



Universidade Federal da Paraíba  
Centro de Comunicação, Turismo e Artes  
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

***BUZZFEEDIZAÇÃO DO JORNALISMO?***

**Análise comparativa de formatos do *BuzzFeed* Brasil no G1, Uol e  
Metrópoles durante a eleição presidencial**

Irene Kelly Sá de Oliveira Figueirêdo

João Pessoa  
2020

IRENE KELLY SÁ DE OLIVEIRA FIGUEIRÊDO

***BUZZFEEDIZAÇÃO DO JORNALISMO?***

**Análise comparativa de formatos do *BuzzFeed* Brasil no G1, Uol e  
Metrópoles durante a eleição presidencial**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo - Mestrado Profissional da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento à exigência para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

João Pessoa  
2020

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

F475b Figueirêdo, Irene Kelly Sá de Oliveira.

Buzzfeedização do jornalismo? análise comparativa de formatos do BuzzFeed Brasil no G1, Uol e Metrôpoles durante a eleição presidencial / Irene Kelly Sá de Oliveira Figueirêdo. - João Pessoa, 2020.

182 f. : il.

Orientação: Fernando Firmino da Silva.  
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo. 2. Propagabilidade. 3. Recirculação jornalística. 4. Infotainment. 5. Buzzfeedização. 6. BuzzFeed. I. Silva, Fernando Firmino da. II. Título.

UFPB/BC

CDU 070.41(043)

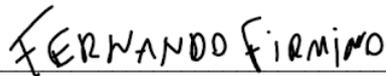
IRENE KELLY SÁ DE OLIVEIRA FIGUEIRÊDO

**BUZZFEEDIZAÇÃO DO JORNALISMO?**

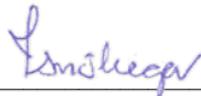
**Análise comparativa de formatos do *BuzzFeed* Brasil no G1, Uol e  
Metrópoles durante a eleição presidencial**

Aprovado em: 22 de julho de 2020

Banca examinadora:



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva - Orientador (UEPB/UEPB)



Prof. Dra. Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho (UEPB)



Prof. Dr. Thiago Pereira Falcão (UEPB)

João Pessoa  
2020

A Deus.  
À minha mãe.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por tudo.

À minha mãe, Ivanilda Sá, pelo seu amor refletido nos anos de trabalho, esforço e dedicação para cuidar e sustentar sozinha a mim e aos meus dois irmãos, provendo o que fosse necessário para termos uma boa educação.

Aos meus irmãos Kleber e André, pelo suporte e incentivo nos estudos e na vida.

A Fábio e Vinícius, que durante os meus dois anos e meio de trabalho na Vfdois sempre foram compreensíveis e flexíveis com os meus compromissos e atividades acadêmicas.

Ao meu orientador Fernando Firmino, por toda prontidão, paciência, incentivo e confiança durante o mestrado.

À Zulmira Nóbrega, por sempre ser uma inspiração na minha vida acadêmica e por todo incentivo durante esse percurso.

Ao corpo docente do PPJ, pela contribuição no meu crescimento acadêmico, e aos meus colegas que turma, por toda parceria e incentivo durante o mestrado.

À Gabi, por estar sempre comigo, presente de todas as formas e disposta a ajudar da maneira que pudesse. Por acreditar, por incentivar, por dar colo e acolher. Seu suporte, paciência e amor foram essenciais nessa reta final.

Ao meu grupo de amigos da vida, autointitulado “Jaburu”, pelos momentos mais fraternos e verdadeiros que pude ter, pela a atenção, pelo apoio e por sempre segurarem minha mão.

À Gaia Passarelli e Cris Dias, do BuzzFeed Brasil, pela receptividade e atenção.

Ao meu primo Duda, pelo suporte e disponibilidade em ajudar.

Por fim, obrigada a todas as pessoas que colaboraram, direta ou indiretamente, para a minha formação pessoal, acadêmica e profissional.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar a produção de conteúdo do *BuzzFeed* Brasil, durante as eleições presidenciais de 2018, a fim de perceber características semelhantes do site em portais de notícias brasileiros, para compreender o jornalismo em rede. A hipótese levantada é de que há a chamada *buzzfeedização* do jornalismo nesses portais. Para embasar a pesquisa, discutimos conceitos-chave como propagabilidade, circulação e recirculação jornalística, infotenimento, entre outros. Para alcançar o objetivo proposto, utilizamos do método de análise de conteúdo aplicado às publicações do *BuzzFeed* Brasil para, em seguida, observar o conteúdo dos portais G1, Uol e Metrôpoles, a partir de uma análise comparativa. Também utilizamos da técnica de entrevista semiestruturada, que deu suporte e complementou os dados da pesquisa. Os resultados apontaram para uma comprovação parcial da nossa hipótese, ao mostrar que há rastros de incorporação de características do *BuzzFeed* Brasil nos veículos analisados.

**Palavras-chave:** Propagabilidade. Recirculação jornalística. Infotenimento. Buzzfeedização. BuzzFeed.

## **ABSTRACT**

The present research aims to analyze the content production of BuzzFeed Brasil, during the 2018 presidential elections, in order to understand similar features of the website in Brazilian news portals, to comprehend network journalism. The raised hypothesis consists of there is the so-called journalism buzzfeedization on these portals. To support the research we discussed key concepts such as propagability, circulation and journalistic recirculation, infotainment, among others. To achieve the proposed goal, we used the content analysis method applied to BuzzFeed Brazil's publications afterwards observe the content of G1, Uol and Metr p les portals, based on a comparative analysis. We also used the semi-structured interviewing technique, which supported and complemented the research data. The results pointed to a partial proof of our hypothesis, showing that there are traces of BuzzFeed Brazil characteristics incorporated in the analyzed vehicles.

**Key-words:** Propagability. Journalistic recirculation. Infotainment. Buzzfeedization. BuzzFeed.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Funcionamento da propagabilidade dentro de uma comunidade-nicho.....	25
Figura 2 - Bilhete falso escrito por criança de 5 anos para tentar confundir os pais.....	30
Figura 3 - Tuíte em que a atriz Deborah Secco se apropria do meme do “bilhete” e o adapta para o contexto da novela em que fazia parte do elenco.....	30
Figura 4 - Recorte de matéria do <i>BuzzFeed</i> que incorpora publicações de usuários de redes sociais digitais.....	31
Figura 5 - Etapas do processo jornalístico no contexto da esfera da vida social.....	33
Figura 6 - Página inicial da versão americana do <i>BuzzFeed</i> às 18h45 do dia 26 de maio de 2019.....	42
Figura 7 - Página inicial da versão brasileira do <i>BuzzFeed</i> às 19h20 do dia 26 de maio de 2019.....	43
Figura 8 - Menu de vídeos do <i>BuzzFeed</i> norte-americano à esquerda e página de execução de vídeos na versão brasileira à direita.....	44
Figura 9 - Trecho da lista “12 pessoas LGBTQ contam quando descobriram que eram vítimas de preconceito”.....	45
Figura 10 - <i>Homepage</i> da versão norte-americana do <i>Buzzfeed News</i> .....	47
Figura 11 - Menu do <i>BuzzFeed News BR</i> .....	48
Figura 12 - Compilado de contas do <i>BuzzFeed</i> no <i>Instagram</i> , resultado da busca pelo termo “buzzfeed”.....	59
Figura 13 - Exemplo de publicidade nativa dentro do <i>BuzzFeed</i> .....	62
Figura 14 - Exemplo de publicidade nativa na <i>homepage</i> do <i>BuzzFeed</i> .....	63
Figura 15 - Tela de pesquisa avançada do <i>Google</i> .....	66
Figura 16 - Exemplo de <i>listicle</i> presente nas publicações analisadas.....	72
Figura 17 - Exemplo de <i>quiz</i> presente nas publicações analisadas.....	73
Figura 18 - Trecho de publicação em formato <i>news</i> .....	75
Figura 19 - Trechos de publicação que exemplificam o formato “enunciado”.....	77
Figura 20 - Trecho de enquete feita pelo <i>BuzzFeed</i> Brasil durante a campanha dos presidentiáveis em 2018.....	78
Figura 21 - Trecho de matéria com infográficos de pesquisa publicada pelo G1.....	82
Figura 22 - Trecho de publicação do G1 com tuítes.....	83
Figura 23 - Exemplo do formato <i>news</i> presente em publicação do G1.....	85
Figura 24 - Trecho de publicação do G1 no formato enunciado.....	86
Figura 25 - Continuação de trecho de publicação do G1 no formato enunciado.....	87
Figura 26 - Exemplo de <i>listicle</i> do G1 estruturado de forma enumerada.....	88
Figura 27 - Exemplo de <i>listicle</i> do G1 estruturado em tópicos.....	89
Figura 28 - Trecho de teste do G1, com perguntas feitas a partir de <i>prints</i> .....	91
Figura 29 - Resultado do teste Sintonia Eleitoral do G1.....	92
Figura 30 - GIF utilizado como capa de publicação do Uol.....	95
Figura 31 - Infográfico utilizado em publicação do Uol.....	96
Figura 32 - Uso de tuítes em trecho de publicação do Uol.....	97
Figura 33 - Trecho de publicação do Uol em formato <i>news</i> .....	99
Figura 34 - Trecho de publicação do Uol em formato <i>listicle</i> .....	101
Figura 35 - Trecho de publicação do Uol em formato <i>listicle</i> .....	102
Figura 36 - Trecho de publicação do Uol em formato enunciado.....	103
Figura 37 - Uso de GIFs em trecho da publicação do Metrôpoles.....	107
Figura 38 - Trecho de <i>news</i> do Metrôpoles com anúncios e recomendações de leituras.....	109

Figura 39 - Trecho do <i>listicle</i> “Dez momentos lamentáveis e vergonhosos da campanha eleitoral de 2018” do Metrópolis.....	110
Figura 40 - Trecho do enunciado “Eleições 2018: 12 artistas que se posicionaram politicamente... ”	111

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comparação entre propagabilidade e viralidade de conteúdo segundo Jenkins et al. (2014).....	22
Quadro 2 - Possibilidades de participação do público nas etapas do processo jornalístico em sites de rede social.....	35
Quadro 3 - Relação de palavras-chave utilizadas na pesquisa de busca avançada do <i>Google</i> para coleta de dados.....	66
Quadro 4 - Quantitativo de publicações coletadas para análise.....	68
Quadro 5 - Comparação quantitativa dos formatos utilizados pelos portais brasileiros.....	114

