo que eu sou tocaninense por escolha, porque estou aqui desde os cinco anos, desde a criação, meus pais vieram para cá para um estado novo e Palmas é a nossa cidade. Então, apesar de ser paulistano, eu sempre estive lá e aqui, mas muito mais aqui. Eu

falo que eu sou o paulistano mais tocantinense que tem. E a minha história por Palmas passa pelo esporte. Eu sempre fui na iniciativa privada, eu trabalhei 16 anos no Centro de Lajeado, desde a construção até a gestão, coordenador de comunicação lá por mais de sete anos. E por conta de trabalhar na iniciativa privada e a gente ter um maravilhoso, eu acabei de 2003 para frente me envolvendo muito com as ações do agro. Então, acabou que eu tentei fugir disso, mas não deu certo. Minha paixão é a publicidade, eu sempre botava em segundo ponto. De repente, eu me vi na área de comunicação organizando os maiores eventos que tinham aqui, porque a empresa tinha uma política de responsabilidade socioambiental e a gente tinha que executar ações. E acabou que foi meio que um funil, fui sendo empurrado para isso, e eu fui me desenvolvendo. E aí a gente acabou trazendo grandes eventos pela usina, que até 2014, enquanto eu estive lá, a gente conseguia fazer desde o Campeonato Brasileiro de Canoagem, de Triathlon. E acabou que eu juntei a comunicação, trabalhei em comunicação, me formei em comunicação aqui na Ulbra. Então, o Rafael é um palmense, apaixonado pela cidade, quer ver ela crescer bastante. Em 2015, depois desses anos todos nós em Lajeado, aceitei o convite de assumir a Secretaria de Esportes. Fiquei como secretário-executivo, bem no momento anterior aos Jogos Mundiais, pude ter uma participação boa na área esportiva. E fui um dos responsáveis pela vinda do Ironman Triathlon. Sou um preposto. Fui, na verdade, eu praticava o triathlon de forma amadora, mas eu consegui trazer para cá um evento que movimentou mais de 23 países aqui na nossa cidade. Então, eu sou apaixonado por Palmas. Quero vê-la crescer. Trabalho com política há 10 anos. Eu sempre falava no início da faculdade que eu nunca ia me envolver com isso, mas depois que você entra, você se apaixonou porque há como fazer. Eu costumo dizer que é muito fácil fazer as coisas certas. Muita gente vai pelo caminho errado, mas eu acho que tem como fazer as coisas certas. E se a gente está cobrando, a gente vai pedindo, e chega uma hora que você não consegue achar, você tem que se propor para o jogo. Não adianta você só falar. Você tem que falar: O que eu posso contribuir? Como é que eu posso fazer? Foi quando eu decidi esse ano mudar um pouquinho o roteiro, em vez de ficar nos bastidores fazendo campanha. Lógico, depois que eu saí da prefeitura, eu fiz a campanha para viajar para o Senado em 2018, e depois fiquei quatro anos no Congresso. Fiquei, na verdade, oito meses na Câmara e depois mais quatro anos no Congresso e no Senado. Então, de 22 para cá, eu decidi voltar para a minha agência, trabalhar, e esse ano veio o mosquitinho da política, e eu falei, vamos para o jogo, vamos tentar fazer a diferença.

[Jornalista] O currículo é extenso. Aproveitando que você já falou um pouquinho sobre a sua atuação aqui em Palmas, caso o Rafael Felipe for eleito como vereador, quais são as bandeiras que você mais vai defender lá dentro da Câmara? Quais são as áreas que você pretende dar mais atenção, que você também saiu levantando durante a sua campanha?

[Rafael Felipe] Na verdade, as pessoas às vezes querem fazer o mais do mesmo, falar saúde, educação. Eu acho que para mim isso é básico de qualquer gestão. O papel do legislador é fiscalizar isso, também criar ações, buscar a forma de melhorar isso, e quando não acontece, cobrar. Então, as minhas bandeiras, as que eu sempre estive muito envolvido, que é o esporte, o turismo e a cultura. O esporte, porque é uma coisa que é uma paixão que aconteceu, eu acabei trabalhando na área, trabalho já há mais de 15 anos na área. O turismo, porque eu também trabalho com turismo, eu tenho uma empresa ali na Praia da Graciosa, não sei se todo mundo conhece aquelas pranchinhas que as pessoas andam em pé. Eu consegui popularizar o esporte, que na época era muito caro. Então, eu tenho um contato muito forte com o turismo, e eu costumo dizer que as minhas bandeiras estão entrelaçadas. A pessoa que vem para uma competição, ela está fazendo turismo esportivo. Quando ela vem, ela vai aproveitar toda a parte de trade, que é hotel, restaurante, locação de carro. Então, gera dinheiro, dinheiro de fora vem para cá. E quando as pessoas estão viajando, eu costumo dizer, quando eu competia, a viagem para uma prova fora é desculpa para viajar. E a gente tem a parte de futuro, você vai viajar para algum lugar, você vai curtir o local, você quer ver um show, um espetáculo. Então,

a minha cultura, esporte e turismo são minhas bandeiras que eu defendo, porque se as pessoas soubessem que o turismo é a terceira maior indústria do mundo, eles iam parar de falar que eu quero uma indústria. Eu prefiro muito mais as praias, os bares cheios, do que uma indústria com uma chaminé jogando fumaça na cidade. Então, é uma geração de renda, geração de emprego, oportunidades para quem está aqui. Mas as pessoas ainda não têm essa visão. Dentro da Câmara, as pessoas têm mania de achar que o vereador só é para fazer requerimento, mudar o nome de rua ou dar título cidadão. Não é, ele tem um papel de fiscalizador, que é muito importante, mas ele também tem condições de criar leis que ele consegue direcionar algumas coisas da Prefeitura, do Executivo. Lógico, tem uma parceria sempre com o Executivo. Ah, como é que um legislador vai conseguir executar? Não, a gente vai criar formas. Eu já até no meu projeto legislativo, coloquei três projetos básicos. Se você pegar que em 2024, Palmas teve um orçamento de 0,3 bilhões de reais, e quando estava na gestão, a gente tinha uns 700 milhões e a gente deixava a cidade maravilhosa. E era muito pouco, né? O que eu consegui para o esporte, 200, 300 milhões, era coisa de outro mundo. E aí eu te digo, com 2,3 bilhões, tem três projetos já escritos, que, eu entrando na Câmara vou votar para votação para conseguir aprovar, que é carimbar 1% do orçamento para o esporte, 1% para a cultura e 1% para o turismo. As pessoas falam, ah, mas é pouco, é muito não. Se você pegar que 23, não precisa nem chegar a metade disso, eu te garanto que Palmas vai respirar esporte, a gente vai ter infraestrutura turística gigantesca e também não adianta você fazer uma cidade maravilhosa se você não faz publicidade dela. A gente garante publicidade dessa. Não sei se você já percebeu, às vezes está assistindo a TV em casa, aparece uma propaganda de São Luís, uma de Noronha, isso é aquela cidade investindo em outros locais para trazer turistas. E eu acho que Palmas tem essa condição. Para ela ter essa condição, ela tem que simplesmente ter uma condição de atender. Eu adoro viajar. Então, quando eu viajo, você acaba vendo coisas que aqui poderiam ter, que não tem. Então, os três primeiros projetos que a gente vai realizar serão menos de 1% para cada um, eu te garanto 1% para a cultura, todos os projetos culturais que estão parados aqui. Porque é muito vergonhoso você ver projetos que já estão há 20 anos brigando para conseguir realizar um evento que já tem 20 anos, ele tem que ir lá bater na porta de um deputado, na porta de um vereador, quase implorando uma emenda, o que deveria estar dentro do calendário do município. Então, a ideia é carimbar esse dinheiro para que seja obrigatório e fazer um calendário esportivo, cultural e turístico na cidade. Eu te garanto que a gente vai gerar renda, emprego, ou seja, vão gerar novos empregos, cada dia geram novas profissões. E a gente tem condições, Palmas é maravilhosa, mas precisa ter essa sinergia executiva e legislativa, querendo que as coisas aconteçam.

[Jornalista] Bacana, e são bandeiras que também se usavam muito ali na juventude. A juventude de Palmas era uma juventude um pouco mais carente, desse incentivo ao esporte, à cultura. No jornal mesmo a gente pautou uma onda de homicídios aqui em Palmas, só de jovens que acabam indo para outros caminhos. Você faz essa relação também da juventude com as bandeiras, que você carrega e tudo mais, aqui em Palmas, como que é?

[Rafael Felipe] Essa pergunta é muito boa, porque é um caso prático verdadeiro que aconteceu. Um projeto que, na iniciativa privada, conseguia que a empresa apoiasse, dentro da prefeitura a gente mostrou que era muito válido, e ele acontecia dentro de uma escola do município. O que acontece? O gestor levou até onde conseguiu, mas chegou uma hora que, mesmo sendo uma instituição sem fins lucrativos, ele tenta buscar apoio, mas não consegue. O que aconteceu? O projeto teve que parar por um período. Um desses alunos lá, que é um jovem adolescente, ele, por não ter uma base muito forte, estava começando a ter um crescimento no esporte, ele se afastou. E nessa dele se afastar, o que chega? O que está mais próximo do jovem, ainda mais na área mais periférica? São as drogas, a prostituição. E esse menino passou alguns meses e foi assassinado porque estava envolvido com transporte de

crack. Ou seja, eu falo isso, a juventude é primordial. Eu costumo dizer o seguinte, eu me preocupo com os jovens, os adolescentes dessa geração, porque se você for parar para pensar, o nosso futuro depende deles, entendeu? Então, Palmas é uma cidade, eu sou da época dos anos 90 aqui, que a gente tinha jogos o tempo inteiro. Lembro que, isso eu posso até falar, na época era o prefeito, era o próprio Eduardo, a gente tinha jogos municipais, que hoje tem o Jets. Então, a gente tinha um mês que você envolvia muitos jovens de todas as gerações, independente se era da Zona Sul ou da Zona Norte, tinha atividade. Só que a gente cresceu, mudou o formato. Palmas está caminhando para uma cidade grande, apesar de ser uma capital com formato interior. Então, a gente tem espalhada, de norte a sul, mais de 35 quadras poliesportivas que estão horríveis. E vamos ser sinceros, calor na nossa cidade, não dá ter uma criança às 4 da tarde e ficar jogando bola, não tem condições. Então, acho que tem que ter um trabalho, a juventude, eu falo assim, a juventude tem que ser assistida. Você tem que dar condições para a juventude trabalhar. E não estou falando de coisas pontuais. Adianta nem fazer uma ação, que eu até sempre falo, que nem essas ações de datas, calendário sazonal. Isso é para ativá-la, lembrar, e às vezes até são datas bem comerciais. Mas acho que tem que ter um calendário de ações, que você envolva aquele jovem e tenha um acompanhamento. Porque é o seguinte, não adianta fazer uma coisa pontual, porque as coisas ruins estão em volta. Tem que ter suporte, não pode ser uma coisa pontual, tem que ser presente, tem que acontecer, tem que ser com cronograma, tem que ser trabalhado. Então, acho que a juventude de Palmas, ela tem uma carência muito grande de atividades que possam atender esse grupo, entendeu?

[Jornalista] Muito interessante. E estamos caminhando para a reta final das eleições. Estamos a poucos dias do dia 6 de outubro. E eu queria que você comentasse, como foi a atividade de campanha durante esses dias? Como foram as suas andanças? Como você avalia esse cenário político aqui em Palmas, depois de todos esses dias de campanha?

[Rafael Felipe] Esse ano, talvez, a gente tenha uma campanha mais diferente de todas que a gente já teve. É estranho, não sei se... Se você olhar as campanhas anteriores para essa, a gente deve ficar muito silencioso, né? Eu acho que o formato das campanhas mudaram, acho que o digital veio muito forte, mas eu acho que a Palmas, por ser uma capital, a gente ainda tem aquela coisa do voto de cabresto, que a gente fala muito que é mais comum no interior, mas as minhas andanças foram em pontos específicos, muito contato, eu falo a gente que não tem mandato, não foi a primeira vez, e é um formato diferente. Eu falo que o meu voto é um voto consciente, é um voto que as pessoas querem uma melhoria, é um voto mais crítico, entendeu? Então, a gente visitou vários lugares bem populares para entender e enxergar como é que está a população. É ouvir, não adianta. Eu quero o seu voto, mas eu preciso saber o que você precisa. As pessoas precisam ser ouvidas, né? Então está muito diferente. A nossa meta aí é conseguir o sucesso e entendendo mais ainda, porque é o seguinte, a gente tem que entender ao redor do outro, né? Então foi bem corrido, e novamente para você foi uma campanha bem quente, não digo no calor da política, mas no calor do Tocantins de Palmas. Mas eu creio que esses últimos dias, porque na legislativa é bem mais tranquilo do que na majoritária. As agressões são menores, a busca é maior, não é um roubando o voto do outro, é conquistando pelo projeto. Eu acho que nunca se teve tantos candidatos, eu acho, em Palmas. Nós estamos aí com mais de 12 partidos, cada um com 24, então é assustador a quantidade de candidatos. Então foi uma campanha diferente, eu que sempre tive os bastidores agora, estava fazendo campanha publicitária, quando você está agora na frente, é diferente, o jogo muda, até as cobranças e os pedidos são bem diferentes, mas eu acho que Palmas está amadurecendo politicamente, entendeu? Ainda é um processo de mudança, de sair de uma cidade muito casa, para uma cidade maior, mas eu vejo que o voto crítico está melhorando aqui, entendeu? E isso a gente vê, talvez eu possa ter mais respostas sobre isso, sobre esse tema em si, após a eleição, mas a gente vê que as pessoas, a grande maioria quer uma renovação, quer buscar, não digo não o novo em si, o novo de idade, mas o novo de pessoas, né? A gente vê uma câmara que

nada contra quem está lá, mas tem pessoas que estão lá há 4, 5, 6 mandatos, e as pessoas já estão, porque essa pessoa está lá há tanto tempo e as pessoas não sabem o que ela fez, o que ela faz, as pessoas estão, pela criticidade das coisas, as pessoas estão buscando melhoria, buscando entender o que essa pessoa fazia, antigamente não, as pessoas interessavam o político, isso acabou, isso agora não existe mais, acho que agora é o seguinte, o que você está fazendo realmente? As pessoas têm, tem gente que não, mas a grande maioria, ainda mais depois que a gente chegou hoje, todo mundo com o celular vira um jornalista, vira um fiscal, então isso é muito legal, mas as pessoas têm que dar melhor de si, né? Então está um clima diferente, eu por ser a primeira campanha, está sendo tudo um pouco novo, é diferente do que eu achava dos bastidores, os pedidos são bem estranhos, mas assim, a ideia nossa é alcançar isso, o formato que a gente sempre fez, muita transparência, clareza, sempre evitando as práticas da velha política, entendeu? E buscar aí, conseguir uma votação bem expressiva, né? Conseguir esse êxito, né?

[Jornalista] E você está no time do candidato a prefeito Eduardo Siqueira, né? E fala um pouquinho sobre essa escolha de acreditar que o Eduardo é o mais preparado, né? Porque também quem é o seu eleitor, né, será eleitor do Eduardo também, então, fala mais um pouquinho sobre essa parceria de vocês.

[Rafael Felipe] Então, o nosso partido tomou uma decisão muito séria, o nosso candidato, a princípio seria o Carlos Amastha, e pra mim foi o melhor prefeito de Palmas, eu costumo dizer que tem três prefeitos que eu gosto muito, né? Eu estou aqui a vida inteira, gostei do que o Eduardo fez no início, desde lá nos anos 90, acho que se dá. Mas era um canteiro de obras, é assustador, que em 93, em 94, quatro, você é muito nova, você não pegou essa época da poeira. Depois teve o Raul Filho, que ele foi muito bom na parte da educação. E o Amastha, ele conseguiu projetar Palmas para o futuro. Entendeu? Então, eu costumo avaliar assim, eu falo que o melhor é o que eu tinha que avaliar, então eu passei por todos os prefeitos. Eu não lembro muito do Fenelon, porque eu era muito criança, mas o que eu posso pra você? Aí, com a desistência do Carlos para vereador, a gente tinha que encontrar alguém que casasse conosco. E assim, gosto muito, inclusive do professor Júnior Geo, é um grande amigo, é um deputado excelente.

[Corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 3,776 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 2

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 03/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Água suja em Lagoa da Confusão.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Moradora de Lagoa da Confusão reclama de água turva: “Fazer o que com uma água dessa?”

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 16s

LEGENDA DO REELS: “Tem quatro anos que eu utilizo a água da rua e desde então é sempre desse jeito. Às vezes fica mais clara, às vezes mais escura, mas não dá pra beber, não

dá pra lavar roupa”, contou uma moradora de Lagoa da Confusão ao jornal Sou de Palmas, mostrando em um vídeo como está a situação.

Entramos em contato com a BRK para solicitar informações, mas até o momento não tivemos resposta.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: “Fazer o que com uma água dessas?”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 28,4 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 3

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 05/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Atentado a tiros.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Candidato a prefeito de São Miguel do Tocantins, Dr. Fialho (PDT), sofre atentado; vídeo mostra carro atingido a tiros.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 10s

LEGENDA DO REELS: Candidato a prefeito de São Miguel do Tocantins, Dr. Fialho (PDT), sofre atentado; vídeo mostra carro atingido a tiros.

O candidato a prefeito de São Miguel do Tocantins, Dr. Fialho, do PDT, foi vítima de um atentado em frente à sua residência, na noite desta sexta-feira, 4. Conforme relatado no Boletim de Atendimento da Polícia Militar, Dr. Fialho relatou que ouviu três a quatro disparos de arma de fogo enquanto estava dentro de casa, após fechar o portão. Minutos depois, ao verificar a situação, ele constatou que o parabrisa do veículo que estava estacionado em frente à sua residência havia sido atingido por tiros, perfurando o lado do passageiro. Felizmente, ninguém foi atingido.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: “O carro aí, olha. Os caras atiraram aí, olha. Dr. Fialho aí, olha. O carro dele aí, olha”.

[Há outras duas vozes no vídeo, falando algo sobre o tema].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 47,2 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 4**VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 07/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 1**TEMA DO REELS:** Salvamento de um bebê engasgado.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** Bebê de 24 dias de vida engasga e é salvo após ação rápida de policiais em Palmas.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 36s**LEGENDA DO REELS:** Policiais militares da força tática do 6º Batalhão atenderam a um caso de emergência envolvendo um bebê engasgado na Avenida Tocantins, em Palmas, na noite deste domingo (6). Tudo começou quando um casal chegou rapidamente ao local, trazendo seu filho recém-nascido, de apenas 24 dias, que estava sem reação.

De acordo com o relato dos pais, o bebê teria se engasgado enquanto era amamentado. Sem perder tempo, os policiais realizaram a manobra de Heimlich, técnica utilizada para desobstruir vias respiratórias. Em poucos minutos, a criança voltou a respirar e chorou, indicando que estava fora de perigo. Após a estabilização dos sinais vitais, o Corpo de Bombeiros Militar foi acionado para encaminhar o bebê a uma unidade de saúde para avaliação médica.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Falas não identificadas]

“Ao lado do Juninho Burguer, ao lado do Juninho Burger. Em frente ao Juninho Burguer”

“Tá respirando?”

“Tá respirando”

[Pai comentando a situação].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim. Inclusive, nota-se que se trata de um vídeo republicado da conta do @6bpm_pmto, e o mesmo já continha legenda: “Cenas dramáticas de um salvamento realizado pela equipe de Força Tática do 6º BPM.”.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 29,5 mil.**SOU DE PALMAS - VÍDEO 5****VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 08/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 1**TEMA DO REELS:** Acidente na estrada para Lajeado.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** Grave acidente, entre Lajeado e Miracema, deixa uma pessoa morta e outra ferida.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal adaptado ao vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 30s

LEGENDA DO REELS: O acidente ocorreu por volta das 9h40 desta terça-feira (8).

Segundo a Polícia Militar, a vítima fatal está presa às ferragens e os feridos estão sendo socorridos pelo Samu.

A ocorrência ainda está em andamento.

O jornal Sou de Palmas segue acompanhando o caso e em breve traz novas informações.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: “Gente, aqui na ponte teve um acidente, viu? Se vocês estiverem vindo, aqui, para Miracema, na estrada de Lajeado para Miracema, em direção, aqui tem uma caminhonete. Como vocês podem ver, está no meio da estrada. Muito cuidado quando vocês estiverem vindo”.

“Meu Deus, o homem tá morto lá, tu viu?”

“Não, não vi, não.

“Minha filha, lá no chão! Senhor da Glória!”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 34,3 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 6

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 14/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Anúncio de concurso da PMTO.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Governador Wanderlei Barbosa anuncia concurso da PMTO com 660 vagas para soldados e oficiais.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com bordas para adaptação ao vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 55s

LEGENDA DO REELS: O anúncio foi feito durante um evento da Polícia Militar do Tocantins, realizado na manhã desta segunda-feira (14).

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: “Pessoal, começando uma nova semana aqui com a nossa senadora, com o senador Eduardo Gomes também, o deputado Gaguinho, o deputado Cleiton, o nosso secretário de comando da Polícia, entregando 50 viaturas, que serão 350 em todo o estado. Aqui em Palmas, 50 viaturas entregamos hoje, fruto de uma parceria do nosso governo com a bancada federal. Mas anunciamos também o concurso para 600 vagas de soldado e 60 de oficial, que será realizado em dezembro.

Um outro ponto importante anunciado também: o auxílio alimentação para os nossos policiais nas ruas vai passar de 300 para 800 reais a partir de janeiro do ano que vem, se Deus quiser.

Então, esse é o trabalho que a gente vem fazendo, senadora, e eu agradeço muito a sua parceria.”.

“Parabéns, governador pelo trabalho e a parceria da bancada é fruto dessa dedicação e seriedade que o senhor demonstra.”.

“Segurança para todos os tocantinenses, um abraço.”.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 30,6 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 7

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 14/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Acidente de trânsito.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Casal fica ferido após carro colidir com poste e pegar fogo em Araguaína.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens para adaptação ao vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m

LEGENDA DO REELS: Um casal, ambos de 30 anos, ficou ferido na madrugada deste domingo (13) após o carro em que estavam colidir com um poste de energia e pegar fogo em Araguaína, na região norte do estado. De acordo com informações da Polícia Militar (PM), o acidente ocorreu por volta de 1h na Avenida Filadélfia, no setor Eldorado.

Segundo relatos recebidos pela PM, o casal teria ingerido bebida alcoólica em um estabelecimento comercial momentos antes da colisão. Uma testemunha informou que, após uma discussão, o casal entrou no veículo, que logo se chocou contra o poste. A causa da colisão ainda não foi esclarecida.

Matéria completa: www.soudepalmas.com.br

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo sem áudio.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, câmera de segurança.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 25,4 mil

SOU DE PALMAS - VÍDEO 8

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Homenagem

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: VIRALIZOU! Em homenagem, aluno se veste como professora e vídeo viraliza na internet.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 25s

LEGENDA DO REELS: O pequeno Gael Nascimento de Lima, 7, de São Gonçalo, Rio de Janeiro, divertiu a web com a sua homenagem à professora preferida da escola. Em vídeo viral, é mostrado um bilhete que os alunos receberam convidando a todos a irem vestidos de acordo com o funcionário que gostariam de homenagear.

Gael escolheu a professora do 1º ano do colégio, Simone Goulart. O menino conseguiu ficar idêntico à funcionária, desde o cabelo até as roupas e o enchimento no quadril, e fez o maior sucesso.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Fait Divers.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Leitura de um comunicado] “No dia 9 de setembro, faremos uma homenagem para os funcionários da nossa escola. O (a) aluno (a) deve vir vestido de acordo com o funcionário (a) que deseja homenagear”.

[Alguém] “Como é que vai ser a aula hoje, tia Simone? Vai, tia Simone! Pode ir! Vai tia Simone!” “Tia Simone chegou, tia Simone! [Não entendido] [...] sua sócia, tia Simone!”

[Tia Simone] “Meu Deus, eu não acredito!”

[Alguém] “Tchau, tias Simones!”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, vídeo viralizado.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 24,4 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 9

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 16/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Assalto em Palmas

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, retranca em fundo azul claro e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: “Assalto em Palmas” “Mulher perde motocicleta após ser assaltada em Palmas”.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 29s

LEGENDA DO REELS: Ocorrência aconteceu na tarde desta quarta-feira (16). A mulher estava chegando com a moto quando foi *surpreendido* por dois indivíduos em outra moto.

