

**como comunicar, engajar e ampliar o alcance**

# Guia YouTube 2026: comunicar, engajar e ampliar o alcance

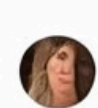
Sara Reis | @sarareis.jornalista

[sarareis@senado.leg.br](mailto:sarareis@senado.leg.br) ·

[linkedin.com/in/sarareispresencadigital/](https://www.linkedin.com/in/sarareispresencadigital/)

*O design desta apresentação foi feito com apoio de IA.*





# Sobre mim



Experiência em TV Pública e combate à desinformação

22 anos na TV Senado, com atuação como coordenadora de Conteúdo, chefe de reportagem e chefe do setor de Comunicação Digital. Atualmente, é gestora do serviço de combate à desinformação do Senado. Apresenta o programa *Cidadania - Senado Verifica* e *TV Senado Live* (programa multiplataforma).



Formação Especializada

Mestranda em Comunicação Digital pelo IDP (termina em junho 2026), com capacitação em marketing digital pela Universidade da Califórnia (UCSD) e Universidade do Vale do Silício (Udacity). Pós-graduada em Ciência Política e Administração Pública.



Gestão de Redes Sociais

Nove anos de experiência em estratégias digitais para o governo federal, coordenando conteúdos em múltiplas plataformas. A expertise abrange produção de conteúdo multiplataforma, inteligência de dados, monitoramento, SEO, storytelling e social listening.

Facilitadora em capacitações sobre uso estratégico das plataformas digitais no setor público.




Agora, é a sua vez...

# Manhã: Estratégia, identidade e segurança (9h–12h)





 YouTube



### **Me at the zoo**

Microplastics are accumulating in human brains at an alarming rate

<https://www.youtube.com/watch?v=0PT5c1z3LL8> "Nanoplastics and Human Healt..."

Com apenas 19 segundos de duração, a gravação é bem simples e mostra o próprio Jawed em frente ao cercado de elefantes do Zoológico de San Diego, nos Estados Unidos, comentando sobre o tamanho das trombas dos animais.

**391 milhões de views**

# A origem e transformação do YouTube

De plataforma de vídeos a ecossistema global de mídia

 2005

O YouTube foi criado com a proposta de facilitar o compartilhamento de vídeos na internet.

 2006

A plataforma foi adquirida pelo Google por **US\$ 1,65 bilhão**.

Após a aquisição, o YouTube passou a operar como:

 **Plataforma de distribuição de conteúdo original**

 **Espaço para criadores de conteúdo**

 **Ambiente de monetização com anunciantes de diferentes portes**

 **Infraestrutura global de armazenamento e distribuição de vídeo**

**150 milhões**

# quem lidera o YT no Brasil?



Humorista



Produtor de música



Bispo

# Top 10 maiores canais do YouTube no Brasil

1. **Bruno Leonardo – 72,4 milhões**  
Conteúdo religioso, orações e mensagens de fé.
2. **KondZilla – 68 milhões**  
Videoclipes de funk e cultura da periferia.
3. **Luccas Neto – 53,4 milhões**  
Entretenimento e educação para o público infantil.
4. **Maria Clara & JP – 50,2 milhões**  
Brincadeiras, desafios e conteúdos para crianças.
5. **Felipe Neto – 47,8 milhões**  
Opinião, entretenimento, desafios e games.
6. **Você Sabia? – 47,1 milhões**  
Curiosidades, ciência, mistérios e tecnologia.
7. **Enaldinho – 45,9 milhões**  
Humor, desafios, viagens e entretenimento.
8. **Whindersson Nunes – 44,6 milhões**  
Humor, vlogs, música e lifestyle.
9. **GR6 Explode – 42,9 milhões**  
Videoclipes de funk e música urbana.
10. **Natan por Aí – 39,3 milhões**  
Aventuras, desafios extremos e exploração.

# YouTube no Brasil (2026)

## Panorama de usuários no Brasil

- O YouTube alcançou **150 milhões de usuários no Brasil** no fim de 2025.

## Alcance na população brasileira

- **70,4% da população total do Brasil** poderia ser alcançada por anúncios no YouTube.
- Entre usuários de internet, o alcance chegou a **81,1%** em outubro de 2025.

*Os dados são baseados nas ferramentas de publicidade do Google e representam alcance publicitário, não necessariamente usuários ativos mensais*

Fonte: Google Ads / Digital Report 2025–2026. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-brazil>

# 51,9% mulheres

(46% mundo)

# 48,1% homens

(54% mundo)

*Os dados de publicidade do Google consideram apenas as categorias "feminino" e "masculino".*

# Crescimento do YouTube no Brasil

Crescimento anual (2024 → 2025)



**+6 milhões de usuários (+4,2%)**

Crescimento trimestral (jul → out 2025)



**+7 milhões de usuários(+4,9%)**

Isso mostra que o mercado ainda cresce, mas já está próximo de maturidade. Diferente de plataformas emergentes, o YouTube cresce sobre uma base já muito consolidada.