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gráfico dos formatos utilizados nas publicações analisadas do <i>BuzzFeed</i> Brasil .....	79
Gráfico 2 - Gráfico dos formatos identificados nas publicações analisadas do G1 .....	93
Gráfico 3 - Gráfico dos formatos identificados nas publicações analisadas do Uol .....	104
Gráfico 4 - Gráfico dos formatos identificados nas publicações analisadas do Metrôpoles .....	112
Gráfico 5 - Gráfico comparativo entre os formatos utilizados por cada veículo .....	114

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>13</b>
<b>2 PROPAGABILIDADE E REDES SOCIAIS DIGITAIS</b>	<b>18</b>
2.1 Redes sociais digitais e o jornalismo em rede	19
2.2.1 O conteúdo propagável	26
2.3 Circulação e recirculação jornalística	29
2.4 Como produzir conteúdo propagável no jornalismo	35
<b>3 BUZZFEEDIZAÇÃO DO JORNALISMO</b>	<b>39</b>
3.1 O jornalismo BuzzFeed e o ciberacontecimento	40
3.2 Fait divers e entretenimento	51
3.3 Infotimento: a informação e o entretenimento no jornalismo	54
3.4 Modelos de negócio em jornalismo	57
3.4.1 Branded Content	61
<b>4 PERCURSO METODOLÓGICO</b>	<b>64</b>
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>71</b>
5.1 BuzzFeed Brasil	71
5.2 G1	80
5.3 Uol	94
5.4 Metrôpoles	105
5.5 Comparativo entre os estudos de casos empíricos	112
5.6 Discussão dos resultados	115
<b>6 CONCLUSÕES</b>	<b>119</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>122</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>128</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com a expansão das redes digitais e com a internet cada vez mais ubíqua, o jornalismo tem sido diretamente afetado, uma vez que esses fatores modificaram e continuam modificando significativamente a prática profissional - desde a produção de conteúdo à propagação e distribuição de notícias - e a maneira de se consumir informação. Além disso, a internet, junto à convergência das mídias e às Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) alteram, também, a própria lógica de mercado pelas quais operam os veículos de comunicação.

No Brasil, a internet começou a popularizar-se a partir do ano 2000, ganhando cada vez mais adeptos. De acordo com a pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI),<sup>1</sup> a rede obteve um crescimento significativo na última década. Em 2008, apenas 18% das residências no país contavam com acesso à internet. Dez anos depois, em 2018, cerca de 67% dos domicílios já estavam conectados. A pesquisa ainda mostrou que, das pessoas que utilizam a internet, 97% dos usuários acessam a rede por telefones celulares, e 43% por computador.

Enquanto o número de usuários de internet que usam a rede apenas pelo telefone celular cresce, o número de usuários que usam a rede tanto pelo computador quanto pelo celular, e apenas pelo computador, diminui. Isso é reflexo do quanto as tecnologias móveis mudam e estão mudando a forma do indivíduo estar conectado.

Com o surgimento da internet, a distribuição de informação passou a ser feita de forma mais dinâmica e interativa, por meio das mais diversas e modernas plataformas de publicação. Com a emergência da *Web 2.0*, em 2004, as redes sociais tornaram-se populares e passaram a atuar como potencializadoras dessa distribuição. Para Recuero (2009), a capacidade das redes sociais de difundir conteúdo altera “de forma significativa os fluxos de informação dentro da própria rede” e cria novos canais de circulação. Assim, essa expansão gerou também uma diversidade de novas redes, projetadas para funcionar em vários dispositivos e outras especificamente para serem utilizadas em dispositivos móveis. Dados

---

<sup>1</sup> Disponível em:

<<https://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2018/>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

obtidos da mesma pesquisa do CGI (2018), revelam que, do total de usuários da internet, 75% estão em redes sociais.

Diante desse cenário, surge o *BuzzFeed*<sup>2</sup>, que inova na forma de captar informações e temáticas de interesse e transformá-los em conteúdo. O site, que se intitula como uma companhia social de entretenimento e notícias, tem o propósito de criar conteúdos propagáveis e que se espalham rapidamente pelas redes sociais. O *BuzzFeed* foi fundado em 2006, pelo jornalista Jonah Peretti (um dos fundadores do *Huffington Post*), com a ideia de ser um laboratório de criação de conteúdo viral na internet. O site organiza suas publicações em um formato que foge do padrão de sites noticiosos, se apropriando de uma estrutura muito similar a das redes sociais, o *feed*. O foco das publicações, seja com viés humorístico ou jornalístico, é a elaboração de listas numeradas, testes e vídeos de curta duração, que são facilmente compartilhados nas redes sociais.

O *BuzzFeed* opera em 9 países<sup>3</sup> e a versão brasileira do site foi lançada em 2013. Segundo Cabral (2016), a empresa não revela a audiência no Brasil, mas afirma estar apenas atrás das operações nos Estados Unidos e Reino Unido. O *BuzzFeed* Brasil reúne aproximadamente 50 funcionários e suas recentes contratações de jornalistas experientes mostram que o site também objetiva uma maior credibilidade jornalística.

As pessoas mudaram seus hábitos de consumo de informação na internet e as redes sociais digitais reforçaram essa mudança. Foi justamente nesses espaços, que o *BuzzFeed* reconheceu o compartilhamento como a chave para o seu funcionamento. O caminho feito por usuários de internet para chegar a sites de notícias, que passam primeiro por redes sociais como *Facebook* e *Twitter*, torna-se bem mais comum do que o caminho seguido através de pesquisas feitas em mecanismos de busca. Alguns autores (GUIMARÃES, 2015; SARDÁ et al., 2015; ANTUNES, 2015) já nos apontam que a estratégia do *BuzzFeed* passou a exercer influência em sites jornalísticos pelo mundo. Segundo Guimarães (2015, n.p), “o *Buzzfeed* tornou-se uma potência midiática da *web* ao criar um novo formato de jornalismo, com base na experiência de navegação pelas redes sociais”.

---

<sup>2</sup> Ver em: <<https://www.buzzfeed.com/>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

<sup>3</sup> Sediado em Nova York, nos Estados Unidos, atualmente o *BuzzFeed* tem escritórios no Reino Unido (Londres), Alemanha (Berlim), Austrália (Sydney), Índia (Mumbai), Japão (Tóquio), Brasil (São Paulo), Canadá (Toronto) e México (Cidade do México).

Com um conteúdo pensado e criado para ser compartilhado, o *BuzzFeed* se porta no mercado de forma diferenciada dos veículos tradicionais e até mesmo daqueles que nasceram na internet. Além disso, o objeto foi escolhido devido a sua rápida ascensão nos últimos anos, que o tornou um dos mais bem-sucedidos sites de mídia, e por ter surgido diretamente na *web*, sem ter nenhum histórico em plataformas *offline*.

Mesmo que alguns autores - como os mencionados anteriormente - já tenham estudado sobre o sucesso da estratégia do *BuzzFeed* e sua influência pelo Brasil e pelo mundo, até onde pudemos pesquisar, não há uma análise aprofundada de conteúdo de portais jornalísticos brasileiros, a fim de perceber essa influência. Sardá et al. (2014) verificaram através do estudo das postagens no *Facebook* do jornal gaúcho Zero Hora, que o veículo apresenta uma estrutura muito similar à utilizada pelo *BuzzFeed*, no que diz respeito aos recursos humorísticos em suas publicações. À essa aproximação do conteúdo jornalístico com o de entretenimento, os autores chamam de “*buzzfeedização* do jornalismo”. Por isso, trabalhamos com a hipótese de que esse fenômeno existe no contexto do Brasil.

Dessa forma, esta investigação pretende responder a seguinte **questão de pesquisa**: a chamada *buzzfeedização* do jornalismo está, efetivamente, ocorrendo em portais de notícias brasileiros? Se sim, de que maneira esse fenômeno se reflete nas publicações desses portais e o que isso revela sobre o jornalismo em rede? Para a investigação em torno dessa problematização, a pesquisa tem como **objetivo geral** analisar como o *BuzzFeed* tem produzido conteúdo, a fim de perceber características semelhantes em portais brasileiros, para compreender o jornalismo em rede/e como isso impacta o jornalismo em rede. Como norteamento para os **objetivos específicos**, pretende-se: 1) Observar a estrutura e os formatos do *BuzzFeed* para entender o funcionamento do site; 2) Analisar as publicações do *BuzzFeed* Brasil com conteúdo relacionado às eleições presidenciais de 2018, a fim de perceber características presentes; 3) Observar quais estratégias são utilizadas pelo *BuzzFeed* Brasil para o engajamento com a audiência; 4) Examinar o conteúdo dos sites de notícias G1, Uol e Metrôpoles, a fim de perceber a chamada *buzzfeedização*, observando similaridades e diferenças com conteúdo do *BuzzFeed* Brasil; 5) Discutir sobre propagabilidade, recirculação jornalística e infotenimento para compreender o jornalismo em rede.

Com a finalidade de alcançar respostas para os questionamentos e objetivos, a pesquisa se deu a partir do método de análise de conteúdo. Por meio de uma abordagem

qualitativa, utilizamos o procedimento de estudo de caso para entender as rotinas de produção, estratégias de engajamento com a audiência e funcionamento do site. Para perceber se o *BuzzFeed* ainda exerce, de fato, alguma influência em portais de notícias brasileiros, exploramos o conteúdo dos sites G1, Uol e Metrôpoles<sup>4</sup>, a partir de uma análise comparativa, observando similaridades e diferenças. O período compreendeu a semana que antecedeu o primeiro e o segundo turnos das eleições presidenciais no país, entre 1º e 7 de outubro, e depois entre 22 e 28 de outubro de 2018, por ser de intensa movimentação nas pautas dos veículos devido à campanha política. Além disso, o período selecionado foi relevante por ter compreendido uma eleição polêmica, de muita discussão e polarização política, marcada pelo uso das redes sociais e das *fake news*.

O estudo *Digital News Report 2020*, do *Reuters Institute*, mostrou que 67% da população utiliza as redes sociais como fonte de informação, mas que também são elas as principais fontes de preocupação das pessoas quando se trata de desinformação, seguida de sites e aplicativos de notícias, aplicativos de mensagens e pesquisas no *Google*. No Brasil, o *WhatsApp* figurou como a maior fonte de preocupação, durante e depois da campanha presidencial “porque a informação falsa tende a ser menos visível e pode ser mais difícil de combater nestas redes privadas e encriptadas” (REUTERS INSTITUTE, 2020).

O período analisado também se faz pertinente ao considerar que o entretenimento, um dos temas abordados nesta pesquisa, também tem uma força política, que vai além de seu aspecto funcional. É o que aponta Street (1997) ao sugerir que o entretenimento pode ser pensado como um instrumento de ação política, além da mera diversão. Para o autor, “a cultura pop pode, no sentido de apresentar várias formas de identidade, se misturar com a política, em particular no sentido relativo à cidadania, no direito a ‘fazer parte’ e ser reconhecido”, ela pode, também “se tornar uma forma de resistência, como uma forma de desafiar ou mesmo negar o poder” (1997, p. 12).