Um deles sacou uma arma e foi para cima da vítima. Caso aconteceu no Jardim Paulista, região sul da Capital.

O Jornal Sou de Palmas entrou em contato com as autoridades oficiais para mais informações.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo sem som.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de câmeras de segurança.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 76,6 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 10

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 17/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Sessão relâmpago.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, retransmissão em fundo azul claro e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: “Sessão relâmpago” “Após as eleições, sessão ordinária chama atenção por durar apenas 60 segundos em Dianópolis”.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m

LEGENDA DO REELS: A 3ª sessão ordinária de outubro na Câmara Municipal de Dianópolis chamou a atenção de *uma* morador por ter durado apenas 60 segundos nesta quarta-feira (16). A ocasião acontece após as eleições municipais, que reelegeram apenas três vereadores dos atuais.

Ao Jornal Sou de Palmas, o morador sinalizou que a sessão pode refletir desinteresse dos parlamentares com as questões da *idades* após o período eleitoral.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Político Marcelo Rodrigues, 2º secretário] “Grande expediente: não havendo grande expediente, comunicações da liderança, líder do governo municipal, [não identificado]. Ordem do dia: não havendo ordem do dia, vamos para as considerações finais. Convido o vereador Ambrósio, expensor vereador Tuca Lula, expensor vereador Biusan, vereador Junior Trindade, vereador Ubiraci, vereador Marcelo Rodrigues, vereador Eduardo, vereador Julian, o homem da botina, né, Marcelo? Não havendo mais nada a tratar, encerro a presente sessão e convoco a próxima sessão ordinária em 17/10/2024, às nove horas”.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, imagens da Câmara Municipal de Dianópolis.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 17,4 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 11**VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 17/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 2**TEMA DO REELS:** Plantão policial.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, retranca em fundo azul claro e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** “Plantão policial” “Loja de roupas é invadida e produtos são furtados na região norte de Palmas”.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m**LEGENDA DO REELS:** Na madrugada desta quinta-feira (17), uma loja de roupas localizada na 307 norte, em Palmas, foi alvo de furto. A Polícia Militar foi acionada por volta das 4h da manhã, após o proprietário retornar ao local e notar sinais de arrombamento.

Em um vídeo das câmeras de segurança que *circulam* nas redes sociais, é possível ver dois indivíduos vasculhando a loja e colocando várias peças de roupas em sacolas e mochila.

Segundo informações da PM, o proprietário encontrou vitrines quebradas e produtos espalhados pelo chão, além da ausência de vários produtos. Ele acionou a polícia imediatamente após perceber o furto

Matéria completa: www.soudepalmas.com.br**EMOJI NA LEGENDA DO REELS:** Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** Vídeo sem som.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Sim, imagens de câmera de segurança.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 20 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 12**VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 18/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 1**TEMA DO REELS:** Perseguição policial e apreensão de drogas.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** Tentativa de fuga acaba em capotamento e apreensão de 418kg de maconha no sul do Tocantins.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 31s**LEGENDA DO REELS:** De acordo com informações da PRF, a apreensão ocorreu após os policiais identificarem o veículo em alta velocidade da rodovia, o que levantou suspeitas. Ao

receber ordem de parada, o motorista fugiu, dirigindo na contramão, fazendo freagens bruscas e ultrapassagens proibidas.

A perseguição se estendeu por aproximadamente 20km, entre os municípios de Lagoa da Confusão e Dueré. Durante a fuga, o condutor perdeu o controle da camionete, que saiu da pista e capotou. Logo após o acidente, ele fugiu pelo matagal, abandonando o veículo.

Matéria completa: www.soudepalmas.com.br

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo sem som.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, provavelmente da PRF.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 49,8 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 13

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 21/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Chuvas em Palmas.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê, retranca em fundo azul claro e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Passageiros usam guarda-chuvas para se proteger dentro de ônibus da Capital.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 20s

LEGENDA DO REELS: Durante a forte chuva da manhã desta segunda-feira (21), o Jornal Sou de Palmas recebeu um vídeo mostrando diversos passageiros se molhando dentro de um ônibus da Capital.

Um deles chegou a abrir um guarda-chuva dentro do veículo. Aparentemente a *a* escotilha do ônibus estava quebrada.

Entramos em contato com a prefeitura de Palmas para esclarecimento sobre e aguardamos resposta.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo sem falas.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de internauta.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 49,2 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 14**VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 21/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 2**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê, retranca em fundo azul claro e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** Bolsonaro confirma presença em Palmas neste sábado (26).**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 3s**LEGENDA DO REELS:** O ex-presidente Jair Bolsonaro deve estar na véspera da eleição, no sábado, 26 de outubro, em Palmas, para agenda de apoio à sua candidata, Janad Valcari.

Ele confirmou em vídeo feito nesta segunda-feira, 21. Sua esposa, Michelle, esteve na capital no último domingo (20).

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** “No sábado, vou estar em Palmas, Tocantins”.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Sim.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 37,8 mil.**SOU DE PALMAS - VÍDEO 15****VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 22/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Acidente.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** Carro bate em poste no centro de Palmas e moradores ficam sem energia.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 20s**LEGENDA DO REELS:** Acidente envolvendo colisão com um poste no início da manhã, na quadra 208 sul, nesta terça-feira (22). O Corpo de Bombeiros e a Energisa já estavam no local para as procedimentos cabíveis.

Segundo relatos de moradores próximos, muitas casas ficaram sem energia. O Jornal Sou de Palmas entrou em contato com as autoridades envolvidas e aguarda mais informações.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.

VINHETA: Não.
DECUPAGEM: Apenas som ambiente.
VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.
QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 24,3 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 16

VEÍCULO: Sou de Palmas
DATA: 22/10/2024
NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4
TEMA DO REELS: Guerra, desabamento de prédio.
ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê e logo do Jornal.
TEXTO NO REELS: Câmera registra momento que míssil israelense derruba prédio residencial em Beirute.
VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.
QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 31s
LEGENDA DO REELS: Míssil israelense derruba prédio no bairro de Chiyah, no sul de Beirute, no Líbano, nesta terça-feira (22).

Desde que Israel intensificou seus bombardeios em 23 de setembro, com quase um mês de guerra, ao menos 1552 pessoas morreram no Líbano, de acordo com um balanço da AFP.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.
FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.
VINHETA: Não.
DECUPAGEM: Apenas som ambiente.
VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, se trata de um repost de vídeo que circula nas redes (1475 reposts).
QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 38,4 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 17

VEÍCULO: Sou de Palmas
DATA: 22/10/2024
NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4
TEMA DO REELS: Plantão policial.
ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê, retransca em fundo azul claro e logo do Jornal.
TEXTO NO REELS: Camionete com registro de furto/roubo é localizada dentro de condomínio de luxo em Palmas.
VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 13s

LEGENDA DO REELS: Uma camionete com registro de furto/roubo foi localizada pela equipe do Primeirão de Ouro, do 1º BPM, dentro de um condomínio de luxo em Palmas, nesta terça-feira (22).

Os policiais continuam a investigação e o Jornal Sou de Palmas aguarda mais informações sobre a ocorrência, que está em andamento.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo apenas com som de música.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, provavelmente da PM. Com o mesmo áudio, há 130 vídeos postados.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 37,4 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 18

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 22/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Acidente com avião da Força Aérea Brasileira.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Caça da Força Aérea Brasileira cai durante treinamento em Natal.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 21s

LEGENDA DO REELS: Brasil- Um caça F-5M da Força Aérea Brasileira caiu nesta terça-feira (22) em uma área de mata em Parnamirim, parte da região metropolitana de Natal. O incidente ocorreu durante um voo de treinamento. O piloto, que conseguiu se ejetar a tempo, foi resgatado com sucesso pela equipe de salvamento da FAB.

Resgate

Segundo relatos de moradores próximos ao local do acidente, o impacto foi acompanhado por um barulho extremamente alto e uma grande nuvem de fumaça. Filmagens que circulam na internet mostram momento do acidente.

Matéria completa: www.soudepalmas.com.br

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo sem som.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 13,9 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 19**VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 23/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 1**TEMA DO REELS:** Roubo em Porto Nacional.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê, retranca em fundo azul claro e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** “Porto Nacional” “Loja de chocolates é alvo de roubo e atendente é rendida por dois criminosos”.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m**LEGENDA DO REELS:** Na tarde desta quarta-feira (23), uma loja de chocolate foi alvo de roubo em Porto Nacional. Câmeras de segurança do estabelecimento registraram o momento em que um dos dois homens no local rende a atendente e obriga ela a abrir o caixa.

O Jornal Sou de Palmas entrou em contato com as autoridades oficiais e aguarda mais informações sobre a ocorrência.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** Vídeo sem som.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Sim, de câmeras de segurança.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 83,9 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 20**VEÍCULO:** Sou de Palmas**DATA:** 24/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 1**TEMA DO REELS:** Acidente em Araguaína.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê, retranca em fundo azul claro e logo do Jornal.**TEXTO NO REELS:** “Araguaína” “Colisão entre carro e moto deixa motociclista ferido”.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na horizontal com margens azuis e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m**LEGENDA DO REELS:** Um acidente aconteceu em Araguaína, na rua 13 de maio, próximo à rodovia, quando a conversão de um carro acabou batendo em um motociclista. No vídeo é possível ver quando o motociclista é arremessado com a colisão.

O Jornal Sou de Palmas entrou em contato com as autoridades oficiais para mais informações sobre o acidente.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Vídeo sem som.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de câmeras de segurança.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 55,9 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 21

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 28/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Aniversário em Pau D'Arco.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em preto degradê, e logo do Jornal.

TEXTO NO REELS: Em Pau D'Arco, vídeo de aniversariante cortando bolo com um machado chama atenção nas redes sociais.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 28s

LEGENDA DO REELS: O vídeo da dona Maria Pereira, conhecida como 'tia Fia', cortando seu bolo de aniversário chamou a atenção nas redes sociais.

Completando 94 anos, ela cortou seu bolo com um machado. Segundo postagens de familiares, dona Maria é a “mais mansa da família”, que faz o corte com o machado como uma tradição. 🤪🤪

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Fait Divers.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Todos] “Corta, corta, corta, corta, corta”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de internauta.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 59,7 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 22

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 29/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Festival do Pequi em Gurupi

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em azul escuro, e logo do Jornal, com fundo branco.

TEXTO NO REELS: Jovem encara 121 caroços de pequi durante festival no Tocantins e viraliza nas redes sociais.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 17s

LEGENDA DO REELS: A estudante de fisioterapia Amanda Elias Sousa não deixou que nada impedisse de participar da IV edição do Festival do Pequi em Gurupi, Tocantins, na última sexta-feira (25/10). Apesar de ter passado o dia no hospital e de ter um atestado médico, Amanda insistiu em comparecer ao evento e aceitou o desafio de roer 121 caroços de pequi.

Embora não tenha ganho o primeiro lugar, ela se destacou e seu vídeo repercutiu nas redes sociais.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Fait Divers.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Organização do evento] “1, valendo! Soltou o cronômetro!”

[Organização do evento] “Tá valendo, tá valendo, meu povo! Vamos lá!” [Corte] “dois, um, acabou! Acabou! Acabou!”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de internauta.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 37 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 23

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 30/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Problemas com ônibus em Palmas

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em azul escuro, e logo do Jornal, com fundo branco.

TEXTO NO REELS: Falta de ônibus na região sul de Palmas gera transtornos e tentativa de bloqueio de avenida.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 17s

LEGENDA DO REELS: Vários moradores passaram por dificuldades para pegar ônibus na manhã desta quarta-feira (30) em Palmas, especialmente os que embarcam na estação Xerente no Aurenny III, região sul da Capital.

Vídeos do local lotado estão repercutindo nas redes sociais, em um deles é possível ver um grupo de passageiros que tenta formar uma barreira humana na frente de um ônibus, bloqueando a passagem na avenida principal do bairro, como forma de protesto.

O Jornal Sou de Palmas entrou em contato com a prefeitura em busca de esclarecimentos a respeito. A gestão enviou uma nota e informou que alguns veículos apresentam “problemas

mecânicos e precisam ser retirados das rotas para manutenção, o que ocasionou atraso em algumas linhas e grande volume de passageiros na estação Xerente, no Aurenly III.”

Confira a nota na íntegra:

NOTA

A Prefeitura de Palmas informa que alguns ônibus de transporte coletivo da Capital apresentaram problemas mecânicos e precisaram ser retirados das rotas para manutenção, o que ocasionou atraso em algumas linhas e grande volume de passageiros na estação Xerente, no Jardim Aurenly III. A Agência de Transporte Coletivo de Palmas (ATCP) informou que os veículos já foram substituídos e que tem orientado os passageiros no sentido de manterem o embarque normalizado no local.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Passageira] “É, tá difícil chegar no serviço hoje, olha! Tá tendo manifestação aqui na estação porque não está passando ônibus. Aí, passa só um [linha 010], e esse um tá aqui, olha. Povo tá aqui desde 7h da manhã.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de internauta.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 41,5 mil.

SOU DE PALMAS - VÍDEO 24

VEÍCULO: Sou de Palmas

DATA: 31/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Banho de chuva

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo azul degradê ao redor do vídeo, legenda em letras brancas com fundo em azul escuro, e logo do Jornal, com fundo branco.

TEXTO NO REELS: Vídeo de palmense ‘tomando banho de chuva’ repercute nas redes sociais.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical com margens azuis e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 17s

LEGENDA DO REELS: A forte chuva do início da tarde desta quinta-feira (31), na Capital, refrescou o clima e alguns aproveitaram a ocasião.

Repercute *em* nas redes sociais o vídeo de um palmense que levou bem a sério o famoso banho de chuva.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Fait Divers.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, de internauta.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 89 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 1**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 01/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 3**TEMA DO REELS:** Entrevista com candidato.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.**TEXTO NO REELS:** De Frente com Maju entrevista o vereador e candidato a vereador Folha.

De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado- TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 43s**LEGENDA DO REELS:** “DE FRENTE COM MAJU”: O especial “De Olho na Câmara” conversa hoje com o atual presidente da Casa, @verfolha Os últimos embates deste ano, o clima na base da prefeitura e o que ele defende para a capital.

Quais os desafios de aproximação popular da Casa de Leis?

#palmas #eleicoes #defrentecommaju #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Entrevista.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Maju] “Atualmente aí no quarto mandato, ele preside a Câmara de Palmas. De frente comigo hoje, ele, José do Lago Folha Filho. Pode pular Folha, né?”

[Transição no vídeo]

[Maju] “O que de concreto você tem para prestar contas para a população?” “Como o senhor vê essas críticas sobre a atuação na Câmara nos últimos quatro anos?” “Houve uma politização exagerada, vocês politizaram muito e legislaram de menos?” “Como tá essa reta final aí no grupo de vocês?”

[Folha] “Eu os garanto que não os decepcionarei. O nosso gabinete sempre, sempre, foi de portas abertas. Atendi A, B, C, D; atendi todos os segmentos. Todo segmento mesmo que nos procurou, eu fiz questão de atender”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 2164 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 2**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 01/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 3

TEMA DO REELS: Entrevista com uma candidata.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.

TEXTO NO REELS: De Frente com Maju entrevista a candidata a Vereadora Lilian Mara

De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado- TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 44s

LEGENDA DO REELS: “DE FRENTE COM MAJU”: A representação feminina, empresarial e da região sul de Palmas! Neste episódio nosso Especial “De Olho Com a Câmara” conversa com a candidata @lilianmarapalmas sobre os desafios de quem empreende e vive na região sul de Palmas!

#palmas #eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] “Ela é empresária, farmacêutica e também bioquímica, já disputou uma primeira eleição em 2022, candidata a Vereadora, Lilian. Lilian, tudo bem?”

“O que que impede, aí na sua opinião, as mulheres de entrarem na política hoje?”

“Como é ser empresária na região sul de Palmas hoje?”

“O que você tá propondo para melhorar a situação de quem trabalha naquela avenida ali?”

“Quais outras bandeiras que você, como candidata, tá defendendo?”

[Lilian] “Então, é uma coisa que eu venho trabalhando isso, que a gente não precisa de políticos. Nós precisamos de políticas públicas que nos deixem trabalhar. E é isso que eu venho *propostando*, dando minha proposta e falando para todo mundo ‘democraticamente, escolha aquela pessoa que realmente vá fazer uma diferença na sua vida, que vá ser sua voz’”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 1535 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 3

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 01/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 3

TEMA DO REELS: Cobertura em evento político.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical, sem margens.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m

LEGENDA DO REELS: Eleições 2024: Campanha de Janad faz agenda com presença do deputado federal @nikolasferreiradm ao lado do senador @eduardogomestocantins e outros aliados do PL.

Evento lota a ATM!

Cobertura: @gazetadocerrado

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Cerimonialista] “Faz pressão, faz pressão! Faz barulho, ela chegou! Ela chegou! Ela chegou! Ela chegou!”

[Música da campanha da candidata]

[Ao lado daquele que é a maior expressão da política brasileira, o nosso deputado federal Nikolas Ferreira, que veio para dizer ‘sim, sim, sim, nós somos 22’. Faz barulho, faz barulho, faz barulho, faz barulho! Eita, meus amigos! Valeu, meus amigos! *Tamo* junto!

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 17,4 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 4

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 02/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Entrevista com candidato.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.

TEXTO NO REELS: De Frente com Maju entrevista o vereador e candidato a vereador Nego

De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado- TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 49s

LEGENDA DO REELS: “DE FRENTE COM MAJU”: Nosso quadro “De Olho na Câmara” mostra a atuação do vereador conhecido como “Nego do Palácio”. Ele fala sobre os rumos dos trabalhos da CPI da BRK e sobre sua atuação na Casa de Leis! Veja aqui!

#eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] “Líder comunitário, ativista social e, desde 2023, é vereador em Palmas. De frente comigo hoje: Cleiser Magno Duarte, popular “Nego do Palácio”. O que que te motivou a entrar na política? Como é que você foi de líder da prefeita a opositor dela? O que que de fato você defende? Quais são suas bandeiras, suas pautas? Em que pé ficaram esses trabalhos da CPI da BRK?”

[Nego] “Como vereador, eu não tenho como profissão, eu tenho como uma missão. E essa missão é cuidar das pessoas que mais necessitam. Eu venho da periferia, eu venho da região

que mais precisa de políticas públicas. Então, a minha meta, todos os dias, é fazer com que o meu mandato alcance de forma positiva as pessoas que mais necessitam”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 2941 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 5

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 02/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Entrevista com candidato.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.

TEXTO NO REELS: De Frente com Maju entrevista o candidato a vereador João Vilela.

De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado - TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 36s

LEGENDA DO REELS: “DE FRENTE COM MAJU”: As demandas sociais e populares de Palmas e a capital integrada á gestão federal! O candidato @joaovilela13123 apresenta suas ideias e defende renovação!

Assista a íntegra na TV Gazeta no YouTube!

#eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] “Quem tá aqui de frente comigo hoje é um candidato que disputa pela primeira vez, candidato da federação pelo PT, João Vilela. João, tudo bem? Quem é o ser político João Vilela? Palmas como prioridade nacional, como é que é isso? Que bandeiras claras você defende aí nessa primeira caminhada? O que você defende para a periferia de Palmas?”

[João] “A gente precisa de uma renovação consciente e que a pessoa saiba o que tá fazendo, saiba para onde tá indo. Apesar de eu ser jovem, eu fui muito forjado dentro da política. Então, eu sei o que fazer, eu sei para onde ir”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 2401 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 6**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 02/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Entrevista com candidato.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.**TEXTO NO REELS:** De Frente com Maju entrevista o candidato a vereador Zé Luiz da 63 De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado - TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 39s**LEGENDA DO REELS:** “DE FRENTE COM MAJU”: Neste episódio conversamos com o empresário Zé Luiz da 63 que disputa uma das 23 cadeiras na Câmara de Palmas e defende políticas de incentivo à economia e renovação! Espia só um pouco como foi!

Veja entrevista completa na TV Gazeta!

#sonagazeta #gazetadocerrado #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Entrevista.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Maju] “Ele, que é empresário, é também integrante da Polícia Civil, é um pioneiro aqui em Palmas. De frente comigo, Zé Luiz da 63. O que de novo você acredita que, você como candidato, futuro vereador, pode trazer para nós? Que propostas você tem para a classe empresarial? Você enxerga que a Câmara precisa se aproximar mais da sociedade?”

[Zé Luiz da 63] “Eu acredito na renovação, mas acredito também que é preciso renovar e renovar com qualidade. Colocar pessoas que querem trabalhar, que conhecem a nossa cidade de ponta a ponta e querem dar voz ao povo”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 1532 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 7**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 02/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Entrevista com candidato.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.**TEXTO NO REELS:** De Frente com Maju entrevista o candidato a vereador Gerson Alves De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado - TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 34s

LEGENDA DO REELS: *“DE FRENTE COM MAJU”*: Os desafios da região Norte de Palmas! O ex vereador e agora candidato @gersonalvesto fala das demandas das Arnos e defende melhorias para a região!*

Veja mais uma entrevista da Sabatina “De Olho na Câmara”.

#sonagazeta #gazetadocerrado #politica #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] “E agora coloca seu nome novamente para tentar, aí, ocupar uma das vinte e três vagas. Candidato pelo PL, Gerson Alves, ou Gerson das mil coisas. Como é que está hoje morar na região Norte de Palmas, ali na Vila União? Como é que é? Como que tá a situação hoje para quem empreende ali na região Norte? Quais são as suas bandeiras, o que você tá propondo aí para os eleitores palmenses?”

[Gerson Alves] “Ficha limpa, fui oito anos de vereador, cristão, fui oito anos de vereador, não tem um processo na minha vida como político e nem como empresário. Então, vocês tão votando numa pessoa que, realmente, quer cuidar da cidade”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 1183 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 8

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 03/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Entrevista com candidato.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Fundo roxo ao redor do vídeo, legenda em letras brancas, e logo do Jornal na cor branca.

TEXTO NO REELS: De Frente com Maju entrevista o candidato a vereador Marcos Júnior

De frente com Maju

Assista no canal do YouTube Gazeta do Cerrado - TVG

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal com margens roxas e logo do jornal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 45s

LEGENDA DO REELS: *“De Olho na Câmara”*: *Quem é o candidato mais jovem que disputa vaga na Câmara de Palmas este ano? @marcosjrpalmas fala sobre a juventude na política e suas propostas de Bolsa-internet, Wi-Fi nas praças e outras áreas!

Veja a íntegra da entrevista na TV Gazeta no YouTube!

#palmas #tocantins #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] “Com ele que tem sido aí uma revelação, né? Nessa eleição, tá disputando pela primeira vez, é universitário, jovem, candidato pelo PL, com o apoio aí de

muitos políticos, Marcos Júnior, chega para cá! Marcos Júnior, tudo bem? Você tem sido subestimado em alguns momentos? O que você pensa desse cenário aí de ingresso da juventude no ensino superior? O que é preciso para melhorar? Como é que tá esse arco de apoios aí para a sua candidatura? Qual a visão que você tem hoje das necessidades reais do transporte público de Palmas? O que você tá buscando para fazer suas propostas chegar no eleitorado?”

[Marcos Júnior] “Vamos dar a oportunidade, esse voto de confiança, mostrar que a juventude pode sim ter voz na política, os jovens podem fazer mais pela nossa cidade, pelo nosso Estado”.

[Narrador] “De frente com Maju”

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 2418 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 9

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 03/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Denúncia-crime de deputado.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Texto na cor preta e fundo branco.

TEXTO NO REELS: “Clima esquenta em Porto: Gaguim entra com queixa-crime contra Toinho e assessor após ser alvo de grave acusação sobre IPTU ‘acusações infundadas, maldosas e injustas’”.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical, sem margens.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m30s

LEGENDA DO REELS: O deputado federal @carlosgaguim (União Brasil) ingressou, nesta quinta-feira, 3 de outubro, com uma queixa-crime contra o também deputado federal e candidato a prefeito de Porto Nacional, Toinho Andrade (Republicanos), e seu assessor e ex-vice-prefeito da cidade Edgar Mascarenhas.

Gaguim pede a remoção das redes sociais do que ele chama de falsa acusação proferida (e gravada em vídeo) de Mascarenhas em evento político de Andrade e, no mérito, a condenação dos dois por calúnia e difamação, inclusive solicitando a pena máxima que poderiam somar mais de 2 anos com multa.

