

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO**

**KEVEN SAMUEL DE JESUS SANTOS**

**ROTEIROS POR SERGIPE: CONTRIBUIÇÕES DO STORYTELLING AO  
JORNALISMO DE TURISMO NO INSTAGRAM**

**SÃO CRISTÓVÃO/SE  
2025**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**  
**CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**CURSO DE JORNALISMO**

KEVEN SAMUEL DE JESUS SANTOS

**ROTEIROS POR SERGIPE: CONTRIBUIÇÕES DO STORYTELLING AO  
JORNALISMO DE TURISMO NO INSTAGRAM**

Projeto Experimental apresentado como requisito básico para a aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso 2, do Curso de Jornalismo do Centro de Educação e Ciências Humanas da Universidade Federal de Sergipe.

Orientadora: Profa. Dra. Michele Amorim Becker

São Cristóvão/SE

2025

## **RESUMO**

Diante da crescente integração das funcionalidades do jornalismo multimídia e da transformação nos hábitos de consumo de informação pelo público, o jornalismo especializado em turismo tem buscado novas formas de adaptação e alcance. Nesse contexto, o Instagram emergiu como uma plataforma versátil e poderosa, capaz de harmonizar diversas ferramentas de comunicação e facilitar a obtenção de informações de maneira visual e dinâmica. O projeto experimental "Roteiros por Sergipe: contribuições do storytelling ao jornalismo de turismo no Instagram" possui como objetivo a criação de um perfil dedicado ao turismo sergipano na rede social Instagram, que contará com a produção de conteúdo multimídia diversificado. A iniciativa prioriza a produção de uma série de reels curtos e criativos, além da elaboração de destaque dos stories. Esses formatos são utilizados para explorar destinos turísticos e eventos relevantes de Sergipe, buscando demonstrar como uma narrativa jornalística visual e concisa, fundamentada na aplicação do storytelling, pode capturar a atenção do público e despertar um genuíno interesse em vivenciar as experiências de viagem oferecidas. A metodologia adotada no projeto combina abordagens qualitativa e quantitativa, estruturada em cinco etapas distintas: (1) revisão bibliográfica; (2) criação e implementação do perfil experimental “Roteiros por Sergipe” no Instagram; (3) planejamento prático e estratégico do conteúdo a ser produzido; (4) criação e produção dos conteúdos audiovisuais para o perfil; e (5) análise dos dados coletados, tanto qualitativos quanto quantitativos, visando avaliar a efetividade da estratégia de storytelling na comunicação do jornalismo de turismo sergipano no Instagram.

**Palavras-chave:** comunicação; Instagram; jornalismo de turismo; narrativa; viagem.

## ABSTRACT

Faced with the growing integration of multimedia journalism features and the transformation in the public's information consumption habits, journalism specializing in tourism has been looking for new ways to adapt and reach out. In this context, Instagram has emerged as a versatile and powerful platform, capable of harmonizing various communication tools and making it easier to obtain information in a visual and dynamic way. The experimental project "Roteiros por Sergipe: contributions of storytelling to tourism journalism on Instagram" aims to create a profile dedicated to tourism in Sergipe on the social network Instagram, which will include the production of diversified multimedia content. The initiative prioritizes the production of a series of short, creative reels, as well as story highlights. These formats are used to explore relevant tourist destinations and events in Sergipe, seeking to demonstrate how a visual and concise journalistic narrative, based on the application of storytelling, can capture the public's attention and arouse a genuine interest in living the travel experiences on offer. The methodology adopted in the project combines qualitative and quantitative approaches, structured into five distinct stages: (1) literature review; (2) creation and implementation of the experimental profile "Roteiros por Sergipe" on Instagram; (3) practical and strategic planning of the content to be produced; (4) creation and production of audiovisual content for the profile; and (5) analysis of the data collected, both qualitative and quantitative, in order to evaluate the effectiveness of the storytelling strategy in the communication of Sergipe tourism journalism on Instagram.

**Keywords:** communication; Instagram; tourism journalism; narrative; travel.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>4</b>
<b>3.1.</b>	<b>Objetivo geral</b>	<b>4</b>
<b>3.2.</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>5</b>
<b>5.</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>9</b>
<b>5.1.</b>	<b>Jornalismo digital</b>	<b>9</b>
<b>5.2.</b>	<b>Instagram como ferramenta de comunicação</b>	<b>12</b>
<b>5.3.</b>	<b>Storytelling no Instagram</b>	<b>14</b>
<b>5.4.</b>	<b>Jornalismo especializado em turismo</b>	<b>15</b>
<b>6.</b>	<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO</b>	<b>20</b>
<b>6.1.</b>	<b>Ana Duék e o Jornalismo de Turismo sustentável</b>	<b>20</b>
<b>6.2.</b>	<b>Zeca Camargo e o Jornalismo de Turismo</b>	<b>21</b>
<b>6.3.</b>	<b>Cecília Padilha e a produção de conteúdo multiplataforma</b>	<b>21</b>
<b>6.4.</b>	<b>Daniela Filomeno e sua produção de conteúdo para assinantes no Instagram</b>	<b>23</b>
<b>6.5.</b>	<b>Resultados da análise</b>	<b>24</b>
<b>7.</b>	<b>PROCESSO DE PRODUÇÃO</b>	<b>26</b>
<b>7.1.</b>	<b>Descrição do produto</b>	<b>26</b>
<b>7.2.</b>	<b>Descrição do processo</b>	<b>27</b>
<b>7.3.</b>	<b>Orçamento</b>	<b>56</b>
<b>7.3.1</b>	<b>Aquisições de equipamentos</b>	<b>56</b>
<b>7.3.2</b>	<b>Coberturas jornalísticas</b>	<b>56</b>
<b>8.</b>	<b>ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS</b>	<b>60</b>

<b>9.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>65</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>67</b>
	<b>APÊNDICE</b>	<b>71</b>
	<b>ANEXO</b>	<b>83</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No cenário digital consolidado pelo Instagram, a crescente demanda por conteúdo de turismo impulsiona o jornalismo especializado a buscar novas narrativas para engajar o público nessa mídia social digital. A combinação de storytelling<sup>1</sup> envolvente e conteúdo visual de alta qualidade emerge como tendência chave, demandando dos profissionais domínio da linguagem da plataforma, planejamento estratégico e diversidade temática.

Neste contexto de inovação, o projeto experimental do curso de jornalismo propõe a criação do perfil “Roteiros por Sergipe”<sup>2</sup> no Instagram<sup>3</sup>. Com uma abordagem jornalística imersiva, o perfil explorará o turismo cultural, esportivo e paisagístico sergipano através de viagens planejadas e roteiros textuais, aplicando o storytelling em reels, stories e destaque para informar e conectar tanto turistas quanto moradores locais. Os roteiros textuais detalham os planos de imagem, os textos a serem falados, a trilha sonora sugerida e a sequência das informações para garantir que a mensagem sobre o destino ou evento seja transmitida de forma eficaz e atraente. Diante desta realidade, serão colocadas na prática as estratégias mais eficazes de adaptação do jornalismo de turismo às novas tecnologias e suas demandas do mercado jornalístico.

A análise de perfis de jornalistas de turismo no Instagram, complementará a investigação sobre as estratégias e os desafios da produção de conteúdo jornalístico para o Instagram e sua influência no setor turístico. Será evidenciada a importância da conexão entre jornalismo e turismo para o desenvolvimento do setor.

Este projeto experimental parte da observação de perfis de jornalistas de turismo no Brasil, divididos em dois grupos distintos: aqueles com autonomia de produção (exemplificados por Ana Duék e Zeca Camargo) e aqueles vinculados a programas de TV por assinatura (como Cecília Padilha e Daniela Filomeno). A análise desses grupos, com foco na aplicação dos princípios de factualidade e relevância, além das estratégias de produção de conteúdo, revela um interesse significativo do público por informações jornalísticas sobre destinos brasileiros.

Este projeto experimental propõe-se a desenvolver e apresentar conteúdos jornalísticos de turismo inovadores e engajadores para atrair um fluxo maior de turistas para o estado e, consequentemente, fortalecer a sua imagem como um destino diversificado e atraente. Sergipe ainda possui uma presença limitada no cenário do jornalismo especializado de turismo digital

<sup>1</sup>e o projeto visa explorar essa oportunidade a partir da constatação do significativo potencial turístico do estado.

---

<sup>1</sup> <sup>1</sup> O storytelling é a habilidade de construir narrativas envolventes e com uma estrutura criativa e bem definida para capturar e manter a atenção do público.

<sup>2</sup> O perfil pode ser encontrado no [@roteirosporsergipe](https://www.instagram.com/@roteirosporsergipe)

<sup>3</sup> O Instagram é uma rede social lançada em 2010 e que integra texto, imagem e vídeo de forma dinâmica e envolvente.

## 2. JUSTIFICATIVA

A motivação para a criação do perfil ‘Roteiros por Sergipe’ reside na percepção de um potencial turístico sergipano ainda subexplorado e na oportunidade de compartilhar a diversidade turística de Sergipe para um público-alvo com idade entre 18 e 36 anos, ávido por experiências autênticas. Utilizando o Instagram como plataforma e o storytelling como ferramenta narrativa central para envolver e informar, este projeto experimental de jornalismo propõe-se a explorar os segmentos cultural, esportivo e paisagístico do estado. A abordagem jornalística independente, aliada à curadoria de locais e eventos com relevância turística, visa transformar o ‘Roteiros por Sergipe’ em uma fonte de inspiração para viagens e descobertas locais, valorizando o turismo regional e promovendo a diversidade cultural e esportiva do estado, com liberdade de expressão e pluralidade de vozes.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo geral**

Criar e desenvolver o perfil 'Roteiros por Sergipe' no Instagram como um projeto experimental de jornalismo de turismo, explorando seus diversos recursos para produzir e disseminar conteúdo informativo e engajador.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Identificar e analisar as estratégias empregadas por profissionais do jornalismo de turismo no processo de criação e disseminação de conteúdo para o Instagram.
- Empregar abordagem multimídia, combinando fotos, vídeos e outros recursos para construir narrativas imersivas no Instagram, permitindo que os seguidores vivenciem virtualmente cada destino e evento, de forma completa e detalhada.
- Oferecer aos seguidores do Instagram uma experiência diversificada do jornalismo de turismo, com ênfase nos aspectos culturais, paisagísticos e esportivos de Sergipe, por meio de conteúdo autêntico e relevante a partir de reels e stories, que sirvam como guia e inspiração para conhecer e aproveitar o estado.
- Produzir conteúdo audiovisual dinâmico e envolvente, com narrativas que forneçam informações relevantes e práticas, para estimular o interesse por Sergipe.
- Executar ações de divulgação estratégica do 'Roteiros por Sergipe' nos locais explorados e junto ao público turístico, por meio da distribuição de QR codes e da realização de apresentações informativas sobre o projeto, visando o crescimento e o reconhecimento da iniciativa.

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A natureza experimental desta pesquisa, com abordagem qualitativa e quantitativa, desdobra-se em cinco fases:

A fase 1 é a definição da temática central e a revisão bibliográfica para embasar teoricamente a discussão sobre jornalismo de turismo e analisar as estratégias de atuação de jornalistas especializados no Instagram, tanto independentes quanto ligados a canais de TV por assinatura.

Na fase 2, será realizado o processo de criação e implementação técnica do perfil “Roteiros por Sergipe” no Instagram. Isso engloba a seleção de um nome de usuário adequado, a elaboração de uma biografia concisa e informativa, e a configuração das opções de privacidade e outras funcionalidades da plataforma.

A fase 3 envolve o planejamento prático, que conta com o editorial e a curadoria para a seleção de viagens e eventos. Esse é um processo estratégico que visa garantir que o conteúdo produzido seja relevante, interessante, diversificado e capaz de atingir os objetivos de informar, inspirar e atrair o público para o turismo em Sergipe, utilizando os critérios jornalísticos e as características da mídia social Instagram.

Diante da variedade do jornalismo de turismo, o “Roteiros por Sergipe” priorizou três segmentos para este ciclo, previsto para ocorrer entre novembro de 2024 a fevereiro de 2025, que reside na capacidade de evidenciar diferentes facetas do potencial turístico de Sergipe. O segmento cultural é fundamental para destacar a identidade do estado e enfatizar os eventos e a rica tradição de Sergipe, elementos cruciais para atrair um público interessado em experiências autênticas e imersão cultural. Já o segmento esportivo representa uma oportunidade de diversificar a oferta turística, atraindo visitantes para eventos específicos e explorando a infraestrutura esportiva e os atrativos naturais relacionados a atividades físicas, informando e cobrindo eventos esportivos nacionais, internacionais e regionais no estado. O segmento paisagístico compreende a exploração e a divulgação de atrativos naturais e urbanos, com foco nas tendências de destinos particularmente relevantes durante as estações da primavera e do verão. A abordagem possui a finalidade de identificar como o jornalismo de turismo utiliza a valorização da paisagem para fortalecer o interesse e o fluxo turístico para

o estado. A visualização de como esses segmentos são abordados pelo jornalismo de turismo permite compreender as estratégias de comunicação utilizadas para promover Sergipe em diferentes nichos de interesse.

Paralelamente, desenvolve-se o calendário editorial e a identidade visual do perfil “Roteiros por Sergipe”, por meio da utilização da ferramenta Canva, fundamental para a concepção dos elementos visuais, a exemplo do logotipo, cores e templates, assegurando a construção de uma identidade visual própria e reconhecível. O formato do “Roteiros por Sergipe” é de um perfil de jornalismo de turismo criado para apresentar ao público os segmentos culturais, esportivos e paisagísticos presentes em Sergipe. Utilizando o poder do storytelling em reels, stories e destaque, serão produzidos conteúdos com informações relevantes e segmentadas em nichos de interesse para inspirar tanto turistas quanto moradores locais a conhecerem mais sobre Sergipe. Ao unir a credibilidade do jornalismo com a dinâmica do Instagram, é a oportunidade para oferecer uma nova perspectiva sobre os roteiros e experiências que Sergipe tem a oferecer. Consciente da prática de publicidade no jornalismo de turismo, o “Roteiros por Sergipe” adotou uma postura diferente, ao priorizar a independência editorial. Por essa razão, o perfil não utiliza anúncios, inserções pagas ou parcerias, garantindo que todos os recursos sejam integralmente próprios, reforçando seu viés jornalístico autêntico.

A fase 4 refere-se à prática do projeto experimental, com a produção de conteúdo baseado em gravações, entrevistas, edições e a sua publicação no Instagram. O conjunto de ações deverá abranger as pautas, eventos e locais definidos nos âmbitos do jornalismo cultural, esportivo e paisagístico, buscando ressaltar o potencial de atração para os perfis de viajantes. A criação de materiais audiovisuais buscará evidenciar o potencial de experiências enriquecedoras, a exuberância natural dos destinos, o incentivo ao bem-estar e à interação com o ambiente, além de destacar o protagonismo do público e dos atletas em eventos esportivos. As fotos de capa dos reels foram pensadas para unir minha imagem ou a do entrevistado ao visual principal do local ou evento em destaque no vídeo. Já as capas dos destaque dos stories capturam a identidade visual do local, a atmosfera do evento ou o retrato dos entrevistados reunidos.

A fase 5 consiste na análise dos dados coletados, combinando abordagens qualitativas e quantitativas para avaliar os resultados do projeto experimental. (figura 1). A avaliação da eficácia será realizada por meio da análise contínua e qualitativa do perfil ‘Roteiros por Sergipe’ no Instagram, permitindo identificar a resposta da audiência e orientar futuras

adaptações. Os indicadores de sucesso quantitativos definidos são: atingir um mínimo de 1500 seguidores, publicar 30 reels no feed e organizar o conteúdo dos segmentos em destaque dos stories. (figura 2).

Figura 1 - Fluxograma sobre as etapas teóricas e de planejamento do projeto experimental



Fonte: autoria própria

Figura 2 - Fluxograma sobre as etapas práticas do projeto experimental



Fonte: autoria própria

## 5. REFERENCIAL TEÓRICO

O presente referencial teórico contemplará as seguintes temáticas fundamentais: o jornalismo digital e sua interação com o público e as narrativas multimídia; a evolução e o impacto do Instagram como ferramenta de comunicação, com ênfase na produção de conteúdo para a plataforma; a utilização do storytelling no jornalismo e as especificidades do jornalismo especializado em turismo no ambiente online.

### 5.1 Jornalismo digital

O jornalismo digital redefine a forma de produção e consumo. Essa transformação não se limita à mera adaptação de conteúdo, mas implica na integração de diferentes mídias e plataformas. A customização de conteúdo, por sua vez, permite que os internautas recebam notícias relevantes para seus interesses, como alertas de notícias sobre temas específicos ou recomendações de artigos com base em seu histórico de leitura. O jornalismo digital enfrenta tanto desafios quanto oportunidades, diante da necessidade dos jornalistas dominarem a produção de notícias com diferentes linguagens e ferramentas digitais, além de adaptar suas práticas às novas plataformas e formatos. A interação com o público, embora promova o engajamento e a participação, também apresenta desafios relacionados à verificação de informações e ao combate à desinformação. A customização de conteúdo, por sua vez, levanta questões sobre o viés algorítmico e a formação de bolhas informativas. (Mielniczuk, 2000, p.4).

Diante das dinâmicas da sociedade contemporânea, urge que o jornalista adote uma postura proativa, incorporando as tecnologias disponíveis para inovar na criação de produtos informativos que atendam às demandas emergentes. A integração dos processos de apuração, edição e publicação redefine o perfil profissional, exigindo um domínio abrangente do ciclo noticioso. (Machado, 2009).

O jornalismo multimídia enriquece a experiência do usuário, possibilitando a criação de narrativas mais imersivas e envolventes, que combinam texto, fotos, vídeos e gráficos interativos. Essa combinação de elementos confere ao jornalismo digital uma capacidade única de informar e engajar a sociedade, seja por meio de sites de notícias ou plataformas de mídias sociais, que se destacam pelo uso de recursos visuais e interativos. O uso da multimídia, apesar de enriquecer a narrativa jornalística, exige investimentos em infraestrutura e treinamento para a produção de conteúdo de qualidade. Nesse contexto, o

jornalismo digital busca equilibrar a liberdade de experimentação com a responsabilidade de informar a sociedade de forma precisa e ética, utilizando sites de notícias e mídias sociais como o Instagram para alcançar um público cada vez mais amplo. (Mielniczuk, 2000, p.5).

Para atender às demandas de um público cada vez mais imerso no universo digital, o jornalismo buscou diversificar suas formas de apresentar a informação. A integração de texto, fotos, vídeos e gráficos não apenas enriquece a experiência do leitor, oferecendo múltiplas camadas de compreensão, mas também se alinha com as preferências de consumo de conteúdo online. Contudo, a plena realização desse potencial depende de um investimento estratégico em infraestrutura e treinamento nos ambientes de produção jornalística. A capacidade dos profissionais de utilizar os recursos visuais de forma eficaz e ética, mantendo a integridade e os princípios da profissão, está intrinsecamente ligada à disponibilidade dessas condições de trabalho adequadas.

A incorporação de recursos digitais no jornalismo inaugurou um paradigma de produção noticiosa, caracterizado pela celeridade na atualização e pela versatilidade na criação de conteúdos, em contraposição à temporalidade predefinida dos meios impressos e televisivos. A interatividade com o público receptor, propiciada pelas plataformas digitais, configura-se como um elemento de suma importância. (Mielniczuk, 2001, p.5-6).

A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias. Além disso, as tecnologias de comunicação e informação são particularmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia. A história da Internet fornece-nos amplas evidências de que os utilizadores, particularmente os primeiros milhares, foram, em grande medida, os produtores dessa tecnologia. (CASTELLS, 2005, p.17).

A tecnologia redefiniu a comunicação, gerando um impacto profundo na sociedade. As ferramentas digitais de informação abriram novas oportunidades e desencadearam transformações sociais. (Castells, 2005, p.19). A evolução tecnológica e a expansão das mídias digitais transformaram o consumo global de informação jornalística, substituindo modelos lineares por fluxos fragmentados, fomentando a personalização do conteúdo e multiplicando as interfaces de acesso em diferentes dispositivos. (Palacios, p.43).

A integração das tecnologias móveis no jornalismo visa otimizar o fluxo de trabalho

informacional, abrangendo as etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdo. A conectividade proporcionada pelos dados móveis em celulares transforma a rotina do jornalista e as práticas profissionais em diversas esferas de atuação. (Firmino, p.11).

A percepção do celular como símbolo de status cede espaço à sua função primordial: ferramenta de conexão e aprendizado. No contexto educacional, sua relevância impulsiona novas formas de comunicação, transcendendo o entretenimento. (Canavilhas ; Fidalgo, 2009, p.100). O celular se transformou em uma ferramenta multifacetada de comunicação. Através da navegação, os usuários transcendem a comunicação individual, conectando-se à comunicação de massa. Esse acesso irrestrito permite acompanhar notícias em tempo real, interagir em mídias sociais e explorar um universo de informações, tudo na palma da mão. (Canavilhas ; Fidalgo, 2009, p.102-103).

A mobilidade da informação é um fenômeno social observado pelas ciências sociais. A conectividade com a internet expande consideravelmente o alcance e a velocidade desse fluxo de comunicação em massa. (Lemos, 2018, p. 113). O celular, ao se tornar onipresente, reconfigurou as dinâmicas sociais. Ele serve como instrumento de trabalho, agilizando a comunicação e o acesso à informação, e como elo entre amigos e familiares, aproximando pessoas mesmo à distância. (Lemos, 2018, p. 115).