Para a coleta de dados, utilizamos a ferramenta de pesquisa avançada do *Google*. Também utilizamos a técnica de entrevista semiestruturada para complementar os dados desta dissertação.

---

<sup>4</sup> De acordo com os resultados da Alexa, obtidos em 17 de setembro de 2017, os três portais de notícias mais acessados no Brasil são G1, Uol e Metrôpoles, respectivamente. Até o dia 20 de junho de 2020, a ordem no ranking permanece entre os três veículos. A Alexa é uma companhia de Internet, subsidiária da Amazon, que fornece dados de tráfego na Internet.

Para embasar esta pesquisa e facilitar a observação e compreensão do objeto analisado, alguns conceitos teóricos fundamentam as discussões desta dissertação. É no sentido de entender a proliferação e o compartilhamento de informação na internet, que o **primeiro capítulo** se propõe a discutir esse fenômeno, considerando os conceitos de propagabilidade proposto por Jenkins et al. (2014) e de circulação e recirculação, proposto por Zago (2014). Nesse capítulo, observamos que, além das motivações do público, alguns recursos técnicos também facilitam a circulação de uma mídia para que ela se torne propagável.

No **segundo capítulo**, buscamos entender a aproximação do conteúdo jornalístico com o de entretenimento, chamada de “buzzfeedização” por Sardá et al. (2014). Para discutir esse fenômeno, consideramos os estudos de Aguiar (2008) e Dejavite (2006, 2007) sobre infotimento. Nesse capítulo, também procuramos entender o cibercontecimento e as *fait divers*, discutir sobre a formação de novos modelos de jornalismo digital, como o *branded content*, e a atuação do *BuzzFeed* a partir desse modelo.

Esta pesquisa visa contribuir com os estudos sobre novos modelos de negócio em jornalismo digital, rotinas de produção, técnicas e linguagens jornalísticas, bem como estimular a discussão sobre cultura da internet, propagabilidade, recirculação jornalística, empreendedorismo e inovação como consequência das mudanças provocadas pelas tecnologias digitais no campo jornalístico e no perfil do profissional.

## 2 PROPAGABILIDADE E REDES SOCIAIS DIGITAIS

No Brasil, o índice dos usuários de internet que utilizam as redes sociais como fonte de informação é o mais alto em comparação a países como Estados Unidos, Reino Unido, França, Espanha e Alemanha: alcança 67%<sup>5</sup>. Essa é uma das conclusões do estudo *Digital News Report 2020*, do *Reuters Institute*. Esse cenário é reflexo da popularização das redes sociais, que desde que foram introduzidas na *web* possibilitaram novas maneiras de interação e de produção e circulação de conteúdo, por meio das mais diversas e modernas plataformas de publicação.

Com a sociedade e o jornalismo em rede, as estruturas e os fluxos de trabalho do jornalista passam por modificações que incentivam o profissional a pensar em diferentes práticas e plataformas para estabelecer diálogo com o público e para distribuir informação. As pessoas mudaram o modo de consumir notícias na internet e sites nativos digitais, como o *BuzzFeed*, reconheceram o compartilhamento de conteúdo nas redes sociais como a chave para o seu funcionamento. Como exposto por Kolodzy (2009, apud SOUSA; HOEWELL, 2018, p. 36), “entendemos que ao produzirem conteúdos editoriais para múltiplas plataformas, os jornais nativos digitais buscam informar no formato mais adequado e alcançar um público cada vez maior pelos mais diversos ambientes”. Diante desse cenário, “o futuro da indústria jornalística será decidido não por aquilo que está sendo extinto, nem por aquilo que está chegando, mas pelo modo como novas instituições passam a ser velhas e estáveis e como velhas instituições se tornam novas e flexíveis” (ANDERSON et al., 2013, p. 56).

Para Jenkins et al. (2014), “aquilo que não se propaga, morre”. Para Zago (2014, p. 53), “estar em rede e não compartilhar é o mesmo que não estar em rede”. E para Goldberg (2011, p. 749), “ter o acesso cortado ou recusar informação invoca uma espécie de morte”.

O presente capítulo tem a intenção de entender parte do processo em que as pessoas estão envolvidas quando espalham e ressignificam conteúdo pela *web*, a partir de uma discussão teórico-conceitual. Os conceitos de propagabilidade (JENKINS et al., 2014) e de circulação e recirculação (ZAGO, 2014) norteiam a discussão.

---

<sup>5</sup> O número é da Digital News Report 2020, pesquisa realizada pelo Reuters Institute. Disponível em: <[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)>. Acesso em: 20 jun. 2020.

## 2.1 Redes sociais digitais e o jornalismo em rede

As pessoas mudaram seus hábitos de consumo de informação na internet e as redes sociais digitais reforçaram essa mudança. De acordo com Recuero (2009), uma rede social é composta por dois elementos: atores e suas conexões. Os atores são representados pelos nós, pelas pessoas, grupos ou instituições envolvidas na rede. E as conexões são constituídas pelas interações entre os atores. Para a autora, “sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet” (RECUERO, 2009, p.102). Tais espaços possuem aspectos importantes para sua dinâmica, como a capacidade de difundir informações através das conexões e como os comportamentos emergentes, que possuem características como a auto-organização, a adaptação dos sistemas e a propagação de memes.

Para compreender quais motivos levam os atores a difundir informações nas redes sociais, Recuero (2009) chama a atenção para elementos como o capital social e os memes. Ela classifica esse capital em dois tipos: relacional e cognitivo. O primeiro tem um apelo de integração e estreitamento dos laços (conexões) sociais, ou seja, esse capital social gera uma aproximação dos nós da rede. Já o segundo tem um apelo informacional. É o caso das informações que são difundidas em maior quantidade pelos atores não com o objetivo de estreitar laços, mas de gerar conhecimento.

Partindo da concepção de que vivemos em uma sociedade em rede (CASTELLS, 1999) e de que o jornalismo é parte integrante dessa sociedade (HEINRICH, 2011), entendemos que “a circulação de conteúdos em rede, por sua vez, resulta em um cenário cada vez menos passível de ser controlado apenas pelos grandes conglomerados midiáticos, a qual públicos em rede também atuam e promovem a circulação de conteúdos para uma sociedade em rede” (ZAGO, 2014, p.44).

Para Zago (2014), pensando nessa perspectiva em rede, circulação e consumo estão cada vez mais associadas dentro de uma cultura da transmissão.

Isso se reflete no fato de que muitas vezes uma importância maior é dada a quem repassa, ao invés de quem produz uma determinada informação. Para Goldberg (2011), mais do que uma cultura da participação, estaríamos diante de uma cultura da transmissão, em que o papel de passar adiante uma informação é tão ou mais importante que produzir um determinado conteúdo. Repassar informação, ser reconhecido como aquele que repassa algo, é tão ou mais bem avaliado do que

produzir o conteúdo em si. O valor de algo estaria de fato no repasse, e não na produção (ZAGO, 2014, p. 53).

Tais conteúdos que circulam na rede não são produzidos apenas pelos profissionais das organizações midiáticas. Conforme observa Heinrich (2011), essas organizações fazem parte de um complexo nó de uma rede composta por vários atores, que podem se conectar uns com os outros, produzindo e trocando informações em múltiplos sentidos.

Bloggers, citizen journalists or media activists feed information into this sphere and formerly silent audiences are becoming active participants in the process. These alternative news deliverers are individual information nodes and part of a dense information net spanning the globe. The interactive connections among the many nodes occupying today's sphere of information exchange constitute what I call network journalism<sup>6</sup>. (HEINRICH, 2011, p.9).

No jornalismo em rede, os usuários são mais do que consumidores de informação. Eles comentam, compartilham, analisam, recomendam conteúdos de mídia, dentre outras atividades na rede. Com essa participação ativa, os veículos de comunicação são demandados a produzir conteúdos que estejam cada vez mais voltados para os interesses e perfis do seu público (ZAGO, 2014).

O *BuzzFeed*, empresa norte americana nativa da cultura digital, surgiu com a ideia de ser um laboratório de criação de conteúdo viral na internet, que se espalha rapidamente pelas redes sociais. Mesmo tendo sido criado com esse intuito, não só de conteúdo viral, memético e compartilhável que vive a companhia - apesar de serem esses tipos de conteúdo que trazem receita ao site.

A partir de 2012, após uma série de investimentos financeiros, o site começa a produzir jornalismo mais tradicional, com longas reportagens e cobertura de notícias. No entanto, não perde seu enfoque principal no entretenimento memético e viral, tanto que, além do conteúdo produzido pela própria equipe, passa a receber também submissões de postagens da sua comunidade fiel de leitores (OLIVEIRA, 2017, p. 159).

Reportagens investigativas e mais aprofundadas também fazem parte do material produzido pelo site, a exemplo da reportagem publicada pelo *BuzzFeed* uma semana após o

---

<sup>6</sup> Blogueiros, jornalistas cidadãos ou ativistas de mídia que alimentam informações nesta esfera e o público que anteriormente era silencioso estão se tornando participantes ativos nesse processo. Esses distribuidores alternativos de notícias são nós de informações individuais e fazem parte de uma rede de informações densa em todo o mundo. As conexões interativas entre os muitos nós que ocupam a esfera atual de troca de informações constituem o que eu chamo de jornalismo em rede (tradução nossa).

resultado das eleições presidenciais dos EUA em 2016 sobre as *fake news* propagadas pelas redes sociais durante a campanha eleitoral<sup>7</sup>.

Atualmente, o *BuzzFeed* possui operações em 9 países e a versão brasileira do site foi lançada em 2013. Alguns autores como Guimarães (2015), Sardá et al. (2015) e Antunes (2015) apontam que a estratégia do *BuzzFeed* passou a exercer influência em sites jornalísticos pelo mundo. No relatório interno do *The New York Times* intitulado *Innovation* - que acabou sendo vazado pelo próprio *BuzzFeed* em 2014<sup>8</sup> - o *BuzzFeed* aparece como um dos competidores do tradicional veículo de comunicação no ambiente *web*. “O site [BuzzFeed] é descrito no relatório como conhecido por ‘ter distribuição social agressiva’, ‘conteúdo altamente compartilhável’ e ‘formatos narrativos experimentais’” (ELLICK et al., 2014, p. 18 apud ANTUNES, 2015, p. 6).

Segundo Guimarães (2015), “o *Buzzfeed* tornou-se uma potência midiática da *web* ao criar um novo formato de jornalismo, com base na experiência de navegação pelas redes sociais”. Oliveira (2017) identifica a cultura participativa e a viralidade como os dois principais pilares do *BuzzFeed*, que tem em suas publicações conteúdos de fácil propagação. No *BuzzFeed*, as redes sociais não só funcionam como vitrine para o conteúdo do site, mas também como plataformas de propagabilidade e canais recirculação de conteúdo.