No evento político em questão, Mascarenhas acusou Gaguim de fazer uma aliança política com o prefeito e candidato à reeleição, Ronivon Maciel (União Brasil), apenas para se livrar de cobranças de dívidas de IPTU de R\$ 5 milhões. No entanto, o congressista afirma não ter qualquer débito com a Prefeitura de Porto Nacional.

Veja mais detalhes sobre o caso na Gazeta!

#gazetadocerrado #eleicoes #política #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Calos Gaguinho] População de Porto Nacional, informo que entrei agora às 17 horas com a denúncia-crime contra o candidato Antônio Andrade, deputado federal, e o seu assessor Edgar Mascarenhas, pois os mesmos, em comício aí, atacou a minha honra e inventou mentira, falando que o Carlos Henrique, o deputado federal Gaguinho, devia 5 milhões de IPTU. Quero informar que estou com todas as certidões, não devo um centavo, nem em Porto Nacional, nem em Luzimangues, onde tem minhas propriedades. Informar que respeito muito essa população, não gostaria de ter que entrar com esse processo, mas infelizmente tenho que entrar para que mentiras como essa, difamação como essa, não possa acontecer mais na política tocantinense. Temos que apresentar proposta. Quando estive aí em comício, apresentando as minhas propostas, levar recurso para saúde, casas populares, ajudar o prefeito a administrar essa cidade. E é por isso que ele vai ter que responder criminalmente às acusações infundadas, maldosas e injustas com o deputado Carlos Gaguinho, que é seu companheiro lá em Brasília como deputado federal. Eu não esperava isso de uma pessoa que está querendo ser prefeito dessa cidade. Isso é inadmissível.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim, provavelmente enviado pelo deputado à Gazeta.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 9008 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 10

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 04/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Incêndio em apartamento.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não tem.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical, sem margens.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 13s

LEGENDA DO REELS: 🚒 Perigo! Registro de incêndio em apartamento no 106 Norte por volta das 15h30, neste sexto andar, 4.

Um leitor Gazeta registrou e enviou! Os Bombeiros foram acionados e vamos acompanhar o caso trazendo mais detalhes! O incêndio é no bloco 2

No prédio JK Park Residence.

#palmas #calor #gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Não possui falas.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 8957 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 11**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 04/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Passeata política.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não tem.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical, sem margens.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 29s**LEGENDA DO REELS:** A candidata a prefeita de Palmas, @janad_valcari arrastou uma multidão de aliados e apoiadores na Avenida JK na tarde desta sexta-feira, 4. Na linha de frente estavam ela, os senadores Eduardo Gomes e Dorinha, o governador Wanderlei Barbosa além de vários deputados federais e estaduais.

Janad acenou para comerciantes e público presente na Avenida e o governador demonstrou total animação.

Na avaliação de aliados da candidata, a caminhada foi uma das maiores realizadas na JK. O grupo dela afirma estar confiante numa possível vitória no 1º turno, segundo alegam.

#eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** Apenas som ambiente e apoio à candidata.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Sim.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 21,5 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 12**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 04/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Passeata política.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 22s**LEGENDA DO REELS:** As campanhas vão se encerrando e pro lado de Araguaína o prefeito @wagneraraguaina que busca reeleição terminou caminhada ao lado de aliados e animado subiu até numa carretinha de som para agradecer os apoios!

#eleicoes #araguaina #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não é possível determinar.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 16 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 13

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 04/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Conflito com político.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Sim, duas fotos.

TEXTO NO REELS: EXCLUSIVO Gazeta: Vereador é baleado em posto de gasolina após discussão em Colinas e passa por cirurgia em Araguaína; Episódio assusta cidade

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical. Há duas fotos também, com margens pretas.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 5s

LEGENDA DO REELS: Reportagem @majucotrim

Violência em meio aos últimos dias de campanha! Em Colinas o vereador e candidato a reeleição, Romerito Guimarães (PSDB) foi baleado na noite desta sexta-feira, 5. O fato aconteceu em um posto de gasolina.

As circunstâncias estão sendo apuradas. Ele foi levado para o hospital em Araguaína onde passa por atendimento.

O responsável pelo disparo teria tido uma discussão dias anteriores com o vereador.

O candidato a prefeito Marcão acompanhou o vereador na ambulância, ele informou á Gazeta por telefone que o vereador foi atingido por vários tiros. "Ele está indo para o centro cirúrgico agora", informou á Gazeta

O caso comove a cidade.

"Toda e qualquer tipo de Violência deve ser severamente repudiada, seja no âmbito político ou não, manifesto toda minha solidariedade ao Colega Vereador que é AUTORIDADE LEGISLATIVA de nosso Município, ROMERITO GUIMARÃES. O nosso único lado e partido nesse momento é contra toda Violência Política. Elevo minhas orações ao Colega Vereador, sua Esposa e seus familiares, que Deus possa restaurar brevemente sua saúde", afirmou em nota a Professora Roseli Pires.

A Gazeta segue apurando o caso e as informações!

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não é possível determinar.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 25 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 14

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 05/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: 1º turno das eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Sim, apenas as legendas flutuantes.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 3min

LEGENDA DO REELS: Chegou a hora da democracia: Vão às urnas sem medo e com liberdade!

O povo é o verdadeiro protagonista nestas eleições nos 139 municípios tocantinenses!

Nós da Gazeta desejamos uma eleição com paz e respeito aos eleitores!

#paz #eleicoes #política #majucotrim #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Eleitores dos 139 municípios do Tocantins. Chegou mais um momento decisivo da democracia. Neste domingo, todos nós vamos às urnas para decidir o futuro das cidades tocantinenses. Cidade com tantos desafios, com gargalos, mas com um desejo enorme de conquista para quem geralmente vive ali na base, para quem trabalha, para quem produz, para quem estuda e para quem sonha com dias melhores. Que nessas eleições, todos os Tocantins participem da democracia, vão às urnas, exerçam o direito de votar, analisem os perfis, comparem as propostas, decidam com base naquilo que você acha que vai ser o melhor para a sua cidade. Decida por aquele ou por aquela que você acha que merece, de fato, ter os destinos da cidade e te representar na Câmara. Que nessas eleições, você vote com consciência, que você, de fato, analise o que está por trás das candidaturas e que eles e elas estão propondo para você. Que as eleições sejam sobre você, morador tocantinense, morador de cada uma das cidades, morador de Palmas. Que essa eleição não seja sobre só articulações políticas, ou sobre ataques de um contra o outro, ou sobre troca de farpas. Que seja a eleição da verdadeira democracia. Que seja a eleição onde quem dá a primeira e última palavra é você, eleitor. A eleição da soberania. Que, neste domingo, você pegue seu título, vá votar levando a esperança em dias melhores. Que essa eleição não seja sobre pressões, sobre ameaças, sobre intimidações ou sobre fake news/ desinformação. Que seja a eleição da paz, do respeito que todos os tocantinenses merecem. E do lado de cá, do jornalismo, a gente deseja uma excelente ida às urnas a você e estamos aqui, trabalhando com foco nos fatos e nas notícias reais e verdadeiras. Combatendo a desinformação e focando nas propostas, porque a gente entende que o jornalismo precisa ajudar vocês a levantar as propostas e os fatos importantes. Que o tocantinense, que os palmenses, que todos os moradores dos municípios

estejam em primeiro lugar na decisão dos futuros, aí, sobre o futuro das cidades, dos municípios tocantinenses. Vote em paz, vote com respeito, vote com consciência. Não aceite menos do que as cidades merecem. Comparem façam exercício da cidadania com liberdade. É o que nós da Gazeta do Cerrado desejamos a todos vocês, eleitores tocantinenses. Gazeta eleições 2024, aqui, antes de ser notícia, tem que ser verdade. Aqui, o combate é diário à desinformação e contra as fake news. Vote sem medo, vote sem pressão. Não negocie o seu voto. Respeite a sua existência, o seu voto e o que você representa para a cidade que você vive. Boas eleições.

[Propaganda do editor de vídeo, CapCut].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 5386 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 15

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 05/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 2

TEMA DO REELS: Passeata política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m19s

LEGENDA DO REELS: Sábado de campanha na capital: Candidato @eduardosiqueiracampos_ faz caminhada nas Aurenys ao lado de Carlos Amastha e Raul Filho. Ele acenou para comerciantes da Avenida comercial.

Imagens da nossa equipe!

#palmas #eleicoes #política #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 9036 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 16

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Ataque hacker.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Gazeta repudia ataque hacker que usou nosso nome e identidade visual para espalhar desinformação em Gurupi!

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m29s

LEGENDA DO REELS: 🚨🚨 Atenção Gurupi e tocantinenses 🚨🚨

Alerta de fakenews! Acionamos a polícia!

#gazetadocerrado #sonagazeta #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Sim.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Olá, viventes do Cerrado, tudo bem? Começou aí a votação em todo o Tocantins. E aqui, na redação da Gazeta, a gente está debruçado, gente, desde o início da manhã, contra uma tentativa de hacker. Na verdade, eles conseguiram hackear o site, uma invasão no nosso sistema. Chegaram a criar, gente, a clonar a página da Gazeta. Tudo isso pra gerar uma notícia falsa referente às eleições em Gurupi. Pegaram a nossa identidade visual, pegaram o nome da Gazeta e conseguiram, em uma engenharia do mal, repito, engenharia do mal, pra tentar gerar desinformação pra população de Gurupi. A matéria que foi divulgada usando o nome da Gazeta não procede, não houve nenhuma operação, nem houve nenhuma apreensão em Gurupi, principalmente direcionada à atual prefeita e candidata à reeleição, Josy Nunes. Nós não noticiamos isso porque isso não aconteceu. Nós queremos repudiar, em nome do Grupo de Comunicação da Gazeta do Cerrado, essa tentativa de hacker. A gente está com o TI, com o jurídico, com os nossos diretores, todos trabalhando pra conseguir tirar esse material do ar. Já soltamos nota e a polícia já foi acionada. Fake News é crime e contra a Fake News, tolerância zero aqui na Gazeta. Então, você que é de Gurupi, que tá vendo esse vídeo, compartilhe. Não partiu da Gazeta, não veio da redação da Gazeta nenhuma matéria mentirosa sobre um fato que não aconteceu com relação à apreensão, com relação à operação. Nada disso aconteceu em Gurupi, que é a capital da amizade, e agora parece que a gente vai fazer a capital da Fake News.

[Corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 5300 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 17

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 29s

LEGENDA DO REELS: Políticos votam em Palmas: Eduardo Gomes vota ao lado de Janad e diz sentir ambiente confiante de vitória

O senador @eduardogomestocantins votou neste domingo, 6, ao lado da candidata a prefeita, Janad Valcari (PL). O senador disse estar tranquilo e sereno sobre o resultado na capital.

Ele gravou um vídeo na noite de ontem no qual afirmou estar otimista e citou a última pesquisa Quaest que segundo ele aponta possibilidade de uma vitória de sua candidata ainda no 1º turno.

"Eleição boa é quando a gente confia nas informações que temos e comprova tudo isso num ambiente de votação, confiante plena numa vitória no 1º turno. A democracia é uma coisa consagrada", disse.

Acompanhe a cobertura da Gazeta!

#sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 12,6 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 18

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 32s

LEGENDA DO REELS: PALMAS: Vice de Palmas, @andregomestocantins vota ao lado de Janad e Eduardo e diz estar confiante em vitória ainda no 1º turno

O vice prefeito de Palmas e presidente do PL, @andregomestocantins votou neste domingo, 6, ao lado da candidata Janad Valcari e do senador Eduardo Gomes.

Ele disse estar confiante numa vitória da candidata apoiada por ele ainda no 1º turno. "É o sentimento das ruas", afirmou.

A Gazeta faz cobertura detalhada da votação neste domingo!

#sonagazeta #gazetadocerrado #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 6862 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 19**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 06/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 14**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 53s**LEGENDA DO REELS:** Boletim eleições: na região central de Palmas votação acontece tranquila e sem ocorrências!

#sonagazeta #gazetadocerrado #palmas

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Nota seca.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** Olá pessoal, tudo bem? Nós estamos aqui andando em algumas sessões, em alguns lugares, estamos aqui no centro de Palmas, mostrando um pouco pra vocês a movimentação aqui numa das sessões, aqui no Colégio Ulbrinha. Tudo acontece com tranquilidade, até o momento agora, até às 10 horas, nenhuma urna precisou ser trocada em todo o Tocantins. Por aqui, pessoal, chegamos com tranquilidade, votação ocorre sem nenhuma intercorrência, o pessoal chega com calma, tranquilo, alguns chegam com seu adesivo, outros sem, e os eleitores estão comparecendo e estão vindo aqui, então, pra manifestar seu voto, pra exercer a democracia. A Gazeta está acompanhando as eleições de todo o Estado, sigam acompanhando a nossa cobertura lá no nosso site. Gazeta eleições 2024, aqui, antes de ser notícia, tem que ser verdade.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Não, produção do jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 3447 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 20**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 06/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 14**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Colagens de três vídeos horizontais, formando um todo vertical.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 16s**LEGENDA DO REELS:** A candidata a prefeita, Lúcia Viana (PSOL) votou antes das 10 horas, no Centro de Ensino Médio de Taquaralto, região sul de Palmas.

"É uma oportunidade boa para gente estar falando com a população sobre a importância do voto, das políticas públicas e da importância de se eleger o melhor gestor do dinheiro público", finalizou.

#sonagazeta #gazetadocerrado #eleições

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas a música Born Ancient (Instrumental)

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: Não foi possível verificar.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 21

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Colagens de duas fotos com o vídeo principal.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 34s

LEGENDA DO REELS: Animado, candidato @eduardosiqueiracampos_ votou no colégio Marista em Palmas!

Ele foi acompanhado de aliados e disse que Palmas renasce. "Com respeito, humildade e dignidade vamos á vitória", disse após votar.

#gazetadocerrado #sonagazeta #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 6064 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 22

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 42s

LEGENDA DO REELS: Na região sul de Palmas clima também de tranquilidade e sem nenhuma intercorrência!

#palmas #eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota seca.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Pessoal, agora nós estamos mostrando um pouco da movimentação aqui na região sul de Palmas. Aqui estamos em mais uma zona eleitoral, a gente vê o movimento mais intenso aqui do lado de fora, mas, clima também de tranquilidade, sem nenhuma intercorrência. [Corte] Aqui o pessoal saindo, votando tranquilamente, movimento um pouco mais intenso. [Corte] Mais um movimento aqui na região sul, mostrando para vocês, a gente está em Taquaralto, pessoal indo às urnas de forma tranquila.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 8954 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 23

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 40s

LEGENDA DO REELS: A candidata @janad_valcari (PL) votou animada acompanhada por aliados e destacou sua trajetória de superação. "De onde eu vim e onde eu cheguei", disse ao afirmar ainda que está confiante numa vitória mais tarde! "Palmas quer mudança, quer o melhor", disse.

Janad acompanhou a votação de vários aliados políticos!

#sonagazeta #eleicoes #política

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Som ambiente. [Janad] Emoção, emocionada! De onde eu vim e onde eu cheguei, estar aqui hoje... aqui é a escola que eu formei, aqui é a escola que eu estudei, aqui é a sessão que eu revejo sempre os meus amigos e a gente fica aqui conversando que a maior sessão é a 240. É um orgulho para mim poder estar aqui, saber que aquela menina que cresceu, que correu atrás, foi sacoleira [termina o vídeo].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 20,7 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 24**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 06/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 14**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na horizontal.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m**LEGENDA DO REELS:** "Mostramos nosso trabalho e apresentamos novos sonhos", disse a prefeita e candidata á reeleição de Gurupi, @josinunesto após votar na manhã de hoje!

#palmas #sonagazeta #gazetadocerrado #gurupi

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Entrevista.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Jornalista] Prefeita e as expectativas?

[Josi Nunes] Olha, é muito positiva, nós trabalhamos muito, fizemos uma campanha muito linda, propositiva, com ideias, com propostas e a expectativa é boa, é maravilhosa. Fomos muito bem recepcionados em todos os lugares onde nós fomos, nos abraçamos, falamos sobre nosso trabalho, prestamos conta do nosso trabalho e apresentamos novos sonhos. Então, a expectativa é muito positiva. E é uma emoção muito grande chegar esse dia, poder votar e concluir mais essa etapa.

[Jornalista] E a avaliação dessa campanha aqui em Gurupi?

[Josi Nunes] Olha, a avaliação é positiva porque o trabalho que nós realizamos, estamos sentindo que vamos ter bons frutos. Agora, foi uma campanha com muitos ataques, muitas *fake* News, isso é muito lamentável, mas nós não entramos nesse jogo, né, nós fizemos essa campanha muito linda, muito leve, com muito contato, corpo a corpo, direto. Então, isso é o que nos dá expectativa de que o resultado será bastante favorável.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 2084 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 25**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 06/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 14**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 27s

LEGENDA DO REELS: O Governador @wanderlei_barbosa votou no final da manhã de hoje em Taquaruçu!

Ele tem dito que está otimista para o resultado de logo mais e diz acreditar na possibilidade de sua aliada Janad vencer ainda no 1º turno.

#palmas #eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia, imagem com sobe som.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] O governador do Tocantins, Wanderlei Barbosa votou no final da manhã deste domingo em Taquaruçu. Ele esteve acompanhado da sua candidata a prefeita, Janad Valcari, e outros aliados, como a senadora professora Dorinha. Wanderlei tem demonstrado confiança numa eleição e numa vitória da sua candidata Janad Valcari, segundo ele, ainda no primeiro turno. Gazeta, eleições 2024.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 22,7 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 26

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Sim, duas imagens coladas no vídeo.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 33s

LEGENDA DO REELS: Do PSDB, prof_juniorgo foi o último a votar neste domingo dentre os candidatos majoritários de Palmas! Ele voltou bem humorado ao lado da esposa e da vice Ivanete.

Em entrevista ele falou sobre o sentimento das ruas e avaliou a campanha como positiva.

#eleicoes #gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Mesária] Já sabe em quem vai votar? Boa sorte!

[Junior Geo] Esperando a confirmação da vitória!

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 4578 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 27**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 06/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 14**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Vídeo composto apenas por imagens.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 26s**LEGENDA DO REELS:** Episódio de fakenews e clonagem da Gazeta geram repercussão nacional por parte de agências de checagem e reação de vários órgãos!

A PF investiga o caso e seguimos vigilantes contra qualquer desinformação!

#sonagazeta #gazetadocerrado #palmas #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Nota coberta.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** Apenas música.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Não, produção do jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 6866 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 28**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 06/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 14**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** “Janad Valcari fala sobre disputa no 2º turno e avisa: continuo animada, aqui é aroeira”**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m20s**LEGENDA DO REELS:** Janad fala sobre o 2º turno, diz que continuará levando propostas e avisa: "Continuo animada, sou aroeira"

A candidata Janad Valcari que ficou em primeiro lugar na disputa nesta primeira etapa de votação comentou sobre o segundo turno. Ela mostrou otimismo ao lado do vice, Pedro Cardoso.

"Não vou abaixar minha cabeça, sou mulher de luta. Continuo animada, sou aroeira e tenho fogo nos pés", disse.

“Nossa estratégia é a mesma é estar olho no olho olhando nosso povo, conversando com nosso povo, levando propostas: é isso que o povo quer, estamos cansados de ataques, de fakenews. O projeto Janad e a mudança necessária para Palmas”, disse.

Janad disputará com Eduardo Siqueira.

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Muita luta, tudo foi com muita garra, tudo foi com muita dificuldade, mas das dificuldades nós buscamos sempre as oportunidades. Estou aqui para agradecer cada líder, cada voto recebido, agradecer os nossos companheiros. Gente, eu fiz a maioria dos vereadores da Câmara, tirei mais voto que a perfeita que está em exercício, então o povo já decidiu, eles querem mudança, eles querem professora Janad. Então já aproveito, quero pedir o seu voto, Janad 22, não vou abaixar minha cabeça diante de tantos ataques recebidos, ataques ferindo a minha honra, ferindo a minha família, atacando o meu filho, isso não vai baixar minha cabeça, eu sou mulher de luta, eu sou mulher de garra e eu estou animada, continuo animada e aqui eu sou arueira, tenho fogo nos pés.

[Jornalista] Algum aprendizado, mudança de estratégia que vem na sua cabeça aqui segundo turno agora?

[Janad] A nossa estratégia é a mesma, é estar olho no olho, olhando o nosso povo, conversando com o nosso povo, levando propostas. É isso que o povo quer, nós estamos cansados dos ataques, nós estamos cansados de fake news. A política tem que ser limpa, a política ela tem que fazer com propostas. É isso que nós vamos, estamos fazendo. E é isso que nós vamos continuar levando as melhores propostas pra Palmas. Porque eu sei que o projeto Janad é a mudança necessária pra Palmas. Obrigada, obrigada, muita luta.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 29,5 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 29

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 06/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 14

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na horizontal.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m29s

LEGENDA DO REELS: "Vamos convocar todos, vamos conversar com todos", diz Eduardo Siqueira sobre 2º turno em Palmas

Veja o que ele disse após o resultado do 1º turno!

#eleições #palmas #gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Jornalista] Qual a expectativa para o segundo turno?

[Eduardo Siqueira] Muito trabalho, com apenas 30 segundos, nós chegamos, conseguimos levar esse sentimento à população. Agora, é hora de pensar que a vitória tem que ser de todos. Nós vamos unir todas as forças que estão combatendo tudo isso que Palmas não quer. Palmas disse com clareza o que ela não quer. E nós seremos um instrumento para todas as vozes que se juntaram neste sentimento. Então, nós vamos convocar a todos, estamos abertos a conversar com todos, porque nós precisamos garantir este novo momento de Palmas. Eu agradeço a Deus e ao povo, que nós lutamos contra todas as estruturas. Mas, era importante saber, tinha um outro exército também lutando contra o mesmo mal. Então, agora é hora de nós unirmos as nossas forças, de darmos as mãos, evitarmos o que Palmas não quer e dar a ela tudo o que ela merece. Nosso diálogo é com o futuro. A nossa conversa é com a diversidade, com todos, com todos. Estamos sem nenhum extremismo. Nós vamos com o coração aberto, com humildade. Eu quero convidar você, morador de Palmas, homens e mulheres de bem que acreditaram nessa cidade. Nós vamos reiniciar o novo ciclo.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 22,9 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 30

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 08/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 38s

LEGENDA DO REELS: Cobertura 2º turno: movimentação do anúncio do deputado Vicentinho Júnior ao candidato Eduardo Siqueira!

#gazetadocerrado #sonagazeta #tocantins #eleições

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrada ao vivo.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Oi pessoal, boa tarde. Nós estamos aqui falando direto do Comitê do Podemos, aqui em Palmas, onde daqui a pouco acontece o anúncio do deputado federal Vicentinho Júnior. Ele, que anunciou apoio a Eduardo Siqueira. Era pra ser uma coletiva, mas como vocês estão vendo, né, muitos apoiadores estão aqui no Comitê da Aurenny III, né, mostrando os bastidores pra vocês aqui. Começou o segundo turno e a Gazeta já tá firme na cobertura. Já, já mais informações.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 15,4 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 31**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 08/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 33s**LEGENDA DO REELS:** Coletiva: Eduardo Siqueira chega ao lado dos Vicentinhos!

#gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** Apenas som ambiente.**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Não, produção do jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 24,1 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 32**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 08/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 4**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m29s**LEGENDA DO REELS:** 2º turno: Vicentinho elogia Eduardo ao declarar apoio!

#palmas #eleições #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Vicentinho] Palmas é herança, Palmas é pertencimento, Palmas é zelo, Palmas é amor, Palmas é cuidado e Palmas é equilíbrio, que hoje com Eduardo Siqueira Campos, une sim, esquerda com direita, quem é Lula, quem é Bolsonaro, [inaudível]. Para estar ao seu lado, eu não me escondo, não me escondendo, não diz respeito quem lhe quer ver... [corte].