# YouTube no mundo

Países com maior base de usuários em  
2025/2026

491M



Índia  
usuários ativos

253M

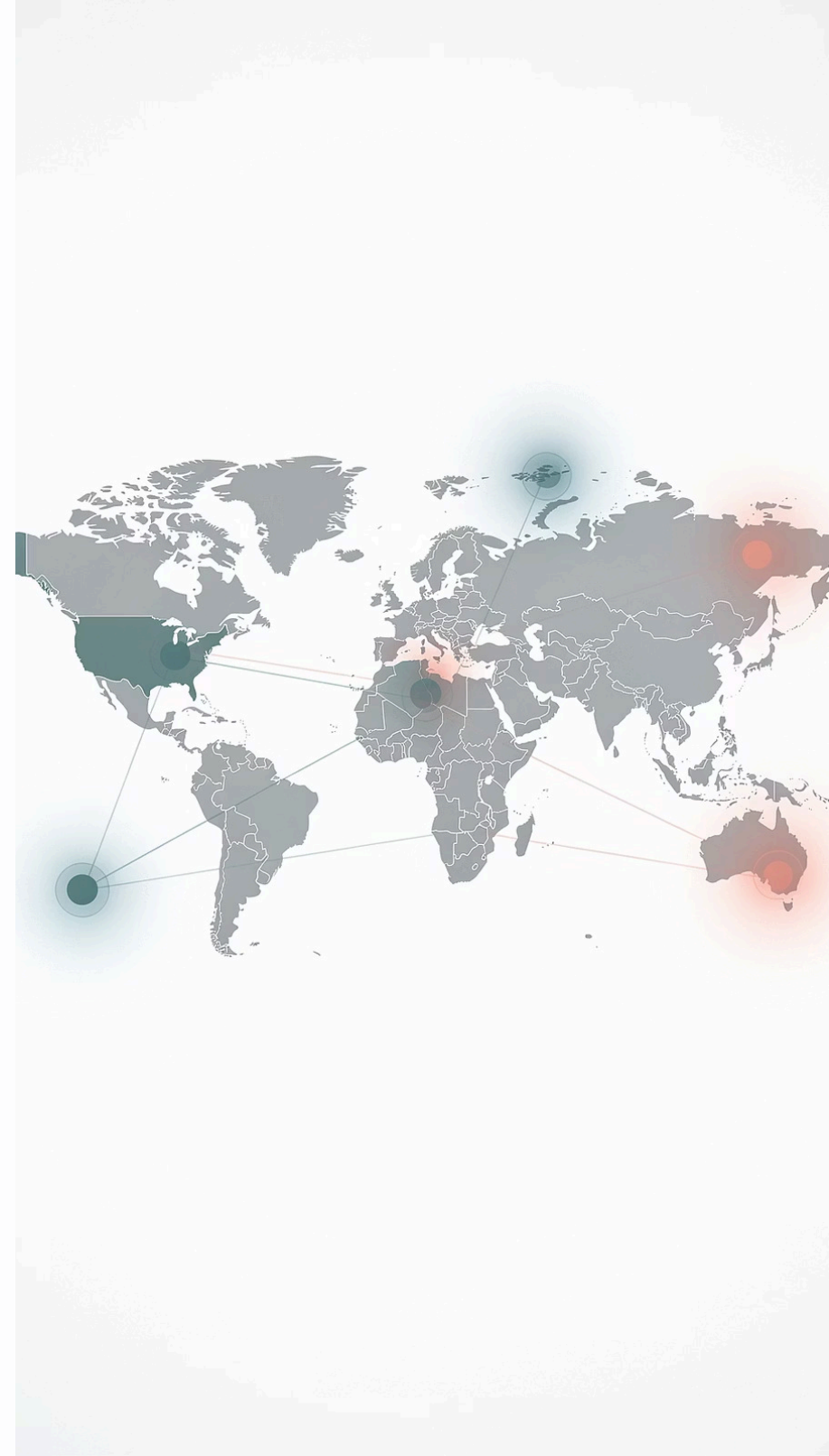


Estados Unidos  
usuários ativos

150M



Brasil  
usuários ativos





# O que isso significa?

8 em 10

Internautas brasileiros  
podem ser impactados pelo YouTube

#1

Plataforma de vídeo  
maior penetração digital no Brasil



Crescimento contínuo

O vídeo é o formato dominante para comunicação digital

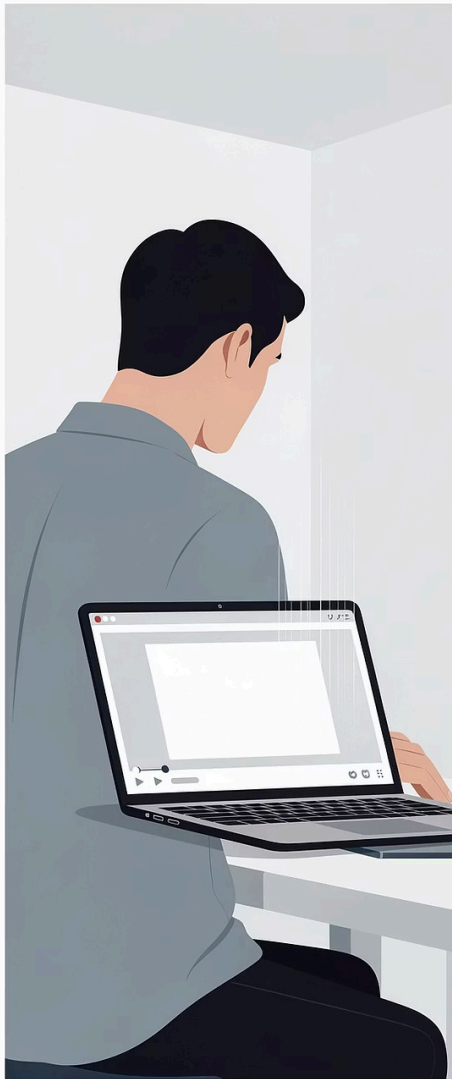
# Comparação com outras plataformas no Brasil

Crescimento anual:

- TikTok (131M): **+17,6%**
- Instagram (147M): **+8,0%**
- YouTube (150M): **+4,2%**
- Facebook (109M): **queda de -1,3%**

Isso sugere que o YouTube:

- não cresce como o TikTok, pois já está mais consolidado no Brasil.
- demonstra mais estabilidade e autoridade do que plataformas em declínio.



# Diferença estratégica

## TikTok

**Descoberta rápida**

Alcance imediato, viralização,  
novos públicos

## YouTube

**Profundidade + Busca + Memória  
institucional**

Conteúdo que permanece, é  
encontrado e constrói autoridade

Para canais legislativos, isso é crucial.

# A disputa em 2026 não é mais “entrar” no YouTube...



## Retenção de audiência

Manter o espectador assistindo até o fim



## Fidelização de comunidades

Criar vínculos duradouros com o público



## Tempo de sessão

Quanto tempo o usuário passa no seu canal



## Descoberta algorítmica

Ser encontrado por quem ainda não te conhece

Se o YouTube alcança **81,1% dos internautas brasileiros**, isso significa que grande parte da população potencialmente pode consumir conteúdo legislativo sem depender de sinal aberto, TV a cabo, parabólica ou portal institucional.

Se antes os canais legislativos produziam para quem se interessava por política, hoje o **YouTube permite disputar atenção com públicos que não sintonizariam o canal da TV legislativa.**

Com **150 milhões de usuários**, o problema dos canais legislativos não é “falta de público potencial”. O desafio real é competir com:

- creators de entretenimento;
- influencers políticos;
- canais de opinião;
- conteúdos emocionais e altamente editados.

# Consumo de informação

Frequência diária de consumo de informação entre brasileiros (16+)



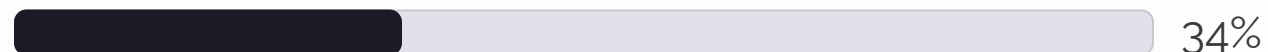
Redes sociais e plataformas digitais



Aplicativos de mensagem



Rádio e TV



Jornais e revistas

Fonte: Painel TIC - <https://cetic.br/pt/noticia/plataformas-da-internet-sao-o-principal-meio-de-acesso-a-informacao-entre-brasileiros-e-superam-radio-e-tv-aponta-nova-pesquisa/>



# Comunicação pública e canais legislativos

A audiência migrou e o conteúdo institucional precisa acompanhar

**O cidadão não espera mais a notícia.**

**A notícia precisa encontrá-lo no feed.**

Dado mais crítico: jovens consomem menos jornalismo tradicional

 **Apenas 46% dos jovens (16–24 anos)** consomem diariamente notícias produzidas por veículos jornalísticos.



# Como vamos fazer isso?

The image is a collage of mathematical content overlaid on a background image of a woman's face. The content is organized into several sections:

- Top Left:** A circle with radius  $r$ . Below it, the formulas  $A = \pi r^2$  and  $C = 2\pi r$  are shown.
- Top Center:** A cone with height  $h$  and radius  $r$ . The volume formula  $V = \frac{1}{3} \pi r^2 h$  is displayed above it.
- Top Right:** A cylinder with radius  $r$  and height  $h$ . The volume formula  $V = \pi r^2 h$  is shown below it.
- Bottom Left:** A table of trigonometric values for 30°, 45°, and 60°:

	30°	45°	60°
sin	$\frac{1}{2}$	$\frac{\sqrt{2}}{2}$	$\frac{\sqrt{3}}{2}$
cos	$\frac{\sqrt{3}}{2}$	$\frac{\sqrt{2}}{2}$	$\frac{1}{2}$
tan	$\frac{\sqrt{3}}{3}$	1	$\sqrt{3}$

Below the table are two right-angled triangles. The first has angles 30° and 60°, with sides  $x$ ,  $x\sqrt{3}$ , and  $2x$ . The second has a 45° angle and a hypotenuse of  $\sqrt{2}$ .
- Bottom Center:** A graph of the tangent function  $\tan(\theta)$  versus  $\theta/\text{rad}$ . The y-axis ranges from -5 to 10, and the x-axis is labeled  $\theta/\text{rad}$ . Several integration formulas are listed:
  - $\int \sin x dx = -\cos x + C$
  - $\int \frac{dx}{\cos^2 x} = \text{tg}x + C$
  - $\int \text{tg}x dx = -\ln|\cos x| + C$
  - $\int \frac{dx}{\sin x} = \ln\left|\text{tg} \frac{x}{2}\right| + C$
  - $\int \frac{dx}{a^2 + x^2} = \frac{1}{a} \text{arctg} \frac{x}{a} + C$
  - $\int \frac{dx}{x^2 - a^2} = \frac{1}{2a} \ln\left|\frac{x-a}{x+a}\right| + C$
- Bottom Right:** Algebraic formulas for solving quadratic equations:
  - $ax^2 + bx + c = 0$
  - $a\left(x^2 + \frac{b}{a}x + \frac{c}{a}\right) = 0$
  - $x^2 + 2\frac{b}{2a}x + \left(\frac{b}{2a}\right)^2 - \left(\frac{b}{2a}\right)^2 + \frac{c}{a} = 0$
  - $\left(x + \frac{b}{2a}\right)^2 - \frac{b^2 - 4ac}{4a^2} = 0$

# Rádio e TV trabalham com:

- Grade fixa
- Programação linear
- Audiência passiva

# Plataformas trabalham com:

- Algoritmo
- Personalização
- Vídeo curto
- Interação
- Compartilhamento

# YouTube para canais legislativos:

- canal de transmissão ao vivo de atividades;
- plataforma de distribuição de cortes e destaques;
- ambiente de conteúdos educativos;
- canal de interação com a sociedade.

O mais provável é que o cidadão não busque por “TV Senado” ou “TV Câmara”, mas já está no YouTube diariamente. A estratégia passa a ser **levar o conteúdo até onde o cidadão já está.**

# Metodologia Hero, Hub e Help

Difundida pelo YouTube, organiza a produção de conteúdo em três pilares.



HERO

**Gerar impacto**

Conteúdo de grande alcance que atrai novos públicos



HUB

**Criar hábito**

Conteúdo recorrente que fideliza inscritos e aumenta tempo de permanência



HELP

**Encontrar respostas**

Conteúdo útil que responde às dúvidas do público

 **Objetivo:**

Atrair novos públicos, aumentar tempo de permanência e fidelizar inscritos.

# Conteúdo HELP: encontre respostas

Conteúdo de busca e educação para o público.



## Objetivos

- Atrair novos públicos via pesquisa
- Responder dúvidas frequentes
- Gerar tráfego orgânico no longo prazo



## Características

- Conteúdo *evergreen* (não perde relevância rápido)
- Forte potencial de busca
- SEO importante

# Conteúdo HELP: aplicação em canais legislativos

Para canais legislativos, o conteúdo HELP é fundamental para educar e engajar o público em temas cívicos e jurídicos, respondendo às dúvidas mais frequentes.



O que faz um senador?



Como nasce uma lei no Brasil?



O que é uma CPI?



Como funciona uma PEC?



Qual a diferença entre Senado e Câmara?



Como falar com o senador?

# HUB: recorrente e construção de comunidade

São quadros fixos e séries periódicas.



## Objetivo

- Fazer o público voltar ao canal
- Criar identidade editorial
- Construir relacionamento com a audiência



## Características

- Frequência previsível
- Formato reconhecível
- Fortalece comunidade

# HUB: exemplos de conteúdo recorrente

Conteúdo que cria hábito e pode fidelizar a audiência.



Resumo da Semana no Congresso



Entenda o projeto



Bastidores do Senado



Aprovações em 1 minuto



Senado Responde  
(perguntas da audiência)



Fato ou Fake?  
com o Senado Verifica

# HERO: alto impacto e alcance

São grandes produções para gerar **relevância pública e institucional**.

## Objetivos

- Viralizar e alcançar novos públicos
- Atrair a atenção de um público amplo
- Reforçar a **autoridade institucional**

## Características

- Maior investimento em produção
- Forte apelo emocional ou social
- Alta capacidade de compartilhamento



# HERO: exemplos práticos

Grandes produções que geram alto impacto e alcance, com potencial de viralização:



Documentário sobre os 200 anos do Senado Federal



Série especial sobre mulheres que marcaram a política brasileira



Cobertura especial das Eleições 2026



Especial sobre Inteligência Artificial e Democracia



Produção especial sobre 8 de janeiro e defesa institucional

Oportunidade: **Transformar temas públicos em conteúdos de relevância nacional.**

# Configurações básicas do canal: checklist

Garanta que seu canal esteja otimizado para a visibilidade e reconhecimento institucional.



Nome institucional padronizado

Use um nome claro e facilmente reconhecível. O ideal é usar o mesmo @ em todas as redes.



Foto de perfil oficial

Utilize a marca institucional ou identidade visual oficial para garantir reconhecimento imediato.



Banner do canal atualizado

Comunique a proposta editorial, a frequência de publicações e a presença do canal em outras plataformas.



URL personalizada

Configure uma URL amigável para facilitar a busca e o compartilhamento institucional do seu canal.



Descrição estratégica do canal

Informe claramente o que o público pode esperar do canal e como pode interagir com você.