## 2.2 Propagabilidade

Jenkins et al. (2014) trazem o conceito de propagabilidade para entender parte do processo em que as pessoas estão envolvidas quando espalham e ressignificam conteúdo pela *web*. Para os autores, a propagabilidade se refere não somente a ideia de circulação em massa entre conexões e atores, mas também àqueles conteúdos “que alcançam um engajamento particularmente profundo dentro de uma comunidade-nicho” (JENKINS et al., 2014, p. 48). Para descrever as formas de circulação da mídia, Jenkins et al. (2014) conceituam a propagabilidade da seguinte forma:

---

<sup>7</sup> Disponível em:

<<https://www.buzzfeednews.com/article/craigilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>> Acesso em: 19 jan. 2019.

<sup>8</sup> Disponível em:

<<https://www.buzzfeednews.com/article/mylestanzer/exclusive-times-internal-report-painted-dire-digital-picture>>. Acesso em: 19 jan. 2019.

A “propagabilidade” se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar a motivação de uma comunidade para compartilhar material e às redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos (JENKINS et al., 2014, p. 26-27).

A mídia propagável coloca em evidência o poder de ação do público, diferente das concepções de conteúdo “viral”, que exageram na percepção de poder das empresas que o criam. Esse termo é utilizado para designar conteúdos que circulam de forma desorganizada nas mídias digitais, alcançando o público de forma rápida e ampla. Por outro lado, a “propagabilidade” ainda preserva uma ideia presente em modelos anteriores de comunicação de “que a eficiência e o impacto de mensagens são aumentados e expandidos por sua movimentação entre pessoas e entre comunidades” (JENKINS et al., 2014, p. 46).

Os mecanismos das redes sociais atuam como facilitadoras dessa propagação, em que os atores tomam uma série de decisões antes de compartilhar o conteúdo em rede, agindo como participantes ativos dentro da construção de significados dentro das mídias digitais. Segundo Jenkins et al. (2014, p. 47), “nesse novo modelo, o público tem um papel ativo na ‘propagação’ de conteúdos, em vez de somente servir como portador passivo da mídia viral: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganha valor”. Baseada nos conceitos de Jenkins et al. (2014), o Quadro 1 faz uma comparação entre características opostas entre propagabilidade e viralidade.

**Quadro 1** - Comparação entre propagabilidade e viralidade de conteúdo segundo Jenkins et al. (2014).

<b>Propagabilidade</b>	<b>Viralidade</b>
Participantes ativos	Participantes passivos
Poder da ação do público/audiência	Poder da ação de empresas/veículos
Conteúdo ganha valor	Conteúdo apenas repassado
Conteúdo mais amplo e visível	Conteúdo circula de forma desorganizada
Engajamento significativo	Engajamento superficial
Pessoas propagam o conteúdo	Pessoas são apenas “infectadas”

Fonte: Elaboração própria.

São recursos como os botões de curtir e compartilhar das redes sociais que influenciam diretamente nos algoritmos, tornando determinado conteúdo mais amplo e visível dentro de uma plataforma. As publicações do *BuzzFeed*, por exemplo, têm obtido bastante sucesso ao serem compartilhadas em redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*, mas também se tornam subordinadas a uma outra plataforma para que seu conteúdo seja circulado (OLIVEIRA, 2017).

Ao explicar a propagabilidade, Jenkins et al. (2014) retomam a um termo utilizado no discurso do marketing e que foi popularizado por Gladwell (2000): a aderência. O conceito dessa palavra, utilizada para medir o sucesso no comércio online, faz referência à necessidade de criar conteúdos que atraiam e envolvam a audiência (JENKINS et al, 2014, p. 27).

Gladwell usa o termo “aderência” para descrever os aspectos dos textos de mídia que provocam um forte engajamento do público e pode motivá-lo a compartilhar com mais pessoas o que foi lido. Em suma, para Gladwell, o conteúdo que gruda, que tem aderência, é o material que as pessoas querem propagar (JENKINS et al., 2014, p. 27).

Diferente do conceito de propagabilidade, o modelo de aderência foca na capitalização das maneiras de conduzir negócios no ambiente digital pelas empresas, em vez “capitalizar as maneiras como o público quer experimentar o material on-line” (2014, p. 28). Ao comparar os dois termos - aderência e propagabilidade -, Jenkins et al. (2014) identifica nesse último características ausentes no primeiro.

Na propagabilidade, observa-se o que os autores chamam de *fluxo de ideias*, um deslocamento de conteúdo que circula por meio das interações entre os atores e as conexões sociais são cada vez mais visíveis e ampliadas pelas plataformas de mídias sociais. Além de reconhecer a importância dessas conexões, a propagabilidade enfatiza a produção de *material disperso* em contraposição ao material centralizado, presente no modelo de aderência. No disperso, o conteúdo possui facilidades de compartilhamento devido ao seu formato, o que facilita a propagação do mesmo para uma gama de atores.

Outra característica diz respeito às *experiências diversificadas*, na qual os conteúdos são produzidos de maneira que possam ser espalhados pelos mais diversos motivos, a depender de quem o propaga. Nessa mentalidade propagável, as pessoas podem “moldar o contexto do material conforme o compartilham no âmbito de suas redes sociais” (JENKINS et al., 2014, p. 29). Essa característica muito se aproxima da lógica de *participação livre* da

propagabilidade, em que os atores reconfiguram o conteúdo “de acordo com os contornos de sua comunidade particular (2014, p. 30). A propagabilidade valoriza atividades de atores que ajudam a *motivar e facilitar* o compartilhamento de materiais e gerem interesse por determinado segmento, diferente do modelo de aderência, que foca em atrair e reter a atenção, colocando os atores como indivíduos passivos.

Jenkins et al. (2014) ainda supõem, dentro do paradigma da propagabilidade, “que qualquer coisa que valha a pena ser ouvida circulará por meio de todos os possíveis canais existentes”, o que chama de *uma miríade de redes temporárias*, “com o potencial de movimentar a audiência de uma percepção periférica do conteúdo para um engajamento ativo” (2014, p. 30).

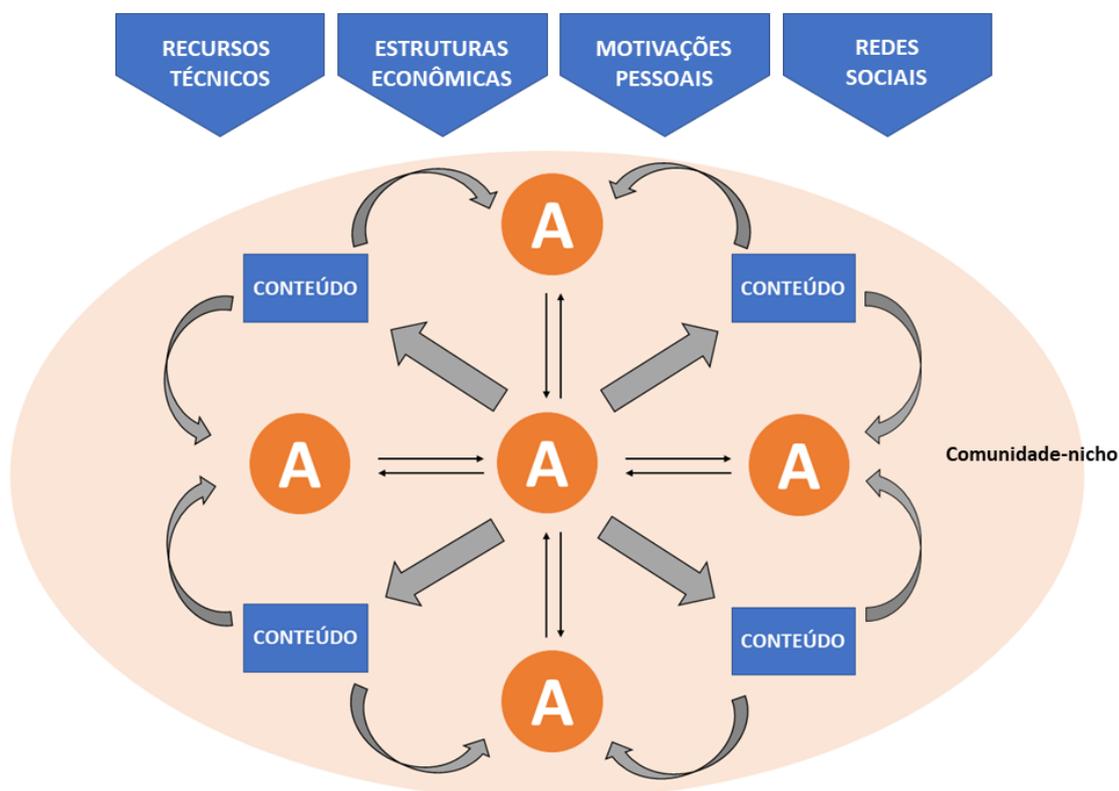
Segundo os autores, a propagabilidade também coloca em evidência *intermediários autenticamente populares defendendo e doutrinando* marcas ou franquias a partir dos seus conteúdos.

Quando dizemos “intermediários autenticamente populares”, estamos nos referindo a canais não oficiais que moldam o fluxo de mensagens através de sua comunidade e que podem se tornar fortes defensores de marcas ou franquias. Esses intermediários autenticamente populares podem muitas vezes servir às necessidades dos criadores de conteúdo, demonstrando como o público se torna parte da lógica do mercado e desafiando o próprio significado de “autenticamente popular”, uma vez que essas atividades coexistem com pautas corporativas ou até mesmo coincidem com elas (JENKINS et al, 2014, p. 30).

No modelo de aderência, os papéis de “produtor”, “marqueteiro” e audiência são separados e distintos. Já no modelo propagável, Jenkins et al. (2014) observam a *colaboração através de papéis*, que em alguns casos, essa distinção não existe.

Com base nas ideias de propagabilidade defendidas por Jenkins et al. (2014), elaboramos o gráfico abaixo (Figura 1), buscando sintetizar o conceito dos autores.

**Figura 1** - Funcionamento da propagabilidade dentro de uma comunidade-nicho.



Fonte: Elaboração própria.