[Eduardo] Assim como José Wilson Siqueira Campos, sim meu pai, eu disse no último dia, no dia da sua despedida, a nossa história não se encerraria aqui. E aqui, perante de mim esse público sagrado, senador [não identificado], Júnior Luís, presidente do meu Podemos, sintam-se todos incluídos, e, povo de Palmas, hoje damos um importante passo nessa caminhada, hoje demonstramos que nada separa o povo do poder quando existe autonomia, quando alguém exerce um mandato com autoridade, com isenção, com liberdade.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 18,2 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 33

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 08/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Sim. "Vereadores do PP não acompanham Vicentinho e seguem apoiando Janad; Campanha divulga vídeo dos dois ao lado da candidata"

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 8s

LEGENDA DO REELS: 2º TURNO: Os vereadores eleitos pelo Partido Progressista (PP) que compõe a coligação "União de Verdade" da candidata a prefeita de Palmas, Janad Valcari (PL), declararam que vão permanecer apoiando a candidatura da liberal na disputa pela prefeitura de Palmas. O presidente estadual da sigla, o deputado federal Vicentinho Júnior (PP) declarou no início da tarde desta terça-feira, 8, apoio a candidatura do adversário de Janad no segundo turno das eleições, Eduardo Siqueira Campos (Podemos). Vereadores do PP não acompanham.

Eles estão em *vidos* ao lado de Janad reafirmando apoio no 2º turno.

Ela agradeceu ao que chamou de "lealdade" dos vereadores e filiados do Progressistas na capital. "Eu quero agradecer de coração aos vereadores eleitos do PP, Wilton do Zé Branquin e Delma Freitas, e a todos os candidatos que seguem firmes ao nosso lado. Isso mostra a força de quem tem o voto do povo. Porque quem é eleito sabe o que significa conquistar a confiança das pessoas, sabe que não se trata de acordos políticos, mas de honrar cada voto recebido", disse.

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Janad] No segundo turno, todo mundo aqui é...

[Público] Janad 22!

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 10,9 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 34

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 10/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 54s

LEGENDA DO REELS: PDT declara apoio a @eduardosiqueiracampos_

A Gazeta acompanha os detalhes!

#sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Oi, pessoal, nós estamos aqui acompanhando a chegada do candidato Eduardo Siqueira Campos, que recebe hoje apoio aí do PDT, partido que é comandado aqui no Tocantins pelo vice-governador Aurélio Moreira. Aqui tem alguns jovens ali do PDT aqui, posicionados com a bandeira e tal. Aqui do lado de fora tem muitos aliados esperando e a imprensa que está do lado de dentro, que na verdade aqui é uma coletiva de imprensa.

[Público] Bora, Dudu!

[Maju] Candidato chegando ali.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 27,4 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 35

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 10/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1h1m38s

LEGENDA DO REELS: COLETIVA 2º Turno: Veja como foi o anúncio de apoio do PDT e de @laurezmoreira a @eduardosiqueiracampos_ no 2º turno em Palmas!

#gazetadocerrado #sonagazeta #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] A cobertura da coletiva do anúncio do PDT ao candidato de Palmas, Eduardo Siqueira Campos.

[Cerimonialista] Bom, boa tarde, nosso muito obrigado pela presença de todos, todos os profissionais da imprensa, todas as autoridades, líderes políticos, nesse momento muito importante da nossa campanha, que é a chegada do nosso vice-governador e toda a sua equipe na campanha do nosso prefeito Eduardo Siqueira Campos. Então, sem mais delongas, vou passar a palavra para o nosso vice-governador, ele vai fazer algumas considerações, também o nosso prefeito vai fazer algumas considerações, depois nós vamos abrir já para as perguntas da imprensa, porque foi para isso que nós viemos aqui. O nosso vice-governador, a palavra está com você.

[Vice-governador] Boa tarde a todos vocês, primeiro eu vou cumprimentar o nosso próximo presidente de Palmas, que Deus quiser e Deus quer, Eduardo Siqueira, vou cumprimentar o nosso vice, Carlos, vou cumprimentar o Júnior, o nosso poderoso aí, o Thiago, eu vou cumprimentar o meu deputado do partido, e a Poliana. Vou falar para vocês que para mim é motivo de muita alegria estar aqui, ao lado do Eduardo, num momento importante do nosso Estado. Eu acredito muito no Estado do Tocantins, acredito muito na nossa capital e na capacidade que o Eduardo tem de unir o povo do Tocantins em prol do projeto de desenvolvimento do Estado. Nosso Estado está tendo um momento bem, bom, e graças ao belo trabalho e estrutura que o velho Siqueira implantou nesse Estado. Então, quando eu vejo a figura do Eduardo, além da sua trajetória brilhante como prefeito de Palmas, um excelente prefeito, preocupação com diversas áreas importantes do nosso município, desde a parte cultural, quanto você vê a parte cultural, o mais importante aqui foi construído por ele, é o nosso Espaço Cultural, é o parque Cesamar, é o ginásio Ayrton Senna, e vários projetos importantes que ele tinha aqui. A gente lembra até dos amarelinhos, fazendo a bela limpeza de Palmas, a preocupação com o meio ambiente, com a juventude, com as crianças, já criar aquele sentimento da importância do meio ambiente, do paisagismo que ele fez na nossa cidade. Então, eu vejo no Eduardo, a pessoa mais preparada para fazer o belo trabalho da nossa capital, primeiro pelo amor que ele tem a essa cidade. Eduardo viu seu pai sonhar com a construção desse Estado, viu seu pai sonhar com a construção dessa capital, e eu tenho a convicção, da experiência que o Eduardo tem, hoje, é uma pessoa que teve uma bela passagem pelo Congresso Nacional, foi um grande senador, ocupando espaço importante como vice-presidente do Senado, foi o vice-presidente do Senado que mais presidiu o Senado da história, demonstrando a sua capacidade, e eu sempre lembro do que o Siqueira sempre falava, do grande Siqueira, que uma das coisas que ele tinha mais orgulho com o Eduardo era o seu espírito de conciliação. E é isso que o Tocantins está precisando, de um homem que vem conciliar todas as forças políticas do Estado, todos os homens de bem, que pensam nessa cidade, que pensam no desenvolvimento do nosso Estado, que está ao seu lado. Não tem dúvida que ele vai fazer uma grande gestão, uma grande administração desse município, pela experiência que ele tem, pelo seu passado, pela sua história e pela obrigação que ele tem de fazer um trabalho, deixando um grande legado, preservando o legado da sua história. E eu sempre, quando eu vejo as pessoas em momentos difíceis, às vezes apelar para dizer tudo, exerce prazer em alguma coisa, eu lembro que as pessoas lembram das figuras históricas que tem, como o Duque de Caxias e outros, mas a gente tem o Eduardo, lembra do Eduardo? Você lembra da história dele e do seu pai, da sua mãe? Quem não lembra da dona Aureny fazendo grandes trabalhos sociais, através da Santa Rita de Cássia e o Siqueira sonhando, sonhando com a capital moderna e rica, e pensando em oportunidade para todos. Eu sempre tenho digo que o que mais me encanta da política é a oportunidade que as pessoas têm de mudar a paisagem do lugar, e mudar o destino das pessoas. Nós só estamos aqui porque alguém mudou o destino de todos nós, e esse alguém é da família Siqueira Campos, o grande Siqueira Campos, mudando sempre a vida mais sagrada, a vida de mais importante. Quantas pessoas mudaram o seu destino, a sua vida, graças ao trabalho da família Siqueira Campos?

Do mesmo jeito, é mudar a paisagem do lugar. Quem conheceu isso aqui, uma fazenda, e hoje tem essa bela cidade, você tem a conclusão do que o Siqueira fez aqui, que é mais importante. Mudou o destino das pessoas e mudou a paisagem do lugar. E isso a gente vê em Palmas, mas vem do estado inteiro. Então eu quando olho aquele palácio, a gente lembra da figura do Siqueira Campos, quando entra naquela ponte lembra do Siqueira Campos, quando você vai no aeroporto lembra do Siqueira Campos, quando vai na rodoviária lembra do Siqueira Campos, quando vai nas universidades... Então a minha história, isso é o que me faz estar aqui ao lado do Eduardo, ver a sua história e saber que ele hoje é um homem muito mais experiente, um homem maduro, um homem que já experimentou de tudo na vida, o auge da

política, a dificuldade da política, a presença de muitos amigos, a ausência de muitos amigos. Então isso tudo faz com que a pessoa fique mais madura e com condições de fazer um trabalho muito melhor. Eu tenho certeza, eu lembro do grande líder político, eu sempre admirei muito, o nosso saudoso Eduardo Campos. Eduardo Campos foi secretário do seu avô, quando era governador daquela época no Pernambuco, depois ele saiu com um grande desgaste daquele momento, depois com a morte do Arraias ele voltou pra política naquele estado e fez uma bela gestão, reconduziu, deixou de ser um líder estadual e passou a ser um grande líder nacional. É isso que a gente quer, a convicção do Eduardo, porque hoje, entre todos os brasileiros, todos os políticos, não tem dúvida que um dos mais preparados. O Eduardo tem condição de fazer a grande gestão, em Palmas ele vai fazer a convicção disso e eu tenho certeza que essa gestão vai lhe projetar até a nível nacional, pela sua capacidade, pela condição que ele tem de fazer hoje. E ele vai fazer porque seu pai, onde esteja, vai ter muito orgulho do seu trabalho. E eu tenho a convicção que ele está vindo pra unir todos. O Eduardo é uma pessoa que sempre conversa com todo mundo, é uma pessoa de fácil acesso a todos. E todos, quando tinham alguma dificuldade, o Eduardo sempre foi um porta-voz pra levar demanda, ouvir das pessoas. E eu acho que é um momento histórico, importante, o retorno do Eduardo pra vida pública, principalmente na nossa capital. E nós temos muito orgulho dela, pode se transformar num grande polo de saúde, de educação, de várias atividades. É que é um nome importante para o nosso Estado. Em linhas gerais, é isso. Muito obrigada a vocês.

[Cerimonialista] Pessoal, antes de passar a palavra pro nosso próximo prefeito de Palmas, eu quero registrar aqui e agradecer a presença do nosso Presidente Estadual do Podemos, Deputado Federal Tiago Dimas, do nosso Vice-Prefeito, Pastor Carlos Veloso, da nossa Primeira-Dama, Poliana Siqueira Campos, e do irmão do nosso Prefeito, Júnior Siqueira Campos. Muito obrigado, Júnior, pela sua presença. Com a palavra, o nosso próximo Prefeito de Palmas, Eduardo Siqueira Campos.

[Eduardo] Permita-me, caro vice-governador, fazer de pé para demonstrar a grandeza, a nobreza e a importância deste momento na vida de Palmas e na minha trajetória. Eu recebo, inicialmente, antes de saudar os nossos companheiros de Palmas, as suas palavras como um gesto de amor a Palmas. Recebo com muito orgulho, com muita humildade, com muita gratidão cada uma das características mencionadas nas suas palavras. Me permita, meu caro vice-governador, termos, talvez aí, eu esteja numa vantagem, e a vantagem é estar mais próximo. Não é do fim, é do começo. O começo de todos é quando nós acendemos aos céus. Então, eu tenho um pouco mais de anos vividos do que o nosso vice-governador. Mas, pouca que seja essa diferença, ela é o suficiente para dizer que nós vivemos da luta da criação do Estado do Tocantins até os dias de hoje. E ao longo desta trajetória, não importando em que momento, em que partido, ou em que situação, sempre nos uniu com elo de respeito, de amizade, de admiração. Permita-me dizer, mutuamente, porque tenho profunda admiração. O acompanhei, o vi, na Assembleia Legislativa, o vi como um prefeito de Gurupi, extraordinário, de uma gestão inquestionável, uma mudança profunda na cidade de Gurupi, e o fez de forma ativa, fez de uma forma independente, comprometeu-se com o povo. Então, feitos estes, dadas estas palavras iniciais, eu quero pedir a minha licença Poliana, eu sempre digo, a nora xodó de dona Aurenny, que eu guarde a minha maior emoção, que hoje o meu irmão, José Wilson Siqueira Campos Júnior, levantou para mim. Eu vou fazer isso, meu irmão, porque sei que eles não sabem que há poucos dias, mas há poucos dias mesmo, ele esteve submetido a uma cirurgia e Deus o fez chegar ao hospital e ele tinha mais de 96% de entupimento em praticamente todas as veias e artérias no coração. Não dá para descrever as marcas que ele tem na perna, no braço, no peito, para estar aqui com este coração batendo, entre outros problemas que ele vem enfrentando. Mas, nenhum deles foi suficiente, e isso são

os dois filhos homens de dona Aureny. Nós estávamos naquela carroceria, nós temos uma história.

[José Wilson] Nós enterramos crianças na estrada. Nosso pai, os retirantes, desde criança a gente já servia o Tocantins, enterrando pessoas na Belém-Brasília. Então, o nosso marco, o Tocantins, é muito grande, não é uma coisa fabricada. Então, assim, eu não sou muito de discursar, não gosto de falar, mas eu tô sentindo aqui uma coisa invisível, que é a mesma coisa que eu sentia quando o nosso pai estava no começo de uma empreitada. A gente começou aqui de novo, a mesma história. O meu irmão, que já demonstrou o que ele é capaz de fazer, vai continuar o trabalho, eu agradeço o carinho que vocês estão tendo pela sua causa, e pela nossa causa, não é a causa do Eduardo, não é a minha causa, não é a causa só do Siqueira. Sempre foi de todo mundo. Então, gente, vou encerrar aqui porque...

[Eduardo] Sena, senta... Esse é o meu irmão, o irmão homem que eu tenho, filho de José Luiz Siqueira Campos e dona Aureny, estendo meu carinho aos demais irmãos que tenho, todos boas figuras, todos sobrevivem profissionalmente, sem jamais sorver do esforço público da gente tocantinense, seja com qualquer tipo de ocupação no cargo político, este Tocantins não paga em sua folha de pagamento nenhum [trecho não compreendido] ao Siqueira Campos. Mas não é por falta de gente competente, gente dedicada, é apenas por aquilo que nos pediu nosso pai. A tudo ao nosso Estado. O que nós temos de compromisso é tudo em relação ao Tocantins, e dele, apenas fazer por ele, tudo sempre que estiver ao nosso alcance. Sem jamais exigir nada em troca. Então, eu me permito dizer que sofri muito, muito, muito com este momento delicado que o Júnior passou. Foi muito sofrimento, porque eu pedi muito a Deus, tendo visto ele e meu pai abraçados. Tendo visto [trecho não compreensível], o primeiro filho, passamos uma vida inteira e nós não tivemos pai pra ir em parque de diversão, nós não tivemos pai pra passear, nós não tivemos pai, nós tivemos uma carroceria de um caminhão. Então tem gente que às vezes gosta de dizer "ah, eu não nasci em berço de ouro". Eu digo um pouco mais do que isso. Nós somos filhos de uma carroceria de caminhão, de um idealista e de uma dama que nunca quis ser a primeira, ela sempre quis ser solidária e acolhedora. Ela igualmente nunca quis ser a primeira dama, ela nunca quis. Esse caminho com simplicidade, com humildade para aqueles que de mim precisam, para aqueles a quem eu posso estender a minha mão. Então, exatamente com este espírito me traz aqui o meu irmão presente. Eu peço todas as vênias e as desculpas ao meu governador porque nunca haverá em minhas palavras nada que não contenha verdade e emoção. Eu não escondo sentimentos. E aqui nós temos os mais nobres. E aqui nós temos o sentimento de amor. De amor de irmão, de amor da minha esposa e de muita alegria pelo reconhecimento de pessoas que tem uma folha de serviços prestados a esse Estado, que tem um comportamento impecável que ninguém jamais ouviu atribuir a ninguém uma palavra de desacato, de qualquer natureza que não seja o mais elevado nível de relacionamento. Eu quero, meu caro deputado federal Tiago Dimas, se posso dizer para vocês, ele é deputado federal já por decisão de maioria tomada pelo Supremo Tribunal Federal. A posse é uma questão de dias, e aí é uma questão apenas burocrática. Então, caro, prezado e respeitado deputado federal Tiago Dimas, de quem por uma falha de interpretação lhe suprimiu esses anos, mas nunca deixou de ter não apenas o respeito de Brasília como deputado federal, que vai permanecer com a sua posse, que não muda muita coisa, mas apenas lhe devolve aquilo que o povo lhe tomou. O senhor foi eleito deputado federal. Isso é claro, isso é óbvio, não há ninguém que não enxergue isso, com todo respeito a qualquer outro dos demais deputados e daqueles que concorreram, sem demérito para quem ficou no caminho com menos votos. A democracia não pode permitir que por uma má interpretação de norma, não era de lei, tanto é que o Supremo, em boa hora, entendeu. Houve um problema. Aplica-se para o futuro? Em prejuízo a quem foi eleito? É mais justo deixar quem não teve os votos por uma má interpretação ficar? Ou é mais justo trazer aqueles que foram eleitos e devolvê-los à cadeira que o povo o outorgou? É assim que enxergo, deputado Tiago, mas é questão de

justiça. Está aí a justiça, mas a justiça é de vossa excelência, é providência divina em outubro, volta a ocupar um assento na Câmara que, aliás, deveria ter sido no dia 1º de janeiro do ano subsequente a 2022 e 2023 com o início de vosso mandato. Mas Deus há de lhe dar e lhe deu competência e sabedoria para que o senhor possa, vamos dizer assim, em mais da metade que lhe foi tirada devolver a este povo e fazer por este povo com a sua grandeza, com a sua competência o que o povo do Tocantins sabe do seu feito como deputado federal. Eu quero aqui destacar, gente, sempre com muito carinho e respeito e admiração a figura do pastor Carlos Eduardo Veloso. Ganhei um irmão nesta vida. Não ganhei um vice, ganhei um irmão. Eu não sequer ouço qualquer outra coisa que não seja a Carlos Eduardo Veloso, o pastor Carlos Eduardo Veloso, todos os méritos que ele tem como pai de família, como marido, como pastor, como profissional da pedagogia, como é a minha formação, da teologia, do respeito, da dignidade e do caráter. E do nosso pensamento semelhante em relação aos principais temas que rondam a nossa sociedade, ainda que não sejam legislações de natureza municipal ou estadual. Nós temos pensamentos e posições idênticas em relação aos temas que às vezes servem de bandeiras momentâneas para alguém ou para alguns mas que são para a vida inteira, acompanham uma biografia. Meu prezado vice-governador, eu vejo aqui a figura do vosso irmão prefeito eleito da sua Dueré. Parabéns, foi uma votação expressiva e eu tenho a mais absoluta certeza que eu tive muito orgulho não apenas para o gurupiense mas para o duerense porque com os números e com o enfrentamento que poderia haver, a população não deixou margem de dúvida para a discussão. Prevaleceu a relevante folha de serviços prestados pela família Moreira, naquele solo sagrado, aquele pedaço admirado do chão tocantinense. Eu recebo junto com o Ailton, ex-prefeito, com o Carlos Amastha, ex-prefeito, todos os ex-prefeitos e o prefeito eleito o meu respeito, o meu acolhimento, o meu abraço, o meu agradecimento por estarem aqui. Eu não quero voltar a chorar, não vou falar da Poliana, porque isso aqui é muito mais do que uma revelação. Nós passamos pelo mais profundo da dor e eu nunca podia imaginar que eu tivesse ao meu lado uma pessoa tão parecida com a minha mãe que foi acatada de uma forma tão doce pela nossa sociedade e me enche de orgulho, me enche de orgulho, e este chão que acolhe o nosso filho, está vendo essa moça caminhar na simplicidade. Isso me emociona muito. Muito, muito, muito. Só quem passou pelo que nós passamos é que sabe. Mas Deus é muito bom em tudo o que faz. Tudo o que Deus faz é bom. E nós temos dois lindos filhos. E foi a resposta que Deus deu a tudo o que nós esperávamos. Então, não preciso fazer essa trajetória, sendo campanha. Mas eu vou aqui também me permitir, governador, veja ali a figura do doutor Adjair de Lima e Silva, que veio com Siqueira Campos para instalar o Estado do Tocantins. Deixou tudo o que tinha, o deputado federal, o secretário de Estado. Falar de uma vida longa que já decorre com um pouco mais de anos do que eu, mas ele é padrinho de um filho que eu tenho. Mas isso também nunca foi motivo para nos juntar em um momento político ou para nos separar. Esta é uma relação que ela começou e que vai nos levar até os próximos dias. Nós dois vamos partir deste mundo com paz. Se numa eleição ou noutra, juntos ou não, isso pouco importa. O que importa é a minha admiração pela sua seriedade, pelo seu respeito, pela sua inteligência e a imprudência que eu vou aqui revelar. Há 30 anos eu disse para esse homem: "não fume, pelo amor de Deus", mas ele só faz o que quer e faz tudo o que quer. Isso prova que ninguém tira do Adjair aquilo que ele quer que seja. Então, eu peço muito a Deus pela sua saúde, Adjair. Para você estar aqui porque é um sacrifício. Mas eu sei também que você o faz como uma demonstração daquilo que você vem fazendo: Lutado estrategicamente, coisa que pouca gente sabe. Mas, mais uma vez, meu compadre, isso foi feito em 1992. Andando essa cidade juntos. E eu não vou lhe exigir uma caminhada, porque hoje, com a inteligência e a tecnologia, o compadre faz muito mais por mim do que talvez tenha feito naquela época. Mas receba a gratidão minha, da Poliana, da minha família, do nosso grupo a você, meu compadre. E isto, por favor, não envolve questões de natureza partidária e nem mesmo, eu vou dizer, eleitoral. É

apenas uma identidade que temos e eu acho que é certeza mútua. Ele sabe o que ele pode esperar de mim na [trecho não compreendido]. Então, amigos e amigas, talvez os jovens que aqui estão tenham que viver um pouco mais de anos na vida para compreender a simbologia das coisas. Notem, nós sequer nos coligamos. Então, não é sobre partido. Mas, quando o assunto são os valores morais do Tocantins, quando o assunto é o futuro de Palmas, quando o assunto é a proteção de todos os princípios que nortearam a criação do Tocantins e a fundação de Palmas, o posicionamento sempre será recebido como um gesto de amor a Palmas e com uma gratidão imensa. Então, eu tenho vivido nesses dias primeiro, vejam, com 30 segundos de televisão contra 6 minutos e 3 minutos, suportando todas as pesquisas falsas que publicaram, eu caminhei nessa cidade, eu me comprometi com o povo dessa cidade. E eles disseram sim a esta caminhada. É sobre Palmas. É sobre o passado e a história de Palmas, sim, mas é sobre o futuro de Palmas. É sobre a capacidade, me permitam, a eficiência, a competência provada e testada, mas principalmente, disse o Laurez, de uma forma muito singela: "produz resultado aquele que sabe ouvir melhor até do que discursar". Muitos dizem a mim que eu tenho uma boa oratória. Esqueço. Vocês não imaginam o que eu escuto durante o dia, o que passa por dentro dessa cabeça para processar todas essas informações, até encontrar o meu caminho para uma jornada inimaginável para muitos. Mas eu acreditei desde o primeiro dia e meu pai ainda estava vivo. E ele sempre disse, meu filho, a política não tem problema. Pé na calçada, pé na rua, vá atrás de quem conhece, bata nas portas, diga que você é candidato e aguarde o resultado. Eu tenho confiança, e isso, nas palavras dele, que disse: "você não falhará. Eu serei mais do que um pai e um eleitor apaixonado, que você vai estar à altura dos anseios do povo de Palmas". Isso foi dito, me permitam, por José Wilson Siqueira Campos. Ele conhece esse filho. Eu estou estarecido com o que as pessoas estão fazendo no desespero de terem feito e ter dado, levar a população de Palmas a acreditar que essa eleição, a primeira com dois turnos, ia ser resolvida no primeiro. Há como tentar, mas o povo de Palmas, o povo de Palmas não se rende, não se vende e não se arrega para nada e para ninguém. Aqui está o prefeito que foi eleito pela oposição. Muita gente não sabe, não conhece a história do Tocantins. Aqui está outro prefeito que foi eleito pela oposição. Existem outros prefeitos. E digo que... .. olha, eleito pela situação, eu creio que tenha sido dois, já são tantos prefeitos de Palmas. Então, mas não é que Palmas queira qualquer oposição. Palmas quer coerência, Palmas quer certeza, Palmas quer segurança, mas Palmas quer mudança! Então, por favor, compreendam, eu jamais seria deselegante com qualquer frente partidária, com qualquer manifestação, mas eu não abro um milímetro do que eu me comprometi com o povo de Palmas. Eu não fiquei na porta de palácio, de prefeitura, de assembleia, de nenhuma sede de poder, embora os respeite profundamente, eu não tenho inimigos, eu tenho desafios. A fome já está convivendo em grande parte, em partes das nossas bem-felizes, vamos dizer assim, bairros inteiros que não têm muito equipamento urbano e que são maiores do que a cidade de Araguatins. Nada me fará mudar o plano de governo aprovado pelo povo de Palmas. Eu não vou me sentar para alterar aquilo que eu me comprometi e que me trouxe até aqui. Eu disse isso para a população. Eu não estou preocupado, respeito, fui senador. E eu não preciso falar de ideologia. Senado é uma coisa muito simples. Entre uma tribuna da direita e uma tribuna da esquerda. Na comemoração dos 35 anos, já com o meu pai falecido, eu subi àquela tribuna, até aqui no meio das minhas palavras, me desculpem o caguete, é que me acostumei e me criei nesta tribuna do lado de cá, mas sendo muito respeitado pelo lado de lá. Relacionamento me permite dizer que não me importa quem está na presidência da República. Eu respeito, mas sou conhecido, reconhecido e aceito, independente do que eu estou fazendo em termos de atividade partidária.) Vou dizer a mesma coisa em relação ao Palácio Araguaia. Disseram esses dias, talvez me apertaram em uma entrevista, e disseram, como é que fica a sua situação em relação ao governador? Eu digo, simples, eu votei nele, quem não votou foi a adversária. Então é isso. Eu não tenho nenhuma obrigação comigo, nenhuma, nenhuma, nenhuma, porque