A multifuncionalidade da tecnologia, especialmente do celular, é um instrumento que integra a comunicação cotidiana e a comunicação de massa. O usuário utiliza o mesmo dispositivo para interações pessoais, acesso a notícias e participação em mídias sociais, demonstrando uma fluidez entre essas esferas. A onipresença do celular não apenas amplia as conexões familiares e sociais, mas também exerce uma influência notável na dinâmica de trabalho, tornando-a mais ágil e eficiente. A tecnologia, portanto, se configura como um mediador essencial das relações humanas e das atividades profissionais na sociedade contemporânea.

No mundo digital, a linguagem jornalística se diversifica para uma comunicação eficaz. Uma mesma notícia pode ser contada de formas diferentes em sites e mídias sociais, exigindo do jornalista uma adaptação constante para manter o público interessado, sempre mantendo a coerência da informação. (Costa, 2017, p.1-2). A criação de projetos digitais inovadores e criativos transformou a rotina do jornalista. Essas novas ferramentas expandem as possibilidades de contar histórias e revolucionam a forma como as notícias são produzidas e consumidas. (Nunes, 2023, p. 122).

O jornalista especializado, ao apresentar os temas de forma clara e concisa, oferece ao público a oportunidade de entender melhor o assunto e tomar decisões mais exatas. Ao apurar, analisar e contextualizar as diferentes perspectivas sobre o tema com responsabilidade, ele estimula o pensamento crítico e a formação de opinião entre a sociedade. O jornalismo ampliou significativamente seu alcance com a evolução tecnológica. Essa transformação permitiu acompanhar as mudanças nos hábitos de consumo da população, que busca por informações atualizadas e diversificadas em diversos formatos. Com isso, o público está cada vez mais conectado e exigente, consumindo informações de forma rápida e dinâmica. (Silva, 2018, p. 5-6).

## **5.2 Instagram como ferramenta de comunicação**

O Instagram, idealizado por Kevin Systrom e Michel Krieger e lançado em outubro de 2010, iniciou sua trajetória como um aplicativo focado no compartilhamento de fotografias com filtros integrados e na possibilidade de construir redes de seguidores. A aquisição pela Meta em 2012 impulsionou uma significativa evolução da plataforma, marcada por mudanças na identidade visual e pela implementação de novos recursos significativos. A introdução dos stories em 2016, com seu formato efêmero e dinâmico, e posteriormente dos reels, com vídeos curtos e criativos, transformou o Instagram de uma simples galeria de fotos em uma poderosa ferramenta de comunicação multifacetada. Sua capacidade de integrar texto, imagem e vídeo de forma dinâmica e envolvente o estabeleceu como uma ferramenta com crescente potencial midiático, onde a visualidade e a narrativa concisa são elementos chave para engajar o público. (Marques, 2023).

O Instagram é a plataforma ideal para expressar a criatividade. Com uma infinidade de filtros e a possibilidade de interagir com uma comunidade global, as possibilidades dos perfis se tornarem únicos e autênticos são significativas. Além de fotos, o Instagram revolucionou a forma como são consumidos vídeos curtos. Com reels e stories, o usuário pode criar conteúdos divertidos e informativos, alcançando um público cada vez maior. A personalização e o foco no visual são os diferenciais do Instagram. (Moraes, 2021, p.25-26).

O surgimento do Instagram representou uma mudança paradigmática na dinâmica das mídias sociais, introduzindo uma cultura visual que redefiniu os padrões de comunicação e consumo de informação. A plataforma, ao priorizar o conteúdo imagético e possibilitar a construção de comunidades de seguidores, destacou-se rapidamente, atraindo a atenção da Meta em um

curto período. A aquisição pela Meta impulsionou o Instagram, aproveitando a expertise da empresa. Nesse contexto, a presença de jornais e grupos de comunicação no Instagram revela uma adaptação estratégica à paisagem midiática, com implicações significativas para a disseminação de notícias e a formação da opinião pública.

A forma como são produzidos conteúdos para o Instagram influencia diretamente o engajamento das publicações. Conteúdos alinhados aos interesses do público geram mais interesse, pois despertam a curiosidade e a interação dos seguidores. Uma estratégia de conteúdo bem definida para o Instagram é essencial para gerar mais engajamento e fortalecimento no segmento do conteúdo. (Daniel, 2020, p.4). O Instagram oferece um feed personalizado, onde cada usuário encontra conteúdos relevantes aos seus interesses e ao dia a dia de seus amigos. A chegada do reels no Instagram, impulsionou a produção de performances e micro-narrativas, tornando as mídias sociais um palco para a expressão individual. (Cidreira ; Pinto, 2022, p. 23-24).

As redes sociais moldam as interações, ao oferecerem acesso imediato a conteúdos e pessoas. Esse movimento de constante conectividade influi no modo como o indivíduo convive no cotidiano, em que as relações vividas no mundo real se tornam mais superficiais e fragmentadas. (Ferrarezi, 2018, p.63).

A fragmentação do consumo de conteúdo jornalístico, impulsionada pelas mídias sociais, desafia os jornalistas a produzir conteúdos cada vez mais segmentados e personalizados para as redes, com a finalidade de atender às demandas específicas do público-alvo. (Flores, 2023, p. 138). Indispensáveis para o jornalismo digital, vídeos e fotos levam o leitor além das palavras, proporcionando uma imersão completa na notícia e fortalecendo o impacto da informação. Ao associar as imagens com textos e disponibilizar vídeos no âmbito digital, os veículos online criam uma experiência mais completa, fazendo com que o público se conecte ainda mais com os fatos por meio das visualidades. (Pereira, 2023, p.176).

O claro apetite por essas fotografias de viagem parece estar influenciando as decisões relacionadas a viagens. Assim, pontos remotos – mas belíssimos – do mundo, que antigamente recebiam poucas dezenas de visitantes, passaram a receber milhares de turistas, inspirados pelo que veem no Instagram. A plataforma permite o compartilhamento de experiências, criando não só comunidades onde as pessoas podem se conectar e compartilhar suas vidas,

mas também pode colocar sob o holofote certos lugares e pontos turísticos. (FERRAREZI, 2018, p.65).

### **5.3 Storytelling no Instagram**

Usar o storytelling significa organizar a história com uma estrutura. Essa organização se dá por meio do tema principal da história, dos argumentos que são apresentados para desenvolver as ideias e dos acontecimentos. Quando esses elementos são bem trabalhados juntos, eles criam uma história dinâmica, que consegue prender a atenção de quem está assistindo ou lendo. Essa atenção é muito importante porque faz com que o espectador se sinta parte da história, mobilizando a participação e o envolvimento dele com o que está sendo contado. (Cunha ; Mantello, 2014, p.59).

O storytelling transcende a arte de contar histórias, ele representa a habilidade estratégica de construir narrativas envolventes e com uma estrutura criativa e bem definida, capazes de capturar e manter a atenção do público. No contexto do jornalismo, a aplicação eficaz do storytelling exerce uma influência significativa no engajamento dos usuários. Ao adotar abordagens narrativas atraentes, o conteúdo jornalístico estimula o interesse da audiência, incentiva a permanência e promove a identificação com a mensagem, culminando em um maior engajamento através da exploração estratégica de recursos textuais e visuais disponíveis. (Rizzato, 2022).

A incorporação de técnicas narrativas configura-se como um pilar fundamental em modelos de comunicação estratégica que visam a atração e o engajamento de espectadores. No ambiente dinâmico das mídias sociais, caracterizado por linguagens multimodais e diversificadas, a eficácia da comunicação reside na capacidade de construir narrativas que ressoem com as experiências e expectativas dos usuários. As plataformas digitais, munidas de ferramentas de adaptação e interação, demandam conteúdos que não apenas informem, mas que também estabeleçam uma conexão significativa com o público. Nesse sentido, a aplicação do storytelling no processo de produção de conteúdo para mídias sociais transcende a mera transmissão de informações. As narrativas bem construídas têm o potencial de criar laços emocionais duradouros ao explorar diferentes dimensões temporais da experiência humana: histórias do passado que evocam nostalgia ou estabelecem um legado, narrativas do presente que refletem a realidade e os desafios do público, e projeções do futuro que inspiram, motivam ou oferecem soluções. Ao integrar essas diferentes temporalidades, o storytelling nas mídias sociais pode fomentar um senso de pertencimento e lealdade, elementos cruciais para o

sucesso de estratégias de comunicação. (Vasconcelos, 2019, p.1).

Em face do vasto volume de informações que circulam diariamente, o jornalismo tem encontrado no storytelling uma estratégia eficaz para construir e manter a fidelidade do leitor. Essa abordagem envolve a aplicação de técnicas de linguagem que seguem uma lógica narrativa, muitas vezes com uma estrutura histórica subjacente, mesmo em formatos de comunicação caracterizados pela sua rapidez e concisão. Ao apresentar os fatos dentro de um contexto narrativo envolvente, o jornalismo busca não apenas informar, mas também criar uma conexão mais profunda com a audiência, incentivando o acompanhamento contínuo e a retenção da informação. (Sabino ; Bianchi, 2023, p.106).

No contexto do Instagram, o storytelling manifesta-se através de narrativas dinâmicas e visuais, explorando as potencialidades de funcionalidades como os reels e os stories. Essa abordagem permite apresentar informações de maneira mais envolvente e sequencial, proporcionando uma experiência mais rica e imersiva para o receptor do conteúdo. Ao integrar elementos visuais, sonoros e textuais de forma criativa, o storytelling no Instagram otimiza a compreensão e o engajamento com a informação transmitida.

#### **5.4 Jornalismo especializado em turismo**

O jornalismo de turismo, como um ramo especializado da prática jornalística, abrange diversas formas de produção narrativa voltadas à exploração de viagens, experiências culturais, reportagens sobre destinos e a criação de conteúdo multimídia. Sua principal finalidade reside em informar e inspirar o público a explorar diferentes culturas e destinos, tanto no âmbito nacional quanto internacional. Fundamentado nos princípios basilares do jornalismo, como a ética, a precisão factual e a relevância pública, o jornalismo de turismo desempenha um papel crucial na disseminação de conhecimento sobre a diversidade geográfica, histórica e cultural do mundo, contribuindo para o desenvolvimento do setor turístico de forma responsável. Valendo-se na busca pela precisão e seleção de informações relevantes, o jornalismo de turismo tem se adaptado às novas mídias e formatos, explorando o potencial de recursos visuais para apresentar as múltiplas facetas das culturas e dos destinos, promovendo um olhar crítico e informado sobre o ato de viajar. (Becattini, 2023).

A essência do jornalismo de turismo reside fundamentalmente na sua capacidade de gerar visibilidade midiática para um determinado estado ou cidade. Essa visibilidade não é apenas uma questão de exposição, mas sim um processo estratégico que visa motivar os turistas a

conhecerem o destino. Essa motivação é despertada através do desejo de viajar, um sentimento cultivado pela forma como o jornalismo de turismo apresenta o local. Dois pilares sustentam essa capacidade de despertar o desejo: a credibilidade jornalística, que confere autenticidade e confiança às informações veiculadas, e a combinação da atração visual e narrativa. A atração visual, por meio de imagens e vídeos impactantes, captura a atenção e evoca emoções, enquanto a narrativa, através de textos envolventes e informativos, contextualiza a experiência e estimula a imaginação do potencial turista. Portanto, o jornalismo de turismo eficaz utiliza a credibilidade para legitimar a atratividade visual e a força da narrativa, convertendo a visibilidade midiática em um real interesse em visitar o destino. (Falco, 2011, p.25).

Silva (2019, p.519), enfatiza que ao expandir o conhecimento sobre destinos turísticos, o jornalismo de turismo se posiciona como um guia confiável para os viajantes. Ao compartilhar experiências sobre lugares pouco conhecidos, os jornalistas influenciam as escolhas do público, impulsionando o turismo em regiões menos exploradas e enriquecendo a experiência dos viajantes. O jornalismo de turismo atende a essa demanda ao oferecer conteúdos detalhados e relevantes, que auxiliam o público a avaliar se um determinado destino atende às suas expectativas e a planejar sua viagem de forma mais eficiente.

A base de conteúdo informativo e analítico produzida por jornalistas especializados em turismo desempenha um papel crucial na formação da percepção e no engajamento do público com experiências de viagem. Através de narrativas que transcendem a mera descrição factual, o jornalismo de turismo oferece informações aprofundadas e perspectivas qualificadas sobre destinos, culturas e práticas relacionadas ao ato de viajar. Essa abordagem permite que o público não apenas visualize os locais, mas também se identifique com as experiências relatadas, conectando-se emocionalmente com as possibilidades de exploração e descoberta. A credibilidade inerente ao trabalho jornalístico, fundamentada em apuração rigorosa, fontes confiáveis e uma ética profissional estabelecida, confere ao conteúdo de turismo uma autoridade significativa. Essa confiança depositada nos jornalistas e em seus veículos de comunicação é fundamental para influenciar as decisões dos viajantes em potencial. Diante de informações precisas e envolventes, o público se sente mais seguro e motivado a planejar suas próprias viagens, utilizando o conteúdo jornalístico como um guia confiável para conhecer em profundidade os atrativos, a cultura e as particularidades dos destinos apresentados.

Para se destacar no Instagram, os jornalistas de turismo devem se adaptar constantemente, por meio da transformação da linguagem para um formato mais interativo e visual. Histórias cativantes e um tom descontraído são essenciais para se conectar com o público e fomentar a relevância jornalística da temática na rede social. (Nascimento, 2019, p. 4).

O jornalismo se relaciona com a tecnologia como um agente externo e inevitável, e não como parte do processo ou como um agente interno e intrínseco à atividade. De fato, a relação do jornalismo com a tecnologia é visceral e, em muitos casos, interdependente. No entanto, a tecnologia é (ou é vista) historicamente muito mais como uma ferramenta facilitadora da atividade jornalística, do que como parte desta atividade. (NUNES, 2023, p. 130).

O uso da comunicação nas mídias sociais potencializou o crescimento do setor do turismo, impulsionando o compartilhamento de experiências e informações de forma ágil e global. Essa prática amplifica o alcance dos atrativos turísticos, atraindo um público cada vez mais diversificado e conectado, e contribuindo para o desenvolvimento econômico das regiões. Ao compartilhar conteúdo relevante e interagir com o público, é possível criar uma conexão emocional e fidelizar clientes. (Costa, (2022, p.19).

A comunicação é um elemento fundamental para a raça humana, uma vez que nossa espécie vive em coletividade com outros indivíduos e está em constante evolução à medida que o ser humano se desenvolve e cria novas tecnologias que auxiliam na maneira como nos comunicamos. (COSTA, 2022, p.19).

A popularidade do Instagram despertou nos usuários uma maior consciência sobre a construção de uma identidade visual única e autêntica em seus perfis. Ao perceberem o impacto que cada postagem pode ter na construção de sua imagem online, as pessoas passaram a investir em fotos e vídeos de alta qualidade, criando narrativas visuais mais elaboradas, buscando criar um feed esteticamente agradável e engajador. (Musse, 2016, p.5).

O Instagram, além de conectar pessoas, impulsiona o turismo através de seus algoritmos, influenciando diretamente as escolhas de viagem dos usuários. Os algoritmos do Instagram personalizam a experiência do usuário, sugerindo destinos e influenciando decisões de viagem, transformando a plataforma em um guia turístico digital. Apesar de conectar pessoas

e inspirar viagens, os algoritmos do Instagram podem criar uma visão idealizada de destinos, influenciando as escolhas dos usuários sem necessariamente refletir a realidade local. (Silva, 2020, p.2).

A dinâmica do Instagram, enquanto plataforma de atração para o público interessado em turismo, é fortemente influenciada por seu algoritmo, que prioriza e amplifica conteúdos com alto potencial de engajamento. Nesse contexto, a produção de conteúdo visualmente atraente e dinâmico, como reels e fotos, torna-se um convite para profissionais do jornalismo de turismo buscarem e influenciarem viajantes em potencial. Os reels, com sua capacidade de combinar vídeos curtos, música e efeitos visuais, oferecem uma forma envolvente de apresentar destinos, experiências e dicas de viagem, capturando a atenção do público de maneira rápida e eficaz. As fotos, por sua vez, continuam a desempenhar um papel fundamental na criação de desejo e inspiração, permitindo que os usuários visualizem e se projetem em paisagens e momentos específicos. A crescente visibilidade desses formatos de conteúdo, impulsionada pelo algoritmo do Instagram, exige uma adaptação constante das estratégias de produção, com foco na criação de narrativas visuais que ressoem com as preferências e expectativas do público interessado em turismo.

A metrificação impõe aos jornalistas a constante busca por maior audiência, alterando suas rotinas e priorizando a quantidade sobre a qualidade. Essa pressão compromete a profundidade das reportagens e a credibilidade do jornalismo, essenciais para informar a sociedade de forma precisa e responsável. Ao priorizar a audiência, os jornalistas podem ser tentados a produzir conteúdos mais atrativos e menos relevantes, comprometendo a função social da imprensa de informar e promover a opinião pública. A busca por métricas pode distorcer a cobertura jornalística, mas é fundamental lembrar que existem pautas de interesse público que demandam atenção, independentemente da audiência. Uma linha editorial comprometida com a sociedade deve priorizar a relevância das informações, e não apenas a quantidade de visualizações. (Kalsing, 2023, p.28-30).

O jornalismo contemporâneo se encontra em um estado de constante tensão, dividido entre a busca por narrativas de qualidade e relevância, a necessidade de manter um volume de produção constante e a pressão por gerar conteúdo com alta repercussão, mensurada por métricas de engajamento. Essa dinâmica complexa exige que os profissionais da área naveguem por um mar de escolhas, onde a busca por cliques e compartilhamentos muitas

vezes se sobrepõe à apuração rigorosa e à produção de conteúdo informativo de interesse público. Nesse contexto, torna-se imprescindível que os jornalistas recorram aos princípios fundamentais da profissão, como a veracidade, a responsabilidade social e o compromisso com a ética, para orientar suas decisões. A priorização de informações relevantes, a apuração cuidadosa dos fatos e a produção de conteúdo que contribua para o debate público são elementos essenciais para garantir a credibilidade e a relevância do jornalismo em um cenário midiático cada vez mais fragmentado e competitivo.

A evolução da comunicação e do turismo é marcada por uma série de momentos históricos nos quais o capitalismo atuou como uma força motriz, moldando as dinâmicas econômicas e sociais que sustentam ambos os campos. O surgimento de novas tecnologias desempenhou um papel catalisador, transformando a maneira como o turismo é promovido, vivenciado e comunicado. Esses desenvolvimentos não ocorreram isoladamente, mas dentro de um ecossistema complexo onde a economia fornece a base material, a política estabelece as regras e os incentivos, e a cultura oferece os atrativos e os significados. A comunicação, por sua vez, serve como um elo fundamental dentro desse ecossistema, facilitando a troca de informações, a construção de imagens e a mediação entre os diversos atores envolvidos no turismo. (Baptista, 2017, p.89).

Compreender a midiatização e o turismo exige reconhecer sua complexidade, que se manifesta em diversas dimensões que não atuam de forma independente. As dimensões estão profundamente imbricadas em engrenagens sociotécnicas. Essa expressão destaca a inseparável conexão entre os aspectos sociais e tecnológicos que caracterizam a produção, a disseminação e o consumo de informações e experiências turísticas. A mídia, com suas diversas plataformas e formatos, influencia a percepção, o desejo e a prática do turismo, enquanto o setor turístico, por sua vez, se apropria e transforma tecnologias para promover destinos, gerenciar fluxos e construir narrativas. (Baptista, 2017, p.88).

## 6. ANÁLISE DE CONTEÚDO

A análise da utilização de funcionalidades e recursos do Instagram por profissionais do jornalismo de turismo revela diversas abordagens de produção de conteúdo. Jornalistas com autonomia, como Ana Duék e Zeca Camargo, contrastam com aqueles vinculados a programas de TV por assinatura, a exemplo de Cecília Padilha e Daniela Filomeno. A análise de conteúdo subsequente investigará suas estratégias de produção para o Instagram, discutindo sobre formatos, narrativas e recursos visuais. Será analisada a recepção do público em suas publicações e a observância dos princípios fundamentais do jornalismo, com ênfase na precisão factual e na relevância pública.

### 6.1 Ana Duék e o jornalismo de turismo sustentável

O perfil ‘Viajar Verde’ de Ana Duék no Instagram possui mais de 30 mil seguidores e dedica-se ao jornalismo de turismo sustentável, explorando e divulgando práticas ecologicamente conscientes e socialmente responsáveis. Sua estratégia de conteúdo no Instagram inclui três publicações fixadas, utilizando carrosséis que combinam fotos e cards informativos, atuando como referências temáticas. A primeira, feita em 10 de fevereiro de 2025, apresenta um calendário de eventos de turismo responsável nacional e internacional para 2025. A segunda publicação, realizada em 30 de dezembro de 2024, oferece dicas práticas para viagens sustentáveis, como pesquisa prévia sobre o destino, hospedagem ecologicamente correta e escolha de voos diretos. A terceira postagem, feita em 17 de julho de 2023, promove a ação anual ‘julho sem plástico’, com foco na conscientização e soluções para reduzir o uso de descartáveis. A interação do público nessas publicações é geralmente positiva.

Nos destaques dos stories, Ana Duék organiza roteiros de viagens nacionais e internacionais. O destaque sobre a viagem para a Amazônia, publicado entre 10 e 27 de fevereiro de 2025, demonstra um planejamento de conteúdo que busca imergir o seguidor na experiência da viagem, abrangendo desde informações práticas até aspectos culturais e naturais. Ana Duék combina fotos e vídeos para apresentar a experiência da viagem, incluindo dicas, gastronomia, paisagens e interações com povos indígenas. Essa abordagem sugere uma estratégia de conteúdo informativo, engajador e alinhado aos princípios do turismo sustentável, indicando um planejamento editorial focado em oferecer uma visão abrangente e detalhada dos destinos.