O esquema representado na Figura 1 mostra o funcionamento da propagabilidade dentro de uma comunidade-nicho, que envolve a relação entre atores e conteúdos. As setas mais finas procuram representar a circulação de conteúdo entre os atores. Nesse processo, o engajamento é superficial, o conteúdo é apenas repassado e circula de forma rasa entre eles. Já as setas mais grossas indicam um engajamento mais profundo e significativo de um ator com o conteúdo antes de compartilhá-lo com outros atores da sua rede. Esse engajamento mais profundo pode ser potencializado devido a fatores como recursos técnicos, estruturas econômicas, motivações pessoais e redes sociais, que conectam as pessoas. É nesse momento de propagar determinado material que os atores se tornam participantes ativos e o conteúdo ganha valor. Por isso, as setas curvadas, que ligam conteúdo às conexões, representam a circulação do mesmo após a percepção do valor social agregado por quem o propaga. É importante ressaltar que, dentro de uma comunidade-nicho, cada ator, quando visto individualmente, também possui suas próprias conexões e sua própria rede. Para compreender melhor o funcionamento da propagabilidade dentro de uma comunidade-nicho, a Figura 1

procurou representar como esse processo acontece a partir da perspectiva de um ator “principal” e um número delimitado de outros atores com os quais ele se conecta. Porém, esse processo envolve uma gama de outros atores, que por sua vez, possuem diversas conexões sociais.

Para Piacini e Menezes (2015), não há uma fórmula mágica para transformar um conteúdo em conteúdo propagável, mas escutar e aprender com o público deve ser uma regra rigorosamente seguida pelas empresas que estão presentes nas mídias digitais. “A partir desse único princípio as empresas conseguirão captar os principais interesses de seus clientes e assim, criar conteúdos que falem sobre seus principais interesses e que, possivelmente, os consumidores possuirão um engajamento significativo” (PIACINI e MENEZES, 2015).

Jenkins et al. (2014) também alertam para o fato de que as empresas produtoras de conteúdo podem estar operando sob a ilusão de estarem controlando as pessoas ao oferecer textos de mídias que façam algo na audiência (apenas as “infectem”) no lugar da audiência fazer algo com o que recebem (propaguem). Para eles, “compreender a propagabilidade permitirá que o público e os ativistas formem novas conexões e comunidades por meio de seu papel ativo na formatação da circulação de conteúdos de mídia” (JENKINS et al., 2014, p. 48). Por isso, as empresas devem, primeiro, estar atentas ao seu público para ouvi-lo e aprender com ele, para assim, produzir conteúdos que despertem a identificação e o desejo de engajamento. Dessa forma, entender a propagabilidade faz-se necessário para proporcionar aos atores novas possibilidades de conexões e relações numa comunidade, através do seu papel ativo nesse processo.

### **2.2.1 O conteúdo propagável**

Por que algumas mídias se propagam mais que as outras? O que influencia na decisão de uma pessoa ou de uma comunidade em compartilhar um conteúdo nas redes sociais e outro não? Discutiremos aqui sobre as características da propagabilidade e como esse fenômeno se manifesta na rede e mais especificamente no jornalismo em rede.

Jenkins et al. (2014) chamam atenção para o fato de que, independente da mídia, a propagação “depende tanto (ou mais) de sua circulação pelo público quanto de sua distribuição comercial” e que “a propagabilidade é determinada por processos de avaliação

social e não técnica ou feitiçaria criativa, e com a participação ativa dos públicos engajados” (2014, p. 244). Para os autores, tentar entender a motivação de uma pessoa ou de uma comunidade ao compartilhar um conteúdo é um aspecto fundamental para criação de textos com potenciais de propagabilidade maiores.

Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões de base social quando escolhem difundir algum texto na mídia: vale a pena se engajar nesse conteúdo? Vale a pena compartilhar? É de interesse para algumas pessoas específicas? Comunica algo sobre mim ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? Qual é a melhor plataforma para espalhar essa informação? Será que deve circular com uma mensagem especial anexada? Mas, se nenhum comentário adicional é anexado, simplesmente receber uma história ou vídeo de alguém insere todo um leque de novos e possíveis significados ao texto. Quando uma pessoa ouve, lê ou vê conteúdos compartilhados, ela pensa não apenas - e muitas vezes nem principalmente - no que os produtores podem ter desejado dizer com aquele material, mas o que estava tentando lhe comunicar quem o compartilhou com ela (JENKINS et al., 2014, p. 37).

A cultura participativa<sup>9</sup> também nos ajuda a compreender o processo de propagação de conteúdo. Esse modelo muito se aproxima das discussões sobre propagabilidade que tivemos até aqui. Nele, o público não é visto apenas como um mero consumidor, mas como pessoas que moldam, compartilham, reconfiguram e remixam conteúdos de mídia (JENKINS et al, 2014). Uma vez que a cultura participativa sinaliza para uma mudança de distribuição para circulação, na propagabilidade, as divisórias entre produção e consumo são cada vez mais borradas devido ao “contínuo processo de transformação do propósito original [do material] e de recirculação” (JENKINS et al, 2014, p. 54). Ao voltar o olhar para o contexto do jornalismo, Pavlik observa que “os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional” (2014, p. 181).

No tocante ao que Jenkins et al. (2014, p. 45) se referem como “decisões ativas”, que é quando as pessoas decidem propagar determinada mídia, seja compartilhando nas suas redes sociais ou repassando boca a boca, os autores argumentam para o fato de que os conteúdos dizem alguma coisa sobre as percepções de quem os compartilha.

---

<sup>9</sup> O termo foi cunhado por Jenkins em 1992 “para descrever a produção cultural e as interações sociais de comunidades de fãs, buscando inicialmente uma maneira de diferenciar as atividades de fãs das de outras modalidades de espectador”. Porém, o conceito evoluiu e hoje se refere “a uma variedade de grupos que funcionam na produção e na distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos” (JENKINS et al, 2014, p. 24).

Nós todos optamos por compartilhar materiais que valorizamos e esperamos outros que tenham valor. As pessoas avaliam o conteúdo que encontram de acordo com seus padrões pessoais e o conteúdo que compartilham com base no valor percebido por seu círculo social. Em outras palavras, algo que seja interessante para os indivíduos pode não ser material que queiram propagar através de suas comunidades, e alguns textos de mídia que eles espalham podem se tornar mais interessantes por causa da percepção do seu valor social. (JENKINS et al, 2014, p. 247).

É por isso que nem todo conteúdo bom e de qualidade é compartilhado. É por isso que às vezes nos deparamos com conteúdos que julgamos superficiais e/ou sem qualidade sendo propagados mais do que outros. E é por isso também que encontramos conteúdos falsos sendo compartilhados como verdadeiros. São as decisões ativas e as motivações pessoais que fazem determinado conteúdo de mídia ser compartilhado. Pessoas postam clipes de músicas no *Twitter* pensando em alguém, publicam notícias e artigos no *Facebook* como forma de se posicionar politicamente, compartilham vídeos no *Instagram* para mostrar sua filosofia de vida, interagem no *LinkedIn* para se sentirem inseridas no meio profissional, escrevem no *Medium* para exercitar sua capacidade de argumentação. Seja qual for a rede social digital e o material compartilhado, há sempre uma motivação por trás do clique.

“O conteúdo se espalha, então, quando atua como alimento para conversas do público já em andamento. Conforme Douglas Rushkoff descreve, ‘conteúdo é simplesmente um meio para interação entre as pessoas’” (JENKINS et al., 2014, p. 248). Entretanto, existem aspectos estratégicos e técnicos que favorecem a criação de conteúdos com potencial de propagabilidade, além das motivações pessoais do público.

As práticas sociais de mídia propagável precisam de material que seja citável, ao fornecer formas fáceis para que o público possa extrair trechos desse material e compartilhar esses trechos com outros; e apropriável, ao fornecer as funções tecnológicas que tornam o conteúdo de fácil manuseio e compartilhável. (JENKINS et al., 2014, p. 234).

No que diz respeito ao ambiente digital, Jenkins et al. (2014, p. 246) consideram cinco condições técnicas e estratégias que tornam maiores as chances de um conteúdo ser compartilhado: 1) disponível quando e onde o público quiser - o público precisa ter acesso ao conteúdo de forma fácil e prática; 2) portátil - os textos de mídia podem ser compartilhados e acessados em diversas plataformas; 3) facilmente reutilizável em uma série de maneiras - o conteúdo criado deve ser aberto para diversos usos, gerando possibilidades de *remixagem* a outros tipos de conteúdo; 4) relevante para os vários públicos - conteúdo com relevância e

significados mais amplos; e 5) parte de um fluxo constante de material - os conteúdos devem ser produzidos num fluxo regular e que tenham sentido em um contexto maior.

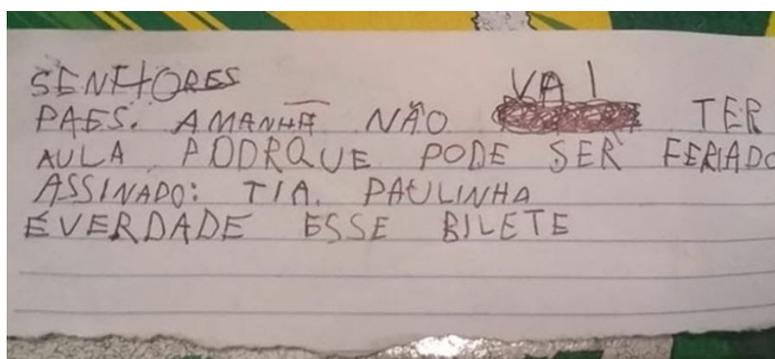
Para os autores, mesmo que os criadores de conteúdo utilizem tais técnicas e estratégias para produzir conteúdos com potencial de propagabilidade, eles não serão bem-sucedidos se não criarem conteúdos que envolvam e engajem as pessoas e que as façam querer compartilhar com a sua rede de contatos.

### **2.3 Circulação e recirculação jornalística**

Trazendo a ideia de propagabilidade para o campo jornalístico, Zago (2014) se utiliza de dois termos parecidos entre si, porém distintos em seus significados: circulação e recirculação. Em seu estudo sobre circulação e recirculação jornalística, a autora analisa a ação do usuário a partir da perspectiva cultural, “em que se tem receptores de conteúdo que também se tornam eventualmente produtores e/ou circuladores de informações” (ZAGO, 2014, p. 52). Para Zago (2014), “o termo circulação é usado para se referir ao processo de distribuição e circulação de notícias, considerando uma relação de complementaridade entre as duas formas de divulgação de notícias” (2014, p. 57). Diferente de autores como Jenkins et al. (2013), que observam uma relação hierárquica entre os processos de circulação e distribuição. Para eles, o primeiro processo se refere ao envolvimento ativo dos atores em rede. Já o segundo estaria ligado ao papel de veículos de comunicação tradicionais que distribuem seus conteúdos.