todos somos livres. Os funcionários públicos são livres. As pessoas são livres. Flotar cargo, falsificar pesquisas e atacar a honra das pessoas não dá mandato de prefeito para ninguém. Para ser prefeito de Palmas tem que ter reconhecimento. Eu não tive o direito da eleição, mas posso dizer aqui, o prefeito da Amastha foi eleito por ele. Há quem goste, há quem não goste, há quem adore e há quem detesta. Eu não sei, não me importa. O povo de Palmas não procura os mandatos. Com isso não se discute. Esta é a democracia. Então, amigos, me permitam, eu não vou ser deselegante com nenhum partido, com nenhuma força que tenha representatividade popular. Eu vou respeitar todos, mas eu não deixo aquilo que me trouxe aqui. Por favor, não tentem colocar em mim, e não atribuam a mim um defeito, que para mim é uma grande virtude destacada aqui pelo nosso governador, a capacidade de diálogo, sempre. Eu fui a todos os sindicatos. Diferente de alguém que diz que sindicato é um ambiente hostil. Ao contrário. Sindicato é uma entidade representativa. Eu fui a todos. Então que fique claro para todos. Não vou mudar aquilo a que me propus. Que isto fique claro. Mas, obviamente, que é papel e estratégia de marketing de terceiros, agora me parece que as prioridades são assim. Tentar nacionalizar uma eleição municipal. O povo de Palmas quer desenvolvimento. O povo de Palmas quer a reabertura de tudo o que está fechado. A renovação do seu projeto. A manutenção da nossa cidade. O cuidado. O zelo. A preparação para o seu futuro. Uma cidade vai passar de 500 mil habitantes, em que pouca gente sabe como é que se construiu esse consórcio para construir Lajeado. Pouca gente sabe como é que esse aeroporto chegou aqui. Pouca gente sabe como a Universidade Federal chegou a esse estado. Todas as vezes que Palmas precisou de mim, independente do lugar que eu estava, eu servia a Palmas. Com orgulho. Então, quem não conhece a história, quem não acompanha como aqui, com duas palavras, disse o Maurício. Ninguém, nenhum vice-presidente presidiu tanto o Senado quanto Eduardo. Está consagrado na história. Isso me fez ser convidado por presidente da República de um partido que me levou para a ONU, me levou para foros internacionais, me levou para a China. E aconteceu com o presidente da República, então. Que mesmo sendo eu um senador de um partido divergente, não foi o suficiente para eu ser o único convidado em duas das mais importantes missões. Me permitam. Não há partidarismo nisso. Há preparo. Há uma condição. Eu não tenho e não quero aqui avocar a mim de forma arrogante qualquer outra condição que não a que tenha sido me construída por diálogo. Eu sempre pensei em pontes e nunca em muros. A política para mim são pontes. Por elas você vai, por elas você vem. Eu não sou dado a nenhum tipo de extremismo, de qualquer natureza. Eu quero servir ao povo dessa cidade. Meu compromisso é com o povo dessa cidade. Então, tudo o que for feito nesta trajetória que nós tivemos que percorrer ela é revestida de uma natureza diferente. Então, eu não vou de forma nenhuma desrespeitar todas as manifestações. Mas não vou me sentar para discutir mudanças em plano que eu ouvi da população. Eu não escrevi aquilo ali sozinho. Aquilo ali está escrito as coisas que Palmas está pedindo para o próximo gestor. E são profundas as mudanças que nós vamos fazer. Mas mantendo, principalmente, todos os avanços que nós encontramos. Aí está o segredo das coisas. Eu convivi, como disse, com um governador de oposição. Mas não demorou um mês para eu e o Dr. Moisés Nogueira Avelino ter o mais profundo e respeitoso diálogo. Saímos amigos de uma gestão onde tinha tudo para haver problema. E não falo por Moisés Nogueira Avelino. Mas creio que se alguém perguntar a ele alguma coisa sobre Palmas, talvez vocês vão ouvir o que diz Derval de Paiva e vejam o tamanho da diferença nas nossas trajetórias. Isso não impediu que a grandeza de Derval de Paiva fizesse aqui, através dele, parecendo de dois mares, com muita dificuldade, venha a Palmas. Ficou de pé, em um palanque, para dizer eu tenho autoridade moral para te dar e vida pública para dizer que Eduardo Siqueira Campos é o melhor pra Palmas nesse momento. Me desculpe aos outros. E eu fico com muito orgulho. Portanto, amigos, e meu governador e veículos de imprensa, Luiz Felipe, do Portal CT, Marcelo Bezerra, doutor Marcelo, querido, da Eco News, Chico TV, Larissa, do site Atualiza Tocantins, Nayara, do site Conexão

Tocantins, Berger, da Gazeta do Cerrado, Luiz Pires, do Paralelo 13, Marcão, da Jovem FM, e também da Record News, Verônica Bolzan, amiga querida, da Rede Jovem News, Maju, da Gazeta do Cerrado, que faz jornalismo com [não compreensível]. Isso eu atribuo a todos. Isso atribua a todos. Eu quero mesmo dizer assim, eu nunca movi uma ação contra um jornalista. Eu nunca movi ação contra um veículo. Isto é uma vida. Agora, tem gente que mal começou a sua vida pública e enche veículos de imprensa, jornalistas, redações de assédio jurídico no plano nacional e no plano estadual. Mas os assédios não passam por aí. Eu nunca vi gostar tanto de uma vaga de tribunal para todos os assuntos. Inclusive aqueles que careciam de um coração humanitário, ainda mais de uma mulher. Então, aqui, não vamos ter meias palavras. Nos divide uma profunda diferença. Eu vejo prosperidade. Dizer que a biografia é marcada não quer falar no passado de sucesso que essa cidade [não compreensível]. Isso é regresso, é voltar ao passado. Mas volta ao seu próprio passado para dizer que isto, com todo respeito ao feirante, a quem usa o ônibus, a quem estudou nas escolas, certamente nas escolas que eu construí, nas feiras que eu construí, num transporte coletivo urbano que funcionava, mesmo na poeira e naquela dificuldade. Então, há que se ter respeito. Se isto é uma biografia ou uma história, me permitam, a carroceria do caminhão não foi berço de ouro. A luta pelos Tocantins não foi coisa de 10, 15 dias. E nem de 15 anos. Isso permeou a nossa vida, como disse o meu irmão. Foi algo colocado por Deus na nossa biografia. Espírito público é o que me traz até aqui. Então, amigos queridos, meu querido vice-governador, encham-me de orgulho ter aqui alguém provado por todas as formas, sem perder jamais o equilíbrio, a elegância, a coerência, a fidelidade aos seus princípios. O Laurez é uma enciclopédia de coerência. Então, aqui, nem eu nem você temos inimigos, Laurez, seja lá no Palácio Planalto, seja aqui no Palácio Araguaia, seja no Paço Municipal. Porque nós primamos pela coerência. Mas, como eu disse, a democracia é uma festa que permite a todos que façam as suas escolhas. Então, amigos, tendo-me prolongado, eu quero encerrar as minhas palavras aqui dando o meu fraterno abraço ao vice-governador de José Wilson Siqueira Campos pela força do seu último mandato, amigo João Oliveira. Muito obrigado, João.

[João] Obrigado.

[Eduardo] Ao Júlio Luiz, vice-presidente do Podemos, e à Narúbia, que enfeita este ambiente não com a sua beleza, com a sua originalidade dos povos originários, mas pela força de uma mulher que impressiona pela sua capacidade de ter trazido reconhecimento, ter trazido protagonismo e lugar de fala para uma exclusão, um processo de exclusão que pendurou séculos e que perdura séculos. Então, eu fico muito feliz de vê-la aqui. Então, a todos, aqui eu teria realmente uma lista muito grande de agradecimentos. Mas recebam por mim, da pessoa da Poliana, o meu abraço a todos vocês, a todas vocês que estão aqui. Eu vou repetir, o Podemos é um partido presidido por mulheres que elegeu duas mulheres nas duas vagas que teve. Então, vejam que aqui é o lugar onde a mulher é respeitada. Então, não há que se falar jamais em falta de respeito a uma mulher. Jamais. Ainda mais com a demonstração que o Podemos deu. Então, e que nós temos na nossa presidência. Então, nós sempre respeitaremos. Porque, eu direi, saindo do ventre de dona Aurenny Siqueira Campos, que foi respeitada a vida inteira e que nos amou profundamente, e que partiu com o carinho de todos os filhos. Então, amigos e amigas, é com essas palavras, com este acolhimento, Senadora [não compreensível], que dividiu aquele tapete azul comigo durante outros anos, os meus candidatos a governador, todos, né, o Pastor [não compreensível] é presidente do Agir. Eu queria que todos aqui entendessem e compreendessem a grandeza das coisas. A grandeza das palavras, da humildade do vice-governador, que tem uma posição de acatamento a tudo. Nós falamos muito, muito, com hombridade, repito, com coerência e com equilíbrio. Essas são marcas de Laurez Moreira que ele deixou por onde passou na vida do Doutor Caxias. Então, amigos, eu termino as minhas palavras, até para que a imprensa possa ficar à vontade, agradecendo muito

a presença de todos, a paciência de todos e, acima de tudo, o acolhimento de todos. Vamos juntos para a vitória que é a nossa!

[Alguém] Eduardo, eu gostei, porque ele está berrando:

Esse é o meu!

[Maju] Eu vou fazer a pergunta primeiro, porque tem tempo que eu tenho que sair.

[Organização] Os sites vão fazer nessa porção, e o pessoal de televisão que quer gravar... Em pé. Em pé, na sequência.

Aí é de vocês. Então, nós vamos começar com a Maju.

[Maju] Já posso? É... Duas perguntas. A gente está, inclusive, transmitindo ao vivo, muitas pessoas acompanhando aqui pela Gazeta. A pergunta, primeiro para o Laurez. Laurez, você falou muito sobre o Eduardo, sobre o legado, mas eu queria que você falasse sobre como que você se sente tomando uma posição diferente do Palácio Araguaia, sendo você um vice-governador, e se isso tem impactado na sua relação com o governador. E para o Eduardo, eu pergunto, Eduardo, você está falando muito que não vai sentar para rever plano de governo e tal. Você está sendo procurado por várias forças. Agora, eu queria que você deixasse claro como que você vai receber essas forças aí no seu projeto, principalmente uma possível vinda do Júnior Geo e da Cinthia. São essas duas perguntas. Obrigada.

[Vice-governador] Olha, eu não vejo problema nenhum. Em diversos municípios, eu apoiei candidatos diferentes do governador. Nós fizemos uma coligação, o governador de um partido e eu de outro. Naquele momento, nós entendemos que era melhor para o Tocantins aquela coligação. E eu nunca deixei de fazer a minha política, de lutar por aquilo que eu acredito. Eu jamais ia deixar de apoiar o Eduardo aqui, que tem uma história belíssima nesse estado, da história aqui. São poucos homens públicos, poucas famílias. Eu não conheço outra família que tenha histórias que a família dele tem aqui no estado do Tocantins, desde a criação do estado, a criação da capital, a implantação de diversos municípios, a construção do estado como um todo de oportunizar a diversas pessoas. Eu jamais deixaria de ter essa coerência, de estar ao lado dele. Até porque o Eduardo foi companheiro nosso durante a campanha. E eu tenho convicção de que o governador vai entender isso e saber que isso é bom para o estado do Tocantins. O estado, ninguém conhece o estado do Tocantins mais do que o Eduardo. Ninguém está mais preparado para resolver os problemas de Palmas do que o Eduardo. Porque tem tanto conhecimento desde o lançamento da pedra, desde a escolha da capital, lançamento da pedra fundamental, cada obra que chegou aqui tem a sua parceria. E sempre, e eu vejo nele, a pessoa mais preparada para isso. E tudo o que o Siqueira fez trouxe bons resultados para nós. E uma das coisas que ele preparou, os seus filhos para ser substituto da política, o Eduardo, desde cedo, era o filho que acompanhava em todo momento da sua vida, como deputado estadual, deputado federal, governador, preparou ele ao longo da vida. E eu tenho convicção de que ele vai fazer a melhor gestão que Palmas já teve, e vai ser exemplo para o resto do Brasil.

[Maju] Você não teme alguns aliados do governador, inclusive, o pessoal comentando aqui, falando em falta de lealdade com o governo?

[Vice-governador] Olha, eu não vejo falta de lealdade em apoiar uma pessoa que nos apoiou. O Eduardo nos apoiou na campanha. Eu não vi a outra candidata no nosso palanque, eu não vi outra candidata nos apoiando na campanha. Não seria falta de lealdade se eu deixasse de apoiar quem nos apoiou? Então, ele nos apoiou na campanha, teve junto. Contribuí muito com o governador da Assembleia no período que ele esteve lá. Então, a história dele foi de apoio. E eu tenho certeza que o Eduardo, com a sua capacidade mediar, vai fazer uma administração de parceria com o governo do Estado. Ele vai somar forças do município com a estado, para fazer o que é de melhor para a cidade de Palmas. Eu tenho certeza que o governador Vanderlei entender da importância que é ter uma pessoa igual Eduardo à frente da Prefeitura de Palmas. Isso é motivo de muito orgulho. Quem ganha não é o Eduardo, quem

ganha é Palmas. O Eduino podia fazer outra opção na vida, e ele sempre manteve essa de estar aqui, se doando, buscando o mandato com muita dificuldade, sem partido político, sem tempo de televisão. E eu entendo que todos nós vamos ganhar muito com a sua determinação de ser prefeito de Palmas. E ele está cumprindo o grande sonho do seu pai. Eu tenho certeza que parte da vontade dele, e ele está cumprindo a vontade do seu pai.

[Maju] Obrigada, Laurez. Eduardo.

[Eduardo] Bom, Maju, eu acho que da minha fala você pode colher dois momentos que podem parecer antagônicos e não são. O primeiro diz que eu sempre serei a pessoa do diálogo. Sempre. Eu sempre saberei enxergar o todo. Eu sempre busquei governar e exercer mandato para o todo. Que isso fique muito claro. Agora, eu tenho alguns compromissos muito importantes em relação à atual administração. Todos os funcionários públicos dormem tranquilos. Porque se tem alguém, repito, que sabe lidar com as centrais sindicais, que nunca permitiu que ocorresse uma greve, não por força, mas por capacidade de diálogo. Então, eu tenho compromissos com todos os avanços que teve o judiciário desse estado. Está dado o conhecimento. Respeitarei todas as conquistas. E tenho proposto que façamos um plano para aquele que é o símbolo, venha sendo incorporado de uma forma gradativa, até para que a aposentadoria seja mais justa, para que os funcionários tenham um plano de saúde. Se o estado tem, Palmas tem capacidade de ter, esse é um compromisso meu. Então, eu disse e repito, eu não preciso fazer uma única demissão, nenhuma. Agora, refiro-me a servidores de contrato, a diretores de escola, a funcionários que estão aí, são mais de 5 mil que estão dentro das nossas escolas. Fazer qualquer gesto brusco é paralisar a administração. Então, nós temos que dar estabilidade e segurança para os servidores. Então, eu não ameaço sequer o que foi colocado sobre os motoristas de transporte coletivo urbano. Todos sabem como eu enxergo o setor e as mudanças que nós vamos fazer. Mas, o poder concedente não tem nenhuma dificuldade para exigir de quem vai fazer o serviço com excelência, que as pessoas sejam acolhidas. Então, assim, eu tenho compromissos. Eu tenho compromisso com todos os avanços, mas também tenho com todas as mudanças. Isso não é nada que seja, vamos dizer assim, um ataque pessoal à prefeita ou qualquer coisa de natureza pessoal, absolutamente não. Eu farei uma profunda transformação no transporte coletivo urbano, na saúde, na infraestrutura da cidade, no turismo, nas praias, nas filas, nos equipamentos urbanos que estão fechados, no meu espaço cultural tão bem lembrado, no nosso ginásio Ayrton Senna, no estádio Nilton Santos, que está cedido para um discípulo católico, o Rubinho Barrichelo, meu Deus do céu. Isso, se alguém se sentir ofendido em dizer que difícil foi construir tudo isso. Então, a administração tem os seus desafios e as suas conquistas. E não se estende apenas aos funcionários públicos, Então, vamos dar os parabéns a tudo que foi feito. E o diálogo em relação a quem vai apoiar ou não... Quando eu digo para você que eu não estou fazendo uma campanha e nem fiz durante a minha trajetória nenhuma tentativa de qualquer natureza, senão com a população diretamente. Eu caminhei sozinho, Maju, com todo mundo não acreditando, a não ser o povo de Palmas, com o massacre que houve de pesquisas, de tempo de televisão. Todo mundo sabe do derramamento de dinheiro que houve nessa cidade e que ainda está acontecendo. Isso já está noticiado nas autoridades eleitorais, na Justiça, e inclusive na própria Polícia Federal. Então, todo mundo sabe o que eu enfrentei. Então, eu quero apenas que respeitem o que o povo fez para me trazer até aqui. É só isso. É simples. Eu só não vou transgredir em nada do que eu me comprometi. Agora, tudo o que eu ouvi que foi bom... Poxa, como é bom receber contribuições diferentes de ter ou não o apoio a partir de uma banca examinadora, de uma sabatina, ou da inclusão ou não de qualquer coisa dentro de alguma coisa que a população escolheu. Eu sempre sou aberto a ouvir as coisas boas, inclusive enxergar as diferenças. Eu já disse que governar bem é governar para todos. Então, daí não vai haver nenhum problema com o passo principal. E repito o que o governador Laurez disse. A prova mais firme que a população do Tocantins tem foi o carinho com o que

eu peguei um depoimento do meu pai, José Wilson Siqueira Campos, vivo, e o entreguei ao candidato Wanderlei Barbosa. Isso não está em termos de cobrança. O que eu fiz e faria de novo foi um gesto, foi um gesto do meu pai, um respeito com os posicionamentos dele. Sempre respeitei. Então, assim, para mim não é querer nenhuma vantagem nem é uma outra desvantagem. Eu tenho rota, mas quando estou aberto. O governador segue o caminho dele, de mim. Respeito. Sempre. E não vejo nenhuma dificuldade, porque nós nos conhecemos há muitos anos. Então, esse enfrentamento jamais levará e vai ser transportado para a administração, nem aqui, nem em Brasília e nem em lugar nenhum.

[Maju] Entendi. Obrigada.

[Luiz Felipe] Luiz Felipe, do Portal CT. Boa tarde, Luiz CT. Se me permite uma pergunta para cada um, para o vice-governador e para o candidato. Primeiro, vice-governador, eu queria entender de quem é esse apoio? Do PDT? Do vice-governador? Eu digo isso, porque nós estamos vendo uma campanha de abertura, onde os candidatos a vereador pediram voto para a adversária. Então, eu queria entender melhor quem está entrando na campanha. E, para o candidato, nós vimos recentemente a do adversário se movimentando para trazer prefeitos eleitos de outros estados para a campanha daqui. Talvez até uma reação para as adesões que você tem recebido. Você acha que isso influencia nos votos dos palmeiras ou não? São essas as minhas perguntas.

[Vice-governador] Primeiro, eu quero dizer que é o apoio do vice-governador e do PDT de Palmas. Eu reuni todos os companheiros, todos os candidatos a vereadores. Foram unânimes em apoiar Eduardo Siqueira Campos. O partido liberou. Não apoiou ninguém na eleição do primeiro turno. E deixou todo mundo à vontade. De todos os candidatos a vereadores, apenas um foi com o Eduardo no primeiro turno. E agora eu fiz uma reunião para ouvir. E todos tiveram a preferência por ele. Todos os partidos. Além do meu partido, eu sempre gosto de ouvir as pessoas que eu considero de bem. Aqui tem dois homens políticos já com a idade avançada que eu respeito muito. Um é o [nome não compreendido], que sempre foi adversário do Siqueira. Liguei para ele para ver o que ele achava da minha posição. Ele disse "Olha, Laurez, corretíssimo". Outro que eu admiro muito, chama Paulo [Não compreendido]. Liguei para ele. Que toda vida foi adversário do Siqueira Campos. Liguei para ele para ver o que ele achava dessa posição. Ele disse "corretíssimo, governador". Nós não podemos entrar em abertura. Temos que apoiar uma pessoa que a gente acredita que tem história e que ama Palmas. E que tem a obrigação de ser um grande gestor. Então o Eduardo, eu não tenho dúvida que vai fazer uma bela gestão na cidade de Palmas. Porque além da sua história, do seu passado, da sua família, quando eu vejo aqui a Poliana com essa humildade, a maneira de servir, o Eduardo falou muito bem. Eu vejo a figura da dona Aureny aqui, que sempre cuidou muito bem. Eu não tenho dúvida que o belo trabalho vai ser feito nesse sentido. Então, diante dessas coisas, a vontade do meu partido e a minha vontade própria, eu não tive dúvida. E isso é o melhor caminho. E depois de ouvir todas as pessoas experientes, a juventude, o Eduardo, apesar de entrar com a idade um pouco avançada, mas é uma pessoa que sempre preocupou com a juventude. Sempre teve a preocupação com a juventude, com as crianças. Eu lembro do seu governo, a preocupação que ele tinha de colocar na cabeça das crianças a importância de cuidar do meio ambiente. De preparar um futuro melhor para as nossas crianças. Melhorar a qualidade da educação. Ter educação de boa qualidade. Trazer escola técnica pra cá. Trazer a qualificação para os nossos jovens. Então eu não tenho dúvida que é uma pessoa com um relacionamento, uma identificação muito grande com as crianças, com a juventude. E que tem a convicção de que essa é a obrigação principal dele. Preparar a nossa juventude para o futuro. Então aqui está o apoio do vice-governador e do seu partido. Obrigado.