# Página inicial: facilite a navegação do cidadão



Próximas transmissões ao vivo

---



Playlist temática com campanha

---



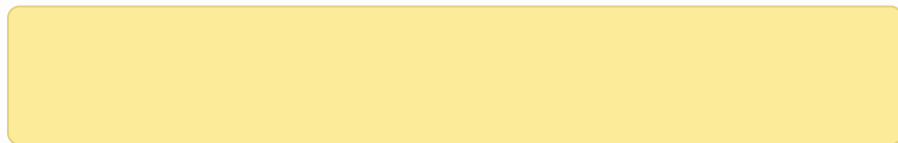
Íntegra das reuniões

---



Programas recentes

---



Vereadores / deputados estaduais

---



Últimas notícias / últimos vídeos

# O que destacar no trailer?

1. Notícia recente ou do dia
2. Vídeo de boas-vindas
3. Vídeo explicando como funciona o canal
4. Vídeo com alguma campanha
5. Importante ter frequência de atualização
6. Pode ser diferente para inscritos e não inscritos!

No ambiente de plataformas,  
organização técnica também é  
estratégia de comunicação pública.

① **Pense digital:** leve em conta a experiência do usuário, mas lembre-se: cada vídeo é único no meio digital!

Search



# Recursos do YouTube



## Cards

Levam o espectador a outros vídeos do canal durante a reprodução.



## Tela Final

Inclua "inscreva-se" e destaque um vídeo ou playlist. Crie uma tela especial do tipo "você vai gostar também".



## Podcast

Os seus produtos podem ser transformados para podcast?




## YouTube Shorts

De 15 segundos a 3 minutos de duração. São encontrados na aba "vídeos curtos" na busca do google.

O desafio dos canais legislativos  
agora também é disputar atenção no  
feed.



 YouTube



**#Shorts – PM agredida diz que atuação do BPChoque poderia ter evitad...**

"Se a senhora tivesse mais 200 policiais junto com a senhora, acha que conseguiria evitar essas invasões e depredações?", questionou o senador Flávio Bolsonaro (PL-...

2.733.046 views



 YouTube



### **Soraya questiona Virginia sobre uso de conta demonstração para aposta...**

Nesta terça-feira (13), a senadora Soraya Thronicke (Podemos-MS), relatora da CPI das Bets, questionou a influenciadora Virginia Fonseca, durante seu depoimento à...

1.029.902 views

Sessões longas e transmissões na íntegra são importantes, mas não bastam para descoberta algorítmica.

# Ideias para Shorts do YouTube

Transmissão → descoberta → engajamento



Shorts explicativos  
(como esse projeto  
vai impactar meu  
bolso?)



cortes de debates  
relevantes



bastidores  
institucionais e  
curiosidades



conteúdo de serviço  
("como falar com o  
vereador?")

# Boas práticas para vídeos verticais (9:16)

- Primeiros segundos são os mais importantes  
Chame atenção imediatamente e converse diretamente com o público.
- Use legenda sempre  
Grande parte das pessoas assiste vídeos sem áudio. A legenda garante que a mensagem chegue.
- Mais espontâneo, menos produção  
O formato vertical pede autenticidade. Não precisa ser perfeito, precisa ser real.
- Duração ideal: 15 a 45 segundos  
O conteúdo precisa "se sustentar". A ideia não é fazer uma propaganda. É um conteúdo independente do conteúdo maior.

# Erros comuns a evitar

- ✘ Publicar apenas recortes de TV sem adaptação
- ✘ Títulos burocráticos
- ✘ Falta de contexto
- ✘ Vídeos longos demais
- ✘ Ausência de identidade visual



 YouTube



### **Marina Silva abandona audiência após discussão com senadores #Shorts**

A ministra do Meio Ambiente e Mudança do Clima, Marina Silva, e senadores da Comissão de Infraestrutura divergiram sobre a BR-319 e políticas ambientais,...

1.027.098 views



YouTube



### Davi disponibiliza advocacia do Senado para auxiliar relator da CPI do Cri...

O presidente do Senado, Davi Alcolumbre (União-AP), colocou a Advocacia do Senado à disposição para atuar na defesa das prerrogativas parlamentares. A...

+500k views



## YouTube Shorts: como criar e práticas recomendadas

# Ainda precisa escrever #Shorts no título?

**Vídeos enviados após 8 de dezembro de 2025:** todos os vídeos enviados a partir dessa data com proporção quadrada ou vertical e até três minutos de duração serão considerados Shorts no YouTube. Esse conteúdo pode ser monetizado de acordo com seu contrato de monetização com o YouTube.

 [support.google.com](https://support.google.com)



## Como criar Shorts com até três minutos no YouTube – Ajuda do YouTube

Agora é possível criar Shorts com até três minutos no YouTube. Você terá mais tempo para contar histórias, mostrar sua criatividade e conquistar o público. Qualificação de Shorts com até três minutos



 YouTube



### **Jornalismo – TV Senado é a primeira emissora do mundo a transmitir mul...**

Na primeira semana de funcionamento do serviço, foram registrados 247 mil acessos . Publicado na internet em 05/12/2014

# Transformação digital

 **Dezembro de 2010**

Criação do canal oficial da TV Senado no YouTube.

 **11 de setembro de 2014**

Assinatura de convênio entre o Senado Federal e o Google para implantação da multiprogramação.

 **25 de novembro de 2014**








Início oficial das transmissões ao vivo multiprogramadas.

TV Senado completou 30 anos em fevereiro de 2026 (criada em 1996).

# TV Senado ao vivo no YouTube

A TV Senado opera uma das estruturas mais robustas de transmissão digital do Legislativo brasileiro, com capacidade para **14 transmissões simultâneas ao vivo** no YouTube.

Distribuição atual das transmissões:

-  **1 canal principal institucional**
-  **1 canal de entrevistas com o Presidente do Senado**
-  **1 canal de entrevistas com senadores**
-  **8 transmissões simultâneas de comissões**
-  **1 transmissão exclusiva do Plenário / Sessão Deliberativa**
-  **1 transmissão de lives, webinars e eventos especiais**
-  **1 transmissão dedicada ao jornalismo**

# Operação fixa diária

- 8 comissões simultâneas
- 1 sessão plenária
- 2 canais de entrevistas institucionais

Resultado:

- Cobertura em tempo real das principais atividades legislativas
- Maior transparência institucional
- Ampliação da presença digital do Senado

## Inovação tecnológica e estabilidade operacional

Equipamento-chave da operação

A operação utiliza a **Osprey Talon**, responsável  
pelo encoding e distribuição dos sinais ao vivo.



tv senado  
ao vivo

## Antes

- ✗ Quedas frequentes em transmissões
- ✗ Problemas técnicos exigiam reinicialização da placa
- ✗ Perda do link da live
- ✗ Queda de audiência e perda de espectadores

## Hoje

Com o **RM (sistema interno desenvolvido por Fabiano Parente)**, a operação ganhou mais robustez:

- ✓ Redução significativa de quedas
- ✓ Monitoramento mais estável das transmissões
- ✓ Migração entre placas sem derrubar a live
- ✓ Preservação do mesmo link de transmissão
- ✓ Continuidade da audiência e retenção dos inscritos

# No ar!

⊗ Muito cuidado com **direito autoral!**  
Passar conteúdo de terceiros pode dar "strike" e tirar o canal do ar.

⚠ Avalie a viabilidade de **multiprogramação**.