## 6.2 Zeca Camargo e o jornalismo de turismo

Zeca Camargo, com expressiva presença de mais de 607 mil seguidores no Instagram, destaca-se pela produção de conteúdo de viagens marcado pela espontaneidade e pela forte conexão com o público. Sua estratégia de conteúdo de viagens possui foco em registros fotográficos autorais de paisagens e cidades, imbuídos de um olhar artístico e inspirador. Sem publicações fixadas, Zeca Camargo também evita a dinâmica de carrosséis, privilegiando a força da imagem única complementada pela legenda, que frequentemente adiciona histórias e informações contextuais.

Uma ação realizada no dia 23 de março de 2025 ilustra sua capacidade de engajamento, com uma selfie misteriosa precedendo a revelação de sua nova viagem. Somente com a produção de um reel no dia seguinte, ele revelou que estava na Cidade do Cabo e aproveitou para capturar a dinâmica local, a atmosfera da cidade e música. A contemplação da paisagem, característica do jornalismo paisagístico, é observada em seu reel publicado em 24 de março de 2025, com o registro do Sea Point Promenade. A organização dos conteúdos de viagem em um único destaque dos stories, de 18 de novembro de 2022 até 31 de março de 2025, juntamente a outros destaques de natureza pessoal e informal, sugere uma abordagem menos estruturada em termos de planejamento visual e temático. A produção de conteúdo de Zeca Camargo parece privilegiar a espontaneidade, o que pode influenciar o planejamento prévio de suas publicações. O engajamento do público é notável, com predominância de comentários positivos e respostas do jornalista.

## 6.3 Cecília Padilha e a produção de conteúdo multiplataforma

A jornalista de turismo Cecília Padilha é apresentadora do programa "Bora Cecília" no canal Sabor e Arte e possui mais de 134 mil seguidores. Ela configura-se como uma figura híbrida, transitando entre o jornalismo tradicional e a influência digital. Seu perfil no Instagram funciona como uma plataforma multifacetada, agregando informações práticas para viajantes, como dicas de hospedagem, transporte e culinária a um registro visual dinâmico de suas experiências em destinos nacionais e internacionais. A diversidade do conteúdo abrange diferentes nichos do turismo, explorados através de reels que combinam entretenimento e informação. A utilização estratégica dos stories permite um acompanhamento em tempo real de suas viagens, oferecendo aos seguidores um vislumbre dos bastidores e uma sensação de proximidade com suas aventuras.

A presença de publicações fixadas no perfil de Cecília Padilha reforça sua trajetória profissional e a chancela de seu trabalho. A primeira publicação destaca sua atuação na cobertura do evento “The Best Restaurants 2024” para o canal Sabor e Arte, evidenciando a sinergia entre sua presença digital e sua atuação na mídia tradicional. A segunda e a terceira publicações celebram reconhecimentos e premiações no campo do jornalismo de turismo e gastronomia, tanto por sua cobertura de destinos europeus quanto pela qualidade de seu programa televisivo e fotografia.

A dinâmica de conteúdo de Cecília Padilha revela uma estratégia de complementaridade entre suas plataformas. Seu perfil no Instagram espelha e amplifica o conteúdo produzido para o canal Sabor e Arte, frequentemente através de colaborações diretas entre as contas. Essa simbiose demonstra uma abordagem integrada na disseminação de informações e na construção de sua marca pessoal e profissional.

A análise revela a atuação de Cecília Padilha como influenciadora digital, estabelecendo parcerias pagas com marcas e empresas do setor turístico e gastronômico. O exemplo da publicação feita em 26 de março de 2025 sobre o corte especial de carne e o arroz de tutano ilustra essa vertente, onde a jornalista associa sua imagem e credibilidade à promoção de produtos e estabelecimentos.

A viagem de Cecília Padilha a Kentucky, nos Estados Unidos, em 26 de março de 2025, exemplifica a profundidade e a instantaneidade do conteúdo gerado. Através dos destaques dos stories, ela publicou a jornada desde a chegada até o evento esportivo, abrangendo aspectos como locais visitados, hospedagem, opções gastronômicas e bebidas, além de mencionar os perfis de empresas locais. Essa mesma viagem gerou conteúdo para o Instagram do canal Sabor e Arte, reforçando a integração de suas atividades.

Em suma, a análise do conteúdo de Cecília Padilha no Instagram demonstra uma predominância de temas associados ao seu trabalho no canal Sabor e Arte e às suas experiências de viagem pessoais. Essa convergência de esferas, profissional e pessoal, é uma característica marcante da atuação de influenciadores digitais no turismo, onde a autenticidade da experiência individual se mescla com a expertise jornalística e as oportunidades de colaboração comercial. O seu conteúdo pode fornecer insights valiosos sobre as estratégias de comunicação e engajamento no setor, a construção de credibilidade e a influência digital no contexto do turismo e da gastronomia.

#### **6.4 Daniela Filomeno e sua produção de conteúdo para assinantes no Instagram**

Jornalista de turismo e apresentadora da CNN Viagem e Gastronomia, Daniela Filomeno conta com mais de 182 mil seguidores em seu perfil no Instagram. Ela demonstra uma abordagem multifacetada na criação e distribuição de conteúdo, explorando tanto o acesso gratuito quanto modelos de assinatura exclusivos, oferecendo uma perspectiva relevante sobre as estratégias de monetização e engajamento no nicho de viagens, gastronomia e estilo de vida.

Seu perfil no Instagram serve como uma plataforma para compartilhar uma variedade de experiências, abrangendo viagens nacionais e internacionais, gastronomia, arquitetura, paisagismo e ecoturismo. A curadoria de conteúdo reflete seus interesses e expertise profissional, atraiendo um público diversificado com afinidade por esses temas.

A utilização de publicações fixadas no perfil de Daniela Filomeno revela uma estratégia de destaque para colaborações e projetos relevantes. Duas das três publicações fixadas são colaborações com uma revista digital, onde sua imagem ilustrou a capa em outubro de 2024. Essa ação demonstra sua capacidade de estabelecer parcerias com outras mídias e fortalecer sua presença no cenário digital.

Um aspecto distintivo da estratégia de conteúdo de Daniela Filomeno é a oferta de conteúdo exclusivo por meio de assinatura mensal no Instagram. Essa iniciativa busca aprofundar o relacionamento com seus seguidores mais engajados, prometendo informações detalhadas, experiências e dicas únicas. Esse modelo de monetização direta do público é uma tendência crescente entre criadores de conteúdo digital, representando uma alternativa ou complemento às tradicionais parcerias com marcas.

Apesar da oferta de conteúdo exclusivo, a jornalista de turismo Daniela Filomeno também compartilha informações relevantes de forma gratuita, principalmente através dos destaques dos stories. Sua recente viagem a Lima, capital do Peru, iniciada em 24 de março de 2025, exemplifica essa prática. Nos stories, ela oferece uma cobertura dinâmica e diversificada da cidade, abordando a gastronomia local, o paisagismo urbano, os bastidores das gravações para a CNN Viagem e Gastronomia, a vida noturna, museus e a natureza, além de mencionar e marcar os perfis de empresas e estabelecimentos relevantes.

Essa mesma viagem a Lima é também explorada no feed do Instagram, através de uma

sequência de publicações em formato de carrossel. Essa estratégia permite apresentar um conteúdo mais elaborado e visualmente atraente, aprofundando os temas abordados nos stories e alcançando um público mais amplo. A consistência dos segmentos abordados em ambas as funcionalidades dos stories e feed demonstra um planejamento estratégico na distribuição do conteúdo.

A análise do conteúdo de Daniela Filomeno no Instagram revela uma abordagem sofisticada e multifacetada. Ela combina a produção de conteúdo gratuito e acessível com a oferta de conteúdo exclusivo por assinatura, buscando engajar diferentes segmentos de sua audiência e diversificar suas fontes de receita. Sua atuação como jornalista de turismo e apresentadora da CNN Viagem e Gastronomia confere credibilidade ao seu conteúdo, enquanto sua presença ativa e estratégica no Instagram a posiciona como uma influenciadora digital relevante no nicho de viagens e estilo de vida. A análise detalhada de suas estratégias pode fornecer insights valiosos sobre as novas dinâmicas de produção, distribuição e monetização de conteúdo no cenário digital do turismo e da gastronomia.

## 6.5 Resultados da análise

Embora ambos atuem de forma independente no jornalismo de turismo e demonstrem aderência aos princípios de precisão factual e relevância pública em seus respectivos nichos, Ana Duék e Zeca Camargo adotam estratégias narrativas distintas no Instagram. Ana Duék evidencia uma abordagem na estruturação da informação, planejando o conteúdo para stories, destaques, feed e reels de forma temática e organizada. Zeca Camargo, por outro lado, privilegia uma abordagem mais natural e espontânea, com menor evidência de planejamento prévio em suas publicações e objetivos de conteúdo definidos para suas viagens no Instagram. A escolha do público entre as temáticas de turismo sustentável de Duék e o jornalismo de turismo geral de Camargo pode estar atrelada à preferência por conteúdo estruturado e temático versus uma abordagem mais livre e imediata.

A jornalista de turismo Cecília Padilha demonstra uma estratégia multimídia eficaz, utilizando sua visibilidade como apresentadora no canal pago Sabor e Arte como um catalisador para o crescimento de sua influência no Instagram. Essa sinergia entre a televisão e a plataforma digital permite que ela expanda o alcance de seu conteúdo para um novo público, estabelecendo um ciclo virtuoso. A crescente relevância de Cecília Padilha no Instagram, por sua vez, retroalimenta o canal Sabor e Arte, que passa a investir em maior visibilidade e

novos projetos para a jornalista tanto na TV quanto no digital, evidenciado pelas frequentes colaborações em reels. O dinamismo e a concisão dos reels, focados em gastronomia e curiosidades de viagens, contrastam com a profundidade dos carrosséis no feed, que detalham experiências gastronômicas em âmbito nacional e internacional. Essa abordagem estratégica atrai o interesse de marcas dos setores de restaurantes e hotelaria, gerando oportunidades de parcerias pagas que diversificam sua rentabilidade além do canal de televisão por assinatura.

Daniela Filomeno, jornalista de turismo e apresentadora da CNN Viagem e Gastronomia, demonstra uma eficaz sinergia entre sua atuação na televisão e sua crescente influência no Instagram, impulsionada pelo investimento estratégico da emissora em colaborações de conteúdo. A CNN Viagem e Gastronomia utiliza o perfil de Daniela como uma extensão de sua programação, promovendo postagens conjuntas no feed e reels dinâmicos. O conteúdo do feed, predominantemente em formato de carrossel, apresenta uma curadoria de dicas de viagem sazonais e roteiros temáticos por país ou cidade, além de destacar experiências gastronômicas internacionais. Os reels colaborativos, por sua vez, focam em momentos marcantes de suas viagens e em trailers que antecipam os episódios do programa na CNN Brasil, funcionando como um engate para a audiência televisiva. Daniela Filomeno explora diversas fontes de monetização, que vão desde parcerias pagas e coberturas de viagens até uma estratégia inovadora de conteúdo exclusivo para assinantes mensais no Instagram. Essa abordagem direta ao público digital estabelece um fluxo de receita adicional e fortalece o relacionamento com seus seguidores mais engajados, complementando sua renda como apresentadora e as colaborações comerciais.

## 7. PROCESSO DE PRODUÇÃO

O presente processo de produção detalhará a concepção e a execução do produto final do projeto experimental, o perfil “Roteiros por Sergipe” no Instagram. Serão descritas as estratégias de produção de conteúdo para as funcionalidades Stories e Reels, as quais foram planejadas e implementadas durante o processo de produção, com visitas a diversos municípios sergipanos e na cobertura de eventos relevantes no estado. Nos reels do “Roteiros por Sergipe”, o storytelling se manifesta em narrativas visuais breves e impactantes, prendendo a atenção do público para revelar o destino ou evento em destaque. Nos stories, que se transformam em destaques para acesso permanente, a primeira tela, seja um layout de 3 a 4 fotos ou uma imagem única de forte apelo estético, atrai o olhar. O storytelling se aprofunda na legenda, contextualizando de forma envolvente a experiência do local ou evento.

Para construir a identidade do “Roteiros por Sergipe”, a seleção de lugares e eventos nos segmentos de jornalismo cultural, paisagístico e esportivo foi estratégica. A intercalação planejada entre eles permitiu que o perfil se apresentasse de forma variada e assertiva em seus reels e stories, reforçando o foco em um turismo especializado. Foi planejada a cobertura de eventos de novembro de 2024 a fevereiro de 2025, além da seleção de municípios que se projetavam como destinos atrativos para a primavera e o verão, que foram cenários de produção de conteúdo regional para reels e stories. A linha editorial prioriza locais e eventos gratuitos, com uma única exceção: a produção de reels e stories do Campeonato Carioca realizado em Aracaju, devido ao seu significativo interesse noticioso.

### 7.1 Descrição do produto

Lançado como um projeto experimental de jornalismo de turismo no Instagram em 28 de novembro de 2024, o perfil ‘Roteiros por Sergipe’ proporcionou uma experiência diversificada de conteúdo até o final do ciclo planejado, em 6 de março de 2025. Abrangendo os segmentos esportivos, culturais e paisagísticos durante a primavera e o verão, a produção priorizou reels dinâmicos e informativos, caracterizados por cores vibrantes, legendas textuais e roteiros com aberturas memorizadas para contextualização e aplicação da técnica de storytelling. Os stories ofereceram um olhar mais aprofundado sobre os temas dos reels, com conteúdo fotográfico e videográfico direcionado ao público, sendo posteriormente organizados em Destaques para acesso contínuo. A experimentação com os recursos do

Instagram incluiu transmissões ao vivo, layouts de fotos diversificados, e a integração de trilha sonora temática na bio e nos stories. O conteúdo incluiu entrevistas com diversas vozes dos segmentos explorados, e para as capas dos reels, o objetivo é integrar minha presença ou a do entrevistado ao cenário principal do vídeo, sendo um local ou evento. As capas dos destaques, por sua vez, focam na representação visual marcante do local, do evento ou do grupo de entrevistados. O crescente interesse do público impulsionou o perfil “Roteiros por Sergipe” no Instagram a alcançar mais de 1500 seguidores. Essa audiência ativa, que acompanha e interage com os reels e stories, tem sido fundamental para consolidar o perfil como uma referência na comunicação do jornalismo de turismo. “O Roteiros por Sergipe” singulariza-se entre os perfis de jornalismo de turismo analisados pela sua combinação única de linha editorial definida, curadoria estratégica de lugares e eventos, e criatividade na produção de conteúdo. Essa sinergia resulta em um perfil do Instagram com plena consciência dos segmentos que explora e de como o storytelling é aplicado estrategicamente em cada reel e story para engajar o público. Os reels incorporam dinâmicas atuais do Instagram, e os stories são planejados para maximizar o potencial de atração da audiência. O projeto abrangeu os municípios de Aracaju, Barra dos Coqueiros, São Cristóvão, Nossa Senhora do Socorro, Laranjeiras, Pirambu e Itaporanga d’Ajuda.

## 7.2 Descrição do processo

A descrição do processo de produção abrange a aplicação da prática jornalística na criação do conteúdo entre 28 de novembro de 2024 até 06 de março de 2025. Será detalhado como ocorreu a utilização dos recursos e ferramentas oferecidos pelo Instagram para a narrativa multimídia e a reflexão sobre os desafios encontrados durante a produção dos 30 reels, incluindo as estratégias adotadas para superá-los. A análise individual dos resultados obtidos com os reels produzidos envolveu a produção de quatro gráficos, relacionados aos dados de visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos. A última atualização dos dados obtidos sobre os reels produzidos ocorreu em 01 de abril de 2025, às 07:20 da manhã.

Episódio 1: A cobertura do IronMan 70.3 Aracaju para o “Roteiros por Sergipe” teve como foco a relevância jornalística do evento, seu alcance internacional e o impacto no turismo local, com a presença de atletas e familiares de doze países. Devido ao percurso da competição, que incluiu 90 quilômetros de ciclismo, 21,1 quilômetros de corrida e natação, várias ruas da capital foram interditadas, afetando o público que precisou se adaptar às mudanças no percurso. A produção de conteúdo para o “Roteiros por Sergipe” incluiu a

observação de outras possibilidades e a captura de cenas curtas na Orla da Atalaia. Sem acesso à área de imprensa, por se tratar de um trabalho de conclusão de curso de Jornalismo, a competição foi acompanhada junto ao público em geral.

O primeiro episódio para o reels envolveu narração, gravação de vídeo, produção fotográfica e edição dinâmica, seguindo o modelo de linguagem do Instagram. Os stories do Roteiros por Sergipe oferecem detalhes sobre o evento, com os melhores momentos dos atletas e a interação do público. A produção de conteúdo, iniciada às 8h30, foi concluída às 15h20, com o término do evento. Resultados obtidos: Foram 2.161 visualizações, em que 59% são seguidores e 41% não são seguidores. O Reel obteve 146 curtidas, 20 comentários e 18 compartilhamentos.

**Episódio 2 e 3:** O Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica 2024 reuniu mais de 300 jovens atletas de 9 a 15 anos, representando 8 países, no Ginásio Constâncio Vieira, em Aracaju. Foi elaborado um roteiro para a gravação do Reel, priorizando a relevância jornalística e o tom informativo, incluindo datas, local e vídeos do evento. A chegada ao evento, ocorrida às 18h do dia 6 de dezembro, coincidiu com o horário de pico, dificultando a produção. Os vídeos foram finalizados às 21h. A ausência de credenciamento para a realização de entrevistas com as atletas representou um desafio. Os destaques dos stories receberam vídeos mais longos e detalhados sobre as apresentações dos representantes de cada país.

No dia 8 de dezembro, das 18h às 21h, foi produzido um novo reel com o objetivo de captar a opinião dos torcedores dos 8 países sobre a experiência de conhecer Aracaju. Os entrevistados, escolhidos entre a plateia, falaram em espanhol e suas respostas foram utilizadas para criar um vídeo dinâmico. As respostas mais longas sobre a experiência em Aracaju foram publicadas nos destaques dos stories do Instagram. Também foram gravados vídeos de diversas apresentações de ginástica. Apesar dos desafios, foram produzidos conteúdos de qualidade, utilizando diferentes formatos para que o público conheça o evento e a experiência dos participantes. A cobertura do Campeonato Sul-Americano de Ginástica Rítmica 2024 contribuiu para a promoção do esporte e do turismo em Aracaju.

Resultados obtidos com o 1º Reel sobre o evento: Foram 2.032 visualizações, em que 55,3% são seguidores e 44,7% não são seguidores. Foram 131 curtidas, 20 comentários e 3

compartilhamentos. Resultados obtidos com o 2º Reel sobre o evento: Foram 2.334 visualizações, em que 52,8% são seguidores e 47,2% não são seguidores. Foram 103 curtidas, 11 comentários e 5 compartilhamentos.

Episódio 4: A cobertura da Bienal Brasileira de Design, realizada pela primeira vez no Nordeste e em Aracaju, foi realizada por meio de um vídeo para o reels e de stories no Instagram. O vídeo, com duração de 1 minuto e 29 segundos, apresentou um resumo da Bienal, destacando sua importância como evento inédito na cidade e de abrangência nacional. Os stories, por sua vez, aprofundaram a experiência do público, mostrando detalhes das atividades, quadros, exposições, palestras e itens onde o design foi aplicado. A produção da cobertura da Bienal enfrentou dois desafios principais: a alta demanda por carros de aplicativo em um domingo dificultou o transporte, tanto na ida quanto na volta para o evento. O grande público presente no evento exigiu paciência e jogo de cintura para realizar as filmagens. Foi necessário aguardar momentos de menor movimento para garantir a qualidade das imagens e a fluidez dos takes.

Apesar dos desafios, a cobertura da Bienal Brasileira de Design foi um sucesso. O vídeo para o reels alcançou 2.175 visualizações, 132 curtidas, 26 comentários e 5 compartilhamentos, apresentando um panorama do evento e despertando o interesse do público. Os stories, por sua vez, permitiram que o público explorasse a Bienal em detalhes, conhecendo as diversas atividades e exposições. A Bienal Brasileira de Design atraiu visitantes de diversas partes do país, contribuindo para o desenvolvimento do turismo em Sergipe. O evento celebrou a cultura sergipana e brasileira, utilizando o design como ferramenta de transformação social e econômica. A cobertura da Bienal Brasileira de Design em Aracaju foi um marco importante para o “Roteiros por Sergipe”. Apesar dos desafios, foi produzido um material de alta qualidade, que valorizou a importância da Bienal para a cidade e para o país.

Episódio 5: Com o objetivo de promover a Orla da Atalaia como um destino turístico atrativo e instagramável, foi produzido um vídeo para o reels do Instagram, explorando os principais pontos de interesse e oferecendo sugestões de passeios aos visitantes. A proposta do conteúdo foi apresentar a Orla da Atalaia de forma leve, divertida e alinhada com as tendências da plataforma. O vídeo teve como destaque a frase "Eu Amo Aracaju", um ponto de parada obrigatório para fotos, e a decoração natalina, que embelezava a Orla no dia da gravação (14 de dezembro de 2024). A Praia do Havaizinho, conhecida por atrair surfistas e banhistas,

também recebeu atenção especial, assim como a descoberta de uma escola de futebol parceira do Paris Saint Germain, localizada na Orla.