[Eduardo] Tudo bem. Bem, é... É natural o pleito. As pessoas busquem apoio. Às vezes quando falta apoio interno, as pessoas vão buscar apoio externo. Eu acho que ficou mais do que provado. Todo mundo sabe o que ele fez. Os percentuais de votos que ocorreram na

eleição presidencial. E se tudo o que foi feito não retirou do cidadão de Palmas a sua legitimidade para se posicionar, mesmo com o pedido de que a eleição se encerrasse no primeiro turno, o cidadão de Palmas disse não. E diria a todos. Qualquer um. O presidente, o atual, o ex. Porque essa é a primeira eleição de dois turnos. Então se alguém não quis ir em debate no primeiro turno porque achava que levaria no primeiro turno, perdão. Nós temos e estamos vivendo um segundo turno. Então, veja, eu vou dar aqui uma informação que recebi com muito orgulho. O deputado Vicente Alves, que disse que o que ele identificava para Porto Nacional e ele não queria na sociedade, ele não ia deixar acontecer em Palmas. Ele não se omitiria. Mas não é apenas isso. Na semana que vem, anunciou a mim, o deputado, e eu conversei ao telefone com o presidente nacional do partido, o senador Ciro Nogueira estarão em Palmas, o presidente nacional do [partido], o senador Ciro Nogueira, cujo pai foi muito amigo do meu pai. Ele tinha uma deferência, um carinho especial pra nossa família. Todo mundo sabe o cargo que ele ocupou durante quatro anos. O presidente Arthur Lira, que preside, que é o terceiro homem na linha de sucessão. Todo mundo sabe a força dele dentro daquele congresso nacional. Deputados que vão estar presidindo a comissão de orçamento, a comissão da agricultura, já sinalizando que em Palmas terá as suas demandas acolhidas no orçamento já do ano que vem. Isso se configurará aqui em Palmas. Então, perguntarão, é um encontro de natureza partidária? Eu digo, não. Mais do que isso, não há defeito em filiação e posição partidária. O que é, assim, admirável, o que me dá muito orgulho e alegria e segurança para os empresários, para os comerciantes, para todo mundo que é um desenvolvedor de Palmas, é ver homens que têm a capacidade de colocar no orçamento da União aquilo que nós precisamos. Isso aconteceu com o Hospital do Amor. Eu mesmo fui um dos que fiz isso com muito empenho, com a Ferrovia Norte e Sul e com tantos outros projetos no Tocantins. Eu não vou descrever todos. Mas veja, eu não estou vindo trazer alguém para pedir voto para Palmas. Eu estou vindo receber gente que diz que enxerga o melhor caminho para Palmas por me conhecer tradicionalmente da minha passagem pelo Congresso Nacional, pelas relações que eu tenho, e que vão disponibilizar as suas agendas, a sua vida, para dedicar a Palmas o melhor que todo mundo quer, investimento. Lembrou bem o vice-governador? A junta de Palmas impediu daquelas reuniões de 92? Basicamente, jovem é isso. Jovem quer oportunidade. Então, veio a qualificação através do instituto mais respeitado de qualificação, que é o IFTO. E olha a diferença dele para a UFT. Mas sobre a UFT também eu digo muito. Porque havia uma greve, e aí eu dissolvi essa greve para trazer o presidente para assinar o ato. A história não pode ser escondida. E é isso. Nos outros exemplos que eu dei, seja no aeroporto, seja na usina hidrelétrica, seja na duplicação dessa rodovia, desta ponte, meu Deus do céu, o difícil foi fazer isso. Então, manter e projetar Palmas no futuro é uma coisa que eu sei como fazer. Então, veja. Indico qualificação. A UFT estava com dois para o terceiro ano. Jovem pediu cultura. Naquele tempo, o espaço cultural foi uma coisa que muitos falavam tudo nesse sentido. Esse é um passo. Que espetáculo você ter aqui Fernanda Montenegro, você ter aqui a Ariano Suassuna, você ter aqui biografias extraordinárias da cultura nacional. Arthur Moreira Lima, que veio fazer um recital de piano. Zivaldo, que veio aqui lançar a biblioteca Jaime Câmara. Meu Deus do céu, as quadras culturais, o nascimento de artistas, a carreira de Cícero Belém, de Eva, de Genésio, todos passaram pelo espaço cultural, gente. Então, o jovem pediu cultura e teve cultura. O jovem pediu lazer e aí nós plantamos quadras poliesportivas, o ginásio de Palmas, o ginásio de Taquaruçu. Nós fizemos muito, mas eram as coisas daquela época. [Corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 12,7 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 36**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 10/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 5**TEMA DO REELS:** Eleições.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 5m15s**LEGENDA DO REELS:** Reportagem e vídeo: @majucotrim

"Hoje é o dia do recomeço", assim começou a dizer a candidata Janad Valcari do PL em reunião com aliados, candidatos que a apoiam, o governador Wanderlei Barbosa, a senadora Professora Dorinha e vários deputados.

Janad fez discurso com forte enfrentamento a Eduardo Siqueira e disse que nunca andou no carro preto da Federal. Ela Mostrou o filho e disse que ele foi alvo de ameaça!
Veja o ponto alto do discurso!

#palmas #eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.

DECUPAGEM: [Janad] Nada na minha vida foi fácil. Tudo da minha vida foi com muita luta, com muita garra, com muita dificuldade. Mas tudo que eu quis, Deus permitiu que eu conquistasse. Tudo que eu quis, Deus me abençoou para que eu não andasse, para que eu tornasse realidade. Eu quero falar para vocês, eu nunca andei na viatura da Federal. Nunca vou deixar os nossos aposentados, nossos servidores sem dinheiro na aposentadoria. Eu nunca abandonei o meu povo na hora que eles mais precisavam, na hora que o povo mais precisou. Da vereadora Janad, que foi na época da pandemia, eu estava na UPA brigando pelo oxigênio. Eu estava na UPA brigando pelo hospital, que infelizmente não fizeram, roubaram o nosso dinheiro. Agora, o lado de lá, ele era, ele era deputado estadual. Onde é que ele estava quando a [não identificado] mandou fechar as nossas igrejas? Quando o povo estava morrendo lá na UPA sem ar oxigênio? Quero falar pra vocês, se ele achou que essa negra velha aqui não tem sangue no olho, ele está errado! Quero falar pra vocês, não era eles que queriam que eu fosse no debate? Então eles me aguardem! E nós não vamos deixar eles fazerem de lá, espetáculo não, porque lá não é circo e ele nem pra palhaço serve. Se tem uma coisa que eu sei fazer é brigar pelos nossos direitos. Se tem uma coisa que eu gosto de fazer é trabalhar. Se tem uma coisa que eu gosto de estar perto é de gente. Agora eu vou falar pra vocês. Cansei de ver eles mexendo com a minha família. Cansei de ver eles difamando meu nome. Nós vamos pra rua. Nós vamos mostrar quem ele é. O homem exonerou concursados quando ele assumiu a prefeitura, foi ele. Quem derrubou casa de pai de família que não tinha onde morar, foi ele!. O povo não esqueceu! O povo não vai esquecer porque nós vamos lembrar que essa pele de cordeiro nós vamos rasgar!

Se eles queriam a Janad que estava aqui dentro guardada, essa leoa para brigar pela minha cidade, essa leoa chegou. Se eles queriam a Janad que anda na rua, que briga por um remédio, por um comprimido, por um médico que não tem no postinho, não tem na UPA, essa Janad está aqui, e é essa Janad, que vocês vão ter como prefeita, dependendo de vocês. Eu olho aqui

no olho de cada um, no olho de cada um de vocês. Eu não sou covarde, eu não tenho mácula, eu não tenho processo de condenação por roubo, e qual ele tem? São mais de 30 processos de improbidade administrativa. Agora eu quero falar para vocês, nenhum de vocês vão abaixar a cabeça porque o melhor projeto para nós é o 22. E quero falar para vocês, eles estão juntos com mais três prefeitos e a prefeita da continuidade. Um ali está acobertando o outro, sabe por que eles não querem que eu entre lá? Porque eu vou colocar eles na cadeia.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 33, 7 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 37

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 10/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 42s

LEGENDA DO REELS: Candidata do PL, @janad_valcari diz que atacaram o filho dela e que "mexeram com uma leoa"

Janad reuniu líderes e aliados para largada na campanha do 2º turno ao lado do governador @wanderlei_barbosa, da senadora @profdorinha, deputado @carlosgaguim e vários outros aliados!

#gazetadocerrado #sonagazeta #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Janad] Vocês sabem, é um jovem de vinte anos que estuda medicina, que está de um turno [não identificado] do HGP, concluindo a sua faculdade. Atacaram meu filho e agora mexeu com essa leoa. Eu quero dizer, do jeitinho que eu cuido de você, eu vou cuidar de cada um de vocês. Eu só preciso que confiem em mim, porque preguiça eu não tenho. Eu tenho fogo nos pés, eu tenho sangue no olho e eu não paro. Eu conto com vocês pessoal, é dia vinte e sete.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 8464 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 38

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 10/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Eleições.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m16s

LEGENDA DO REELS: Cobertura: @majucotrim

2º turno a todo vapor em Palmas: Grupo do PL e aliados se mobiliza para ir para as ruas e candidata Janad pediu que militância e apoiadores "arregacem as mangas"!

O governador @wanderlei_barbosa diz que estão fazendo perseguição e pede que todos se unam ainda mais pelo projeto de Janad!

#eleicoes #palmas #gazetadocerrado #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Público] Janad 22!

[Político dando discurso, público ovacionado].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 13 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 39

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 11/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Arte.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Sim, imagens com a logo do Jornal e uma marca de empresa de comunicação.

TEXTO NO REELS: Sim. “Antônio Netto artista plástico” “Imagens Marco Jacob” “@netto.art” “407 Sul, Al. 12, nº 1, Casa 2 Palmas, TO”

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 55s

LEGENDA DO REELS: #culturadinamica

O artista visual Antônio Netto reabre o Atelier ao Cubo com a exposição Desdobramentos da Matéria, uma mostra do processo de criação, dos materiais e das técnicas utilizadas pelo artista em seus 30 anos de carreira.

Em telas, tintas, papéis e recortes de metais, madeiras e outros materiais nascem as expressões de arte em pintura, desenho e objetos que compõem a obra do artista. A exposição conta com 82 obras, todas disponíveis para venda.

SERVIÇO

Exposição de arte: Desdobramentos da Matéria

Local: Atelier Ao Cubo
Endereço: 407 Sul, Alameda 12, Lote 1, Casa 2
Entrada: livre

Datas:

17/10 18 às 20h - imprensa e convidados
18/10 18 às 20h - estudantes e professores
21/10-18 às 20h - estudantes e professores
22/10-18 às 20h - convidados e apreciadores da arte

SOBRE O ARTISTA

Antônio Netto é paraibano de João Pessoa e mora no Tocantins desde 1996. Autodidata, participou de várias exposições artísticas em Palmas, São Paulo, João Pessoa e outras capitais brasileiras. Trabalhou como gestor cultural do Estado e atuou na iniciativa privada e nos governos Municipal, Estadual e Federal e foi professor de artes com projetos desenvolvidos em galerias particulares e públicas.

LEI PAULO GUSTAVO

Este projeto é realizado com recursos da Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar nº 195, de julho de 2022) via Edital de Chamamento Público nº 015/2023/Fundação Cultural de Palmas Culturas e Linguagens.

#antonionetto #turismo #artistaplastico #exposição #atelier #ateliê #culturapalmas
#culturatocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Antônio Netto] Olá, eu sou o Antônio Netto, artista plástico visual aqui do Tocantins, de Palmas, e eu gostaria de convidar vocês para virem conhecer a minha exposição "Desdobramentos da Matéria", inaugurando e abrindo o meu ateliê, mostrando a trajetória de 30 anos de trabalhos em várias técnicas e com vários materiais, recebendo alunos da universidade, amantes das artes e comunidade local. É só entrar em contato pelo DM do Instagram, tá, pra agendar o seu horário e a sua visita aqui ao meu ateliê. Espero vocês aqui. Meu ateliê, fica na 407 Sul, Alameda 12, QI 12, lote 1, casa 2, Plano Diretor Sul, aqui na antiga pista do aeroporto.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 3327 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 40

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 14/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 37s

LEGENDA DO REELS: O governador do Tocantins, @wanderlei_barbosa, se manifestou em discurso hoje sobre acusações de que servidores estaduais estariam sendo coagidos a votar em sua candidata à Prefeitura de Palmas, Janad Valcari. Em resposta, Barbosa defendeu que suas ações são pautadas pelo respeito e afirmou que seus pedidos de apoio político são feitos de forma democrática, sem qualquer imposição.

"As minhas decisões são democráticas, eu peço voto às pessoas para determinada candidata, mas com respeito. É um pedido que fazemos. Se alguma pessoa do seu departamento lhe tratar mal querendo te obrigar, não faça por aí. Faça aquilo que vem no seu coração, mas se puder atender o governador deste estado, eu agradeço", disse o governador, buscando afastar a ideia de coação.

Barbosa ressaltou que não tolera atitudes de pressão sobre os servidores, reforçando que o apoio político deve ser uma escolha consciente e voluntária. O posicionamento veio após relatos que indicavam que alguns servidores teriam se sentido pressionados a apoiar a candidatura de Valcari.

#sonagazeta #gazetadocerrado #eleicoes #palmas

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Governador] Temos que fazer aquilo que é lícito. Vocês têm direito de fazer. Sabe, isso é bíblico. Todas as coisas me são lícitas, mas nem todas me convém. Aquelas que convém nós podemos fazer. É por isso que as minhas decisões são democráticas, eu peço voto às pessoas para determinada candidata, mas com respeito. É um pedido que fazemos. Se alguma pessoa do seu departamento lhe tratar mal querendo te obrigar, não faça por aí. Faça aquilo que vem no seu coração, mas se puder atender o governador deste estado, eu agradeço.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Possivelmente sim, mas não se sabe determinar.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 14,9 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 41

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 46s

LEGENDA DO REELS: 2º Turno: O PSDB da prefeita Cinthia Ribeiro Mantoan declara apoio a @eduardosiqueiracampos_ neste 2º turno!

Secretários da prefeitura e aliados participam do anúncio!

#palmas #eleicoes #sonagazeta #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 25,8 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 42

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m2s

LEGENDA DO REELS: 2º turno: @janad_valcari chega para grande reunião nas Arnos ao lado do governador @wanderlei_barbosa, do senador @eduardogomestocantins e vários outros aliados!

#gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Apenas som ambiente.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Aparentemente, produção do próprio jornal, mas será classificado como “não é possível determinar”.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 14,9 mil

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 43

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 2m34s

LEGENDA DO REELS: 2º turno: A prefeita Cíntia Ribeiro ao declarar apoio a @eduardosiqueiracampos_ disse que fará um calendário de agendas neste 2º turno e chegou a dizer que vai preparar o antigo Paço para que o agora aliado tome posse se vencer as eleições!

Veja um pouco do que ela disse!

#eleicoes #palmas #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Cinthia Ribeiro] Eu tive a grata alegria, a honra e a confiança de receber o voto para a prefeita do criador do estado do Tocantins e eu espero que o nosso time não me falte para retribuir na mesma proporção de honra e confiança os votos que você merece e com certeza terá em cada um dos nossos vereadores, vereadoras candidatos do PSDB. Vamos embora, ein, Tucanada! [Corte] Ia guardar para fazer uma surpresa, quero dizer a todos que a partir de hoje nós teremos um calendário com todo calendário de caminhadas, calendário de adesivos, calendário de eventos onde nós vamos nos dividir e aí é importante que nós estejamos nesses quatro, cinco cantos da cidade, que toda nossa militância, que todas as pessoas que abraçaram o projeto de Eduardo Prefeito, Eduardo Vinte, estejam alcançando os mais rincões, não posso dizer que é rincão não porque ainda está pequeno. Né? Só da Buritirana até o Fumaça ainda tá pequeno, né? Ainda tem muito chão! Mas, com certeza, a gente vai ganhar muito nesse processo como um todo. Eu ia aguardar pra ser surpresa pra deixar, pra anunciar, ele for prefeita, mas esse já não é o grande evento. Não, essa é a coletiva convocada pra aqueles que não tinham certeza, escutam agora, da presidente estadual do partido, que quem votou 45 no primeiro turno é 20. E a surpresa boa que eu ia guardar, mas não vou aguardar mais, é que tem algo que eu sei que lhe toca particularmente o coração. Aliás, muitas coisas, né? Lhe toca particularmente o coração. Mas eu quero lhe dizer que eu, otimista como eu sou e acredito em um Deus poderoso que lhe trouxe até aqui. E eu tenho certeza que você está debaixo dessa bênção, dessa bênção de homens e mulheres que oram pela sua vida, oram pela vida da Poliana, dos seus filhos, oram pela minha casa pra que eu tenha sabedoria do alto, porque muitas vezes a sabedoria humana nos falta. É que eu ousou lhe dizer que eu já estou preparando a sua casa. Eu estou preparando o seu lugar, um lugar que é muito especial. E eu sei que, além de simbologia, mas vai muito além da simbologia, foi o lugar onde você tomou posse como prefeito há 32 anos atrás. E o Paço Municipal, a sede original do Paço Municipal, já está a todo vapor, te aguardando, te apoiando.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 12,7 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 44

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m51

LEGENDA DO REELS: 2º turno: Ao receber apoio da prefeita Cinthia, @eduardosiqueiracampos defende legado dos ex-gestores na cidade!

Veja um pouco do que ele disse!

#eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: Tudo o que eu disse e o que falei, o que me trouxe ao segundo turno, foram sentimentos de transformação em que nada fere aquilo que fez a prefeita durante seu tempo. Ela disse bem, todos deixaram o seu legado na educação, nos [não identificado], nas creches, no cuidado com a cidade, tem coisas marcantes que ocorreram nesta Palmas e, acima de tudo, há que se compreender, nós estamos vivendo. [Corte] Cada ataque que me farão, será uma proposta consistente que eu vou apresentar. Vou devolver, com o mais alto nível, tudo aquilo de mais baixo nível for dito sobre mim. Estou estarecido com as campanhas, vou usar a boa língua portuguesa “das falsas notícias”, que podem ser também as fake news. Eu digo que não sou muito apaixonado pelo estrangeirismo, mas tem horas que, principalmente essas redes, trouxeram palavras que já são, que se incorporam à língua das redes sociais. Então eu observo e fico triste em ver pessoas pegaram um documento de 12, 14 anos atrás e apresentaram como se fosse algo novo. Gente, eu estive sempre em minha casa, a porta sempre foi aberta e essa moça nunca teve que me esconder, nunca teve que dizer que ela não estava comigo. Que orgulho, meu irmão. Que orgulho! Nós temos um lar, eu a apresento em todo lugar e agora eu entendo minha mãe, o porquê de que esta era a neta xodó, ah, a nora xodó de dona Aurenny.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 7131 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 45

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m26s

LEGENDA DO REELS: 2º Turno: Candidata @janad_valcari fez grande reunião nas Arnos ao lado governador Wanderlei, do senador Eduardo Gomes e vários aliados!

Ela fez parte do discurso no meio do povo e várias críticas e acusações contra o grupo adversário!

#eleicoes #palmas #gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Janad] Porque se eu achar o trem errado, eu vou mandar para a polícia, se eu achar o trem errado, eu vou mandar para o Ministério Público, se eu achar o trem errado, eu vou botar eles é na cadeia. Alguém aqui tem dúvidas do que eu falo? Eu ganhei para Vereadora e eu permaneci na rua. Eu ganhei para Deputada, eu permaneci na rua, e ele só vem para vocês para pedir voto. Ele é igual aquela música da Xuxa, na hora do voto é beijinho,

beijinho. Depois que ganhar, é tchau, tchau! E a Janad não tem isso! Eu quero falar para vocês, olhando nos olhos. Vai lá na Assembleia e pergunta quem é Janad, vai lá na Assembleia e pergunta quem foi aquele moço... nem trabalhar ele ia, ficava em casa, não atendia ninguém, e recebia o salário pago por vocês. Outras mães falando aqui que ele tomou terra pra dar pra amigo, que ele tomou lote pra dar pra amigo.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, aparentemente, produção do próprio jornal, mas será classificado como “não é possível determinar”.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 11,7 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 46

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 15/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 4m3s

LEGENDA DO REELS: Ânimos exaltados no 2º turno: o governador @wanderlei_barbosa desafiou o candidato @eduardosiqueiracampos_ ao dizer que mostrará decreto de demissões na época que ele foi gestor.

Wanderlei subiu o tom para defender e pedir votos para sua candidata @janad_valcari!

Veja alguns pontos da fala do governador em evento nas Arnos!

#eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Wanderlei] Não quero fazer um discurso apenas de emoção. Nós temos que mostrar a razão. Eu não quero votar. Eu não quero pedir para que Palmas vote num prefeito que abandonou a cidade quando teve a oportunidade de ser prefeito, entregava pra vice e ia pro exterior. Eu não quero que isso volte a acontecer na nossa cidade. É preciso a reflexão de todos nós. É preciso que cada um de nós saibamos e perguntamos pros pioneiros como era a Palmas dessa época. É preciso, lá na Assembleia, quando ele foi eleito deputado, eu quero perguntar pra ele quantas emendas ele colocou pra Palmas em 8 anos que ele foi deputado estadual dessa cidade. Eu quero perguntar pra ele que se ele ama tanto Palmas, por que ele não colocava suas emendas aqui? Ele precisa responder isso por causa de Palmas e não apenas ficar atacando as pessoas, porque eu não estou atacando ele. Eu estou fazendo uma pergunta pra ele. Eu quero mostrar o decreto dele demitindo professores, auxiliares de serviços gerais, que nunca mais tiveram oportunidade, nunca mais tiveram oportunidade de ser concursados. É preciso que ele responda tudo isso: o orgulho dos professores, o orgulho das pessoas que trabalham ali. Na época deles, cantaram o hino nacional de costas pra eles, porque eles tratavam as pessoas diferentes do que nós tratamos.

E vocês podem ter certeza. Podem dizer por aí. Perguntem para eles. E a senhora vai perguntar no debate. E vai perguntar que decreto é esse. Pergunte com o decreto na mão. Por que você demitiu pais e mães de famílias concursadas no início da construção dessa cidade? Concurso pelo prefeito Senevã, na época o concurso foi homologado e ele demitiu porque era perseguidor e continua sendo perseguidor até hoje.

E eles ficaram o tempo todo com alguns de imprensa, dizendo que a gente estava forçando servidores a estarem fazendo reunião pra nós e eu provei pra eles que eu não faço isso. Servidor vem pelo amor e não pela dor. Servidor ajuda a gente com muito respeito porque nós respeitamos eles também. Agora eu quero dizer à prefeita: Pastor e o variador Eldis manifestaram apoio pra senhora, que eles demitiram pais de família ontem nessa cidade porque são antidemocráticos, porque não respeitam a vontade das pessoas. No meu diário ninguém será demitido por escolha. Agora vou dizer à senhora, vou pedir o voto mesmo. Eu peço aos servidores da saúde, eu peço aos servidores da educação, eu peço aos servidores daí do estado, eu peço. [Corte] E de mostrar quem são as pessoas que querem tomar conta da nossa cidade. Eles tiveram a oportunidade de fazer e não fizeram. E agora estão aí juntinhos. Outro dia tinha um falando que ia nos tirar em 2026. Eu quero dizer pra ele que eles já fizeram foi sair. Eles já fizeram foi sair. Eu tô aqui até 26 e estou trabalhando todos os dias misturado com o meu povo. Arrumando escolas, só escolas, já reformei os 130 que eles não fizeram. As estradas do estado estavam acabadas e eu estou concertando por isso. Eles precisam olhar pra história deles e pra minha pequena história de dois anos e dez meses. De valorização no servidor. De cuidado com as pessoas. De humanizar o serviço público e de valorizar o empresário.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 16 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 47

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 16/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 2m6s

LEGENDA DO REELS: 2º turno sob alta tensão em Palmas e com discursos acalorados!

Presidente do PL, senador @eduardogomestocantins chamou grupo de adversários de "coligação dos desesperados" e falou existir um "Sine político".

#sonagazeta #gazetadocerrado #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Wanderlei] Sobre a coligação dos desesperados: aí eu quero falar sobre o Sine político que se instalou em Palmas. Nós estamos enxergando aliança de tudo que se negou, de todos que se criticaram entre si tentando arrumar uma boquinha no domingo, sem

ser nesse, no próximo. Mas não é para resolver o problema do povo, é para encher a gaveta de problema que cada um foi empurrando dentro da prefeitura de Palmas. [Corte] Eu sei que tem muita gente que tem as suas preferências e a gente respeita. E eu sei que, acima de tudo, acima de política, a gente respeita o rumo, a política e a seriedade de se viver numa cidade a vida inteira. E é isso que eu quero pedir para vocês: uma reflexão. Olha, eu nunca vi tanta gente se comportando como aqueles que estão se preparando para vencer uma grande batalha. E essa eleição em Palmas, é fogo no [não identificado], nós vamos chegar no dia 27, com 22. [Corte] Não mostrem o fundo do poço ou façam desdém de quem sabe onde quer chegar na vida. Esse é o palanque vencedor. E esse é o palanque vencedor de Palmas. Ele pode ser vereador, Carlos Gaguinho foi vereador, Wanderlei foi vereador, Pedro Cardoso foi vereador, Valdemar, nós conhecemos Palmas. Nas últimas 48h, a população acordou de uma observação, a população acordou de uma reflexão profunda e a população de Palmas descobriu que o destino de Palmas é junto com o governador Wanderlei Barbosa, é com Janad.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 7220 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 48

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 20/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 1

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m29s

LEGENDA DO REELS: Cobertura Eleições 2024: Campanha de @janad_valcari faz evento para mulheres com presença da ex primeira dama, Michele Bolsonaro e outras aliadas neste domingo no Cristal Hall.