ⓘ Agende as **próximas transmissões** e incentive sua audiência a ser notificada.

# TV Senado no YouTube

Presença digital consolidada (dezembro 2010 a maio 2026)

+1,85 mi

Inscritos



+109K

Vídeos publicados

+466 mi

Visualizações acumuladas

# O Brasil é o 3º maior mercado do YouTube no mundo

Não basta publicar. É preciso pensar em:

- thumbnails (miniaturas);
- títulos orientados à busca;
- retenção de audiência;
- consistência editorial;
- identidade visual forte.

*Muitos canais legislativos ainda operam com lógica de TV linear, enquanto o YouTube exige lógica de plataforma.*

Somos diferentes e está tudo bem. Eu usava orelhão e revelava foto. **Minhas alunas já nasceram com o YouTube.**



Eu vou encontrar seu  
conteúdo?

E minha aluna?

quem é sua audiência?

eu?

minha aluna?

ou minha mãe?

# SEO

*Search Engine Optimization* (Otimização para Mecanismos de Busca)

# Palavras-chave:

1-

2-

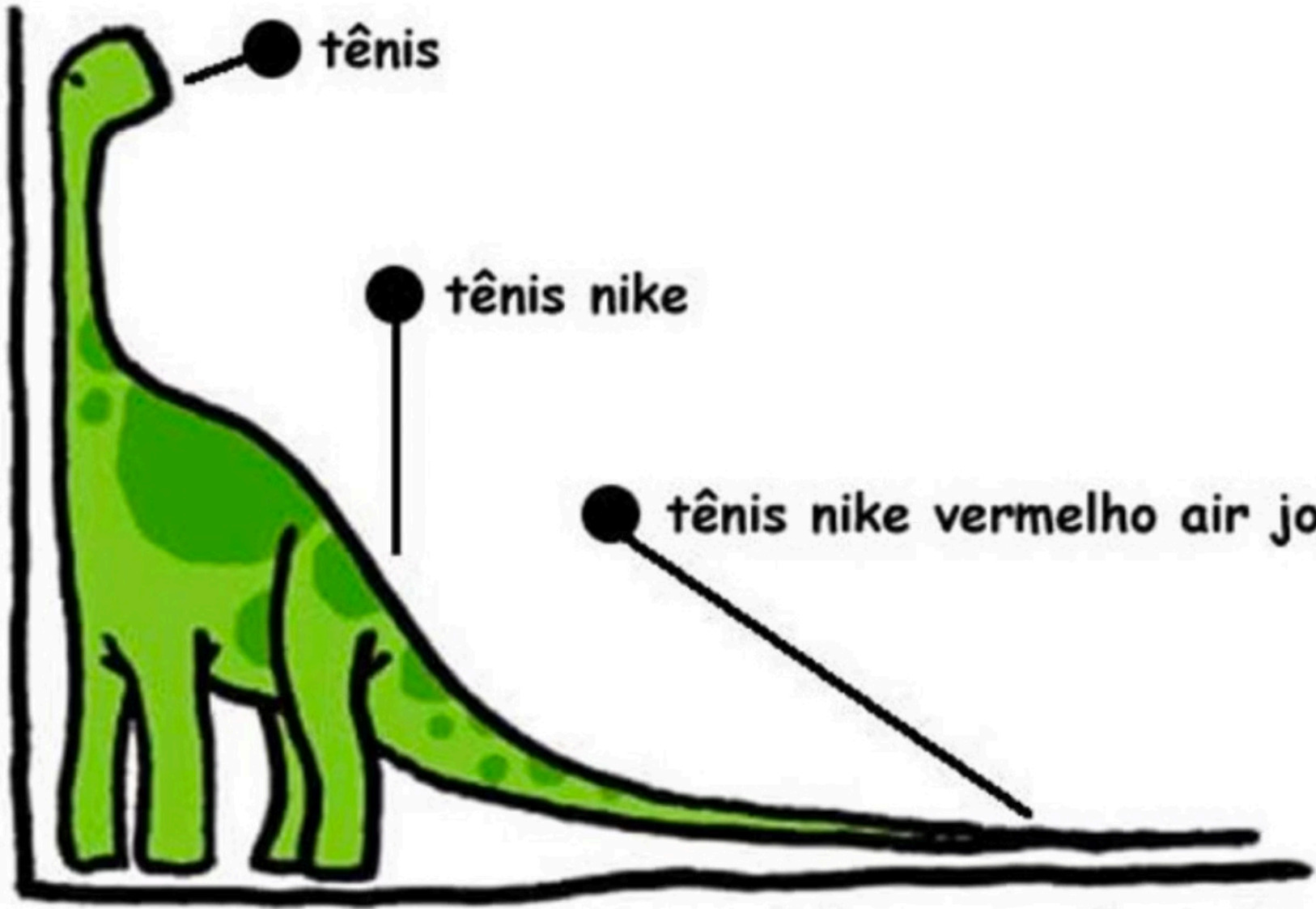
3-



## **O que são palavras-chave?**

São os termos que seu público digita para encontrar conteúdo.

Volume de busca



tênis

tênis nike

tênis nike vermelho air jordan

← Mais genérico

Mais específico →

● cpi da pandemia  
Search term

● cpi da covid  
Search term

+ Add comparison

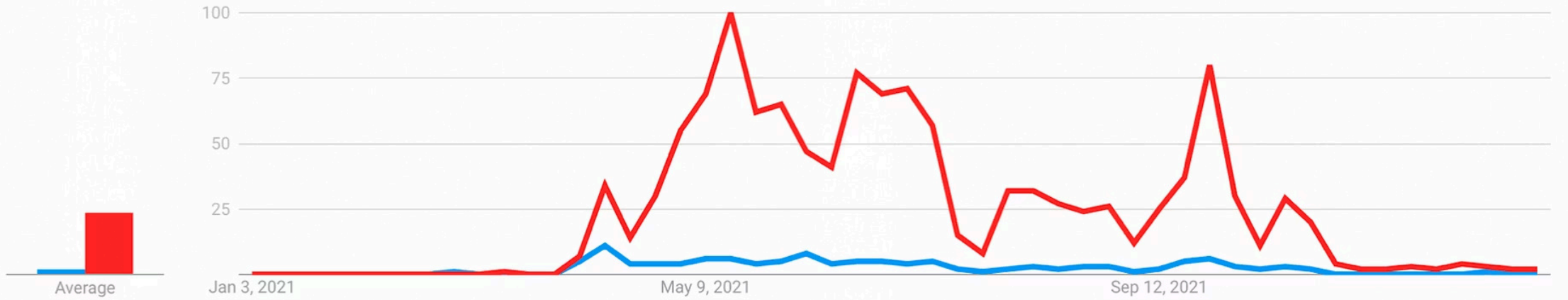
Brazil ▾

2021 ▾

All categories ▾

Web Search ▾

Interest over time ⓘ



🔍 servidor público



🔍 servidor público - Pesquisa do Google

🔍 servidor público de autarquia ou fundação municipal

🔍 servidor público pode ter empresa

🔍 servidor público estatutário

🔍 servidor público pode ser mei

🔍 servidor público sc

🔍 servidor público federal

🔍 servidor público pode ser sócio de empresa

🔍 servidor público pode advogar

🔍 servidor público celetista

## Outras pessoas pesquisaram

Vereador **função**



Vereador é **autoridade**



**5 funções do** vereador



**Onde o** vereador **trabalha**



Vereador **salário**



Vereador **municipal**



**Não é função do** vereador



Vereador **ou veriador**



## As pessoas também perguntam

Qual é a função de uma Câmara Municipal?