Para finalizar, o reel incentivou o público a explorar os lagos da Orla da Atalaia de patinete, uma forma divertida e original de conhecer o local. O vídeo para o reels alcançou 4.304 visualizações, 248 curtidas, 24 comentários e 21 compartilhamentos, demonstrando o engajamento do público com o conteúdo. A produção do vídeo apresentou dois desafios principais: A dificuldade de encontrar carros de aplicativo no horário de encerramento das gravações (após as 21h) exigiu planejamento e paciência. A grande extensão da Orla de Atalaia demandou tempo e organização para percorrer os pontos de interesse e realizar as filmagens. A produção do vídeo para o reels do Instagram atingiu seus objetivos, promovendo a Orla de Atalaia como um destino turístico instagramável. Apesar dos desafios enfrentados, o resultado final foi positivo, com um bom engajamento do público e um conteúdo alinhado com as tendências da plataforma.

Episódio 6: A Vila do Natal Iluminado, evento natalino de destaque na cidade de Aracaju, realizado na Orla da Atalaia, resultou na produção de um reel e uma sequência de stories para a plataforma Instagram. O conteúdo possui o objetivo de apresentar o evento ao público, destacando suas atrações e relevância turística. O reel, gravado em 13 de dezembro de 2024 e publicado no dia seguinte, teve como foco apresentar um panorama completo da Vila do Natal Iluminado, com ênfase em suas principais atrações, como patinação no gelo, montanha russa, roda gigante e teatro. O vídeo buscou transmitir a experiência do evento para o público, com informações sobre datas e horários de funcionamento, como um guia prático para os visitantes.

O reel alcançou um total de 5.100 visualizações, 245 curtidas, 47 comentários e 71 compartilhamentos, configurando-se como o reel mais visto do perfil "Roteiros por Sergipe". Os stories publicados no Instagram complementaram o conteúdo do reels, com foco em aspectos visuais e estéticos do evento, proporcionando uma experiência mais imersiva para o público. A produção do material audiovisual enfrentou desafios, como a grande aglomeração de pessoas no local, o que dificultou as gravações. Além disso, o encerramento do evento às 23 horas, aliado à dificuldade de encontrar transporte de volta para casa, exigiu flexibilidade para contornar a situação, sendo necessário o uso de um táxi. A produção de conteúdo audiovisual sobre a Vila do Natal Iluminado, apesar dos desafios enfrentados, alcançou

resultados positivos, com destaque para o engajamento do público no reels. Os materiais produzidos contribuíram para a divulgação do evento, evidenciando sua relevância turística e cultural para a cidade de Aracaju.

Episódio 7: No perfil do Instagram "Roteiros Por Sergipe", foi produzido um reel no dia 20 de dezembro de 2024 sobre a Orla Pôr do Sol, localizada no Mosqueiro, em Aracaju. O vídeo apresenta o local como um destino ideal para lazer com amigos, família ou individualmente, com foco na contemplação do pôr do sol e nas diversas atividades disponíveis. O principal objetivo do reel é mostrar a Orla Pôr do Sol como um destino completo para o verão, oferecendo uma experiência diversificada aos visitantes. Através de imagens e informações relevantes, o vídeo buscava destacar a beleza do local, as opções de lazer (como o passeio de catamarã), a gastronomia (restaurantes e lanchonetes) e a infraestrutura disponível (ciclovias e áreas de lazer).

O reel apresentou a Orla Pôr do Sol como um destino imperdível, com dicas sobre o que levar e o que fazer no local. Além disso, o vídeo destacou a beleza do pôr do sol e a atmosfera acolhedora da Orla. Os stories complementares, compostos por fotos e vídeos curtos, aprofundaram a experiência visual dos seguidores, mostrando detalhes do local e suas atrações. O reel alcançou um total de 3.515 visualizações, com um alcance de 63,9% de não seguidores do perfil "Roteiros Por Sergipe" e 36,1% de seguidores, o que indica um bom potencial de expansão do público. O vídeo obteve 155 curtidas, 25 comentários e 14 compartilhamentos.

Os resultados do reel sobre a Orla Pôr do Sol demonstram o potencial do vídeo para atrair novos seguidores e engajar o público existente. A combinação de imagens de qualidade, informações relevantes e dicas úteis contribuiu para o sucesso do reel. A análise do desempenho do vídeo permite identificar oportunidades de melhoria e otimizar futuras produções, visando alcançar um público ainda maior e fortalecer a presença do perfil "Roteiros Por Sergipe" no Instagram.

A produção do reel sobre a Orla Pôr do Sol apresentou desafios significativos, principalmente devido à instabilidade climática. A ocorrência de chuvas e a escassez de momentos de sol dificultaram a criação de um vídeo que retratasse o local como um destino ideal para o verão. As filmagens precisaram ser realizadas em breves períodos de sol, exigindo adaptação

constante e planejamento estratégico para capturar as melhores imagens.

Além das condições climáticas adversas, o deslocamento para a Orla Pôr do Sol também se mostrou um obstáculo. A utilização de carros de aplicativo, inicialmente considerada a opção mais viável, apresentou-se como um problema devido à demora na aceitação das corridas. Esse contratempo gerou atrasos e impactou a otimização do tempo de produção. Apesar dos desafios enfrentados, as dificuldades foram contornadas para realizar as filmagens necessárias para o reel. A perseverança, a criatividade e a capacidade de adaptação foram cruciais para superar os obstáculos e entregar um conteúdo de qualidade, que transmitisse a beleza da Orla Pôr do Sol e seu potencial como destino turístico.

Episódio 8: A produção de conteúdo audiovisual para o Instagram é fundamental para a divulgação de eventos e atrativos turísticos. O Natal Iluminado da Praia Formosa, por ser um evento inédito na região, demandava uma cobertura especial para atrair o público e gerar engajamento. A estratégia de produção consistiu em um reel de apresentação do Calçadão da Praia Formosa como um dos destaques do Natal Iluminado, explorando sua localização estratégica e potencial atrativo para moradores e turistas. O vídeo buscou apresentar o local de forma dinâmica e convidativa, utilizando recursos visuais que destacassem a beleza da decoração natalina.

Os stories servem como complementação do conteúdo apresentado no reel, com foco em dicas de locais instagramáveis, informações sobre eventos, como o coral natalino e interação com o público. Os stories buscaram criar uma experiência imersiva para o usuário, incentivando-o a visitar a Praia Formosa. A produção de conteúdo para o Natal Iluminado da Praia Formosa apresentou alguns desafios, como a iluminação excessiva. As luzes natalinas, apesar de belas, dificultaram o trabalho da câmera do telefone, que apresentava dificuldades para focalizar outros elementos além da iluminação. O grande número de pessoas presentes no local, que desejavam fazer seus próprios registros, atrapalhou a produção de imagens e vídeos. A dificuldade em encontrar transporte para retornar após a produção também representou um obstáculo.

Apesar dos desafios, a produção do reel e stories sobre o Natal Iluminado da Praia Formosa alcançou resultados positivos, com o total de 2.943 visualizações, 106 curtidas, 22 comentários e 9 compartilhamentos, gerando engajamento do público no Instagram. Do total,

50,2% são seguidores e 49,8% não são seguidores. O conteúdo produzido contribui para a divulgação do evento e para o aumento do fluxo de visitantes no local. A produção de conteúdo audiovisual para o Natal Iluminado da Praia Formosa foi um sucesso, apesar dos desafios enfrentados. A estratégia de produção, que combinou um reel e stories, mostrou-se eficaz para atrair o público e gerar engajamento no Instagram. Os resultados obtidos evidenciam a importância da produção de conteúdo para a divulgação de eventos e atrativos turísticos.

Episódio 9: Foi realizada no dia 22 de dezembro de 2024 a produção de conteúdo audiovisual realizada no Parque Governador Augusto Franco, conhecido como Parque da Sementeira, durante o evento Natal Iluminado. A produção consistiu em um reel para o Instagram, stories e um vídeo de análise final, buscando promover o evento e engajar o público. O objetivo do reel é apresentar um panorama completo do cenário natalino do Parque da Sementeira, destacando seus principais atrativos, como o túnel de luzes de 140 metros, o castelo com neve artificial e as três grandes árvores de Natal. O reels teve como foco a visualidade da decoração, utilizando um texto de abertura chamativo e inspirador, incentivando o público a visitar o parque e registrar fotos natalinas. A estratégia principal foi a exploração da beleza e grandiosidade da decoração natalina, com ênfase nos elementos mais instagramáveis.

Para os stories, o objetivo foi criar uma imersão no ambiente natalino do parque, despertando o interesse do público em vivenciar a experiência. A apresentação de diversos ângulos e detalhes da decoração, foi utilizada como estratégia para transmitir a magia do Natal Iluminado. Também foi criado um layout de quatro fotos para ilustrar a variedade de opções para fotos no evento. Para finalizar os stories, foi criado um vídeo de análise final, com o objetivo de apresentar uma análise crítica do espaço, destacando a inovação e a criatividade do projeto Natal Iluminado. Além disso, a estratégia de discurso abordou detalhadamente os pontos positivos e singulares da decoração, com o objetivo de valorizar o evento.

O encerramento do evento às 22h, em um horário de alta demanda por carros de aplicativo devido ao Natal Iluminado, dificultou o transporte de retorno para minha residência. A grande quantidade de pessoas no local gerou ruídos que prejudicaram a captação de áudio, dificultando a gravação de entrevistas e a obtenção de depoimentos.

A produção de conteúdo audiovisual no Parque da Sementeira durante o Natal Iluminado

atingiu seus objetivos de promover o evento e engajar o público. Foram 3143 visualizações, 156 curtidas, 21 comentários e 4 compartilhamentos. Dentre as visualizações, 68,7% das visualizações são de usuários do Instagram que não são seguidores e 31,3% são seguidores do Roteiros por Sergipe. Apesar dos desafios enfrentados, o material produzido destacou a beleza e a grandiosidade da decoração natalina, incentivando a visitação ao parque e o registro de momentos especiais.

Episódio 10: No dia 27 de dezembro de 2024, foi produzido um reel para divulgação de shows de Réveillon gratuitos em Sergipe. O reel possui a finalidade de apresentar os shows que ocorrerão em quatro municípios sergipanos (Aracaju, Pirambu, Estância e Itaporanga) na virada do ano, com o intuito de informar o público e prepará-lo para as festividades. Para isso, foram utilizadas três estratégias principais. A primeira foi produzir um reel com informações sobre os locais e atrações musicais dos shows. A segunda é a utilização da técnica de memorização de texto, comum em produções audiovisuais com grande volume de informações. A terceira estratégia é o cenário com iluminação frontal e luzes verdes ao fundo, buscando um visual atrativo e adequado ao tema.

Os resultados consistem em 3595 visualizações, 126 curtidas, 12 comentários e 28 compartilhamentos. 70,2% das visualizações são provenientes de não seguidores do perfil Roteiros por Sergipe. Já 29,8% das visualizações são provenientes de seguidores do perfil Roteiros por Sergipe. O reel atingiu um número expressivo de visualizações, demonstrando o interesse do público pelas informações sobre os shows de Réveillon. A técnica de memorização de texto e a escolha do cenário contribuíram para a qualidade do vídeo e a clareza das informações. A predominância de visualizações de não seguidores indica o potencial do reels para alcançar um público mais amplo e promover o perfil Roteiros por Sergipe. Não houve dificuldades relacionadas ao deslocamento ou à gravação, o que facilitou a produção do material.

Episódio 11: O aguardado retorno do Projeto Cidade Seresta, após 21 anos de ausência, marcou o principal destaque jornalístico para a produção de um reel sobre o evento, realizado no dia 03 de janeiro de 2025. A Praça São Francisco, em São Cristóvão, recebeu um público caloroso para prestigiar os shows dos renomados cantores Zézo Potiguar, Leonne o Nobre e da Banda Natura.

Com o objetivo de capturar a atmosfera vibrante do evento, o reel foi produzido com foco em elementos-chave como a expressiva presença do público, a estrutura imponente do palco e a beleza singular da Praça São Francisco. A narrativa do vídeo foi cuidadosamente elaborada, com uma abertura que contextualiza o retorno do evento e a importância para a comunidade. Para ampliar o alcance da cobertura, foram criados stories com um layout de quatro fotos que retratam momentos marcantes do evento, além de vídeos curtos que transmitiram a alegria contagiosa do público durante os shows.

O reels alcançou um desempenho notável, com 3.573 visualizações, 112 curtidas, 17 comentários e 54 compartilhamentos. A análise das visualizações revela um dado interessante: 68,7% do público que interagiu com o conteúdo não segue o perfil Roteiros por Sergipe, o que demonstra o potencial de alcance do reels para além dos seguidores da página. Já 31,3% são seguidores do “Roteiros por Sergipe”.

A produção do material para o reel e stories não transcorreu sem desafios. O principal deles foi o deslocamento para São Cristóvão, que exigiu paciência e persistência na busca por um meio de transporte. Apesar dos desafios, o retorno do Projeto Cidade Seresta foi um sucesso de público e de repercussão no Instagram, com o reel e os stories cumprindo o objetivo de divulgar o evento e engajar o público. O material produzido celebra a cultura sergipana e o resgate de um evento tradicional que marcou época.

**Episódio 12:** Em 5 de janeiro de 2025, o “Roteiros por Sergipe” marcou presença na tradicional Festa de Santos Reis, em Laranjeiras, com o objetivo de capturar a essência da celebração e compartilhar a riqueza cultural da festividade com o público do Instagram. Através de um reel dinâmico e de stories imersivos, foi evidenciada a beleza da arquitetura colonial da cidade, a fé do povo, a alegria contagiosa dos grupos culturais e a importância da Festa de Santos Reis para a preservação da identidade cultural de Laranjeiras.

O reel, produzido com o objetivo de oferecer um panorama geral da festa, reuniu os melhores momentos da celebração, como a missa, as apresentações dos grupos culturais e a beleza da igreja de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito, onde a festa se realiza. A edição do vídeo buscou valorizar as cores vibrantes das roupas e adereços utilizados pelos participantes, elementos de grande significado para a população local. Para os stories, foi preparado um layout especial com quatro fotos que capturaram a atmosfera da festa. Em seguida, foram

publicados vídeos mais longos das apresentações culturais, com áudio ambiente, proporcionando ao público do Roteiros por Sergipe uma experiência mais completa e imersiva da Festa de Santos Reis.

A produção de conteúdo para o reel e stories da Festa de Santos Reis em Laranjeiras apresentou desafios. O primeiro deles foi a dificuldade de encontrar transporte via aplicativo de Nossa Senhora do Socorro para Laranjeiras, que foi contornado com o uso de táxi. O segundo desafio foi a grande quantidade de pessoas presentes no local, incluindo outros fotógrafos, que dificultaram a movimentação da equipe e a fluidez das filmagens. Apesar dos desafios, o reel da Festa de Santos Reis em Laranjeiras alcançou um resultado expressivo no Instagram, com 2017 visualizações, 87 curtidas, 9 comentários e 7 compartilhamentos. As visualizações foram provenientes de diferentes públicos, com 59,5% de usuários que não seguem o Roteiros por Sergipe e 40,5% de seguidores do perfil.

A cobertura da Festa de Santos Reis em Laranjeiras através do reel e stories do Roteiros por Sergipe representou um importante passo na divulgação da cultura e tradições sergipanas. Os materiais audiovisuais produzidos capturaram a beleza e a emoção da festa, transmitindo aos seguidores do Instagram a importância da celebração para a comunidade local e para a preservação da identidade cultural de Laranjeiras.

Episódio 13: Para informar sobre o início do Encontro Cultural de Laranjeiras e informar sobre a programação completa do evento, foram utilizadas abordagens diferentes no Instagram. Foi produzido e publicado no dia 7 de janeiro um reel dinâmico com uma chamada para ação, convidando o público a acompanhar a programação completa nos stories e destaque. Em seguida, o reel continua com momentos culturais de Laranjeiras, destacando o início do Encontro Cultural e sua duração até 12 de janeiro. A publicação foi feita pelo meu perfil do Instagram (@kevensanttos19), em colaboração com o perfil @roteirosportsergipe, visando ampliar o alcance da publicação.

Para os stories, foram produzidos cartazes informativos com a programação completa do Encontro Cultural, incluindo exposições, simpósios, conferências, mesas redondas, cortejos folclóricos e shows de artistas locais e nacionais. O design contou com predominância das cores verde, dourado e preto, buscando construir uma identidade visual própria com o evento. Os destaque serviram para facilitar o acesso à informação com a programação completa. A

colaboração com o perfil [@roteirosporsergipe](#) permitiu alcançar um público maior e diversificado, potencializando o alcance da publicação.

O reel com vídeos curtos e dinâmicos capturou a atenção do público e transmitiu a energia do evento. Os stories e destaques com a programação completa ofereceram ao público todas as informações necessárias para participar do Encontro Cultural. O uso de cores predominantes nos cartazes dos stories criou uma identidade visual para a divulgação do evento. Os resultados foram o total de 2030 visualizações, 87 curtidas, 4 comentários e 12 compartilhamentos. Quanto ao alcance, 56,3% das visualizações são seguidores do perfil [@kevensanttos19](#) e 43,7% de usuários são de não seguidores, demonstrando o potencial da publicação para alcançar novos públicos.

A estratégia de informar sobre o Encontro Cultural de Laranjeiras no Instagram foi eficaz, alcançando um número significativo de pessoas sobre a programação completa do evento nos destaques dos stories. A postagem do reel no perfil [@kevensanttos19](#) em colaboração com o perfil [@roteirosporsergipe](#) foi fundamental para ampliar o alcance da publicação e atingir novos públicos. O uso de conteúdo dinâmico e informativo, aliado a uma identidade visual consistente, contribuiu para o sucesso da divulgação. Houve interação com os comentários e mensagens do público, curtindo e respondendo aos comentários. Também foram analisados os dados de alcance e engajamento das publicações para identificar oportunidades de melhoria e otimizar futuras iniciativas. O reel foi gravado no mesmo dia dos episódios 12 e 14, portanto as dificuldades enfrentadas foram as mesmas relacionadas ao transporte.

Episódio 14: Um reel foi criado para divulgar a programação completa de shows do Encontro Cultural de Laranjeiras. O vídeo utilizou uma técnica de memorização de texto, apresentando a sequência de shows de cada noite em um cenário atraente com vista da cidade de Laranjeiras. A produção foi realizada em formato vertical (retrato), com desfoque de fundo para destacar a informação. O reel obteve um total de 2.061 visualizações, 59 curtidas, 6 comentários e 8 compartilhamentos. Destaca-se que 48,4% das visualizações foram provenientes de usuários do Instagram que não seguem o perfil "Roteiros por Sergipe" e 51,6% são seguidores.

O reel alcançou um bom número de visualizações, demonstrando interesse do público na programação do evento. A alta porcentagem de visualizações de não seguidores indica que o

conteúdo teve um bom alcance orgânico, atraindo novos públicos para o perfil "Roteiros por Sergipe". O uso de uma técnica de memorização de texto, e o uso de um cenário atrativo, pode ter contribuído para o engajamento do público. Para os próximos reels, é importante continuar explorando formatos de vídeo dinâmicos e informativos sobre eventos e atrações turísticas.

Episódio 15: O vídeo do reels publicado em 9 de janeiro, promovendo o jogo entre Flamengo e Boa Vista pelo Campeonato Carioca em Aracaju, alcançou resultados significativos, demonstrando o potencial do conteúdo em vídeo curto para engajar o público e gerar interesse em eventos locais. O objetivo principal do reel era informar o público sobre a estreia da primeira rodada do Campeonato Carioca em Aracaju, agendada para 12 de janeiro, e estimular a participação e o apoio dos torcedores de ambos os times.

O reel obteve um total de 4.867 visualizações, 182 curtidas, 26 comentários e 56 compartilhamentos. Destaca-se que 30,8% das visualizações são de seguidores e 69,2% das visualizações foram provenientes de usuários do Instagram que não seguem o perfil "Roteiros por Sergipe", indicando um alcance significativo para além da base de seguidores existente. Este é o segundo reel com maior número de visualizações do perfil, evidenciando seu sucesso e impacto.

A produção do reel enfrentou desafios climáticos, com a gravação inicial em 8 de janeiro sendo prejudicada pela chuva no Estádio Lourival Baptista. A solução encontrada foi reagendar a gravação para o final da tarde do dia 9, aproveitando o pôr do sol e criando uma conexão visual com o horário da partida (16h). O sucesso do reel pode ser atribuído a diversos fatores, principalmente pelo conteúdo informativo e relevante. O vídeo forneceu informações essenciais sobre o jogo, despertando o interesse dos torcedores.

O reel, com seu formato curto e dinâmico, capturou a atenção do público de forma eficaz. A gravação durante o pôr do sol contribuiu para um visual atraente e memorável. A alta porcentagem de visualizações de não seguidores demonstra o potencial do reels para alcançar novos públicos e expandir o alcance do perfil. O reel sobre o jogo Flamengo x Boa Vista demonstrou ser uma ferramenta eficaz para informar sobre eventos locais e engajar o público no Instagram. O alto número de visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos, aliado ao alcance significativo para além da base de seguidores, evidenciam o sucesso da

estratégia.

Episódio 16: A cobertura em tempo real do jogo entre Flamengo e Boa Vista em Aracaju foi iniciada com a publicação de um reel que registrou o primeiro gol do Flamengo. Essa ação estratégica visou engajar o público e proporcionar uma experiência imediata do evento. O objetivo principal do reel era capturar e compartilhar um momento crucial do jogo, o primeiro gol do Flamengo, em tempo real, para aumentar o engajamento e a relevância do conteúdo. O reel alcançou 2.007 visualizações, 83 curtidas, 5 comentários e 3 compartilhamentos. Destaca-se que 28% das visualizações são de seguidores e 72% das visualizações foram provenientes de usuários do Instagram que não seguem o perfil "Roteiros por Sergipe", indicando um alcance significativo para além da base de seguidores existente.