#tocantins #eleicoes #segundoturno

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Olá, viventes do Cerrado, tudo bem? Estamos aqui mostrando as movimentações iniciais do evento da campanha da candidata Janad Valcari aqui no Cristal Hall. Aqui nesse momento aqui, chegando aqui a primeira dama do Estado, Karynne Sotero, senador Eduardo Gomes e apoiadores e apoiadoras da Janad. O evento acontece aqui no Cristal Hall, já já a Michelle Bolsonaro deve chegar. Gazeta na cobertura, segundo turno, Gazeta Eleições.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 14,7 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 49**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 21/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 7**TEMA DO REELS:** Política.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m5s**LEGENDA DO REELS:** Bastidores debate: Militâncias dos dois candidatos agitam frente do SBT!

A Gazeta acompanha a movimentação!

#gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia.**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Maju] Olá, pessoal. Boa tarde. Maju Cotrim aqui, tudo bem? Estamos chegando aqui pra mostrar as movimentações aqui, do primeiro debate entre Janad Valcari e Eduardo Siqueira Campos. Estamos chegando aqui, há apoiadores tanto da Janad quanto do Eduardo aqui no local. Olha, aqui pra vocês: [som ambiente].**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Não, produção do próprio jornal.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 10,5 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 50**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 21/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 7**TEMA DO REELS:** Política.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não.**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 53s**LEGENDA DO REELS:** Cobertura Gazeta: candidata @janad_valcari fala com nossa editora chefe @majucotrim antes de começar o debate!

Veja o que ela diz!

#sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Entrevista.**VINHETA:** Não.

DECUPAGEM: [Maju] Mostrar pra vocês um pouco aqui, esse é o camarim da candidata Janad Valcari, está aqui ao lado do seu candidato, a vice Pedro. Janad, qual a expectativa desse primeiro debate do segundo turno?

[Janad] Muito feliz, nunca imaginei estar aqui, nunca imaginei estar enfrentando o príncipe herdeiro, uma feirante versus o príncipe herdeiro. E eu quero aqui dizer à população que nós vamos fazer o melhor pra Palmas, vamos aqui colocar as nossas propostas, os nossos projetos, é isso que nós viemos, debater a cidade.

[Maju] Pedro, primeira vez, dois vices também vão estar frente à frente, expectativa?

[Pedro] Parabenizo a SBT por esse momento oportuno para apresentarmos as nossas propostas e os nossos entendimentos das boas práticas políticas da nossa cidade. Estamos juntos.

[Maju] Aqui os bastidores aqui dos candidatos, do plano de governo, o marqueteiro dela, Marcelo [não identificado] está aqui do lado. Obrigada, candidata, boa sorte pra você e pro Pedro, abraço.

[Janad] Com Deus!

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 13 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 51

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 21/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 7

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 45s

LEGENDA DO REELS: Cobertura Gazeta 2° Turno: Candidato @eduardosiqueiracampos_chega na sede do SBT e também fala com nossa editora @majucotrim

Veja o que ele disse!

#sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Candidato Eduardo Siqueira Campos chegando aqui com a Poliana Siqueira Campos, que tem sido uma figura de destaque, de protagonismo na campanha.

[Corte] Candidato Eduardo Siqueira Campos, Eduardo, primeiro debate que vai ser só você e a Janad. Qual o sentimento que você está aí a seis dias das eleições?

[Eduardo] Bom, em primeiro lugar é importante destacar que eu estive em todos os debates, vi que ela faltou em todos os debates. Então, pra mim, segue o curso, quem faltou, faltou com respeito ao telespectador, ao veículo e estando presente, eu acho que o que deve prevalecer é com respeito, é assim que eu me sinto e é assim que eu me portaria.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 18 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 52

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 21/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 7

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m18s

LEGENDA DO REELS: PÓS-DEBATE: Janad Valcari comentou á Gazeta as polêmicas do debate e sobre questões familiares! Ela avaliou o debate e as estratégias do adversário!

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Candidata Janad acabou o debate aqui. Como que você avalia? Teve muita alfinetada, muita troca de farpas, como é que você avalia?

[Janad] Eu estou muito feliz, tive condições de passar para a população propostas e projetos e falar a verdade que muitos queriam falar quem é Eduardo. Porque o povo de Palmas conhece, mas esses que chegaram agora, eles precisam se acordar, eles precisam saber quem é ele, uma pessoa que está vestido de cordeiro na pele de... não, como é que é? Uma pessoa na pele de cordeiro, mas que é um verdadeiro lobo.

[Maju] Ok, obrigada candidata.

[Corte] [Maju] Candidata, o seu adversário trouxe aí uma jovem que está envolvida em uma questão familiar, uma questão de fórum íntimo da sua família. Como é que a senhora avalia isso, tendo sido trazido aqui para um debate de propostas?

[Janad] Uma cena ridícula. O que é que isso muda na vida do eleitor? Ninguém está aqui para poder fazer ataques pessoais. Eu passei a minha campanha inteira fazendo ataques. A jovem colocou na justiça, meu esposo vai fazer o exame de DNA, assim que o juiz organizar, assim que o juiz declarar, ele vai fazer o exame de DNA porque ele tem direito de saber se ele é o pai ou não. E outra coisa, eu nem conhecia o meu marido quando ele teve esse relacionamento. Eu tinha 16 anos de idade. E olha, se for o pai, eu como... [corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 20,5 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 53

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 21/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 7

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m29s

LEGENDA DO REELS: PÓS-DEBATE: Após clima tenso, @eduardosiqueiracampos_falou á Gazeta sobre as acusações e clima tenso com a adversária Janad Valcari!

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Candidato Eduardo, debate que teve momentos assim, né, muito tensos entre vocês, como é que você avalia a sua postura, a da sua adversária?

[Eduardo] Tendo faltado a todos os outros debates, não restava a ela vir aqui desconhecer a minha vida pública, porque foi de mais conhecida com vocês. Ela processa inúmeros jornalistas, ela processa criança, ela processa uma jovem que quer apenas um DNA, ela tem dois processos contra essa pessoa. Ela trata mal o funcionário, isso vazou num áudio que está sustentado pela justiça, então aquele áudio aonde ela humilha os funcionários é um áudio verdadeiro, assim como a peça judicial aonde ela afirma o que é o marido dela perante um juiz, eu vou subir para mostrar aonde Janad Valcari está mentindo. Se mentiu aqui ou se mentiu para um juiz, porque ela afirmou isso para um juiz. Para tentar ajudar o marido a não reconhecer uma paternidade, tão simples fazer um DNA, né? Então, ela falou o oposto. Sim, realmente, é assim que ela é conhecida. Então, eu quero me orgulhar de ter vindo aqui e ter comparecido a todos os debates. Ela faltou a todos os debates. E agora vem aqui dizer que participou democraticamente, que foi uma grande oportunidade. Por que perdeu a oportunidade nos demais debates?

[Maju] Candidato, ela disse que trouxe uma moça... [corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 13,1 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 54

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 21/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 7

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 49s

LEGENDA DO REELS: 2º TURNO: @eduardosiqueiracampos_deixou debate do SBT cercado por apoiadores que o aguardavam!

Veja um pouco como foi!

#sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.
FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.
VINHETA: Não.
DECUPAGEM: [Apenas som ambiente].
VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.
QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 7909 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 55

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado
DATA: 21/10/2024
NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 7
TEMA DO REELS: Política.
ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.
TEXTO NO REELS: Não.
VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.
QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m11s
LEGENDA DO REELS: 2º Turno: Candidata @janad_valcari deixa SBT nos ombros de apoiadores que a aguardavam do lado de fora.

#gazetadocerrado #eleicoes #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.
FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.
VINHETA: Não.
DECUPAGEM: [Janad para apoiadores] ... Com o povo e nós vamos cuidar das pessoas. É isso que nós vamos! Então, até a vitória! É 22, 22, 22, 22!
VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.
QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 10,1 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 56

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado
DATA: 23/10/2024
NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5
TEMA DO REELS: Política.
ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.
TEXTO NO REELS: Não.
VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.
QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 54s
LEGENDA DO REELS: Direto dos nossos estúdios: A partir das 11h15min estaremos ao vivo com a candidata @janad_valcari

Assista na íntegra pelo YouTube!

Gazeta Eleições 2º Turno!

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleições

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Olá pessoal, olá leitores da Gazeta, tudo bem? Aqui no Instagram, vem cá comigo! Mostrando para vocês aqui os nossos estúdios, onde daqui a pouquinho, a partir das 11h15, nós vamos começar aí as nossas sabatinas com os dois candidatos do segundo turno de Palmas. Nós convidamos os dois candidatos, candidato do Podemos, Eduardo Siqueira Campos; candidata do PL, Janad Valcari. Agora, a partir das 11h15, eu vou entrevistar ao vivo a candidata do PL, Janad Valcari. Eduardo também será entrevistado, vou repassar para vocês o horário depois, a gente está vendo as questões de agenda dele, mas sim, ele vai vir, também vai ser entrevistado. E, a seguir, ao vivo, no YouTube da Gazeta. Você que está indeciso, você que quer saber mais sobre as propostas, acompanhe, porque a gente está seguindo a linha editorial de focar nas propostas, que é isso que vocês querem, uma campanha propositiva, a gente está com esse foco. Gazeta Eleições 2024.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 6364 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 57

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 23/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 8m34s

LEGENDA DO REELS: Sem legenda.

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] [...] Ao nosso canal do YouTube da Gazeta, hoje nós estamos começando a nossa primeira sabatina com os candidatos do segundo turno. Quero deixar claro que todos os dois candidatos foram convidados. A candidata do PL, Janad Valcari, que já está aqui, em instantes vai entrar, e também o candidato do Podemos, Eduardo Siqueira Campos. Ambos foram convidados porque a nossa intenção, gente, é trazer pra vocês um pouco mais sobre as propostas. Tem muita gente criticando, às vezes, que a campanha está indo pra o rumo, assim, meio de ataque. E o pessoal quer saber as propostas, quer comparar, quer saber quem é melhor que quem nas propostas, áreas como saúde, áreas como educação, transporte coletivo, um gargalo latente de Palmas. Mandar um abraço aqui pra Fernanda, que está nos acompanhando, Fernanda Amaral. Pra Dara Vitor, o Elvin, um abraço, que é meu amigo jornalista. É... o Moisés entrando aqui também, todo mundo chegando.

Chega, *simbora*, que a candidata já chegou, e a gente vai conversar muito sobre o plano de governo que propõe Janad Valcari para Palmas. Espero vocês entrarem mais um pouquinho

aqui. A Dara está aqui entrando, colocando 22. Edu Tavares: "manda um abraço pra Janad", Edu Tavares do Podemos. Edu, um abraço pra você também. Bora lá então.

[Maju] Pra começar, gente, vamos falar um pouquinho sobre a candidata, né. A candidata Janad Valcari, ela é advogada, administradora de empresas, neuropsicopedagoga, tecnóloga em gestão, empresária também do setor da educação. Ela é natural de Palmeirópolis, mas reside em Palmas desde 1992. Em 2007, ela criou o Instituto Plantando e Colhendo Bem, que realiza intenso trabalho social em prol das famílias carentes, né. Além disso, a Janad foi vereadora, presidente da Câmara e atualmente está como deputada estadual. E vamos lá começar, porque ela já está aqui. Tá gripada, candidata, tossindo?

[Janad] Oi, Maju. Bom dia. Essa gripe aí me pegou, mas já tô quase ficando boa. Mas a tosse ainda continua.

[Maju] Bem-vinda, viu? Muito obrigada por ter parado a sua agenda pra vir conversar com a gente. Muita gente acompanhando, o pessoal chegando e entrando aqui. E pra começar, queria conversar um pouquinho com a Janad. Nesse segundo turno, acompanhando alguns discursos seus, você tem dito muito que vira leoa. Quando que a gente vira leoa e por quê?

[Janad] Obrigada a todos que estão nos assistindo. É um prazer poder estar aqui pra falar das nossas propostas, dos nossos projetos. Maju, toda mãe, quando alguém mexe com o filho, a gente vira uma leoa. E a leoa de verdade que está dentro de mim é aquela que vê as mães precisando de um remédio no postinho e não tem. Ver as pessoas precisando de ônibus de qualidade, que passe nos horários, que tenha qualidade, que tenha ar-condicionado e não tem. A Janad vira uma leoa. E, principalmente, quando a gente vê uma mulher, uma mãe, uma família que quer ter uma vaga numa creche de tempo integral e não tem. Uma mãe atípica que precisa de ter cuidados, um psicólogo, uma pediatra, um fonoaudiólogo e infelizmente não tem. Essa Janad vira uma leoa. A minha função é cuidar das pessoas. É isso que eu quero fazer. E quando eu vejo que tem pessoas que podem fazer e não fazem, essa leoa realmente surge.

[Maju] Certo. Janad, antes da gente entrar na parte das propostas, eu queria te fazer uma pergunta. O seu adversário, Eduardo Siqueira Campos, inclusive no seu debate, várias vezes se referiu a você, te chamando de candidata pisadinha. Você se constange com essa polêmica?

[Janad] Eu tenho orgulho, Maju, porque é uma banda que começou pequenininha e hoje ela explode e toca no mundo inteiro. Toca no Brasil, toca no mundo inteiro e isso, pra mim, me orgulha. Porque é uma banda que realmente, ela cresceu aqui no Tocantins. Então isso me deixa orgulhosa. É uma banda que ele até colocou lá no debate falando que ganhou 12 milhões fazendo show na época da pandemia. Acho que ele esqueceu que na pandemia não tinha show. A banda tocava. Inclusive, toca muito na rádio dele que ele deve o e-card até hoje, que não paga o e-card da banda, porque a banda tá lá fazendo ele ganhar dinheiro. Na rádio dele, infelizmente, ele não paga. Se ele não cumpre mais o que ele tem de obrigação enquanto empresário, imagina como... Jesus, a gente já teve prova que ele só viajava e deixava a prefeitura na mão das outras pessoas. Mas falando da minha banda: a banda é uma banda familiar que toca em todo o mundo. Ela tocou na final da Sul-Americana dos Jogos, que foi, se eu não me engano, foi no Uruguai. Então ela tocou, se você consultar na internet, a música mais tocada no réveillon de 2021, você vai ver que foi a música "Recairei". Então é uma banda que explodiu. É uma banda que eu tenho o maior orgulho de ter ela aqui hoje. E eu quero fazer isso com os nossos cantores regionais. Fazer com que eles possam explodir também, porque eles têm qualidade. E eu fico vendo o candidato do atraso falando lá, que a banda não pode isso, não pode aquilo, que fez isso. Eu fiz um desafio pra ele. Eu desafiei ele. E eu espero que ele leve no debate de sexta-feira, se tem alguma emenda minha destinada pra minha banda. Porque se tiver, eu desisto da minha candidatura ao vivo. Ele até agora não entregou. Só pra você ver que é muita falácia, muita conversa, atacam a minha honra pessoal, atacam as minhas empresas, atacam a minha família, atacam meu marido, atacam meu único

filho. Então isso é muito triste, assim, pra um candidato de 65 anos de idade, ele não ter respeito com a família, ele não ter respeito com a empresa, uma banda que hoje é tocada em tudo quanto é canto. E Maju, o Henrique e Juliano não faz show de graça. O Gustavo Lima também não faz show de graça. A banda tocou, a banda é uma banda privada. Ela toca, se paga, ela vai lá fazer o show. Agora, se ele encontrar uma emenda minha, eu desisto ao vivo no debate da minha candidatura. Não tem, Maju.

[Maju] E aí, desafio aí da candidata Janad. Ainda falando sobre o debate, o debate entrou em questões familiares. Eu estava lá, nos bastidores, a candidata Janad, vi que existia uma questão que veio à tona agora nas eleições envolvendo um assunto familiar seu, na verdade nem seu, do seu marido ou de lei. E o candidato Eduardo Siqueira Campos foi acompanhado de uma moça, uma jovem, que se diz ser filha do seu marido. Ela não entrou no debate, mas ela ficou ali por fora que eu vi. Você se sentiu intimidada com a presença dela? Como é que você analisou essa estratégia dele de levá-la para o debate?

[Janad] Maju, eu fiquei horrorizada com a atitude dele. Uma atitude pequena. Ele ali mostrou o que ele tem no coração. Maldade. E que ele faz tudo pelo poder. Ele expôs uma jovem, expôs a mãe da jovem, para tentar me desequilibrar. O que me desequilibra, Maju, é o que eu falei no início. É ver uma mãe que não tem um remédio no postinho, não tem uma vaga na creche de tempo integral, não tem condição de colocar uma comida na sua mesa. Isso sim me desequilibra. Agora, essa jovem ser exposta de um assunto que não vai agregar em nada para o eleitor, eu achei muito feio. E outra, Maju, esse caso é antes de eu conhecer o meu esposo. Eu tinha 16 anos quando isso aconteceu. E, olha, se o juiz colocar lá para fazer o exame de DNA, ele vai fazer é o direito dele de saber se é filha ou não. E se for filha, Maju, meu esposo nunca correu das obrigações, quando, pelo contrário, ele cumpre com as obrigações dele. E o que vai acontecer é simples. Ela vai ganhar um pai e uma segunda mãe. Filhos são bênçãos na nossa vida.

[Maju] Certo. Eu estava no evento onde você estava discursando, fazendo uma cobertura jornalística, e você fez uma fala que me chamou a atenção. Você chamou o seu filho, o seu filho Lucas, ele faz residência no HGP, não é isso?

[Corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 4343 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 58

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 23/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 34s

LEGENDA DO REELS: 2º Turno: Continuamos as gravações com os candidatos para as sabinas!

#eleicoes #sonagazeta #politica #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Oi, pessoal! E continuando com as gravações aí das nossas sabatinas, com os dois candidatos do segundo turno de Palmas. Nós estamos aqui agora nos últimos preparativos, onde a gente vai gravar com o candidato Eduardo Siqueira Campos, do Podemos. Então, aqui, vou mostrar para vocês um pouquinho aqui. A gente está gravando em outro local, não é no nosso estúdio, mas vamos gravar. Já já estamos ao vivo lá no YouTube da Gazeta e a entrevista vai ficar lá para você assistir nos próximos dias, comparar as propostas e tomar a sua decisão.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 2798 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 59

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 23/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m15s

LEGENDA DO REELS: 2º Turno: O Partido Progressistas promove um evento nesta quarta-feira, 23 de outubro na Associação Tocantinense de Municípios (ATM) em apoio ao candidato @eduardosiqueiracampos_

Participam o presidente nacional do partido, senador Ciro Nogueira, o presidente da Câmara dos Deputados, deputado Arthur Lira, o líder do Progressistas na Câmara e o deputado estadual Evair de Melo, presidente da Comissão de Agricultura e o ministro André Fufuca. O evento foi organizado pelo deputado federal do Tocantins, @vicentinhojunior.

Acompanhe a cobertura na Gazeta!

#sonagazeta #gazetadocerrado #eleicoes #palmas

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Apenas som ambiente].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 14,3 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 60

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 23/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 5

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 21s

LEGENDA DO REELS: 2º TURNO: Na noite de hoje em Taquaruçu evento também lotado da campanha de @janad_valcari ao lado do governador @wanderlei_barbosa, do senador @eduardogomestocantins, do deputado @carlosgaguim e outros aliados!

Veja a cobertura na Gazeta!

#sonagazeta #gazetadocerrado #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Apenas som ambiente].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 17,1 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 61

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 24/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 3

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Sim “Prefeitos reeleitos de Porto, Paraíso e Gurupi se juntam em movimento de apoio a Janad e gravam vídeos com candidata”.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m29s

LEGENDA DO REELS: Prefeitos reeleitos de Porto, Paraíso e Gurupi se juntam em movimento de apoio a Janad e gravam vídeos com candidata

Os prefeitos de Porto, @ronivonmacielpn, de Paraíso, @celsomorais e de Gurupi, @josinunesto se unem em movimento de gestores pela eleição da candidata Janad Valcari. O presidente da ATM, @prefeitodiogoborges também gravou vídeo de apoio a ela e falando inclusive em "estabilidade".

Acompanhe as movimentações do 2º turno na Gazeta!

#sonagazeta #gazetadocerrado #eleicoes #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Prefeito Porto Nacional] Olá, nossa capital Palmas, estou aqui ao lado da nossa próxima prefeita, professora Janad. Vocês, que estão aqui ao lado da nossa capital, a nossa Porto Nacional e nosso Luzimangues, vocês sabem da nossa união e dos serviços que estão em comum da nossa capital com o nosso Luzimangues, com a nossa Porto Nacional. A professora Janad lutou, perseverou e chegou nesse momento tão importante da vida dela. Ela está pronta, está preparada para cuidar da capital, que é de todos nós, Palmas, que é do Tocantins, que é do Centro [corte].

[Prefeito Paraíso] Olá, meus amigos de Palmas. Hoje nós estamos aqui na nossa capital para demonstrar o nosso carinho, o nosso zelo com a população de Palmas. Eu sei que muitas pessoas que vivem aqui em Palmas são de Paraíso, têm seus familiares aqui em Palmas, e eu quero aqui reforçar o nosso apoio à nossa prefeita Janad, que pode fazer um trabalho maravilhoso pela nossa capital. Tanto eu, prefeito Celso Moraes, também o nosso vice-prefeito Ubiratan, estamos juntos na missão de transformar a cidade de Palmas. Com certeza nós estamos buscando [corte].

[Prefeita de Gurupi] Viemos a Palmas, viemos aqui, eu, prefeita de Gurupi, junto com a Adailton Fonseca, vice-prefeito eleito, dar uma mensagem para os gurupienses que escolheram a nossa capital para morar. Nós viemos aqui pedir o seu voto para o 22, Janad. E eu como mulher vim dar o apoio a esta outra mulher, porque nós acreditamos e temos que dar força e união a todas as mulheres que estão em posições como esta. Por isso, agora, dia 27 [corte].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 18,2 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 62

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 24/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 3

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Sim, logo do jornal no canto superior direito.

TEXTO NO REELS: Sim. “Presidente nacional do Podemos, Renata Abreu cumpre agenda no 2º Turno e conversa com a Gazeta”.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 8m26s

LEGENDA DO REELS: 2º Turno: A presidente nacional do Podemos, @renataabreu.2020 cumpre agenda em Palmas em prol do candidato do seu partido, @eduardosiqueiracampos_ e conversou com a Gazeta sobre o 2º turno na capital, a situação de @tiagodimas que pode assumir vaga na Câmara Federal e sobre as metas da legenda no Tocantins!

Assista a entrevista!

#majucotrim #eleicoes #politica #sonagazeta #gazetadocerrado

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Olá, viventes do Cerrado, tudo bem? Você que está acompanhando as movimentações eleitorais aqui em Palmas, segundo turno chegando, e a gente está mostrando as movimentações dos dois lados. Agora, eu vim aqui conversar com a presidente nacional do Podemos, ela que é deputada federal em São Paulo, Renata Abel, preside aí o partido do candidato Eduardo Siqueira Campos. Renata, você desembarcou no início da tarde em Palmas, qual vai ser a sua agenda hoje nessa reta final de campanha do Eduardo? Bem-vinda.

[Renata] Olha, eu vim aqui falar do meu apoio, estou muito feliz, Palmas é uma cidade que sempre me acolhe com muita alegria. A gente tem passado pela imprensa, primeiro, para falar do nosso apoio, falar um pouquinho mais desse projeto, e vamos seguir aí com a Poliana, que é a nossa primeira-dama no evento com as mulheres, e, por fim, o evento toda a parte educacional, com a educação, para falar um pouquinho da importância da educação, transformando Palmas e transformando o Brasil.

[Maju] Renata, qual que é o balanço eleitoral do Podemos no Brasil? Eles elegeram quantos, quantos estão no segundo turno?

[Renata] O Podemos tem pouco tempo de vida, fundamos em 2017, e o crescimento, assim, muito grande. Hoje é a quarta bancada no Senado Federal, são sete senadores, vinte deputados federais, a oitava bancada na Câmara, e a gente teve um crescimento significativo em prefeituras, mas principalmente em grandes prefeituras. Então, em população governada, o partido é o quinto partido no país em população governada. Seis cidades em segundo turno, duas capitais, algumas cidades que a gente ganhou já no primeiro turno, como Osasco, São Vicente, e a gente tem feito um trabalho muito grande, Maju, de dar oportunidade para novos líderes na política. Isso tem sido resultado positivo do Podemos nas eleições, de atrair pessoas que muitas vezes têm um preparo, uma qualidade, mas muitas vezes são abafados pelo sistema político, que não dão oportunidade. E o que a gente tem feito, indo na contramão disso, dado a oportunidade, eles têm chegado no segundo turno, e no segundo turno, feito a diferença e conseguido grandes feitos, tivemos o prefeito reeleito com o maior percentual do Brasil, 98% dos votos em Osasco, um dos mais bem avaliados do Brasil, com três candidaturas, e ele transformou a cidade. Porque tinha preparo, só precisava de uma oportunidade.