Qual o salário de um vereador em Fortaleza?



Quanto ganha um presidente da Câmara municipal?



Quem trabalha na Câmara Municipal é servidor público?



## Como faço

Como Faço Para Trabalhar Na Camara Municipal

Long Tail

Como Funciona A Câmara Municipal  
Câmara.Municipal

Onde Fica A Câmara Municipal  
Numero Da Câmara Municipal

## O que

O Que É Câmara Municipal

O Que Faz Um Vereador Na Câmara Municipal

Long Tail

O Que É Câmaras Municipais

O Que Camara Municipal

O Que Significa Câmara Municipal

You have *answers*. We have *questions*.



 Answer Socrates



**Answer Socrates: Free Question Keyword Research Tool Generator**

Generate real keyword ideas & questions people are searching, cluster by topic, and export in one click – for free.



davi alcolumbre  
Termo de pesquisa



presidente do senado  
Termo de pesquisa



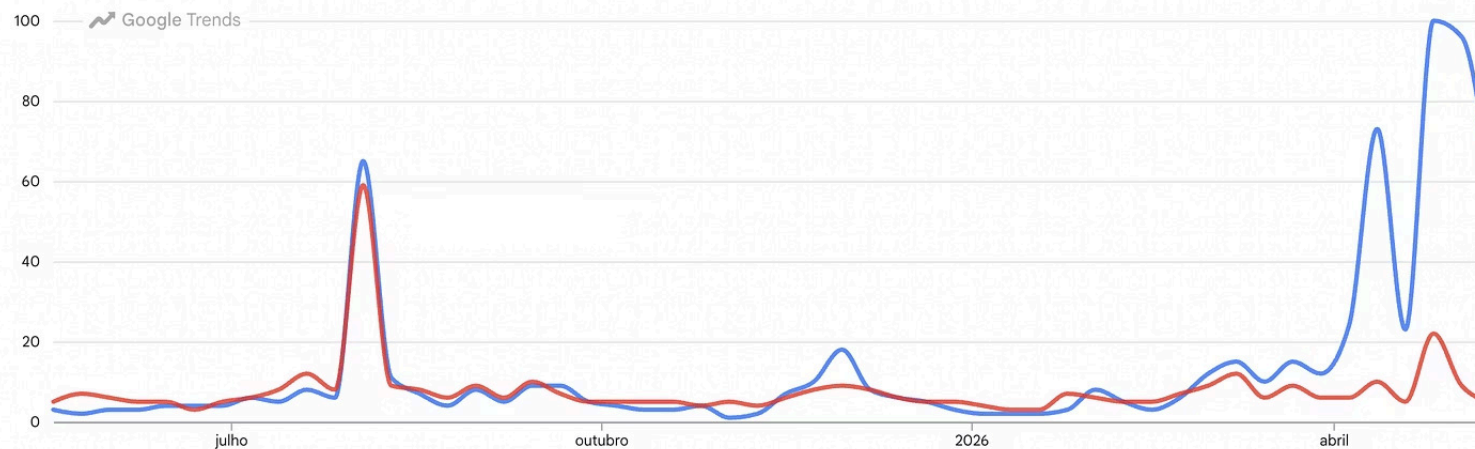
Brazil

Último ano

Pesquisa Google na Web

### Interesse ao longo do tempo

Brazil · Último ano

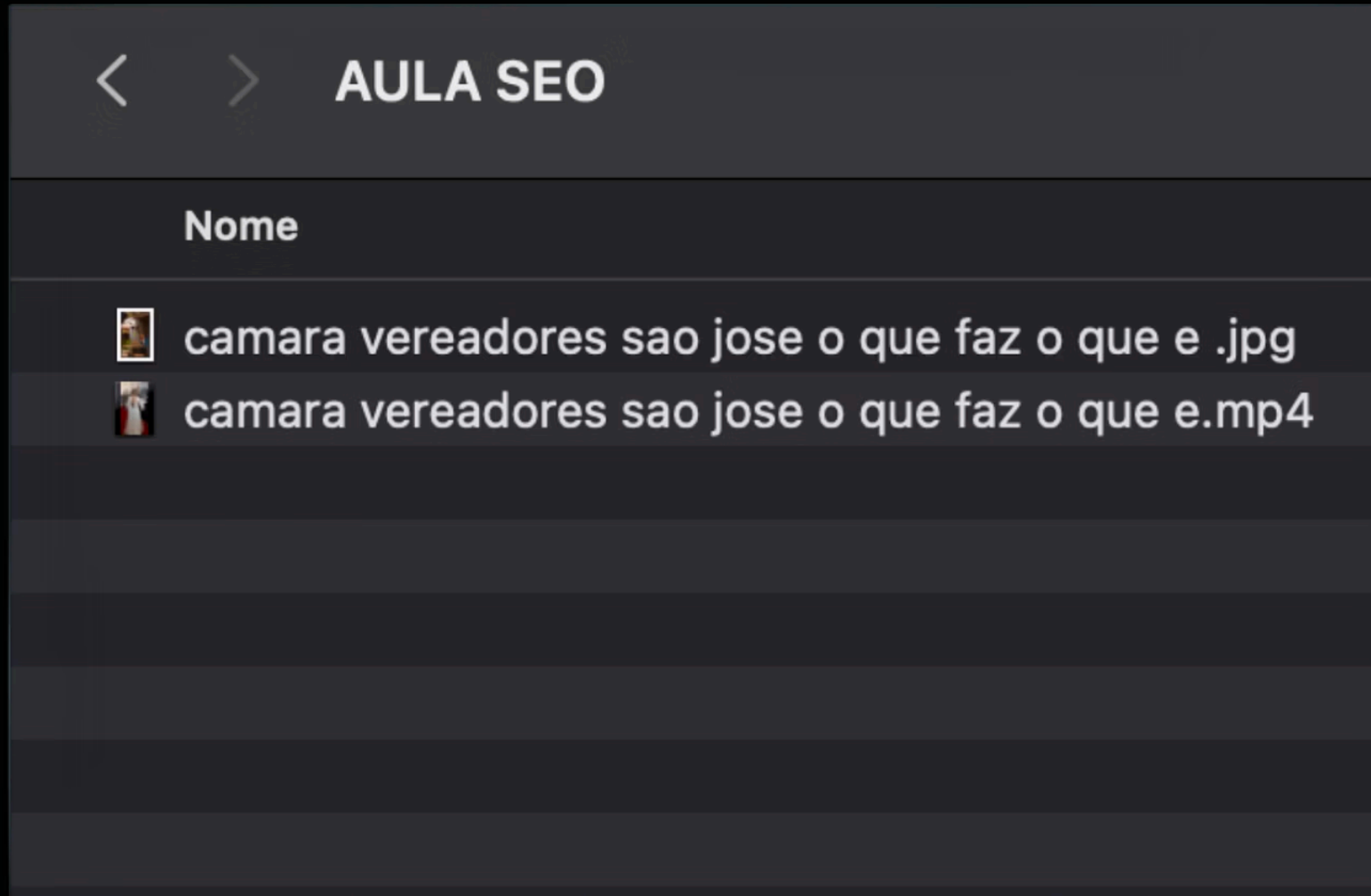


### Interesse médio

Brazil · Último ano



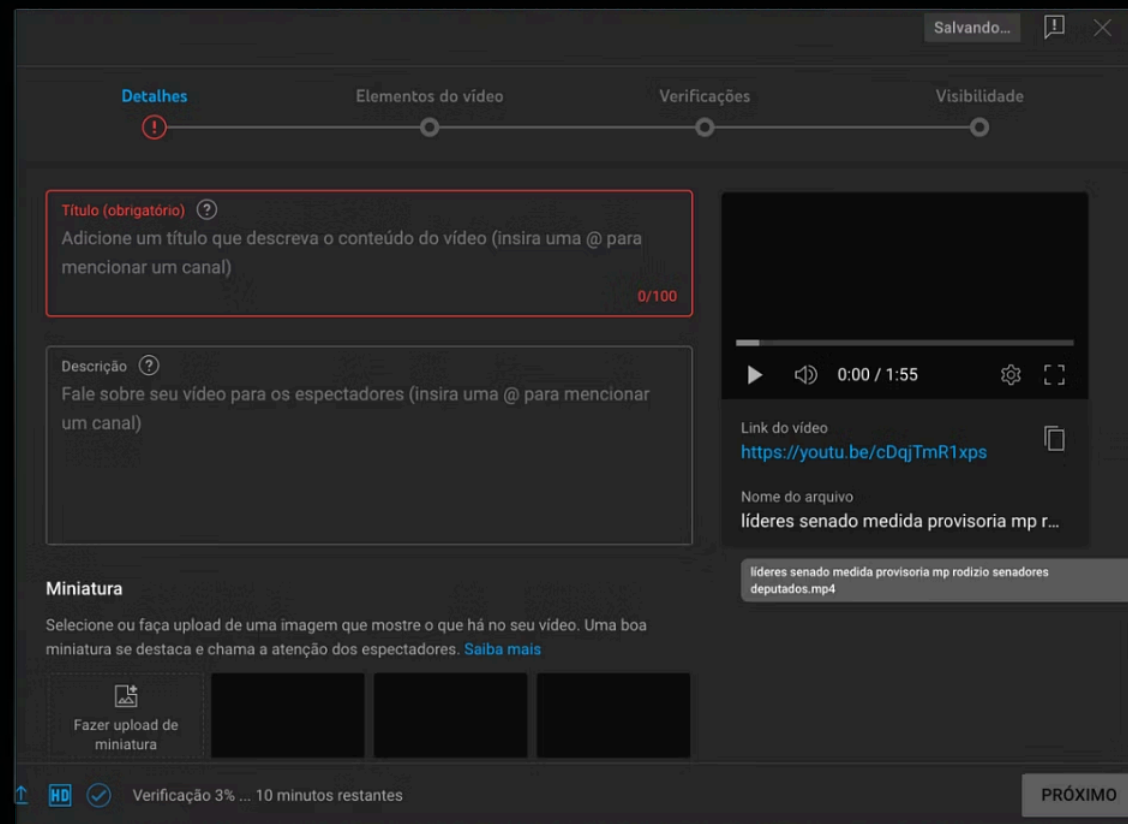
# 1- Nome do arquivo "otimizado"



Coloque a palavra-chave no vídeo e na miniatura (capa do vídeo)

## 2- Seja estratégico ao postar



- Palavras-chave mais relevantes no início do título
- Palavras-chave na descrição
- Palavras-chave nas tags
- Palavras-chave nas #Hashtags! Você deve colocar as # no fim da descrição.




exemplo:

### ECA Digital vai proteger crianças e adolescentes na Internet, explica Flávio Arns


 **TV Senado** ✓  
1,85 mi de inscritos

 69 | 

 Compartilhar

 Perguntar

 Salvar



TV Senado é parcialmente ou totalmente financiada pelo governo do Brasil. [Wikipedia](#) ↗

4.131 visualizações 17 de set. de 2025 [#ECADigital](#) [#plataformasdigitais](#) [#criançaadolescente](#)