O desempenho do reel foi impulsionado pela publicação em tempo real de um momento crucial do jogo, o que aumentou a relevância e o interesse, resultando em um amplo alcance para além dos seguidores do perfil. O reel que registrou o primeiro gol do Flamengo demonstrou ser uma ferramenta eficaz para engajar o público em tempo real e aumentar a relevância do conteúdo. O alto número de visualizações, aliado ao alcance significativo para além da base de seguidores, evidenciam a realização de uma estratégia de sucesso.

Episódio 17: A cobertura do jogo entre Flamengo e Boa Vista em Aracaju seguiu com a publicação de um reel e uma série de stories que detalharam o placar final e as reações dos torcedores. A partida, válida pela primeira rodada do Campeonato Carioca, terminou com a vitória do Boa Vista por 2 a 1.

O reel que anunciou o resultado e convidou o público a compartilhar suas opiniões sobre o jogo, alcançou 2.053 visualizações, 69 curtidas, 3 comentários e 3 compartilhamentos. Destaca-se que 28,2% das visualizações são de seguidores e 71,8% das visualizações foram provenientes de usuários do Instagram que não seguem o perfil "Roteiros por Sergipe", indicando um alcance significativo para além da base de seguidores existente.

Os stories, com publicações em tempo real, ofereceram uma cobertura abrangente do jogo, desde atualizações do placar e questionamentos sobre as surpresas do segundo tempo até a análise do primeiro tempo por um torcedor do Flamengo, o registro dos gols de ambos os times, o destaque de momentos cruciais e reviravoltas na reta final, culminando com análises

pós-jogo de torcedores flamenguistas. Essa dinâmica, aliada à abrangência temporal da cobertura proporcionada pela combinação de reels e stories do início ao fim do evento, à relevância e engajamento gerados pelo conteúdo em tempo real, à interação estimulada pelo reel, convidando opiniões e pelas análises de torcedores nos stories, e ao potencial de alcançar novos públicos, evidenciado pela alta porcentagem de visualizações de não seguidores, demonstra a eficácia da estratégia para analisar o jogo e seus momentos cruciais.

O principal desafio nessa etapa, foi a ausência de torcedores do Boa Vista dispostos a compartilhar suas opiniões, que limitou a diversidade de perspectivas na cobertura. A cobertura do jogo Flamengo x Boa Vista demonstrou a eficácia do reel e dos stories para engajar o público e fornecer informações relevantes sobre eventos esportivos. O alto número de visualizações, aliado ao alcance significativo para além da base de seguidores, evidenciam o sucesso da estratégia.

Episódio 18: Para consolidar a cobertura da partida entre Flamengo e Boa Vista, foi produzido um reel que destacou os momentos mais importantes do jogo, incluindo jogadas decisivas e o engajamento da torcida do Flamengo. A legenda do reel apresentou uma análise final da partida, enfatizando a disputa acirrada entre os times.

O reel alcançou 2.495 visualizações, 92 curtidas, 8 comentários e 8 compartilhamentos. Destaca-se que 29,2% das visualizações são de seguidores e 70,8% das visualizações foram provenientes de usuários do Instagram que não seguem o perfil "Roteiros por Sergipe", indicando um alcance significativo para além da base de seguidores existente. O reel apresentou jogadas decisivas do jogo, o engajamento da torcida do Flamengo, apesar do resultado negativo e a legenda do reel forneceu uma análise final da partida, destacando a intensidade da disputa.

A cobertura completa do jogo, incluindo os três reels publicados, enfrentou desafios relacionados à falta de acesso à área de imprensa e ao local de trabalho dos jornalistas. A ausência de credenciamento jornalístico, devido à natureza experimental do projeto "Roteiros por Sergipe", limitou o acesso a recursos e informações. A baixa presença de torcedores do Boa Vista, dificultou a coleta de diversas opiniões. O transporte via aplicativos de carro não apresentou problemas.

O desempenho do reel, impulsionado pela produção de conteúdo dinâmico e envolvente que capturou a atenção do público através da seleção dos melhores momentos do jogo e da apresentação da torcida engajada, foi ainda reforçado pela legenda que ofereceu uma perspectiva valiosa sobre o evento, resultando em um alcance significativo para além dos seguidores do perfil. O reel que reuniu os melhores momentos do jogo Flamengo x Boa Vista demonstrou ser uma ferramenta eficaz para engajar o público e fornecer uma análise final da partida. O alto número de visualizações, aliado ao alcance significativo para além da base de seguidores, evidenciam o sucesso da estratégia.

Episódio 19: Foi produzido um reel para o Instagram com o objetivo de capturar as impressões do público sobre o Verão Sergipe em Pirambu. O vídeo consistiu em entrevistas com participantes do evento, abrangendo diversas perspectivas: um turista de São Paulo, destacou a experiência de conhecer Pirambu e participar de jogos de beach soccer. Já o grupo de jogadoras de vôlei compartilharam suas experiências positivas no evento. Outros dois entrevistados expressaram entusiasmo com os shows musicais. Para finalizar, houveram comentários gerais sobre o evento com outros entrevistados.

O reel foi gravado em formato vertical, otimizado para visualização em dispositivos móveis, com foco em cada entrevistado e na cena de abertura. O vídeo alcançou 2.928 visualizações, 107 curtidas, 13 comentários e 24 compartilhamentos no Instagram. 55,6% das visualizações foram de usuários não seguidores do perfil "Roteiros por Sergipe". 44,4% das visualizações foram de seguidores do perfil. O alto engajamento do público não seguidor demonstra o potencial de alcance do evento e do conteúdo produzido.

Houve dificuldades com o transporte para Pirambu. O transporte inicial por carro de aplicativo não foi possível, resultando em um atraso de 2 horas até a contratação de um frete. Durante a gravação em Pirambu, fui picado por uma formiga, resultando em uma lesão com flictena (bolha) no pé direito. A lesão exigiu atendimento médico de emergência em duas ocasiões. Apesar dos imprevistos, a cobertura foi realizada com sucesso, capturando a atmosfera positiva do evento.

Episódio 20: Foi produzido um reel dinâmico para o Instagram, destacando os melhores momentos das modalidades esportivas presentes no Verão Sergipe em Pirambu: vôlei de praia, beach soccer e mesabol. O vídeo foi estruturado para apresentar uma visão geral das

modalidades nos primeiros segundos, seguida por uma seleção dos lances mais emocionantes de cada esporte. O reel alcançou 2.023 visualizações, 55 curtidas, 7 comentários e 14 compartilhamentos. 49,9% das visualizações foram de usuários não seguidores do perfil "Roteiros por Sergipe". 50,1% das visualizações foram de seguidores do perfil.

Para os stories do Instagram, foram criados diversos conteúdos: Um layout com 4 fotos de atletas em ação e publicações de momentos decisivos dos jogos de beach soccer e vôlei de praia. Também foi produzido um vídeo com trechos breves do evento, uma sequência de fotos da plateia e dos atletas participantes e um vídeo curto com imagens dos coqueiros, finalizando com a mensagem "valeu Pirambu".

O reel conseguiu capturar a energia e o entusiasmo dos atletas e da torcida, transmitindo a atmosfera vibrante do evento. A distribuição das visualizações, com uma parcela significativa de não seguidores, indica o potencial do conteúdo para alcançar um público mais amplo. Os stories complementaram o reel, mostrando outros ângulos do evento, e aumentando o engajamento com o público. A variedade de conteúdos produzidos com reels, stories e fotos contribuiu para uma cobertura completa do evento. A utilização de imagens de alta qualidade e edição dinâmica valorizou os momentos esportivos.

Episódio 21: Foi produzido conteúdo dinâmico e envolvente para o Instagram do Roteiros por Sergipe, destacando a diversidade do evento Verão Sergipe na Barra dos Coqueiros, incluindo competições esportivas e shows musicais. Ocorreu a criação de um reel centralizado, capturando a atmosfera vibrante do evento. O vídeo de abertura do reel traz um texto envolvente sobre a experiência do final de semana na Barra dos Coqueiros com o Verão Sergipe. Em seguida, o reel traz segmentos dinâmicos de competições de vôlei masculino, mesabol e vôlei feminino.

Os stories foram compostos de entrevistas com atletas, explorando suas impressões sobre o primeiro dia de competições e a beleza da Barra dos Coqueiros. Além disso, foi feita a cobertura da reação positiva do público aos shows, com entrevistas sobre os shows favoritos e diferentes perspectivas sobre a festa. Também foram exibidos os momentos principais das competições esportivas, o registro da cerimônia de premiação do vôlei feminino e a publicação de fotos dos atletas medalhistas e dos entrevistados. O reel alcançou 2.276 visualizações, 57 curtidas, 10 comentários e 7 compartilhamentos. A distribuição das

visualizações foi de 40,7% de não seguidores e 59,3% de seguidores do Roteiros por Sergipe. A cobertura abrangente, incluindo esportes e shows, enriqueceu significativamente o conteúdo.

Houve dificuldade em cobrir os dois dias do evento de forma abrangente, buscando diferentes ângulos das atividades esportivas e entrevistas sobre os shows musicais. Houve uma demora significativa no serviço de transporte por aplicativo no retorno do primeiro dia, devido ao fechamento dos acessos próximos à arena após as 16h, causando transtornos. Apesar dos desafios com o transporte, o conteúdo gerado trouxe um bom resultado.

Episódio 22: O “Roteiros por Sergipe” produziu um reel sobre o Central Garden, um espaço inaugurado em abril de 2024, com o objetivo de apresentar essa nova atração ao público e consolidá-la como um destino de lazer em Sergipe. A estratégia central foi explorar o conceito de "novidade duradoura", demonstrando que, mesmo após alguns meses da inauguração, o Central Garden ainda possui grande potencial para atrair visitantes e se tornar um ponto de referência na região. O vídeo destacou os principais atrativos do Central Garden, com foco na sua proposta de integração entre natureza e arquitetura em um espaço de 230 metros quadrados. O processo de produção do reel dedicado ao Central Garden envolveu a seleção e o desenvolvimento de elementos chave para apresentar o espaço de forma informativa e engajadora. A narrativa visual e textual estruturou-se inicialmente com informações práticas sobre como chegar ao Central Garden, detalhando o acesso e a localização. Em seguida, apresentou as comodidades disponíveis aos visitantes, visando fornecer um panorama completo da infraestrutura do local.

O conteúdo destacou a diversidade de opções de lazer e as oportunidades para a prática de atividades físicas oferecidas pelo Central Garden. Essa abordagem buscou atrair diferentes perfis de público, evidenciando a versatilidade do espaço. O conceito de arquitetura biofilica, presente no design do Central Garden, foi explicado de forma acessível. O reel detalhou como esse conceito influencia a criação do espaço, enfatizando a integração de elementos naturais e seus benefícios para a conexão humana com a natureza. A atmosfera relaxante e convidativa do Central Garden foi um ponto central do reel. O conteúdo buscou transmitir a sensação de tranquilidade e apresentar o local como um refúgio ideal para escapar da agitação da vida urbana. Para inspirar os espectadores, o reel sugeriu diversas formas de aproveitar o Central Garden, como a realização de piqueniques, passeios em família e momentos de contemplação

da natureza. O objetivo foi incentivar a visita e demonstrar o potencial do espaço para diferentes tipos de experiências. A produção do reel envolveu a captação de imagens que ilustrassem cada um desses pontos, a edição para criar um fluxo narrativo dinâmico e a inclusão de elementos textuais concisos e informativos, além de trilha sonora adequada para complementar a experiência visual e transmitir a atmosfera desejada.

O reel alcançou 2.259 visualizações, 81 curtidas, 12 comentários e 8 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 46,9% de não seguidores e 53,1% de seguidores do Roteiros por Sergipe. O alcance do reel indica o potencial de divulgação do Central Garden para um público mais amplo. A interação, observada pelo número de curtidas, comentários e compartilhamentos, demonstra o interesse do público pelo conteúdo apresentado. A produção do reel sobre o Central Garden se mostrou uma estratégia eficaz para promover o espaço e consolidá-lo como uma opção de lazer em Sergipe. A combinação de informações relevantes, imagens atrativas e a abordagem da "novidade duradoura" contribuíram para o bom desempenho do vídeo.

**Episódio 23:** O processo de produção do reel sobre o Central Garden foi concebido para atrair o público e despertar o desejo de visitar o local, explorando suas belezas naturais através de uma experiência visual e sensorial envolvente. A estrutura do vídeo foi cuidadosamente planejada para destacar diversos aspectos do espaço. O reel iniciou com uma sequência dinâmica de vídeos curtos, apresentando imagens marcantes do Central Garden, como o jardim botânico em detalhes, a arquitetura da fachada de entrada, a extensão da ciclovia e a beleza do pôr do sol no local. Essa abertura visualmente rica buscou capturar a atenção do espectador desde os primeiros segundos. Um trecho do reel focou na exuberância da natureza presente no Central Garden, através de imagens vibrantes das árvores e flores, complementadas por uma breve narração, a diversidade de cores e a beleza natural do local foram ressaltadas, convidando à apreciação da flora.

Para além do visual, o reel buscou evocar as sensações de estar no Central Garden. Uma narração convidativa estimulou a imaginação do espectador, sugerindo as experiências sensoriais que o aguardam, como a brisa suave, os aromas das plantas e a atmosfera tranquila do ambiente. O reel percorreu as diversas estruturas e pontos de interesse do Central Garden, incluindo os arranjos florais, a área recreativa destinada às crianças e outros espaços relevantes. Essa apresentação visual ofereceu um panorama das atrações disponíveis aos

visitantes. O reel culminou com um convite direto ao público para desfrutar das atividades que o Central Garden proporciona. Foram sugeridas experiências como piqueniques em meio à natureza, momentos de lazer e brincadeiras para as crianças, e a oportunidade de contemplar a paisagem e relaxar no ambiente.

A produção do reel envolveu a seleção de vídeos de alta qualidade que representassem cada um desses elementos, a edição para criar um ritmo dinâmico e envolvente, a inserção de uma trilha sonora que complementasse a atmosfera do local e a elaboração de uma narração concisa e persuasiva, com o objetivo de despertar o interesse e motivar a visita ao Central Garden. O reel alcançou 2.806 visualizações, 71 curtidas, 10 comentários e 11 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 42,8% de não seguidores e 57,2% de seguidores do Roteiros por Sergipe.

O reel alcançou um número significativo de visualizações e a interação do público indica interesse pelo conteúdo visual e pelas sugestões de atividades no Central Garden. O transporte foi ágil e tranquilo e não houve imprevistos na produção do vídeo. O reel que convida o público a descobrir as belezas do Central Garden cumpriu seu objetivo de apresentar o local de forma visualmente atraente e convidativa. A combinação de imagens de alta qualidade, narração envolvente e sugestões de atividades contribuiu para o engajamento do público.

Episódio 24: A Feira da Agrobiodiversidade, realizada nos dias 20 e 21 de fevereiro de 2025 no Campus São Cristóvão da Universidade Federal de Sergipe, foi um evento que celebrou a riqueza do artesanato sergipano e baiano, juntamente com a produção da agricultura familiar. Para ampliar o alcance e o impacto da feira, foi produzido um reel dinâmico e envolvente, destacando os melhores momentos do evento.

A feira reuniu o melhor do artesanato e da agricultura familiar de Sergipe e da Bahia, promovendo a valorização da cultura e da produção local. O primeiro dia da feira foi marcado por shows vibrantes do Trio Forrozão Tô Chegando e de Anne Carol, que animaram o público presente. O reel iniciou com uma introdução contextualizando a importância da feira e destacando as atrações musicais. Em seguida, foram apresentados os melhores momentos dos shows, com foco na animação do público e na atmosfera festiva. Além disso, o reel exibiu os principais destaques da feira, incluindo a diversidade de produtos e a interação entre os participantes. O reel capturou a energia contagiosa do público, que dançou e celebrou ao som

do forró e da música de Anne Carol.

O reel alcançou 2.026 visualizações, 89 curtidas, 8 comentários e 7 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 44,7% de não seguidores e 55,3% de seguidores do Roteiros por Sergipe. O reel alcançou bons resultados, demonstrando o interesse e o engajamento do público com a Feira da Agrobiodiversidade. Os resultados do reel demonstram o potencial das mídias sociais para promover eventos culturais e valorizar a produção local. A combinação de imagens vibrantes, música envolvente e informações relevantes contribuiu para o sucesso do reel. O percentual de visualizações de não seguidores indica que o reel foi eficaz em atrair novos públicos para conhecer a feira e para o perfil "Roteiros por Sergipe".

A cobertura da Feira da Agrobiodiversidade no Instagram, através da funcionalidade Stories, foi planejada para oferecer aos seguidores uma experiência digital imersiva e complementar ao conteúdo apresentado no reel. A estratégia adotada combinou diversos formatos de conteúdo, incluindo registros de momentos culturais, entrevistas com expositores e destaque dos produtos oferecidos na feira. No primeiro dia, a cobertura foi iniciada com um toque cultural, apresentando trechos do show do trio Forrozão Tô Chegando, capturando a energia e a animação do público presente. A sequência inicial incluiu vídeos de pessoas dançando e interagindo com a música. Uma sequência de quatro stories foi dedicada à exibição de fotos do público presente na feira, buscando transmitir a atmosfera do evento e o engajamento das pessoas. Um vídeo conciso foi produzido para apresentar os principais destaque da feira, com foco na expressiva presença do público e na variedade de produtos de artesanato e da agricultura familiar em exposição. Uma galeria de doze fotos, distribuídas em stories, destacou as bancas que se sobressaíram pela originalidade, variedade de produtos ou pela interação com o público. A apresentação musical de Anne Carol foi resumida através de um story que apresentava uma visão geral do público presente e pequenos trechos das músicas interpretadas.

No segundo dia, uma série de entrevistas com agricultores familiares foi realizada, visando dar voz aos produtores e apresentar a diversidade de seus produtos. As entrevistas incluíram Maria Safira, que apresentou sua produção de sementes, grãos, mel, abacates e acerolas, expressando sua gratidão pela oportunidade de participar da feira. Vanessa Macedo demonstrou suas criações em cerâmica utilitária e decorativa. Tatiane Costa apresentou sua

linha de acessórios e vestuário com recorte étnico-racial, utilizando elementos como búzios. Luciene Conceição exibiu suas peças de cerâmica, bolsas e brincos, mencionando o sucesso de vendas de seus produtos. Sueli Santos compartilhou a importância do artesanato como uma fonte de renda complementar para a agricultura familiar, além de destacar a valiosa oportunidade de troca de experiências proporcionada pela feira. Complementando as entrevistas, uma sequência de oito stories com fotos registrou as barracas dos entrevistados e outros expositores, oferecendo um contexto visual para as apresentações. O Cortejo dos Quilombolas, como evento de encerramento da feira, também foi registrado em formato de stories, capturando a riqueza cultural e a representatividade do momento.

Ao final da cobertura, foram produzidos um total de 46 stories. O story com o maior alcance individual foi uma foto do público assistindo ao show do Forrozão Tô Chegando, que obteve 1.477 visualizações. A análise do alcance geral dos stories revelou que 45,5% das visualizações foram de seguidores do perfil “Roteiros por Sergipe”, enquanto um significativo percentual de 55,5% das visualizações provieram de não seguidores. A diversidade de formatos de conteúdo utilizados nos stories com vídeos dinâmicos, fotos e entrevistas diretas contribuiu para um engajamento positivo por parte da audiência. O elevado percentual de não seguidores alcançados sugere um considerável potencial de crescimento e expansão do público do perfil “Roteiros por Sergipe”. Adicionalmente, as entrevistas realizadas com os agricultores familiares desempenharam um papel importante na valorização de seu trabalho e de seus produtos, proporcionando uma maior visibilidade para seus negócios. Não houveram dificuldades relacionadas à produção ou deslocamento para a Universidade Federal de Sergipe, onde ocorreu o evento.

**Episódio 25:** Durante a cobertura da Feira da Agrobiodiversidade, realizada em 21 de fevereiro de 2025, o “Roteiros por Sergipe” identificou histórias inspiradoras de artesãs locais, resultando na criação de um reel para o Instagram com Gilda Matias, Mestre dos Saberes e Fazeres pela Universidade Federal de Sergipe, com mais de 40 anos de dedicação à Renda Irlandesa. O reel capturou a beleza e a complexidade de seu trabalho, apresentando peças como marcadores de página, colares e porta-guardanapos, além de detalhar o processo de aprendizado da técnica.

Maria Acunção é Artesã do Vilarejo Terra Caída, em Indiaroba e premiada pelo mérito Saberes e Fazeres pela Universidade Federal de Sergipe por suas biojoias inovadoras, criadas

a partir de escamas de peixe. O vídeo ressaltou sua paixão pela sustentabilidade e a singularidade de suas criações, que são exibidas em diversas feiras. Maria Feitosa é representante do projeto Quissa Orgânico, apresentou o premiado doce de leite, vencedor do 2º Concurso de Queijos do Senar. O reel destacou sua participação na Associação de Mulheres Agrícolas e Artesãs de Sergipe, enfatizando a união das artesãs e agricultoras na comercialização de produtos na feira, incluindo compotas de pimentas, picles de maxixe e doce de leite. O reel alcançou 2.002 visualizações, 35 curtidas, 3 comentários e 12 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 36,5% de não seguidores e 63,5% de seguidores do Roteiros por Sergipe.