[Maju] Presidente, você falou da bancada no Senado, mas quando a gente fala na Câmara Federal, o Tocantins tem uma situação que envolve o Podemos, porque tem o ex-deputado e suplente Tiago Dimas, que é o presidente do partido em que ele está, que está aí na iminência de uma possibilidade de assumir. Como é que o Podemos está enxergando o desfecho dessa história?

[Renata] Bom, olha, o caso do Tiago Dimas é emblemático. Ele ganhou as eleições, ele não é suplente, ele é deputado federal. Eu fui relatora, inclusive, da Lei do Código Eleitoral, a gente sabia o que estava falando. Tanto é que o Supremo declarou a nossa DIN, o resultado já foi dado, a gente já tem a maioria dos votos. Agora é somente uma parte burocrática, mas ele vai assumir o mandato de deputado federal.

[Maju] Entendi, ok. E agora, aqui em Palmas, você falou que está tendo algumas agendas. Quais os planos do Podemos Nacional para Palmas e para o Tocantins?

[Renata] Olha, eu tenho um carinho muito grande pelo Tocantins, desde o início.

[Maju] Seu pai gostava muito também do Tocantins, né?

[Renata] Muito, muito. Meu pai vivia aqui também, era muito amigo de Siqueira Campos, eu tinha muita proximidade. Então, a nossa história já vem de muito tempo. A gente construiu, desde o início, uma história também com o Tiago, com o Ronaldo, de muita proximidade. Eu falo assim, Maju, construir política não é quantidade, não é quantidade de deputado, quantidade de vereador, qualidade. Você pega, por exemplo, São Paulo, né? Você viu um PSDB que tinha 400 prefeituras. Aí perde o governo, perde os prefeitos. Então, é importante a

gente entender que perfil de quadro nós queremos. Eu quero prefeitos, deputados e tal, que entrem não para uma eleição, mas para construir um movimento político no país. Esse foi o nosso convite para o Tiago Dimas, esse foi o nosso convite para o Eduardo Siqueira, e por isso tem surtido efeito. Porque cada um que entra, entra para buscar mais um, entra para construir, entra para ajudar. Hoje, nas cidades que a gente está no segundo turno, os prefeitos eleitos praticamente se mudaram para as cidades, porque a gente está no segundo turno para ajudá-los. E essa é a essência de você ter um grupo político. Então, eu acho que em Palmas, a gente fortalece o grupo político. Tá aí, Wanderlei Luxemburgo, Tiago Dimas, Eduardo Siqueira, enfim. Um time que vem crescendo com qualidade. Gente orgânica, que não vai se eleger amanhã mudar de partido, mas vai ajudar a construir um movimento nacional. Essa é a essência do que a gente tem criado. Quadros orgânicos. Tanto é que nessa movimentação de prefeito, a gente não perdeu nenhum prefeito, por exemplo, em São Paulo, que teve um PSD ali tomando todo mundo, porque os nossos são orgânicos, porque os nossos construíram com a gente, foram formados pela Fundação Podemos. Então tem uma história no partido.

[Maju] Você citou o Luxemburgo, técnico, empresário. Quais os planos do Podemos para ele? Me conta aí.

[Renata] Olha, o Wanderlei, ele impressionou a gente.

Ele entrou no movimento. Ele rodou o Brasil comigo, dando palestra, formando os candidatos, levando motivação. Porque é difícil ser candidato no Brasil hoje. Não, é difícil. Uma campanha política é muito estresse emocional. Principalmente para nós mulheres. E o Wanderlei levou aquela energia de técnico. A gente fala que ele é o técnico da Seleção Podemos. Ele levou isso para os quatro cantos do Brasil. Então o Wanderlei é um ativo fenomenal. Eu sonho em ver ele senador da República.

[Maju] Renata, a participação das mulheres tem sido muito falada nessas eleições. A gente viu que, infelizmente, não aumentou tanto, tanto que a gente gosta e gostaria que fosse mais mulheres na política. Para encerrar, qual a sua análise e reflexão sobre a necessidade de cada vez mais mulheres na política?

[Renata] É importantíssimo. Eu falo que uma democracia nunca vai ser plena sem a presença de todos. E os nossos anseios são diferentes, as nossas lutas são diferentes. Eu nunca me esqueço. Na discussão da cesta básica brasileira, a bancada feminina propôs a inclusão do absorvente na cesta básica. E muitos falaram que era absurdo o absorvente na cesta básica. Agora, nós estamos assistindo uma mulher, uma jovem, que precisa ir para o colégio, para a faculdade, e não tem dinheiro para pagar o absorvente e ela sai de casa. Só a gente sabe disso. Não é culpa deles. É porque os problemas são diferentes. Eles não têm essa necessidade. E eu não digo só das mulheres, eu digo de todos. Dos negros, dos cadeirantes, das pessoas com deficiência. Só quem vive o problema sabe a necessidade. E a política, você pode não gostar dela, mas ela que vai decidir os rumos do país. Ela que decide o nosso futuro. Ela que decide as políticas públicas. Então, quando você tem a presença maciça de pessoas com problemas diferentes estando na política, a gente consegue promover soluções melhores, leis melhores, para transformar o Brasil, transformando a vida de cada núcleo, de cada segmento. E nós, mulheres, a gente sabe que hoje temos os mesmos direitos, mas você tem que olhar para a história, quando a gente não podia votar, não podíamos ser votadas. Então, é um processo natural. E que já conquistamos reserva de candidaturas, reserva de recursos, projeto do qual eu fui relatora, inclusive. Garantimos agora o voto da mulher e do negro, contando em dobro para o cálculo do Fundo Eleitoral.

[Maju] Foi uma liminha, né?

[Renata] Sim, eu fui relatora. Mas nada disso adianta. E se os partidos que conseguem, se quer, preencher os 30% de reserva de gênero que nós conquistamos. Então, se tem pouca mulher na política, a culpa é nossa. A gente precisa parar de achar que a política não é um espaço para nós. A gente precisa querer parar de achar que, "ah, eu apoio, mas eu não quero

ser candidata". Tem que ir para a linha de frente. Se a mulher não for candidata a vereadora, a deputada estadual, a deputada federal, a prefeita, como vai ter mais mulher na política? Então, é uma reflexão e uma decisão que passa por nós. Principalmente. A minha luta é para que mais mulheres decidam vir para a política. Senão, nunca vamos dar certo.

[Maju] Deputada, muito obrigada.

[Renata] Obrigada.

[Maju] Sucesso nas suas andanças pelo país, lá no Congresso, lá. Na sua aprovação... Um abraço. Gazeta Eleições 2024. Até a próxima.

[Aparece a logo do editor de vídeo, o CapCut]

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 5398 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 63

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 24/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 3

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m4s

LEGENDA DO REELS: 2º TURNO: A campanha da candidata Janad Valcari realizou o último comício na noite desta quinta-feira, 24, na Aurenny III.

Participam o governador @wanderlei_barbosa, os senadores Eduardo Gomes e Professora Dorinha, vários deputados federais e mais de 14 estaduais. Prefeitos de cidades vizinhas também marcam presença.

Acompanhe a cobertura na Gazeta!

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Som ambiente]

[Político] Que sabe que nós estamos aqui por uma causa maior e melhor, a causa da vida, da família e da liberdade e a causa do futuro desta comunidade. Então vamos orar, fecha os seus olhos, levante a mão para o alto e vamos falar com aquele que é o arquiteto da criação.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 30,2 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 64

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 26/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Sim, apresenta legendas.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 2m17s

LEGENDA DO REELS: Chegou o 2º Turno inédito em Palmas!

Compareçam para votar e não abram mão de dar sua contribuição importante para o futuro da capital mais jovem do país!

Comparem, analisem e votem consciente! Não é só sobre política ou políticos, precisa ser principalmente sobre a vida do povo de Palmas!

#sonagazeta #gazetadocerrado #tocantins #palmas #eleicoes #majucotrim

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] População de Palmas, chegou um momento inédito na história: o primeiro segundo turno da mais jovem capital do Brasil. O que nós, Gazeta, temos a de cima? Que esse segundo turno seja sobre a comparação de dois projetos de Palmas. Que seja o segundo turno onde você vá, de verdade, de fato, às urnas, depositar o sonho de futuro que você quer para a nossa Palmas. Que seja o segundo turno de voto pelo povo de Palmas e para o povo de Palmas. E não apenas sobre políticos. Que seja o segundo turno que realmente seja sobre o futuro e não sobre só questões políticas. Que o povo de Palmas esteja em primeiro lugar. Que as necessidades reais, como transporte, como a saúde, como a inclusão social de Palmas, a diversidade, esteja em primeiro lugar. Que não seja só sobre grupos políticos de A, B ou C. Que seja sobre a população de norte a sul. Da Capadócia, da região norte, da região sul. Que nesse segundo turno se revele a oportunidade de plantar, regar e semear o futuro que Palmas merece. Que não seja só sobre Eduardo, sobre Janad, ou sobre quem os apoiam. Que seja sobre Dona Maria, o sr. João, sr. José, quem batalha, quem vende espetinho. Que seja sobre quem faz essa Palmas acontecer todos os dias na base, nas estações, pegando ônibus, procurando emprego, procurando oportunidade de renda. Que esse segundo turno seja, sim, inédito não só por estar acontecendo, mas por representar a maturidade política institucional para Palmas. A gente fez uma cobertura pautando as propostas, mostrando pra vocês que cada um dos dois lados propõe num projeto sobre Palmas. E a gente tem orgulho de ter feito isso, um combate duro e firme contra as fake news, e desejamos hoje que você e sua família vá às urnas, deposite o seu desejo de Palmas, deposite o que você sente, o que você quer e o que você deseja para a nossa capital. Boa ida às urnas. Vote. Vote com consciência. Vote pela democracia. Vote por você, pela sua família. Vote pelo futuro de Palmas.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 7021 mil.

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 26/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m28s

LEGENDA DO REELS: 2º Turno: Os candidatos fazem os últimos atos de campanhas neste sábado, 26, véspera de eleição.

@janad_valcari pela manhã fez carreta ao lado do ex presidente Jair Bolsonaro e apoiadores como os senadores Eduardo Gomes, Professora Dorinha e outros apoiadores! O ex presidente afirmou que sua candidata defende a família e atendeu vários aliados locais.

Com carros mas também motos, a carreta passou pela Avenida JK e terminou perto da rodoviária. Foi a última agenda de campanha.

Veja um pouco da movimentação!

#sonagazeta #gazetadocerrado #tocantins #palmas

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Som ambiente] [corte]

[Bolsonaro] Nós aqui, em Palmas, estamos do lado de quem realmente tem a família com algo sagrado. E na política, você tem que agir da mesma maneira. Nossa Janad aqui, nossa prefeita, boa sorte a ela. Pastor, uma palavra aí.

[Pastor] É isso. A pergunta que não quer calar, de que lado você está?

[Janad] Família, vamos juntos fazer a mudança necessária que Palmas tanto precisa, votando amanhã Janad 22.

[Bolsonaro] E na educação, um secretário ou secretária nota 10 aqui pra Palmas.

[Janad] É isso aí!

[Corte abrupto]

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 34,9 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 66

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 26/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m20s

LEGENDA DO REELS: 2º TURNO: Eduardo e apoiadores caminham na Avenida Tocantins com girassóis na mão e mesmo com chuva

O candidato a prefeito de Palmas, @eduardosiqueiracampos_ realizou uma caminhada acompanhado de apoiadores e aliados na Avenida Tocantins no final da tarde deste sábado, 26.

A caminhada começou no início da Avenida e seguiu com Eduardo cumprimentando lojistas e funcionários. Com girassóis nas mãos, os apoiadores seguiram com a caminhada mesmo embaixo de chuva.

Ao encerrar a caminhada, Eduardo e sua esposa Poliana Siqueira Campos junto com o vice Carlos Eduardo subiram no carro de som e todos entoaram um louvor evangélico.

#gazetadocerrado #sonagazeta #eleicoes #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Apenas som ambiente].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 15,2 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 67

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 26/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 4

TEMA DO REELS: Cultura.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m12s

LEGENDA DO REELS: #palcogiratório

Palco Giratório com o espetáculo "A Fábrica dos Ventos", com a Trupe Lona Preta (SP).

A Fábrica dos Ventos

A fábrica dos ventos conta a história de um reino onde a vida gira em torno das bexigas (bolas de encher). O trabalho, o alimento, o lazer, tudo neste lugar é feito a partir delas. Com dificuldades de respiração e locomoção, o povo trabalha enchendo-as. Assim, sobrevive vendendo a única coisa que lhes resta: o sopro vital. Atendendo às ordens do rei, ao final de cada dia um soldado passa recolhendo todas as bexigas. Apesar de tudo, os trabalhadores sonham com dias melhores, dias de plena respiração e brisa suave.

Palco Giratório

Projeto do Sesc Nacional que tem como objetivo o desenvolvimento das artes cênicas no Brasil. Desde 1998, o Palco Giratório busca enfrentar o grande desafio desse segmento: o intercâmbio e a difusão de espetáculos. Além da difusão, nas apresentações de trabalhos de teatro, dança, circo, intervenção urbana e performance, acaba se constituindo em uma formulação de pensamento, de reflexão e conhecimento, ao unir espetáculos, oficinas, intercâmbios e debates sobre a cena teatral brasileira.

#culturadinamica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Nota. **Se assemelha ao artigo de opinião.**

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Marco Jacob] Gente, eu estou aqui no Sesc, está rolando o "Palco dos Ventos", da Trupe Lona Preta, de São Paulo. Só para exaltar a importância desse projeto chamado "Palco Giratório", que é sensacional, que leva espetáculos para o Brasil inteiro, para vários lugares do Brasil. Maravilhoso. "Palco Giratório", tiro o chapéu para esse projeto do Sesc. Desde 1998 vem fazendo essa circulação de espetáculos de teatro brasileiro. Vale a pena. Tô aqui com a minha filha, vim assistir à peça circense infantojuvenil, mas tem todos os públicos para se divertir, que é uma comédia. Maravilhoso. Obrigado, Sesc.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 1289 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 68

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 27/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Sim "Janad vota, avalia 2º turno, fala de prioridades e afirma: "Nosso projeto não é em busca do poder, é em busca de cuidar das pessoas".

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 3m2s

LEGENDA DO REELS: A candidata @janad_valcari (PL) chegou ao Colégio São José para votar. Ela foi acompanhada do seu vice Pedro Cardoso e dos senadores Eduardo Gomes e Professora Dorinha.

Janad Valcari votou no Colégio Estadual São José, por volta das 9h40.

Veja o que ela disse em entrevista aos veículos de imprensa!

#sonagazeta #gazetadocerrado #tocantins #palmas

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista (coletiva de imprensa)

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Janad] Muita alegria, muito confiante, sou grata a todas as pessoas que estão nos apoiando, a todos os políticos mandatários e sem mandatos que estão nos apoiando, porque acredita que Palmas precisa de mudança, e a mudança é Janad 22. Então, não se faz

gestão sem apoio político, e eu tenho aqui condições hoje de poder gerir essa cidade, e temos a maioria dos vereadores na Câmara, foram 16 vereadores, e temos aí um grande senador Eduardo Gomes, uma grande senadora Dorinha, o nosso governador Wanderlei Barbosa, e deputados estaduais, deputados federais, então a gestão nossa tem hoje uma facilidade para poder receber recursos e transformar eles em obra, e quem ganha com tudo isso são os nossos cidadãos palmenses.

[Jornalista] Candidata, como a senhora avalia a campanha em si?

[Janad] Foi uma campanha do nosso lado limpa, uma campanha alegre, uma campanha propositiva, mas que nós sofremos do outro lado uma campanha de ataques pessoais. Contra a nossa honra, contra a honra do meu esposo, do meu filho, mas isso é a política velha. E todos estão cansados da política velha, nós estamos aqui pra pensar no futuro, e é isso que a gente quer. [Jornalista] Candidata, o que você espera, o resultado?

[Janad] Com certeza a vitória vai ser da Janad 22, a vitória vai ser do povo com o número 22 nas urnas e eu tenho certeza que esse projeto é pra cuidar da cidade, é pra beneficiar as pessoas que moram na nossa cidade porque hoje nós temos uma cidade cheia de dificuldades que precisa de oportunidade e o que nós queremos juntos é transformar Palmas pra seguir no trilho do progresso.

[Jornalista] Candidata, caso seja eleita, qual será a sua primeira ação frente à prefeitura?

[Janad] Urgente é cuidar do transporte público e também da saúde que está na UTI. Nós vamos tirar ela.

[Jornalista] Candidata, nesse segundo turno, a partir das 5 horas, a senhora está preparada pra esse momento de ser eleita ou de não ser eleita?

[Janad] Deus está na frente, Deus está no comando, quando Deus põe a mão, homem nenhum tira. E a população já viu, já percebeu que o nosso projeto não é pra algo próprio, não é em busca do poder, é em busca de cuidar das pessoas. Eu sou daqui, eu vivi aqui, eu sofri a luta que muitas pessoas estão sofrendo. Então o que eu quero é retribuir pras nossas pessoas, pro cidadão palmense, o que Palmas me ofereceu, o que Palmas me deu de oportunidade. Então eu quero é cuidar, eu quero é abraçar as pessoas, vai ser a maior gestão já vista em Palmas pra cuidar de gente, é isso que nós queremos.

[Jornalista] Candidata, onde a senhora pretende receber o resultado das apurações do final do dia?

[Janad] Vamos estar todos juntos lá no Comitê, na JK, vamos apurar os votos de lá e acredito sim que ao final da contagem nós vamos receber essa vitória. E a partir do dia 1º de janeiro, Palmas vai ver o que nós podemos brilhar. E vamos brilhar todos nós juntos. Obrigada.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 23 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 69

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 27/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Sim “Eduardo Siqueira vota ao lado da família, fala em fé e sentimento de gratidão”.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 3m28s

LEGENDA DO REELS: O candidato a prefeito de Palmas, @eduardosiqueiracampos_ (Podemos), compareceu para votar no segundo turno das eleições municipais neste domingo, 27, por volta das 11h20, no Colégio Marista. Eduardo esteve acompanhado de sua esposa, Poliana Siqueira Campos; seu vice na chapa, Carlos Eduardo Veloso; o ex-prefeito e vereador eleito, Carlos Amastha; o deputado federal Vicentinho Júnior; o presidente do Podemos, Tiago Dimas; e diversos apoiadores.

Em uma breve fala ao votar, Eduardo Siqueira Campos destacou a importância da fé e da democracia. "Eu vejo isso como uma oportunidade de colocar Deus à frente de tudo, de honrar a graça divina e respeitar a vontade popular," declarou o candidato, ressaltando que fez o possível para conduzir sua campanha de forma íntegra.

#palmas #eleicoes #gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Entrevista (coletiva de imprensa)

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Não é possível identificar. O vídeo tem muito barulho externo e não conta com recursos de legendas].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 16,5 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 70

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 27/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 39s

LEGENDA DO REELS: 2º turno: Votação segue tranquila em Palmas sem intercorrências. Nas escolas da região central e maioria das seções não tem fila.

#palmas #eleicoes #segundoturno #gazetadocerrado #sonagazeta

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Maju] Olá, viventes do Cerrado. Dia de segundo turno em Palmas, a gente está mostrando aqui a movimentação em algumas sessões aqui numa escola no centro de Palmas. A votação pela manhã ocorre totalmente tranquila, segundo os boletins do TRE. Chegou a ter 33 ocorrências em locais de votação, mas foram todas resolvidas segundo o TRE. Então, o pessoal está chegando, votando. Votação rápida. E é isso. Eleições segundo turno ocorrendo sem nenhum transtorno nos locais de votação.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 7.620 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 71**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 27/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 6**TEMA DO REELS:** Política.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 1m15s**LEGENDA DO REELS:** Prefeito eleito @eduardosiqueiracampos é ovacionado por apoiadores na festa da vitória no Espaço Cultural!

Aliados como a prefeita Cinthia Ribeiro o acompanham. Ele discursa e deixa claro que vai buscar tudo que Palmas precisa tanto na Assembleia como nos gabinetes federais.

Eduardo falou ainda em sentimento de gratidão ao povo!

(imagem: @juniorsheshii)

#palmas #eleicoes #sonagazeta #gazetadocerrado #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.**FORMATO TELEJORNALÍSTICO:** Notícia**VINHETA:** Não.**DECUPAGEM:** [Apenas som ambiente].**VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS?** Sim.**QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES:** 16,2 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 72**VEÍCULO:** Gazeta do Cerrado**DATA:** 27/10/2024**NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA:** 6**TEMA DO REELS:** Política.**ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS:** Não.**TEXTO NO REELS:** Não**VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL:** Vídeo na vertical.**QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS:** 58s**LEGENDA DO REELS:** Repercussão do pós-eleição: Olhem só esse registro da primeira conversa entre Janad e Eduardo.

@janad_valcari ligou para o prefeito eleito que venceu as eleições @eduardosiqueiracampos para parabenizá-lo.

"Deputada, campanha é sempre difícil e a gente não ganha mandando flores, mas de qualquer jeito acho que todos nós vamos aprender um pouco com ela." "Eu não derrotei ninguém, quero acabar com a Capadócia, com a pobreza dessa cidade", disse Eduardo.

Veja como foi o primeiro diálogo entre os dois!

#palmas #eleicoes #sonagazeta #tocantins

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Eduardo] Pois não?

[Janad] Olá, tudo bem?

[Eduardo] Pois não?

[Janad] Tô ligando para parabenizar o senhor pela sua vitória e desejar um pleito maravilhoso para o cuidado da nossa cidade e conte comigo como Deputada.

[Eduardo] É lógico que a senhora foi eleita pelo povo de Palmas, Deputada, uma campanha é sempre muito difícil, a gente não ganha mandando flores. Mas de qualquer jeito, acho que todos nós vamos aprender um pouco com ela, e eu não derrotei ninguém. Eu quero acabar com a Capadócia, quero acabar com a pobreza nessa cidade. É isso.

[Janad] Fizemos uma linda campanha, foi um trabalho muito bonito. Eu liguei para parabenizar, vá curtir a festa, vá abraçar seus eleitores, e o que precisar de mim como Deputada, sou a Deputada mais votada na cidade, estarei aqui para cuidar da cidade.

[Eduardo] Isso aí já vou pedir, tá?

[Janad] Deus abençoa, fica com Deus.

[Eduardo] Valeu, obrigado.

[Janad] Até, tchau.

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Sim.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 60 mil.

GAZETA DO CERRADO - VÍDEO 73

VEÍCULO: Gazeta do Cerrado

DATA: 27/10/2024

NÚMERO DE REELS PUBLICADOS NO DIA: 6

TEMA DO REELS: Política.

ANIMAÇÃO, FOTO, GIF, ADESIVOS, EMOJIS NO REELS: Não.

TEXTO NO REELS: Não.

VÍDEO NA VERTICAL OU HORIZONTAL: Vídeo na vertical.

QUANTOS SEGUNDOS/ MINUTOS: 1m9s

LEGENDA DO REELS: Ovacionado por moradores, prefeito eleito @eduardosiqueiracampos_ agradeceu o apoio e a vitória ao povo de Palmas!

Dentre os compromissos que ele reiterou do seu plano de governo falou da criação de uma bolsa de R\$ 1,2 mil para mães de neurodivergentes na capital!

Veja as reportagens completas na Gazeta!

#sonagazeta #gazetadocerrado #eleicoes #politica

EMOJI NA LEGENDA DO REELS: Não.

FORMATO TELEJORNALÍSTICO: Notícia.

VINHETA: Não.

DECUPAGEM: [Som ambiente] [Corte]

[Eduardo] Mais valorização dos servidores, para consertar o transporte coletivo urbano, vamos fazer as mudanças que precisávamos, gente. Eu quero agradecer a vocês todos. Eu não tenho palavras a você que está abrindo a sua porta, a janela para mim. Eu só posso terminar, gente, com dois atos: primeiro, vai fazer a sua palavra em oração final, abençoando este povo, o pastor [corte abrupto].

VÍDEO RECEBIDO DE TERCEIROS? Não, produção do próprio jornal.

QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES: 11,9 mil.