Senador Flávio Arns (PSB-PR) foi o relator do projeto que cria o Estatuto da Criança e do Adolescente Digital, o ECA Digital (PL 2628/2022). A nova lei vai proteger crianças e adolescentes no ambiente digital, combatendo a exploração sexual e regulamentando o uso de imagens. O senador reforça a importância do controle parental e defende ferramentas e mecanismos de segurança para pais e plataformas. Flávio Arns lembra que o texto prevê uma autoridade competente para acompanhar o tema e multas para plataformas que não cumprirem regulamentações.

[#ECADigital](#) [#criançaadolescente](#) [#proteçãodacriança](#) [#ambientedigital](#) [#plataformasdigitais](#)

# **Atenção: Hashtags são diferentes das TAGS!**

Continue usando as tags, mas coloque # no final do campo de descrição do vídeo.

Use as # para que seu conteúdo seja indexado a outros conteúdos sobre o mesmo assunto.




Crie suas # para indexar conteúdo. Ferramentas: VidIQ e TubeBuddy.

# #criançaeadolescente



329 vídeos • 158 canais

Tudo Shorts




  **A Verdadeira Função do Conselho Tutelar: Protegendo Direitos**   
Pronto, Falei!  
14 mil visualizações • há 1 ano



 **ECA Digital vai proteger crianças e adolescentes na Internet, explica Flávio...**  
TV Senado   
4,1 mil visualizações • há 8 meses



 **Quais as formas de acolhimento para criança e adolescente? | Kizzy**  
Kizzy Social  
754 visualizações • há 2 anos



VdQguQ **GRAFOLOGIA: Efeitos Pós-Pandemia**



**Dia da Infância: 24 de agosto, data para**



**Inscrições Abertas | Eleição do Conselho**

# Como otimizar miniaturas para gerar cliques

Miniaturas atraentes são cruciais para captar a atenção e impulsionar o engajamento no YouTube

## 1 **Texto curto e direto**

Use 2 a 4 palavras com foco em busca e curiosidade. Exemplos: “Entenda a CPI” | “Aprovado hoje”.