O reel demonstrou um ótimo alcance, atraindo tanto o público fiel do Roteiros por Sergipe quanto os novos espectadores. A escolha de apresentar artesãs com histórias de vida interessantes e produtos diferenciados foi um ponto forte do vídeo. A cobertura da feira da agrobiodiversidade, além de informar sobre o evento, também valorizou o trabalho de artesãs sergipanas, exibindo seus produtos para um público maior.

Episódio 26: O primeiro reel da cobertura do Verão Sergipe na Praia da Caeira teve como objetivo capturar a energia do evento, combinando uma chamada atraente com trechos dinâmicos de diversas modalidades esportivas: surf, beach soccer, hand beach, mesabol e redinha. A ênfase foi em mostrar o lado divertido e competitivo dos esportes, destacando momentos marcantes das partidas. O reel alcançou 2.042 visualizações, 65 curtidas, 16 comentários e 11 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 46,6% de não seguidores e 53,4% de seguidores do Roteiros por Sergipe.

Para complementar o reel principal e oferecer uma visão detalhada e dinâmica do evento Verão Sergipe na Praia da Caeira, foram publicados 40 stories, seguindo uma estrutura narrativa que contextualizou o ambiente e explorou as diversas atividades esportivas e a interação do público. A cobertura nos stories iniciou com uma contextualização do evento, apresentando o local da Praia da Caeira, a atmosfera de verão, a expressiva presença do público e o momento da premiação do surfe infantil, estabelecendo o cenário para as demais atividades.

A cobertura esportiva foi o pilar principal da produção dos stories, abrangendo diversas modalidades. Foi apresentado o aquecimento para a competição de surfe, seguido por um

destaque inusitado para a habilidade de um surfista em utilizar o bodyboard para retornar à faixa de areia. Momentos emocionantes das baterias de surfe também foram registrados. Uma cobertura intensa do beach soccer foi realizada, com 8 stories dedicados à disputa acirrada entre as equipes, exibindo lances emocionantes e a vibração da torcida. Os melhores momentos das partidas de vôlei de praia e hand beach foram destacados, com foco em lances de efeito. Em relação ao hand beach, houve um depoimento do time de Itabaianinha, onde os atletas celebraram a experiência de participar do evento e a oportunidade de fortalecer os laços de amizade através do esporte. Registros de partidas de mesabol e futevôlei também foram incluídos na cobertura, demonstrando a variedade de atividades esportivas oferecidas.

Ao longo do dia, foram conduzidas entrevistas com participantes do evento, buscando capturar suas impressões e experiências. Gabriel Aires expressou sua surpresa com a diversidade de modalidades esportivas presentes, mencionando especificamente a corrida, o mesabol e o vôlei. Matheus Júnior enfatizou a variedade dentro do vôlei e a novidade do mesabol. Willian Santos destacou a oportunidade proporcionada pelo evento para reencontrar amigos e praticar esportes em um ambiente festivo. Quatro atletas do ciclismo compartilharam suas experiências, a preparação para o evento, as sensações durante as competições e suas conquistas em uma sequência de 6 stories consecutivos, oferecendo uma perspectiva mais aprofundada do ponto de vista dos competidores.

Para finalizar a cobertura e registrar a interação com o público entrevistado, foram publicados 6 stories contendo fotos dos participantes que compartilharam suas impressões sobre o Verão Sergipe. A estratégia de produção combinou a dinamicidade dos vídeos curtos nos reels com a profundidade e a variedade de informações proporcionadas pelos stories, buscando oferecer uma experiência completa do evento Verão Sergipe na Praia da Cauêira. O conteúdo priorizou destacar a diversidade de modalidades esportivas, a energia contagiatante do evento e a ativa participação do público. A combinação de depoimentos autênticos dos participantes com lances emocionantes dos esportes contribuiu significativamente para transmitir a atmosfera vibrante e a intensidade do evento.

Episódio 27: O segundo vídeo da cobertura do Verão Sergipe na Praia da Cauêira, produzido em 23 de fevereiro de 2025, destacou a experiência de diversos atletas em diferentes modalidades. O reel alcançou 2.026 visualizações, 37 curtidas, 10 comentários e 20 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 31,9% de não seguidores e 68,1%

de seguidores do Roteiros por Sergipe. O processo de produção do segundo reel iniciou com uma estratégia de engajamento imediato: uma abertura dinâmica em formato de "teaser". Essa introdução foi composta por uma edição ágil de trechos marcantes dos depoimentos coletados, visando capturar a atenção do público e gerar expectativa sobre o conteúdo a ser apresentado.

O reel então deu voz a diversos atletas que participaram do evento, oferecendo diferentes perspectivas sobre a experiência. Vencedor na categoria Master A, Marcelo Max expressou sua satisfação com a realização do Verão Sergipe, evidenciando o sucesso do evento para os competidores. Cleverton Lima e Carlos Santana compartilharam suas opiniões sobre a relevância da prova para o cenário do ciclismo sergipano, destacando sua importância para o desenvolvimento da modalidade no estado. Eduardo Santos elogiou a organização geral do evento e, em particular, a segurança proporcionada pelo fechamento das vias durante as competições, ressaltando um aspecto crucial para a integridade dos atletas. Gabriel Contreira parabenizou a organização do Verão Sergipe e incentivou a prática esportiva, buscando inspirar o público a adotar um estilo de vida ativo.

Estreante na edição do Verão Sergipe, a equipe de handbeach compartilhou uma avaliação positiva da modalidade e do evento como um todo, enfatizando a experiência enriquecedora de participar. Gabriel Fraga comemorou a conquista da medalha de campeão no futevôlei, mencionando sua participação também na modalidade de vôlei no dia anterior, demonstrando a diversidade de atividades oferecidas e a participação multifacetada dos atletas. A utilização estratégica do "teaser" na abertura demonstrou ser uma tática eficaz para atrair e reter a atenção do público nos primeiros momentos do vídeo. A diversidade de modalidades esportivas abordadas no reel, que incluiu ciclismo, hand beach e futevôlei, contribuiu para a criação de um conteúdo rico e abrangente, capaz de interessar a diferentes segmentos da audiência. Os depoimentos autênticos e entusiasmados dos atletas transmitiram uma forte valorização do evento Verão Sergipe, fortalecendo sua imagem positiva e incentivando a participação em futuras edições. Os resultados de alcance e engajamento do reel foram considerados satisfatórios, indicando uma boa recepção por parte do público.

Episódio 28: Com a proximidade do Carnaval, o "Roteiros por Sergipe" produziu um reel informativo sobre a programação do Verão Sergipe na Praia do Abaís. Publicado em 27 de fevereiro de 2025, o vídeo de 45 segundos compilou de forma concisa e dinâmica os detalhes do evento, incluindo datas (01 a 03 de março), horários e a sequência completa de shows.

A praticidade e clareza das informações apresentadas no reel resultaram em um alcance significativo, com 2.054 visualizações, 53 curtidas, 8 comentários e 7 compartilhamentos. Destaca-se que 56,3% das visualizações foram provenientes de seguidores do Roteiros por Sergipe, evidenciando o engajamento da audiência já consolidada, enquanto 43,7% das visualizações foram de não seguidores, indicando a capacidade do conteúdo em atrair novos públicos. O reel foi gravado em um dia ensolarado, aproveitando o cenário paradisíaco do litoral sergipano, com a presença de banhistas ao fundo, o que contribuiu para a atmosfera vibrante e convidativa do vídeo.

Episódio 29: Dando continuidade à série de reels sobre a programação de Carnaval, o evento "Carnaval em Socorro" na Orlinha do São Brás destacou-se com um vídeo publicado em 27 de fevereiro de 2025. O reel, com 1 minuto e 29 segundos de duração, combinou um texto inicial conciso para atrair o público com informações detalhadas sobre o evento, que ocorreu de 1 a 4 de março. O reel alcançou 2.340 visualizações, 79 curtidas, 12 comentários e 6 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 48,3% de não seguidores e 51,7% de seguidores do Roteiros por Sergipe.

O vídeo enfatizou a celebração da tradição socorrense, com shows musicais e apresentações culturais na Orlinha do São Brás. As imagens capturaram a beleza do local, com destaque para o Rio Parnamirim refletindo o céu azul e o brilho do sol, além da agradável atmosfera proporcionada pelo corredor de madeira. O reel incentivou os espectadores a consultarem a legenda e os destaques dos stories do "Roteiros por Sergipe" para obterem a programação completa de horários e atrações. O reel alcançou um público significativo, com uma divisão quase igual entre seguidores e não seguidores, indicando um bom potencial de alcance para além da base existente. A combinação de informações úteis com imagens atraentes da Orlinha do São Brás contribuiu para o engajamento do público.

Episódio 30: O reel de encerramento do projeto "Roteiros Por Sergipe", publicado em 28 de fevereiro de 2025, com duração de 2 minutos e 7 segundos, teve como objetivo consolidar a proposta do projeto e inspirar o público a explorar as riquezas de Sergipe. O reel alcançou 2.433 visualizações, 54 curtidas, 19 comentários e 10 compartilhamentos. A distribuição das visualizações foi de 46,2% de não seguidores e 53,8% de seguidores do Roteiros por Sergipe.

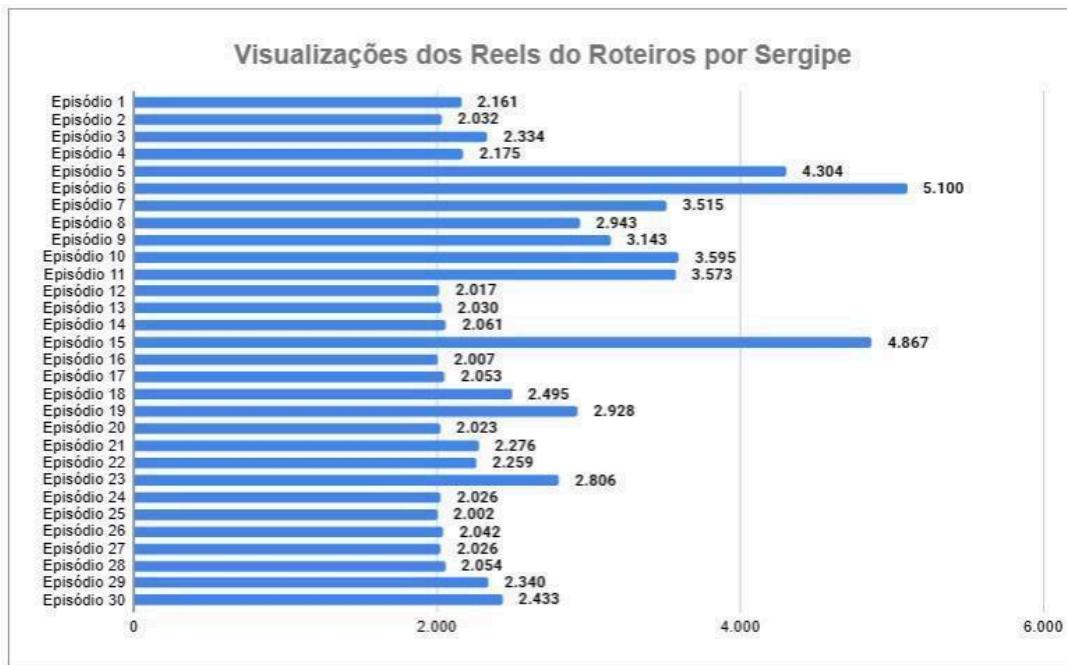
O reel priorizou a exibição de paisagens exuberantes e experiências autênticas, com ênfase em locais que celebram a cultura e a natureza do estado. O "Roteiros por Sergipe" destacou eventos culturais e shows gratuitos, democratizando o acesso ao turismo e à cultura, com exceção do jogo do Flamengo e Boa Vista, que foi pago. O reel apresentou uma sequência estratégica de vídeos, abrangendo diversas cidades, como Barra dos Coqueiros, Aracaju, São Cristóvão, Laranjeiras, Pirambu, Itaporanga d'Ajuda e Nossa Senhora do Socorro e pontos turísticos emblemáticos, a exemplo da Orla Pôr do Sol, Orla da Atalaia e Central Garden.

O conteúdo incluiu uma ampla gama de eventos, como o Iron Man 70.3 Aracaju, o Campeonato Sul Americano de Ginástica Rítmica Junior e por Idades 2024, a Bienal Brasileira de Design 2024, o Natal em Aracaju, a Festa de Santos Reis em Laranjeiras, o Campeonato Carioca com o jogo do Flamengo e Boavista em Aracaju, o Verão Sergipe e a Feira da Agrobiodiversidade em São Cristóvão. A cobertura de eventos foi organizada em quatro ciclos principais:

Os eventos internacionais Iron Man 70.3 Aracaju e Campeonato Sul Americano de Ginástica Rítmica Junior e por Idades 2024 uniram esporte e turismo. Já o ciclo de reels sobre o Natal em Aracaju, destacou a decoração da cidade. O Verão Sergipe contou com coberturas das cidades de Pirambu, Barra dos Coqueiros e Praia da Cauêira e teve estratégias de conteúdos diferentes para cada local. Além disso, houve cobertura de eventos culturais diversos, como a feira de agrobiodiversidade, e festas tradicionais.

O reel final do "Roteiros Por Sergipe" cumpriu seu objetivo de apresentar um panorama abrangente das atrações do estado, combinando beleza natural, cultura e eventos diversos. A estratégia de priorizar eventos gratuitos e a exibição de paisagens atraentes contribuiu para o engajamento do público. A divisão da apresentação dos eventos em ciclos temáticos, ajudou a organizar a apresentação dos conteúdos. O alcance equilibrado entre seguidores e não seguidores demonstra o potencial do projeto em atrair novos públicos para o turismo em Sergipe.

Gráfico 1



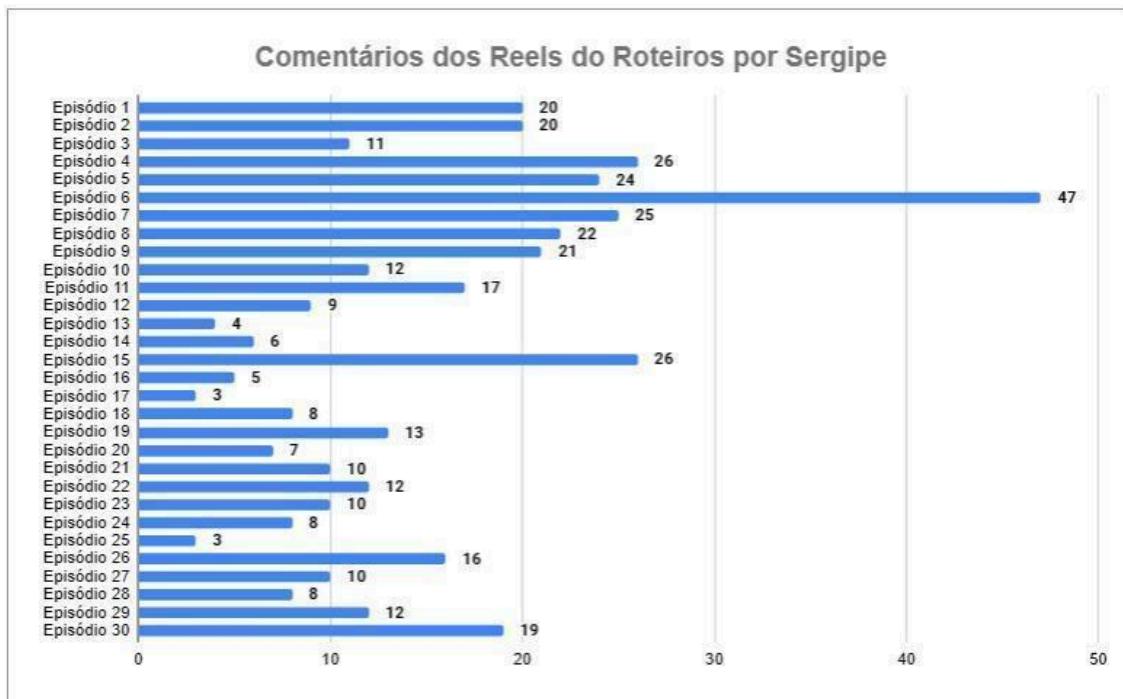
Fonte: autoria própria

Gráfico 2



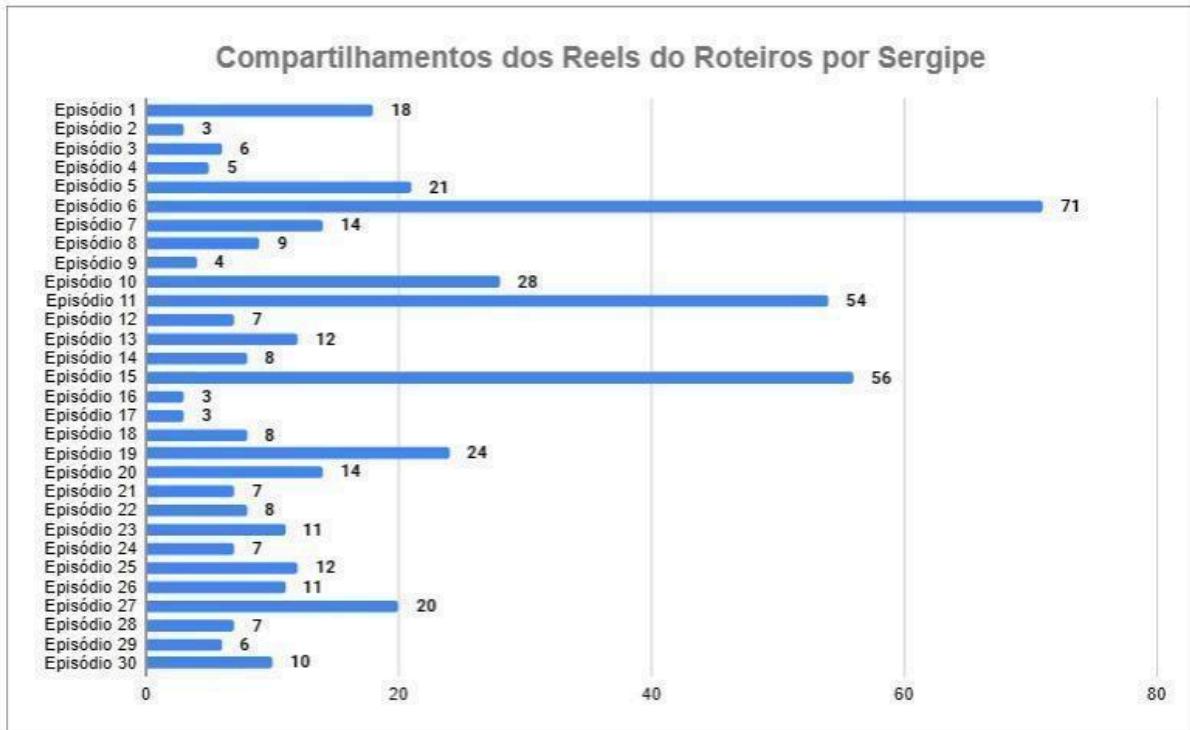
Fonte: autoria própria

Gráfico 3



Fonte: autoria própria

Gráfico 4



Fonte: autoria própria

A estratégia de divulgação do perfil “Roteiros por Sergipe” no Instagram foi implementada de forma contínua durante todo o ciclo de produção. Em cada viagem, após a cobertura de eventos e em interações cotidianas, o público era convidado a conhecer o perfil através do QR code presente em materiais de divulgação. A comunicação sobre o projeto experimental, seus objetivos e a importância de seguir o “Roteiros por Sergipe” para acompanhar as novidades do estado foi realizada tanto em abordagens individuais quanto em apresentações coletivas, visando maximizar o alcance da iniciativa.

### 7.3 Orçamento

O acompanhamento financeiro do projeto experimental "Roteiros por Sergipe" foi estruturado em duas tabelas de orçamento. A primeira detalha os investimentos em equipamentos considerados fundamentais para a produção de conteúdo audiovisual de qualidade para o Instagram, sendo eles um celular para captação de imagens e um microfone para garantir a qualidade do áudio. A segunda tabela apresenta os custos diretamente associados às coberturas jornalísticas realizadas em diferentes localidades e eventos, incluindo despesas com transporte, alimentação e os honorários da videografista.