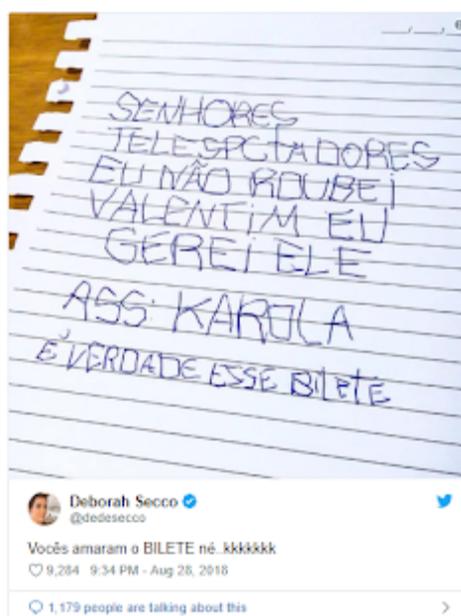
Sendo agora participantes ativos na rede, os usuários, agora produtores e circuladores de informações, têm à sua disposição uma diversidade de conteúdos que os permitem produzir novas criações, novos *remixes*. Tais *remixes* podem ser considerados “como uma forma de apropriação, na medida em que o interagente parte de um conteúdo prévio e acrescenta suas marcas, para colocá-lo novamente em circulação sob outra roupagem” (ZAGO, 2014, p. 56). Esses *remixes* são comumente explorados no fenômeno dos memes (Figura 2), quando eles são ressignificados em outros contextos sem perder suas características originais (Figura 3).

**Figura 2** - Bilhete falso escrito por criança de 5 anos para tentar confundir os pais.



Fonte: Folha PE<sup>10</sup>

**Figura 3** - Tuíte em que a atriz Deborah Secco se apropria do meme do “bilhete” e o adapta para o contexto da novela em que fazia parte do elenco.



Fonte: Twitter<sup>11</sup>

Esse tipo de apropriação é muito comum no conteúdo produzido pelo *BuzzFeed*, principalmente nas suas publicações em formato de listas, que sempre trazem mídias e conteúdos de outros usuários e de outras plataformas, como podemos observar na Figura 4.

<sup>10</sup> Disponível em:

<[https://www.folhape.com.br/diversao/diversao/retrospectiva-2018/2018/12/31/NWS.91918.71.1343.DIVERSA\\_O.2330-MEMETROSPECTIVA-RELEMBRE-MEMES-QUE-MARCARAM-2018.aspx](https://www.folhape.com.br/diversao/diversao/retrospectiva-2018/2018/12/31/NWS.91918.71.1343.DIVERSA_O.2330-MEMETROSPECTIVA-RELEMBRE-MEMES-QUE-MARCARAM-2018.aspx)>. Acesso em: 09 mai. 2019.

<sup>11</sup> Disponível em:

<[https://twitter.com/dedesecco/status/1034600193436659714/photo/1?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etw\\_eetembed&ref\\_url=https%3A%2F%2Fwww.buzzfeed.com%2Fbr%2Fraphaelvangelista%2F14-biletas-que-sao-100-verdade](https://twitter.com/dedesecco/status/1034600193436659714/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etw_eetembed&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.buzzfeed.com%2Fbr%2Fraphaelvangelista%2F14-biletas-que-sao-100-verdade)>. Acesso em: 09 mai. 2019.

Figura 4 - Recorte de matéria do *BuzzFeed* que incorpora publicações de usuários de redes sociais digitais.

The image shows a screenshot of a BuzzFeed News article and several social media posts. The article on the left is titled "As pessoas tiveram que desenhar por que 80 tiros são execução, não engano" (People had to draw why 80 shots are execution, not a lie). It features a photo of a man in a car and a caption about a family in a car. To the right are three tweets: one with a list of numbers 1-80, one with a drawing of a car, and one with a woman standing between two target drawings.

Fonte: *BuzzFeed* Brasil<sup>12</sup>

A publicação do *BuzzFeed* exemplificada na Figura 4 foi consequência das diversas reações nas redes sociais digitais diante do acontecimento destacado na matéria. Nela, o site incorpora publicações de vários usuários indignados com a morte do músico Evaldo Rosa dos Santos, assassinado com mais de 80 tiros de fuzil, disparados por militares na Zona Norte do Rio. Nesse caso, o *BuzzFeed* utilizou postagens de perfis de pessoas (incluindo famosos) que tiveram um número expressivo de interação nas suas respectivas publicações.

No contexto do jornalismo, o remix aparece principalmente nas criações do público. Para Russel (2011), o remix pode ser percebido nos sites de notícias satíricas, [...] na medida em que esses espaços se utilizam do *ethos* jornalístico e de elementos de notícias reais para produzir conteúdos humorísticos. Para Mancini (2011), criar produtos jornalísticos facilmente compartilháveis e remixáveis seria essencial para o futuro do jornalismo - o qual, para o autor, deve investir cada vez mais na experiência do usuário no contexto do consumo. (ZAGO, 2014, p. 56).

Dessa forma, a criação de um conteúdo, ou melhor, a sua recriação a partir do *mix* de outros elementos de notícias seria uma forma de participação na circulação de informação.

Além da circulação, compreendida como a distribuição e a movimentação da própria informação pelos seus produtores, o público também pode contribuir com o que Zago (2014) chama de recirculação jornalística. A recirculação acontece quando o público participa da

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/gracilianorocha/80-tiros-execucao-engano>>. Acesso em: 09 mai. 2019.

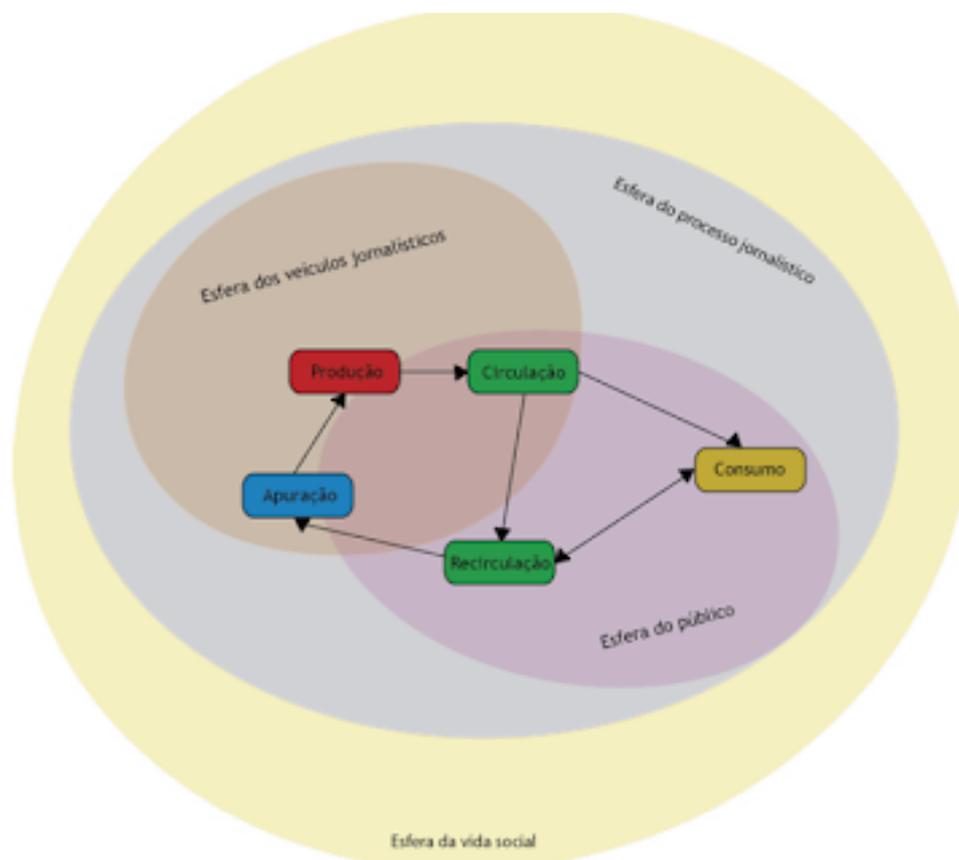
circulação, seja por meio de um compartilhamento (filtro), de um comentário na notícia ou de uma avaliação. O ato de compartilhar ocorre quando o usuário decide reproduzir determinada notícia nas suas redes sociais, provendo o acesso da mesma informação as demais pessoas conectadas à sua rede, agindo como um filtro ou um curador. O ato de comentar é outra forma circulação jornalística, uma vez que os usuários participam ativamente ao fazer considerações acerca de determinado acontecimento.

Zago (2014) considera a recirculação como parte integrante do processo jornalístico

na medida em que não só produz reflexos e influencia o jornalismo (por exemplo, um jornal pode se basear nos assuntos que mais repercutem em sites de rede social ao longo do dia para decidir quais temáticas abordar em sua edição impressa), como também decorre de um borramento das fronteiras entre produção, circulação e consumo (Bruns, 2008; Hermina, 2011). (ZAGO, 2014, p. 80).

Para compreender melhor o processo de circulação e recirculação, Zago propõe um esquema que apresenta as etapas do processo jornalístico. Esse, por sua vez, está inserido dentro da esfera da vida social. Na representação da Figura 5, observamos que uma vez que a circulação é promovida pelos veículos de comunicação, a recirculação é feita pelos usuários.

**Figura 5** - Etapas do processo jornalístico no contexto da esfera da vida social.



Fonte: Zago (2014)

Na Figura 5, as cores representam diferentes etapas do processo jornalístico. Circulação e recirculação aparecem na mesma cor, pois Zago (2014) considera essa última como um desdobramento da primeira. Já as setas da esfera representam as direções mais comuns desse processo, apesar de que, para a autora, outros caminhos sejam possíveis.

A ideia de recirculação de Zago (2014) muito se aproxima das discussões mais recentes sobre a teoria do *gatekeeping*. É o caso do conceito de *gatewatching*, proposto por Bruns (2005); da participação da audiência como canal de informação, sugerido por Shoemaker (2011); e do *gatekeeper* secundário, apresentado por Singer (2013).

Bruns (2005) propõe o conceito de *gatewatching* em alternativa ao modelo de *gatekeeping*, cunhado por White (1950). No modelo de White, a produção de notícias se baseia numa estrutura hierárquica de controle dos meios, dos modos de produção e de circulação da informação. Diferente do conceito de Bruns, em que o público tem acesso a

diferentes informações e não depende dos profissionais de comunicação para que essas notícias cheguem até ele. Pensando na participação da elaboração de conteúdo na *web*, o autor aponta para o surgimento de um novo tipo de internauta: são os chamados *producers*<sup>13</sup>. Eles participam da produção e avaliação de notícias online, bem como do conteúdo midiático. Em outras palavras, no *gatewatching* a produção de conteúdo é participativa, descentralizada e não-linear.