## 2 **Rostos e emoção**

Expressões humanas aumentam a atenção e a taxa de cliques (CTR).

## 3 **Contraste visual**

Utilize cores fortes, um fundo limpo e certifique-se de que a leitura seja fácil no celular.

## 4 **Identidade visual consistente**

Padronize fontes, cores e estilo para fortalecer o reconhecimento e a marca do seu canal.

## 5 **Promessa de valor**

A miniatura deve responder claramente: por que clicar? Exemplos: O que mudou? É fato ou fake? Como funciona?

# Ao Vivo! Agora! Hoje!

Título orientado à busca

✘ “Sessão Ordinária nº 43”

✔ “Senado debate reforma tributária | Sessão ao vivo”

# Configurações

Geral

**Informações básicas**

Configurações avançadas

Qualificação para recursos

Canal

Padrões de envio

Permissões

Comunidade

Contratos

País de residência

Selecionar

Escolha a região onde você mora atualmente. [Saiba mais](#)

Palavras-chave

Adicionar palavras-chave

Insira valores separados por vírgulas

## Configurações

Geral

Canal

Padrões de envio

Permissões

Comunidade

Contratos

### Permissões de Sara Reis Silva

Quando você concede permissões a pessoas no seu canal, elas podem enviar conteúdo, comentar e realizar outras ações públicas. Elas também podem acessar conteúdo privado ou oculto [Saiba mais](#)

CONVIDAR

Nome

Função



Sara Reis Silva

sara.tvsenado@gmail.com

Proprietário

## Configurações

Geral

Canal

Padrões de envio

Permissões

Comunidade

Contratos

**Filtros automatizados**

Padrões

Moderadores administrativos ?

Adicione moderadores

Cole o URL do canal de um usuário aqui para adicioná-lo como moderador.

Moderadores padrão ?

Adicione um moderador padrão

Cole o URL do canal de um usuário aqui para adicioná-lo como moderador padrão.

Usuários aprovados ?

Adicionar usuário aprovado

Cole o URL do canal de um usuário aqui para adicioná-lo como usuário aprovado.

Usuários ocultos ?

FECHAR

SALVAR

# Descrição

Acompanhe ao vivo as atividades do Senado Federal. Confira ainda: discursos dos senadores, debates e votação de projetos, a cobertura jornalística, documentários e entrevistas especiais.

A participação de todos é bem-vinda e nos esforçaremos para acompanhar a conversa sempre que possível. A TV Senado encoraja todos a comentarem as publicações. Os comentários, no entanto, não representam a opinião da TV Senado.

Comentários que forem considerados inapropriados ou ofensivos poderão ser removidos e, em caso de reincidência, a conta do autor do comentário poderá ser bloqueada. Comentário difamatório, que moleste, ameace ou que, de qualquer forma, viole direitos de terceiros, poderá ser retirado e encaminhado à Polícia do Senado para investigação. Para manter um ambiente de civilidade, comentários que não respeitem a urbanidade ou sejam agressivos poderão ser apagados, assim como spams, propaganda eleitoral, publicidade em geral e comentários que fujam ao tema.



# A audiência feminina é maioria (51,9%)

Canais legislativos podem explorar temas que historicamente têm forte aderência:

- direitos das mulheres;
- maternidade e políticas públicas;
- saúde;
- educação;
- segurança digital;
- mercado de trabalho.

# Apps para Criar Vídeos Verticais



CapCut

Edição completa, legendas automáticas em português, modelos de texto e muito mais. Gratuito.



Canva

Criação de artes, miniaturas e capas. Tem templates prontos para Reels e Shorts.



InShot

Edição de vídeo simples e intuitiva, ideal para cortes rápidos e ajuste de proporção vertical.

✔ No CapCut, use **Legendas Automáticas** (menu Texto) para gerar legendas em português com um clique!

**e AI?**

# *Answer Engine Optimization (AEO)*

É a estratégia de criar conteúdos para que a sua informação seja encontrada e usada pelas inteligências artificiais como resposta.

- ChatGPT
- Gemini
- Microsoft Copilot
- Perplexity

# Como aplicar?

- ✓ Conteúdo em formato de pergunta e resposta
- ✓ Linguagem clara e objetiva
- ✓ Uso de dados confiáveis e fontes oficiais
- ✓ Vídeos explicativos, FAQs e conteúdos educativos

**No AEO, o objetivo não é aparecer na busca. É ser a resposta.**

# *Generative Engine Optimization (GEO)*

É a otimização de conteúdo para aparecer em respostas produzidas por IA generativa.

Exemplo:

Um usuário pergunta para a IA: *“Como funciona o Senado?”*

A IA pode citar conteúdos da:

- TV Senado
- Senado Federal
- e-Cidadania

# Como aplicar?

- ✓ Produzir conteúdos com autoridade institucional
- ✓ Organizar títulos e descrições claras
- ✓ Publicar conteúdos explicativos e educativos
- ✓ Construir presença consistente em plataformas digitais

**Linguagem natural:** Escreva textos mais fluidos e conversacionais, facilitando a leitura e interpretação do conteúdo pelas máquinas.

Domine a tecnologia, mas tenha repertório.



# Use os dados do YouTube Analytics



## Perfil da Audiência

Quem são seus espectadores e de onde vêm.



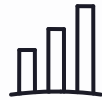
## Horários de Pico

Quando sua audiência está mais conectada.



## Origem do Tráfego

Como chegam ao canal, especialmente via **Pesquisa do YouTube**.



## Retenção e Duração

Quando a audiência abandona o vídeo e qual é o tempo ideal.

Para otimizar sua estratégia no YouTube, é fundamental mergulhar nos dados oferecidos pelo Analytics. Eles revelam insights valiosos que podem transformar seu conteúdo e alcance.



### Duração Ideal

Identifique o tempo médio de vídeo que mantém sua audiência assistindo.



### Buscas e palavras-chave

Descubra o que o público procura para encontrar seu conteúdo.

# Cases



 YouTube



## **Câmara Municipal de São Paulo**

Seja bem-vindo ao canal oficial da Câmara Municipal de São Paulo. Aqui você acompanha as atividades legislativas ao vivo. Inscreva-se!...



 YouTube



## **Assembleia de Minas Gerais**

Este é o Canal Oficial da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG) no YouTube. Aqui você acompanha, diariamente, ao vivo, tudo que acontece nas reuniões de...

Veja aqui o *report* completo:



 DataReportal – Global Digital Insights 

**Digital 2026: Brazil — DataReportal – Global Digital Insights**

All the data, insights, and trends you need to help you make sense of the “state of digital” in Brazil in 2026, including detailed statistics for internet use, social media...

[Digital 2026: Brazil — DataReportal – Global Digital Insights](#)

# Vamos conectar?



Obrigada!

[in/sarareisjornalista](#)

e-mail: [sarareis@senado.leg.br](mailto:sarareis@senado.leg.br)

Insta: [@sarareis.jornalista](#) (profissional)