#### 7.3.1 Aquisições de equipamentos

DESCRIÇÃO	ITENS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL (R\$)
Gravação do material bruto do projeto em 4K	Samsung Galaxy S23 Plus 256GB	1	R\$ 5.999,00	R\$ 5.999,00
Microfone lapela sem fio	Suporte para gravação	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
			<b>VALOR TOTAL</b>	R\$ 6.249,00

#### 7.3.2 Coberturas jornalísticas

VIAGENS	VIDEOGRAFISTA	TRANSPORTE	ALIMENTAÇÃO	VALOR TOTAL (R\$)
Iron Man (24/11) Episódio 1	R\$ 0,00	R\$ 92,75	R\$ 58,90	R\$ 151,65

Ginástica Rítmica Sul-americana (05/12) Episódio 2	R\$ 100,00	R\$ 54,40	R\$ 89,00	R\$ 243,40
Ginástica Rítmica Sul-americana (07/12) Episódio 3	R\$ 100,00	R\$ 75,95	R\$ 94,90	R\$ 270,85
Ida a Bienal de Design (08/12) Episódio 4	R\$ 100,00	R\$ 66,40	R\$ 87,00	R\$ 253,40
Checklist da Orla da Atalaia (11/12) Episódio 5	R\$ 100,00	R\$ 88,45	R\$ 108,70	R\$ 297,15
Abertura Da Vila do Natal (13/12) Episódio 6	R\$ 120,00	R\$ 124,30	R\$ 89,00	R\$ 333,30
Dicas sobre a Orla Pôr do Sol (20/12) Episódio 7	R\$ 100,00	R\$ 138,29	R\$ 84,00	R\$ 322,29
Apresentação do Natal na Praia Formosa (21/12) Episódio 8	R\$ 100,00	R\$ 79,30	R\$ 67,60	R\$ 246,90
Apresentação do Natal no Parque da Sementeira: (22/12) Episódio 9	R\$ 100,00	R\$ 79,85	R\$ 84,00	R\$ 263,85
Gravação sobre as principais	R\$ 100,00	R\$ 72,18	R\$ 79,80	R\$ 251,98

atrações para o Réveillon em Sergipe: (27/12) Episódio 10				
Cidade Seresta em São Cristóvão: (03/01) Episódio 11	R\$ 100,00	R\$ 145,87	R\$ 94,20	R\$340,07
Festa de Santos Reis em Laranjeiras + Encontro Cultural: (05/01) Episódio 12, 13 e 14	R\$ 150,00	R\$135,70	R\$ 95,70	R\$ 381,40
Gravação no Estádio Lourival Baptista (09/01) Episódio 15	R\$ 100,00	R\$77,70	R\$ 75,90	R\$253,60
Jogo do Flamengo e Boavista no Campeonato Carioca (12/01) Episódio 16, 17 e 18	R\$ 100,00	R\$ 105,90	R\$ 82,20	R\$ 288,10
Ida a Pirambu para o Verão Sergipe (08/02) Episódio 19 e 20	R\$ 100,00	R\$ 270,00	R\$ 94,50	R\$ 464,50
Ida a Barra dos Coqueiros para o Verão Sergipe (15/02)	R\$ 100,00	R\$ 123,90	R\$ 93,00	R\$ 316,90

Episódio 21				
Segunda ida a Barra dos Coqueiros para o Verão Sergipe (16/02) Episódio 21 e 30	R\$ 100,00	R\$ 134,80	R\$ 84,00	R\$ 318,80
Gravação no Central Garden (17/02) Episódio 22 e 23	R\$ 100,00	R\$ 84,47	R\$ 71,20	R\$ 255,67
Gravação na Feira da Agrobiodiversida de na UFS (20/02) Episódio 24	R\$ 0,00	R\$ 57,60	R\$ 0,00	R\$ 57,60
Segunda gravação na Feira da Agrobiodiversida de na UFS (21/02) Episódio 25	R\$ 0,00	R\$ 63,14	R\$ 0,00	R\$ 63,14
Verão Sergipe na Praia da Caeira (23/02) Episódio 26, 27 e 28	R\$ 100,00	R\$ 305,00	R\$ 150,00	R\$ 555,00
Gravação na Orlinha do São Brás (27/02) Episódio 29 e 30	R\$ 100,00	R\$ 107,85	R\$ 0,00	R\$ 207,85
			<b>VALOR TOTAL:</b>	R\$ 6.137,40

## 8. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

A avaliação dos dados do “Roteiros por Sergipe” confirma o atingimento das metas quantitativas estabelecidas: mais de 1500 seguidores (figura 3), 30 reels publicados, no qual todos possuem mais de 2.000 visualizações, além de 17 destaques dos stories organizados. No período compreendido entre 22 de dezembro de 2024 e 21 de março de 2025, que correspondem a 90 dias, o conteúdo gerou um total de 107.466 visualizações, com uma divisão de 55,5% provenientes de seguidores e 44,5% de não seguidores, indicando um alcance significativo de novos usuários. A análise da performance dos formatos revela uma participação de 50,3% das visualizações nos reels e 49,7% nos stories. O perfil experimentou um notável crescimento no alcance de contas, saltando para 20.434, o que representa um aumento de 1.028,3% em relação ao período inicial (figura 4). Um período de destaque no engajamento foi registrado entre 4 de fevereiro e 5 de março de 2025, com um pico de 50.651 visualizações, impulsionado principalmente pelos stories com 58,6%, seguido pelos reels com 41,4% (figura 5).

A análise qualitativa do perfil ‘Roteiros por Sergipe’ no Instagram revela o alcance de seus objetivos iniciais, evidenciado pela recepção positiva do público desde sua estreia em 28 de novembro de 2024 até 6 de março de 2025. A trajetória do perfil foi marcada por elogios e engajamento constante, indicando uma ressonância significativa com a audiência.

Um dos aspectos qualitativos de destaque reside na estratégia de intercalação dos segmentos do jornalismo de turismo explorados: esporte, cultura e paisagismo. Essa abordagem diversificada e associada à técnica narrativa do storytelling, demonstrou ampla aceitação pelo público, que acompanhou ativamente o conteúdo e interagiu nos stories, buscando aprofundamento nos temas apresentados. Essa participação engajada sugere que a variedade temática atendeu a diferentes interesses dentro da audiência.

O “Roteiros por Sergipe” desempenhou um papel facilitador no acesso à informação turística sobre o estado. Para turistas, o perfil se configurou como uma fonte de atualização sobre eventos e atrações locais. Para residentes, ofereceu uma plataforma para se manterem informados sobre os acontecimentos em Sergipe. Essa dupla funcionalidade demonstra a relevância do perfil tanto para o público externo quanto para o interno.

Sob uma perspectiva de análise de conteúdo qualitativa, é possível inferir que o “Roteiros por Sergipe” aderiu aos princípios do jornalismo independente. A ausência de patrocínio ou

publicidade, custeado por recursos próprios, reforça o compromisso com a autonomia editorial. A menção à curadoria para a seleção de pautas e lugares percorridos indica um processo de avaliação e escolha criteriosa do conteúdo divulgado, buscando relevância e qualidade.

A identidade visual do “Roteiros por Sergipe”, caracterizada pelos tons de verde e azul, reflete a estética presente no estado e se manifesta de forma consistente nos reels, nos destaques dos stories e nas capas de ambos os recursos. Essa coesão visual contribui para a construção de uma marca reconhecível e alinhada com o tema do turismo em Sergipe.

A organização dos destaques dos stories por temáticas de eventos ou viagens, com aprofundamento do conteúdo em cada um deles, demonstra uma estrutura narrativa clara e facilita a navegação e o acesso à informação para o público. A inclusão de playlists musicais contextuais tanto nos reels quanto nos stories adiciona uma camada sensorial à experiência do usuário, enriquecendo a percepção do conteúdo e criando uma atmosfera mais envolvente.

Em suma, a análise qualitativa do “Roteiros por Sergipe” aponta para o sucesso em engajar o público através de uma estratégia de conteúdo diversificada, relevante e alinhada aos princípios do jornalismo independente. A identidade visual consistente e a organização temática do conteúdo contribuíram para uma experiência positiva do usuário, atendendo às expectativas de informação tanto de turistas quanto de residentes interessados em conhecer e acompanhar os acontecimentos em Sergipe. A ausência de influências comerciais fortalece a percepção de credibilidade e autenticidade do perfil.

Figura 3 - Perfil do Roteiros por Sergipe no Instagram



Fonte: Instagram do perfil Roteiros por Sergipe

Figura 4 - Ferramenta de visualizações de conteúdo durante 90 dias



Fonte: Instagram do perfil Roteiros por Sergipe

Figura 5 - Ferramenta de visualizações de conteúdo durante 30 dias



Fonte: Instagram do perfil Roteiros por Sergipe

## 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa do presente projeto experimental elucidou a dinâmica do jornalismo de turismo na era digital, marcada pela redefinição do consumo de informações e pela ascensão do Instagram como mídia social central. O estudo demonstrou que o domínio da linguagem e dos recursos visuais do Instagram, especialmente reels e stories, aliados à aplicação estratégica do storytelling multimídia com textos, fotos e vídeos, são fundamentais para engajar o público e fortalecer a narrativa jornalística sobre o turismo sergipano. O referencial teórico embasou a compreensão da adaptação necessária aos jornalistas de turismo, que demandam expertise em jornalismo multimídia para atender às novas demandas. A pesquisa confirmou a eficácia do storytelling, com suas características de agilidade e criatividade, como habilidade estratégica para manter o interesse do espectador nos formatos dinâmicos do Instagram. Ao conceituar o jornalismo especializado em turismo, o estudo reforçou seu papel na amplificação da visibilidade de destinos, através de narrativas visuais e textuais que conferem credibilidade. A análise da relação entre jornalismo de turismo, Instagram e comunicação destacou o impacto das métricas e algoritmos, a potencialização do setor turístico pelas mídias sociais e a relevância da compreensão da mídiatização no contexto do turismo.

A análise da atuação de Ana Duék, Zeca Camargo, Cecília Padilha e Daniela Filomeno no Instagram revelou estratégias distintas e eficazes para o jornalismo de turismo digital. Ana Duék demonstra o potencial de um nicho específico, o turismo sustentável, com planejamento, identidade visual coesa e organização do conteúdo. Zeca Camargo explora a naturalidade e a espontaneidade, mostrando que a criatividade e a autenticidade podem gerar engajamento. Cecília Padilha ilustra como a sinergia entre a atuação no canal Sabor e Arte e o Instagram pode impulsionar o crescimento e gerar parcerias, especialmente nos segmentos de hotelaria e gastronomia. Daniela Filomeno exemplifica a consolidação como referência através de conteúdo colaborativo com a CNN Viagem e Gastronomia, um veículo de mídia tradicional, oferecendo dicas sazonais, roteiros temáticos e conteúdo exclusivo, o que se traduz em parcerias pagas e fidelização de assinantes no Instagram. A diversidade de abordagens desses quatro jornalistas de turismo no Instagram demonstra a abertura para segmentação, a importância da identidade visual e narrativa, a potencialidade das parcerias estratégicas e a valorização da autenticidade e do planejamento na produção de conteúdo. Esses aprendizados foram cruciais para o projeto experimental ao fornecer insights sobre a produção, escolha de nichos, formatos, narrativas e recursos visuais eficazes para engajar o

público e construir uma presença relevante no cenário do jornalismo de turismo digital.

O projeto experimental "Roteiros por Sergipe" alcançou seu objetivo geral de criar um perfil no Instagram utilizando plenamente seus recursos para a produção de conteúdo de jornalismo de turismo cultural, paisagístico e esportivo. Os objetivos específicos também foram atingidos com sucesso. A análise de conteúdo de jornalistas de turismo proporcionou insights valiosos para a definição de estratégias de criação de conteúdo para o Instagram, que foram aplicadas na abordagem multimídia do "Roteiros por Sergipe", englobando fotos, vídeos e outros recursos para construir narrativas de viagem imersivas. A linha editorial do projeto experimenta os segmentos do jornalismo de turismo definidos. Além disso, o "Roteiros por Sergipe" demonstrou eficácia na produção de conteúdo audiovisual dinâmico, com narrativas informativas e práticas, e na sua divulgação, através da distribuição de QR codes nas viagens.

A metodologia adotada, dividida em cinco fases bem definidas, mostrou-se eficaz em todas as suas etapas. A fase de definição teórica e análise de conteúdo (Fase 1) forneceu a base para a criação e implementação técnica do perfil (Fase 2). O planejamento prático e a curadoria (Fase 3) guiaram a produção de conteúdo durante a fase experimental (Fase 4), que envolveu gravações, entrevistas, edições e publicações consistentes no Instagram. A análise dos dados coletados (Fase 5) confirmou o sucesso das estratégias implementadas. A consistência e o cumprimento das metas em cada fase demonstram a eficácia da metodologia estruturada, que combinou o conhecimento teórico e a análise de conteúdo para fundamentar as investigações e alcançar os resultados esperados.

O projeto experimental “Roteiros por Sergipe: contribuições do storytelling ao jornalismo de turismo no Instagram” combinou estratégias e possibilidades de produção e interação com o público. A aplicação consistente do storytelling demonstrou sua eficácia em atrair a atenção do público, conforme evidenciado pelas mais de 107 mil visualizações acumuladas e pelo alcance de mais de 20 mil contas no período de 22 de dezembro de 2024 a 21 de março de 2025. A boa recepção da sociedade, manifestada em comentários, curtidas e compartilhamentos, sinaliza o grande potencial do projeto para seguir produzindo conteúdo relevante e atraente através da narrativa envolvente do storytelling.

## REFERÊNCIAS

- BAPTISTA, Maria. **Turismo, midiatização e amorosidade: Sinalizadores para a mutação das narrativas que valorizam os territórios turísticos.** Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal. Portugal, p.85-96. Disponível em:  
[https://www.researchgate.net/profile/Maria-Luiza-Baptista-2/publication/318334447\\_Turismo\\_midiatizacao\\_e\\_amorosidade\\_Sinalizadores\\_para\\_a\\_mutacao\\_das\\_narrativas\\_que\\_valoriza\\_m\\_os\\_territorios\\_turisticos/](https://www.researchgate.net/profile/Maria-Luiza-Baptista-2/publication/318334447_Turismo_midiatizacao_e_amorosidade_Sinalizadores_para_a_mutacao_das_narrativas_que_valoriza_m_os_territorios_turisticos/)  
Acesso em: 30 mar. 2025.
- BECATTINI, Natália. **Jornalismo de viagem: o que é e como você pode trabalhar com isso.** 2023. Disponível em:  
<https://natybecattini.com.br/jornalismo-de-viagem/>  
Acesso em: 26 mar. 2025.
- CANAVILHAS, João; FIDALGO, António. **Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular.** In Jornalismo On-Line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2009. Disponível em:  
<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstreams/4d8c232e-03d6-420e-b5f9-4824d8ac5b08/download>  
Acesso em: 29 jan. 2025.
- CAMARGO, Zeca. Instagram: @zecacamargomundo. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/zecacamargomundo?igsh=MWdpN3FseTc4MnJlcQ==>.  
Acesso em: 13 ago. 2024.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e terra, 2005.
- CIDREIRA, Renata Pitombo ; PINTO, Naiara Moura. **O corpo performático nas redes sociais: narrativas audiovisuais no reels do Instagram.** Revista Mídia e Cotidiano. Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, 2022. Disponível em:  
<https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/download/52152/30963/183640>.  
Acesso em: 08 ago. 2024.
- COSTA, Katiana Rabêlo. **Redes sociais: adaptação da linguagem jornalística a novos gêneros textuais na internet.** 2017. Trabalho de conclusão de curso (Pós graduação Lato Sensu em Revisão de Textos) - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11791/1/51401316.pdf>.  
Acesso em: 09 ago. 2024.
- COSTA, João Victor da Silva. **O uso do Instagram como ferramenta de aprendizagem no turismo.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2022. Disponível em:  
<https://repositorio.apps.uern.br/xmlui/handle/123456789/257>.  
Acesso em: 11 ago. 2024.
- CUNHA, Karenine ; MANTELLO, Paulo. **Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos.** Revista Comunicação Midiática. São Paulo, v.9, n.2, p.56-67, mai./ago. 2014. Disponível em:  
<https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatrica/index.php/CM/article/view/185>  
Acesso em: 01 abr. 2025.

DANIEL, Priscila Berwaldt. **Impacto das características do conteúdo online no engajamento de seguidores de Instagram.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/225351>.

Acesso em: 12 ago. 2024.

DUÉK, Ana. Instagram: @viajarverde. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/viajarverde?igsh=MWptMGF3NWN6aDd1Mg==>.  
Acesso em: 13 ago. 2024.

FALCO, Débora. **Narrativas Turísticas. Imaginário e mídia na experiência urbana do turismo.** Rosa dos Ventos, v.3, n.1, p. 24-38. Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, jan./jun. 2011. Disponível em:  
<https://www.redalyc.org/pdf/4735/473549022004.pdf>  
Acesso em 31 mar. 2025.

FERRAREZI, Carvalho Fernanda. **O olhar do viajante: uma análise semiótica de fotografias de viagem do Instagram.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade de Brasília, 2018. Disponível em:  
[https://bdm.unb.br/bitstream/10483/22043/1/2018\\_FernandaCarvalhoFerrarezi\\_tcc.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/22043/1/2018_FernandaCarvalhoFerrarezi_tcc.pdf).  
Acesso em: 13 ago. 2024.

FIRMINO, Fernando. **Jornalismo Móvel.** Coleção Cibercultura - Lab 404. Editora da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2015. Disponível em:  
<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/18003/1/jornalismo-movel-miolo-repo.pdf>  
Acesso em: 29 mar. 2025.

FILOMENO, Daniela. Instagram: @danielafilomeno. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/danielafilomeno?igsh=MTQ5anVta3JkYnliZg==>.  
Acesso em: 13 ago. 2024.

FLORES, Ana Marta. **Jornalismo e plataformas sociais digitais: como usar a pesquisa para estudar o presente e pensar o futuro.** In: BARCELOS, Marcelo. Ensaios avançados sobre o jornalismo do futuro: produção, audiências, tecnologias e contextos preditivos na vida do jornalista de amanhã. Florianópolis: Editora Insular, 2023. cap. 7, p. 138-154.

KALSING, Janaína. **Jornalistas metrificados: valores profissionais conflitantes no ambiente de plataforma e lógica neoliberal.** In: BARCELOS, Marcelo. Ensaios avançados sobre o jornalismo do futuro: produção, audiências, tecnologias e contextos preditivos na vida do jornalista de amanhã. Florianópolis: Editora Insular, 2023. cap. especial, p. 18-32.

LEMOS, André. **Cibercultura e mobilidade: a era da conexão.** Razon y palabra, v. 22, 2018.  
<https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1145/1123>  
Acesso em: 31 jan. 2025.

MARQUES, Ana. **Instagram: o que é, história e como funciona a rede social.** Tecnoblog, São Paulo, 2023. Disponível em:  
<https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/>

Acesso em 26 mar. 2025.

MACHADO, Elias. **Os desafios da produção descentralizada.** 558. ed. Observatório da Imprensa. São Paulo, 2009. Disponível em:  
<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/os-desafios-da-producao-de-scentralizada/>

Acesso em 27 mar. 2025.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade e hipertextualidade no jornalismo online: mapeamentos para uma discussão.** Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2000. Disponível em:  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/ed3304283efbdeb8cb2931263cf0cbff.pdf>  
Acesso em: 15 jan. 2025.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web. II** Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação - SOPCOM, Lisboa, Portugal, 2001.  
Disponível em:  
[https://scholar.google.com.br/scholar?oi=bibs&hl=pt-BR&cluster=3505285369089933916#d\\_gs\\_qabs&t=1742649101749&u=%23p%3DWXADD\\_8kaIJ](https://scholar.google.com.br/scholar?oi=bibs&hl=pt-BR&cluster=3505285369089933916#d_gs_qabs&t=1742649101749&u=%23p%3DWXADD_8kaIJ)  
Acesso em: 26 jan. 2025.

MORAES, Bruna. **Instagram: uma nova modalidade do jornalismo.** 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em:  
[https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3676/1/TCC\\_%20INSTAGRAM%20UMA%20NOVA%20MODALIDADE%20DO%20JORNALISMO\\_%20%20Vers%C3%A3o%20final%20revisada.pdf](https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3676/1/TCC_%20INSTAGRAM%20UMA%20NOVA%20MODALIDADE%20DO%20JORNALISMO_%20%20Vers%C3%A3o%20final%20revisada.pdf).  
Acesso em: 11 ago. 2024.

MUSSE, Christina Ferraz; MUSSE, Mariana Ferraz. **A TV e o Instagram: como os jornalistas usam a rede social para ampliar a visibilidade e seduzir o público.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. Anais [...]. 2016. Disponível em:  
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2109-1.pdf>.  
Acesso em: 13 ago. 2024.

NASCIMENTO, Ana Flávia Castro Rodrigues do. **Feed viajante: uma análise do jornalismo de turismo no Instagram.** 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade de Brasília, 2019. Disponível em:  
[https://bdm.unb.br/bitstream/10483/26505/1/2019\\_AnaFlaviaCastroNascimento\\_tcc.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/26505/1/2019_AnaFlaviaCastroNascimento_tcc.pdf).  
Acesso em: 10 ago. 2024.

NUNES, Ana Cecília B. **Jornalismo e inovação: a emergência do jornalista inovador e sua importância no futuro das notícias.** In: BARCELOS, Marcelo. Ensaios avançados sobre o jornalismo do futuro: produção, audiências, tecnologias e contextos preditivos na vida do jornalista de amanhã. Florianópolis: Editora Insular, 2023. cap. 6, p. 122-137.

PADILHA, Cecília. Instagram: @yeswecook. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/yeswecook?igsh=YWZ0eWRqZXhscWNn>.

Acesso em: 13 ago. 2024.

PALACIOS, Marcos. **Convergência e memória: jornalismo, contexto e história.** Revista Matrizes. São Paulo, n.1, p.37-50, jul./dez. 2010. Disponível em:  
[https://scholar.google.com.br/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=pt-BR&user=D\\_TplNMAAAJ&citation\\_for\\_view=D\\_TplNMAAAJ:hqOjcs7Dif8C](https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=D_TplNMAAAJ&citation_for_view=D_TplNMAAAJ:hqOjcs7Dif8C)

Acesso em: 26 mar. 2025.

PEREIRA, Silvio Costa. **Visualidades no Jornalismo: uma mirada sobre usos e possibilidades.** In: BARCELOS, Marcelo. Ensaios avançados sobre o jornalismo do futuro: produção, audiências, tecnologias e contextos preditivos na vida do jornalista de amanhã. Florianópolis: Editora Insular, 2023. cap. 10, p. 176-194.

RIZZATTO, Almir. **Storytelling para jornalistas: como usar esta arte nas redes sociais.** Escola Digitalista. São Paulo, 2022. Disponível em:  
<https://escola.digitalista.com.br/storytelling-para-jornalistas/>

Acesso em: 08 ago. 2024.

SABINO, Vinícius; BIANCHI, Graziela. **Novas Narrativas Jornalísticas: as Web stories e as aproximações ao conceito de storytelling.** Revista Geminis, v.14, n.1, p.105-120, jan./abr. 2023. - Universidade Federal de São Carlos, São Paulo.