Na teoria do *gatekeeping*, as fontes e a mídia de massa são pensadas como dois canais pelos quais as informações circulam. Nesse sentido, Shoemaker (2011) propõe um terceiro canal que é a audiência. Nele, as informações sobre os eventos partem dos seus membros e o público tem influência sobre o que é publicado. No canal da audiência, a internet permite que qualquer pessoa se torne um *gatekeeper*, uma vez que ela pode repassar ou não reportagens a terceiros e compartilhar ou não em suas redes sociais. Nesse momento, o leitor passa a ter o próprio “portão”. É nesse ponto que a percepção que o jornalista tem sobre o valor da notícia de um evento interage com as percepções que um determinado leitor tem da relevância pessoal desse mesmo evento. “Eles enviam reportagens para outras pessoas da audiência quando a interação entre valor de notícia e relevância pessoal é forte o suficiente” (SHOEMAKER, 2011, p. 174).

Essa audiência é nomeada por Singer (2013) como *gatekeeper* secundário. Para ela, ao atribuir um valor para as notícias e redistribuí-las, o *gatekeeper* secundário

vai muito além das concepções jornalísticas anteriores sobre o que membros da audiência podem ou devem fazer. Usuários agora têm a capacidade de fazer e implementar o que essencialmente são julgamentos editoriais sobre o que é mais ou menos importante, sobre o que outros devem ler e o que talvez devam ignorar. (SINGER, 2014, p. 566, tradução nossa)<sup>14</sup>.

Com um usuário de rede social cada vez mais presente no processo jornalístico, Zago (2014) buscou sistematizar as possibilidades de participação (Quadro 2), que pode acontecer nas etapas de apuração, produção, circulação e consumo em rede.

---

<sup>13</sup> A palavra faz referência à junção das palavras *producers* (produtores) e *users* (usuários).

<sup>14</sup> Texto original: [...] goes well beyond previous journalistic conceptions of what audience members can or should do. Users now have the capability to make and implement what essentially are editorial judgments about what is worthy and what is less so, about what others should read and what they might as well ignore.

**Quadro 2** - Possibilidades de participação do público nas etapas do processo jornalístico em sites de rede social.

<b>Etapa</b>	<b>Formas de participação</b>
Apuração em rede	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apuração distribuída</li> <li>- Busca por personagens</li> <li>- Celebidades/políticos como fonte</li> <li>- Sugestão de pauta</li> <li>- Grande reverberação como indicador de nova pauta</li> </ul>
Produção em rede	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chamadas-convite para colaborações em espaços de webjornalismo participativo</li> <li>- Conteúdos postados nas redes para construir especiais multimídia</li> <li>- Resposta a chamadas-convite</li> <li>- Reprodução de informações postadas por interagentes</li> </ul>
Circulação em rede	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Filtro de notícias/compartilhamento/curadoria de conteúdos</li> <li>- Comentário de notícias</li> <li>- Avaliação de notícias/curtidas</li> </ul>
Consumo em rede	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Novas plataformas e suportes</li> <li>- Novos padrões de consumo</li> <li>- Conversação entre integrantes da audiência</li> <li>- Apontar erros e falhas</li> </ul>

Fonte: Zago (2014)

Dessa forma, as possibilidades de participação do usuário no jornalismo em rede têm provocado transformações nesses processos de produção jornalística, que muitas vezes tem suas fronteiras borradas, ao mesmo tempo que contribuem com novas práticas. Por isso, pensar na circulação e recirculação como parte integrante desse processo faz-se pertinente, pois além de nos ajudar a entender as mudanças desse campo, também nos auxilia a buscar e a desenvolver novas práticas profissionais.

## **2.4 Como produzir conteúdo propagável no jornalismo**

Como já apontado por Jenkins et al. (2014), não há uma fórmula exata para produzir conteúdo propagável, mas existem recursos que tornam a propagação mais provável em determinados conteúdos do que outros. Ao investigar as transformações nas rotinas

produtivas dos jornalistas a partir de duas redações de jornais brasileiros, Barsotti (2018) observa a propagabilidade como um novo valor-notícia.

Os jornalistas estão transformando a propagabilidade em critério de seleção em suas rotinas produtivas, acompanhando permanentemente os índices de engajamento que as notícias geram nas redes. Motivados por eles, estão criando, paralelamente à produção de notícias para os jornais impressos, sites e smartphones, uma agenda de produção orientada para as mídias sociais. (BARSOTTI, 2018, p. 152-153).

Para ela, tanto a propagabilidade quanto a atualidade das notícias no jornalismo em rede são “conceitos-chave para a compreensão de mudanças nas práticas jornalísticas” (2018, p. 145). A partir da investigação, a autora elenca elementos que potencializam as chances de um conteúdo jornalístico tornar-se propagável. São eles: uso de ferramentas indicadoras de propagabilidade, como a *Social Monitor*<sup>15</sup>; matérias em forma de listas; produção de títulos orientados por técnicas de marketing de busca; e produção de pacotes de matérias.

Ferramentas para monitorar quais os assuntos mais comentados da internet, como a *Social Monitor*, são recursos já utilizados por alguns veículos de comunicação<sup>16</sup>, que mostram quais as pautas mais importantes estão circulando nas redes sociais. No caso da *Social Monitor*, é possível segmentar o que se quer analisar por meio de filtros, facilitando a busca de conteúdos relevantes para a audiência desejada. Outro exemplo é o *Google Trends*<sup>17</sup>, mecanismo do *Google* que pode guiar o profissional e dar suporte para entender os interesses das pessoas, mostrando os termos mais populares buscados em várias regiões do mundo. A ferramenta mostra um índice de atividade de busca e oferece dados sobre o que as pessoas estão pesquisando. Ambas as ferramentas são meios estratégicos para satisfazer o interesse do público e indicam os temas e os conteúdos de maior popularidade. Com a sua utilização, é possível entrar “na onda” do que está circulando na internet ao produzir conteúdo com potencial de propagabilidade.

Criados com a intenção de serem compartilháveis, os *listicles*<sup>18</sup> são formatos de conteúdo que seguem uma estrutura numerada para organizar a informação. Essa organização do conteúdo em listas numéricas é uma das características mais marcantes do *BuzzFeed*, que “em seus primeiros anos se notabilizou por popularizar notícias em formato de listas, testes,

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://socialmonitor.com.br/>>. Acesso em 19. jan. 2019.

<sup>16</sup> A exemplo de O Globo, como mostra Barsotti Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/950>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

<sup>17</sup> Disponível em: <<https://trends.google.com/trends/>>. Acesso em 19. jan. 2019.

<sup>18</sup> Neologismo formado pela junção dos termos *list* e *article*.

GIFs e memes [...], que foram depois adaptados pelos concorrentes” (MILLER, 2015). De acordo com Vijgen (2014),

no jornalismo e na blogosfera, um *listicle* é uma forma de escrita que usa uma lista como sua estrutura temática, mas é elaborada com verbosidade suficiente, numa combinação com conteúdo visual (imagens) e, na Internet, até mesmo audiovisual (GIFs, vídeos), para ser publicada como um artigo. Um típico *listicle* irá proeminentemente caracterizar-se por um número cardinal em seu título, tal como “10 maneiras de esquentar seu quarto no inverno” ou “25 estilos de cabelo dos últimos cem anos”, com subsequentes subtítulos dentro do texto refletindo esse esquema. A palavra é um composto derivado de lista e artigo. O termo “*listicle*” tem sido citado em publicações desde, pelo menos, 2001 e foi popularizado no *website* Gawker. (VIJGEN, 2014, p. 107-108).

Além de facilitar a leitura, a linguagem do formato *listicle* “é construída em cima de sentenças ou frases curtas, intercaladas por imagens (fotografias, *printscreens*, vídeos, GIFs, etc.), que servem como reações ou ilustrações (metáforas visuais) para essas listas” (OLIVEIRA, 2017). Juntos, esses elementos potencializam a propagação do conteúdo.

Em suma, os *listicles* são compilações triviais, ideias para serem compartilhadas com os amigos nas redes sociais, isto porque elas são imbuídas de experiências e valores comuns, sendo capazes de articular e identificar uma comunidade particular pela sensação de identidade e pertencimento criada nesse grupo específico. Ou seja, elas ganham sentido apenas diante do seu compartilhamento. (OLIVEIRA, 2017, p. 163).

Segundo Barsotti (2018), outro elemento serve como potencializador da propagação de um conteúdo jornalístico: o *Search Engine Optimization* (SEO) para a produção de títulos e manchetes na internet. Como a tradução já sugere, o SEO é conjunto de ações e estratégias de marketing de otimização para motores de busca. Essa ferramenta tem “como objetivo o aumento do tráfego e do desempenho de um site por meio de resultados orgânicos de mecanismos de pesquisa como *Google*, *Bing* e até *YouTube*” (RESULTADOS DIGITAIS, 2018)<sup>19</sup>. Por isso, títulos que são elaborados por meios das técnicas podem melhorar o desempenho das notícias, fazendo com que elas apareçam em posições de destaque no ranking de pesquisa dos buscadores, de acordo com as palavras-chave utilizadas.

Por último, Barsotti (2018) cita a “produção de pacotes de matérias que podem contextualizar o fato e localizá-lo historicamente” como outra estratégia utilizada por veículos de comunicação para maximizar a audiência. Essa estratégia remete a duas características do

---

<sup>19</sup> Ver em: <<https://resultadosdigitais.com.br/seo/#>>. Acesso em: 19. jan. 2019.

webjornalismo já abordadas por Canavilhas (2014) e Palacios (2014), como a hipertextualidade e a memória, respectivamente. O ambiente digital possibilita o armazenamento ilimitado de material noticioso, o que torna possível o acesso cada vez maior a uma diversidade de informação. Com o auxílio dos hiperlinks, a memória, que é ao mesmo tempo “múltipla, coletiva, plural e individualizada” (PALACIOS, 2014, p. 91), possibilita novos entendimentos referentes ao conteúdo noticioso.

Além das motivações do público e de recursos técnicos que facilitam a circulação de determinado conteúdo para que ele se torne propagável, a aproximação entre jornalismo e entretenimento tem sido colocada por alguns autores como estratégia para atrair pessoas e gerar interesse. No próximo capítulo, buscaremos entender essa aproximação, chamada por Sardá et al. (2014) de “*buzzfeedização* do jornalismo”.

### 3 BUZZFEEDIZAÇÃO DO JORNALISMO

A aproximação das fronteiras entre jornalismo e entretenimento não é um fenômeno novo. Ainda na segunda metade do século 17, experiências desse tipo de aproximação são relatadas por Assis (2014, p. 21), ao apontar que “se voltarmos na história, podemos ver, já no século 17, os periódicos misturarem ‘os fatos históricos mais importantes’ com ‘coisas de temas diferentes’, sugerindo o objetivo de levar ‘o leitor curioso’ a se sentir ‘atraído pela variedade de caráter ameno’ (PEUCER, 2000, p. 202)”.