SILVA, Laura Gomes da. **Jornalismos de viagens e de turismo: Uma análise das especializações jornalísticas.** Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2018. Disponível em:  
[https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/9719/1/6626\\_13991.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/9719/1/6626_13991.pdf)

Acesso em: 08 ago. 2024.

SILVA, Laura Gomes da. **A influência da globalização na informação especializada: um estudo sobre o jornalismo de turismo.** In: MARTINS, Moisés de Lemos ; MACEDO, Isabel. Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia. Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2019. p. 518-528. Disponível em:  
[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/60677/4/2019\\_Martins\\_Macedo\\_LivroDeAtas-InterfacesDaLusofonia.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/60677/4/2019_Martins_Macedo_LivroDeAtas-InterfacesDaLusofonia.pdf)

Acesso em: 09 ago. 2024.

SILVA, Vanessa de Freitas. **Instagramando a Viagem de Lazer: os algoritmos no consumo turístico.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020. Anais [...]. 2020. Disponível em:  
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1125-1.pdf>

Acesso em: 10 ago. 2024.

VASCONCELOS, Renard. **O Storytelling na Comunicação Estratégica: o uso de histórias como técnica de engajamento entre organizações e seus públicos.** Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Universidade de Lisboa, Portugal, 2019.

## APÊNDICE A



Fonte: autoria própria

## APÊNDICE B

**PALCO MUNDO DO ENCONTRO  
CULTURAL DE LARANJEIRAS**

**PROGRAMAÇÃO DO DIA  
10 DE JANEIRO:**

**20H: CHIKO QUEIROGA E  
ANTÔNIO ROGÉRIO**

**22H: SANDRO REIS**

**23H30: WIU**

**00H30: VITOR FERNANDES**

**02H: RAMON E RANDINHO**

**03H30: DEVINHO NOVAES**



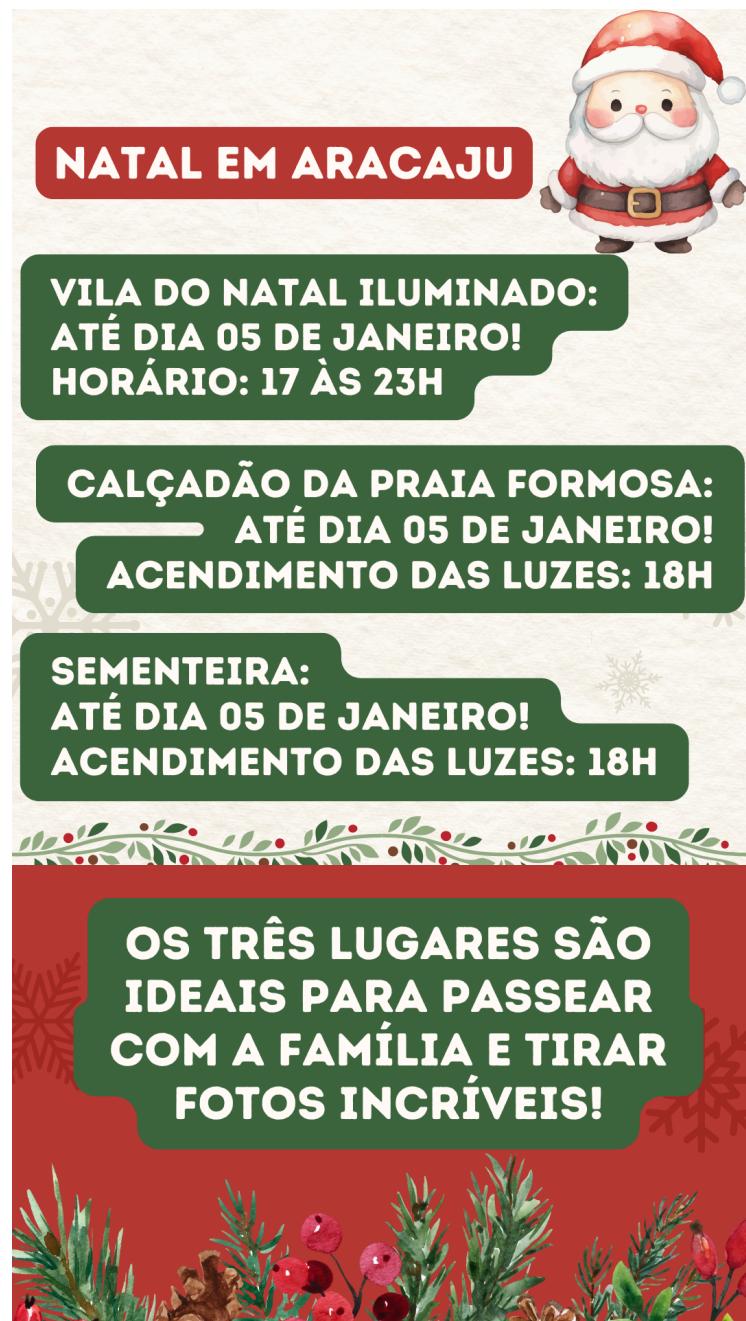
Fonte: autoria própria

## APÊNDICE C



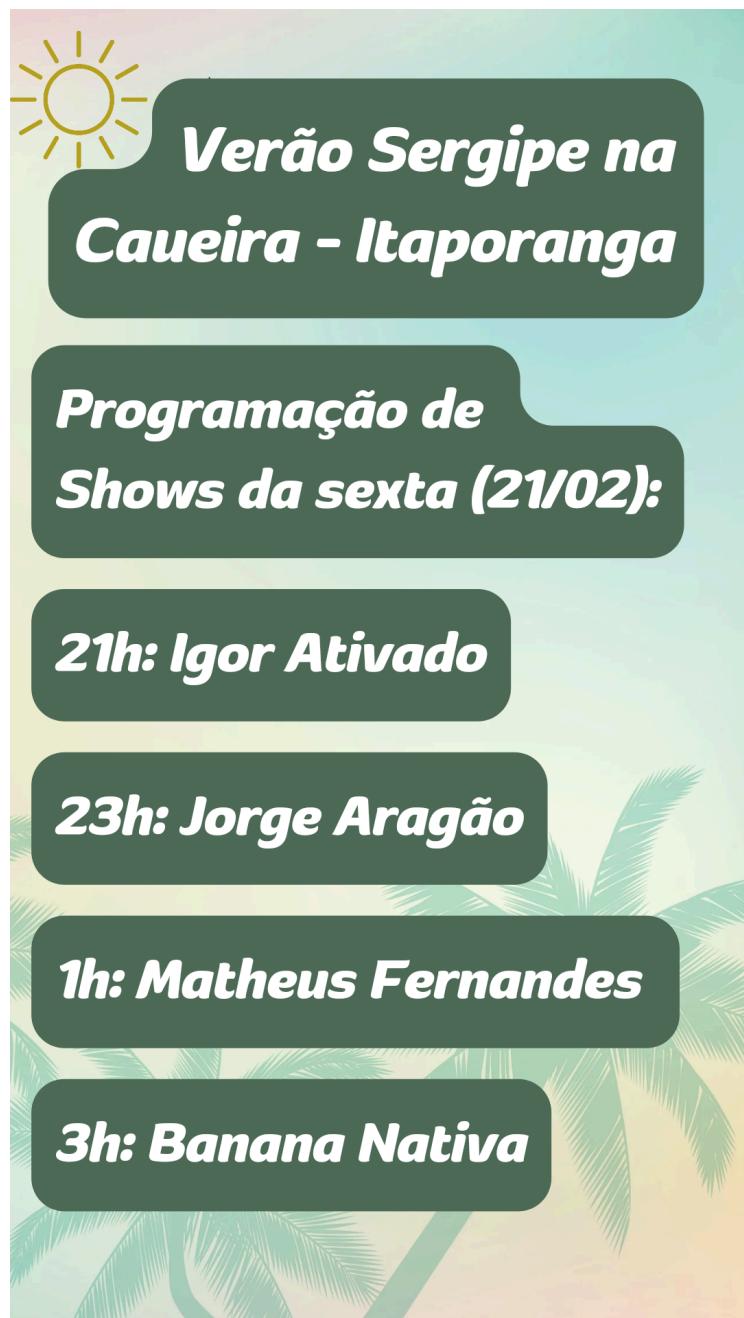
Fonte: autoria própria

## APÊNDICE D



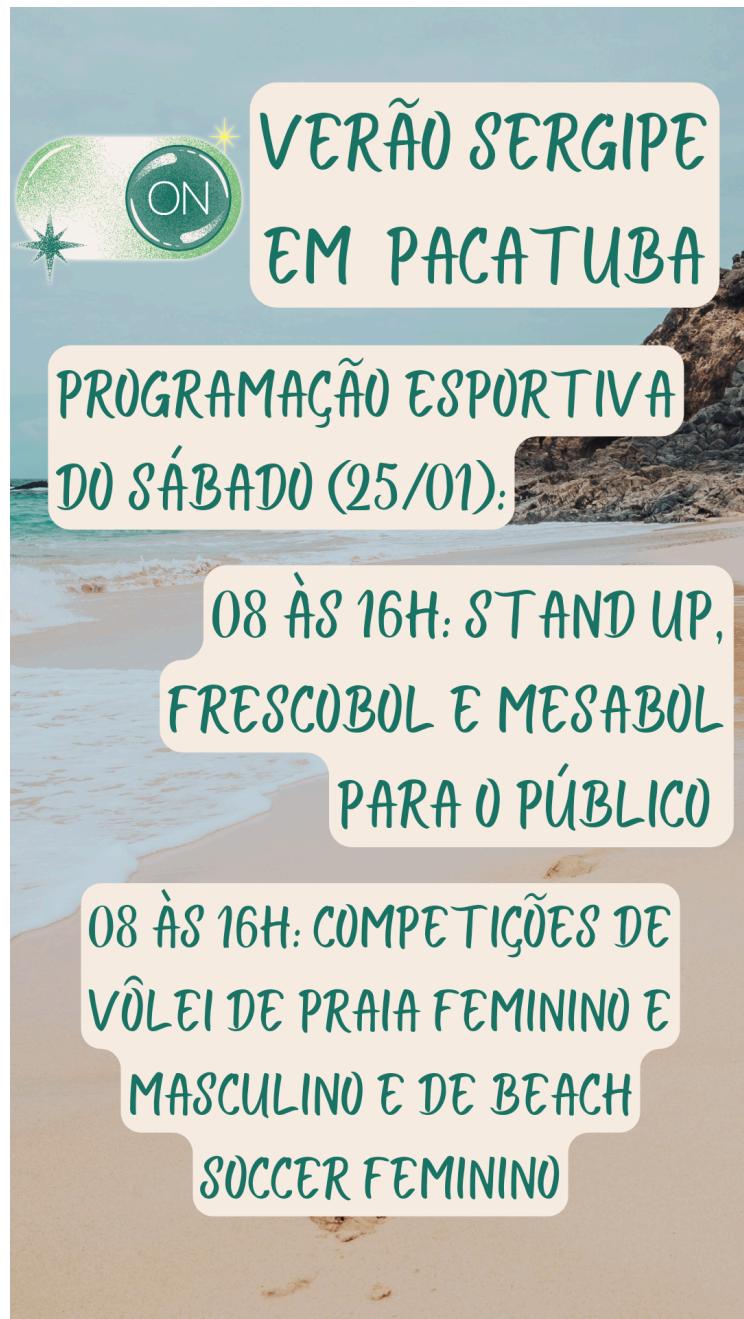
Fonte: autoria própria

## APÊNDICE E



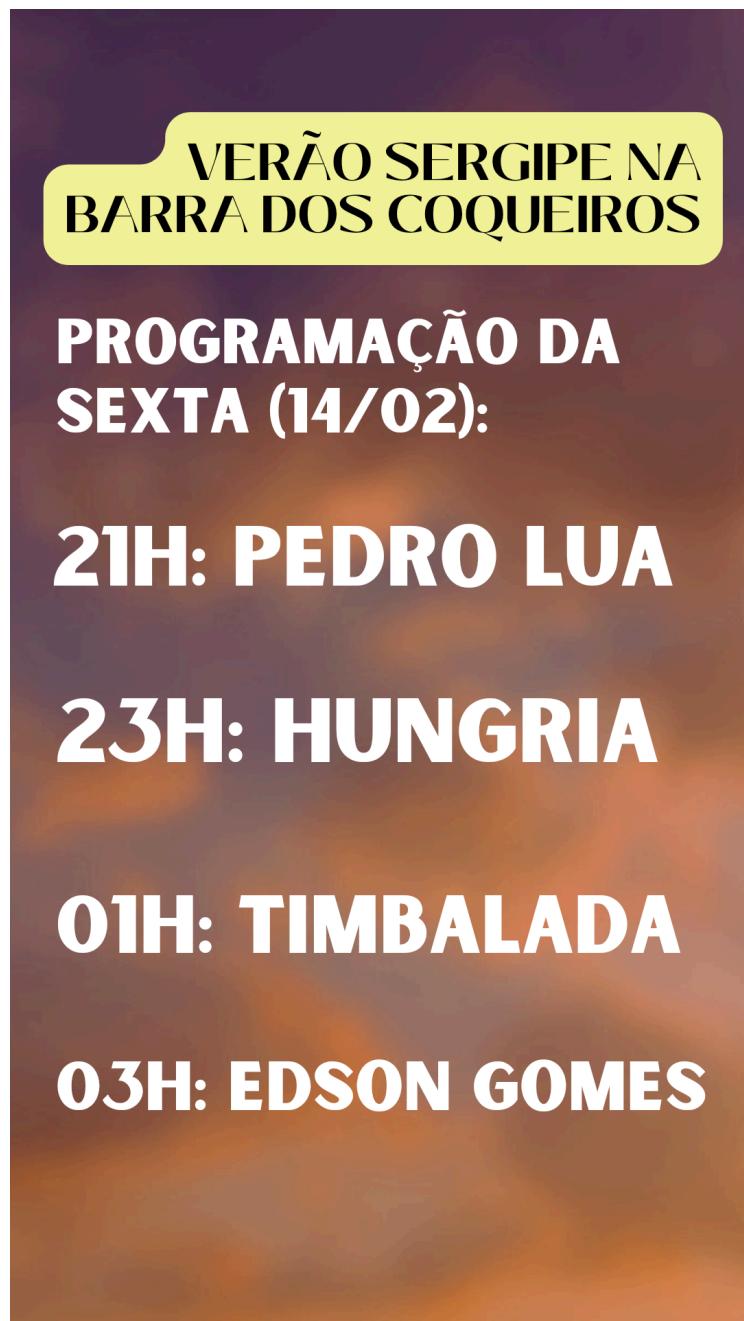
Fonte: autoria própria

## APÊNDICE F



Fonte: autoria própria

## APÊNDICE G



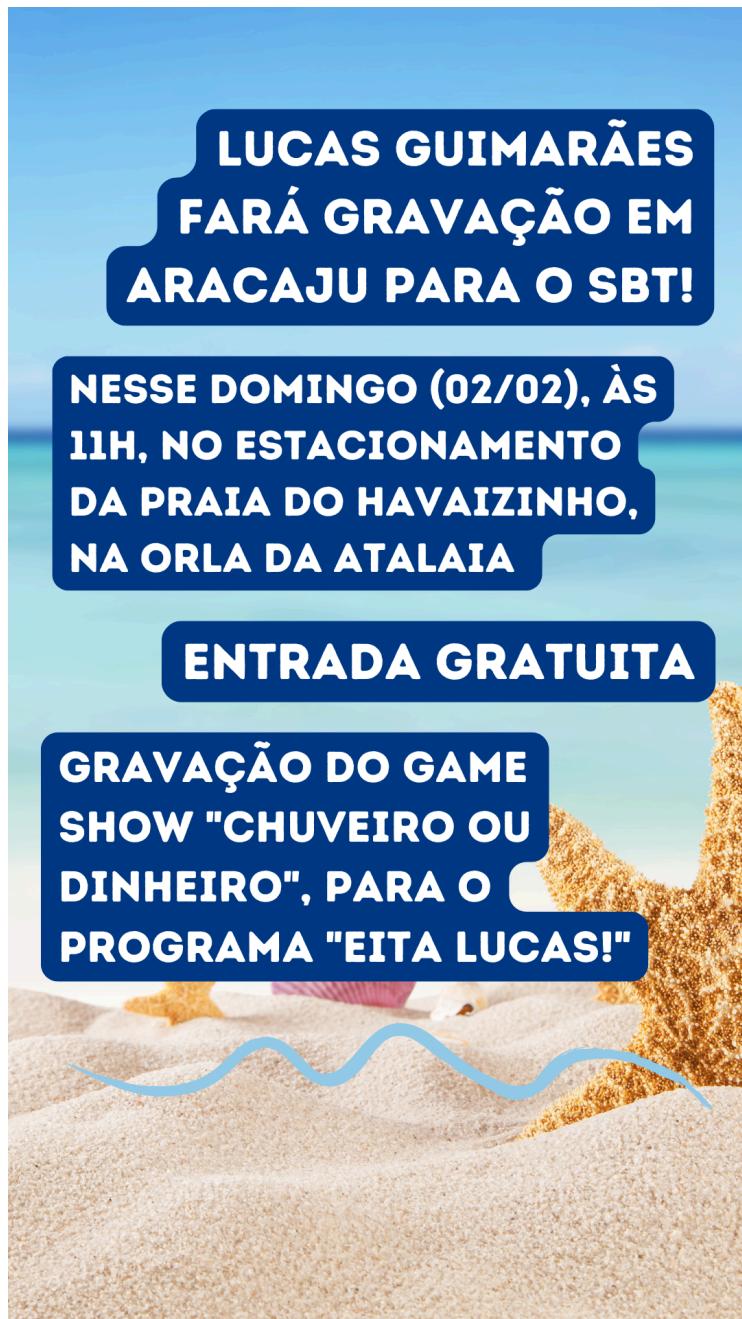
Fonte: autoria própria

## APÊNDICE H



Fonte: autoria própria

## APÊNDICE I



Fonte: autoria própria

## APÊNDICE J



Fonte: autoria própria

## APÊNDICE K

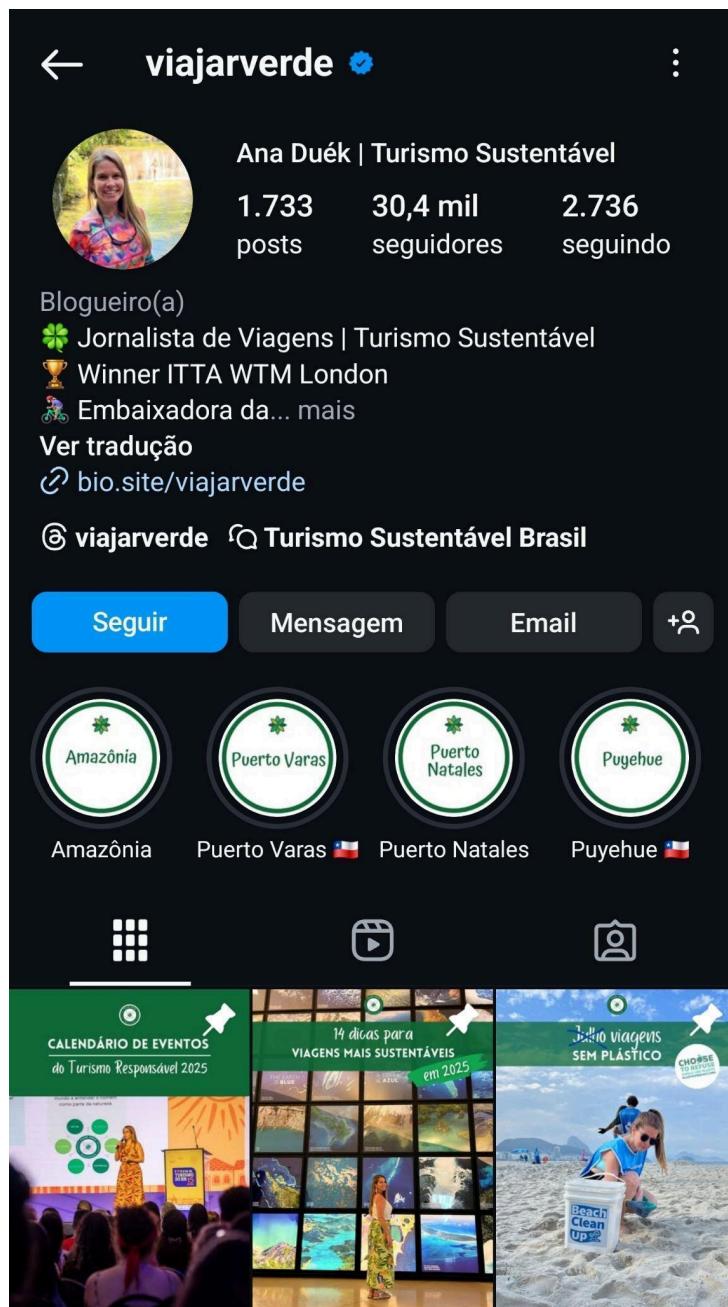


Fonte: autoria própria

## APÊNDICE L



Fonte: autoria própria

**ANEXO A - Perfil do Instagram de Ana Duék**

Fonte: Instagram de Ana Duék

**ANEXO B - Perfil do Instagram de Zeca Camargo**

Fonte: Instagram de Zeca Camargo

**ANEXO C - Perfil do Instagram de Cecília Padilha**

Fonte: Instagram de Cecília Padilha

**ANEXO D - Perfil do Instagram de Daniela Filomeno**

Fonte: Instagram de Daniela Filomeno