Desde então, diversos termos foram utilizados para discutir o fenômeno que envolve a produção de conteúdo que tem a intenção de informar e divertir. *Fait divers* (DEJAVITE, 2001), entretenalismo (NASCIMENTO, 2010) e infotenimento (AGUIAR, 2008) são alguns deles. Apesar da variedade de termos utilizados para conceituar fenômenos muito próximos, as tecnologias da informação e comunicação têm cada vez mais diminuído a distância entre jornalismo e entretenimento.

O *BuzzFeed* aborda de tudo um pouco em seu conteúdo: política, esporte, educação, cultura, negócios, gastronomia, cinema, televisão, GIFs<sup>20</sup> de animais fofos e demais temáticas do entretenimento. Mesmo que o propósito inicial do site tenha sido o de gerar conteúdo viral, o *BuzzFeed* também produz reportagens mais aprofundadas e de teor investigativo, e isso acontece desde a contratação do jornalista Ben Smith, em 2011, como editor-chefe<sup>21</sup>.

Sardá et al. (2014) vão chamar essa aproximação do conteúdo jornalístico com o de entretenimento de “*buzzfeedização* do jornalismo”. De acordo com os autores, essa é uma das estratégias que veículos de comunicação podem se apropriar num cenário em que o jornalismo é guiado por métricas e os números de visualizações de páginas (as chamadas *pageviews*) são usados “para medir a circulação no jornalismo online”. São números de *pageviews* (audiência) e de reações nas redes sociais (repercussão) que atuam como indicadores de conteúdos que podem ser mais destacados pelos veículos.

Ainda que a quantidade de acessos ao site ainda seja a métrica mais utilizada, isso não significa que a repercussão de uma notícia nos sites de redes sociais não seja levada em consideração. Cada vez mais os veículos procuram investir em destacar

<sup>20</sup> Abreviação de Graphics Interchange Format (formato de intercâmbio de gráficos, tradução nossa). O GIF é um formato de imagem que funciona como uma animação em *looping*, ou seja, contínua.

<sup>21</sup> Disponível em: <<https://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2011/12/12/buzzfeed-adds-politico-writer/>>. Acesso em: 26 mai. 2019.

assuntos que estejam obtendo repercussão, como uma forma de angariar ainda mais acessos. Uma das estratégias que podem ser utilizadas para conseguir mais acesso é postar matérias de entretenimento se apropriando da linguagem de outros espaços da web, fenômeno que pode ocorrer no que aqui conceituamos de *buzzfeedização do jornalismo* (SARDÁ et al., 2014, p.7-8).

Essa *buzzfeedização*, conceituada por Sardá et al. (2014), também está atrelada a dois fatores: recursos técnicos e linguagem. O primeiro diz respeito a um recurso básico dos sites de entretenimento, que são os botões de compartilhamento e de interações nas redes sociais que potencializam as *pageviews*. O segundo fator diz respeito à “apropriação da linguagem informal e bem-humorada pelo jornalismo ‘sério’, tendo em vista uma maior proximidade com um público consumidor altamente conectado e o aumento de suas interações” (SARDÁ et al., 2014, p. 16).

É no sentido de entender a produção desse tipo de conteúdo no jornalismo, que o presente capítulo se propõe a discutir o fenômeno da *buzzfeedização*, considerando os estudos de Aguiar (2008) e Dejavitte (2006, 2007) sobre infotainment, que nortearão a discussão. Aqui também procuraremos entender o cibercontecimento e as *fait divers*, discutir sobre a formação de novos modelos de jornalismo digital, como o *branded content*, e a atuação do *BuzzFeed* a partir desse modelo.

### **3.1 O jornalismo *BuzzFeed* e o cibercontecimento**

Apesar da produção de notícias e reportagens aprofundadas, são os conteúdos engraçados e curiosos que colaboram com os algoritmos do *BuzzFeed*. De laboratório e agregador de conteúdo viral, o site hoje produz material próprio, além de *remixes* de conteúdos de outros usuários. Esses conteúdos, na sua maioria, seguem o propósito inicial do site e têm relação direta com o nome *BuzzFeed*. A palavra “buzz” significa “zumbido” em sua tradução literal. Já “feed” significa “alimentação”. No ambiente *web*, a junção dessas duas palavras sugere um espaço alimentado por conteúdos que estejam “fazendo barulho”, ou seja,

que estejam chamando atenção e repercutindo na internet, especialmente no “*feed*” ou na “*timeline*”<sup>22</sup> dos usuários de redes sociais digitais.

Os conteúdos publicados pelo *BuzzFeed* têm potencial de propagabilidade e viralidade porque, antes de se tornar pauta, dois aspectos são levados em consideração, segundo a editora de entretenimento do *BuzzFeed* Brasil, Gaía Passarelli. São eles: percepção e tecnologia. “Depois que a gente teve um *insight*, a gente tenta basear esse *insight* pelo o que as nossas ferramentas estão mostrando” (PASSARELLI, 2019). Além das ferramentas de acesso comum por profissionais de tecnologia, o *BuzzFeed* se utiliza de métricas e de diversas ferramentas proprietárias do site para checar o potencial de alcance de possíveis conteúdos.

Diferente de outros veículos que não nasceram no digital, o *BuzzFeed* produz conteúdo pensando no público que cresceu com a *web*.

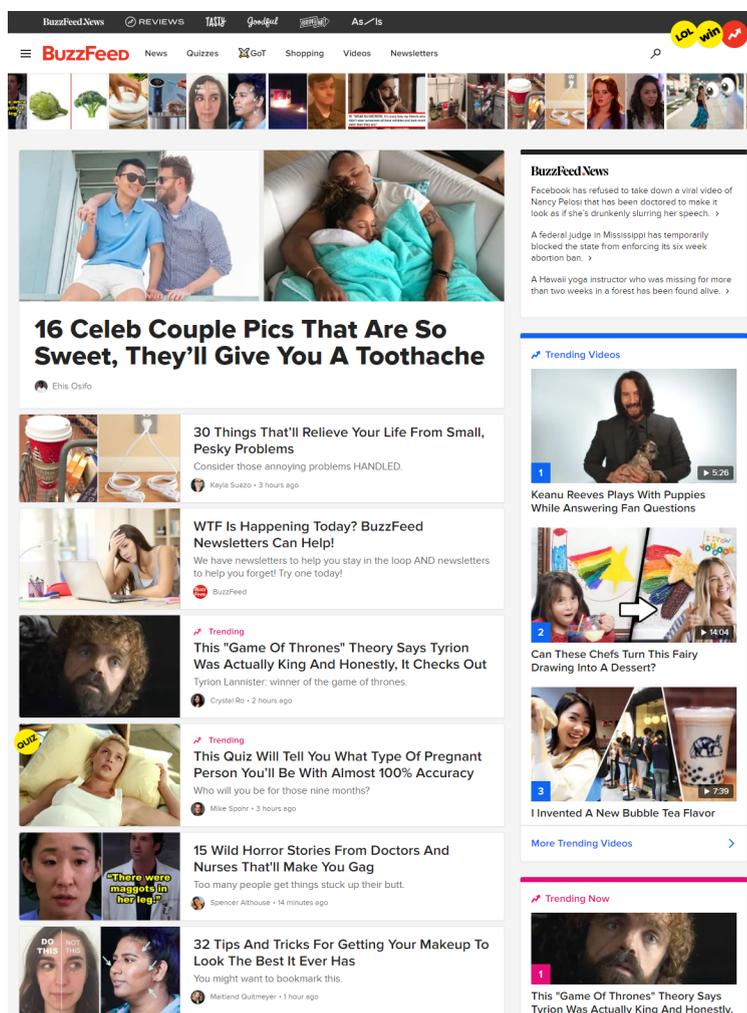
Nos esforçamos para nos conectarmos com nosso público e fornecer notícias e entretenimento que valem a pena ser compartilhados com amigos, familiares e as pessoas que são importantes nas vidas de cada um. Temos uma cultura de busca pela inovação e a estrutura de uma empresa empreendedora de tecnologia, com uma equipe de engenharia focada na construção de plataformas de mídia para o mundo de hoje e do futuro. [...] Nossas divisões de entretenimento e notícias atendem a um público da nova geração, que é altamente engajado, consome vídeos e conteúdos em todas as plataformas e no celular e que, além disso, espera que a mídia será relevante e conectada a suas vidas, sendo facilmente compartilhável e globalmente acessível (BUZZFEED, 2019).<sup>23</sup>

E isso não é só refletido no teor das suas publicações, mas também no formato e nos recursos utilizados pelo site para gerar identificação com esse público. O resultado é visível numa simples observação da *homepage* do *BuzzFeed* (Figura 6), que segue uma espécie de padrão nas demais operações. A diagramação faz referência a uma espécie de *feed* das redes sociais com os mais variados conteúdos, que são alinhados um abaixo do outro numa sequência quase que infinita de publicações.

<sup>22</sup> *Timeline* é um termo muito utilizado nas redes sociais que significa “linha do tempo”, em português. Nessa linha do tempo os usuários podem ver publicações de perfis de amigos e/ou de empresas que seguem. A palavra *feed* seria uma espécie de sinônimo de *timeline*, quando relacionada a rede social.

<sup>23</sup> Sobre o BuzzFeed. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/about>>. Acesso em: 26 mai. 2019.

Figura 6 - Página inicial da versão americana do *BuzzFeed* às 18h45 do dia 26 de maio de 2019.



Fonte: *BuzzFeed*.

No *BuzzFeed* Brasil, as reuniões de pauta com a equipe editorial acontecem nas segundas, quartas e sextas-feiras. Também chamadas de “clube do hit”, são discutidos os assuntos que estão em alta na internet e como o veículo pode se aproveitar disso. De acordo com Passarelli (2019), as pautas são decididas levando em consideração o que “está acontecendo de interessante na cultura pop e no entretenimento”. Para ela, é importante não ser pautado pela internet o tempo todo, mas também servir de pauta para a internet.

O *BuzzFeed* norte-americano, primeira versão do site, é bem mais completo e apresenta mais opções de navegação quando comparado ao brasileiro. Ambas as versões já passaram por modificações no *layout*, mas mantêm sua estrutura essencialmente inspirada numa espécie de linha do tempo. Como observado na Figura 6, o site apresenta duas barras superiores com editorias de conteúdo e selos como “LOL”, “win” e “trending”, próprios do

*BuzzFeed* para identificar publicações que são categorizadas pelo público como as mais engraçadas, as melhores e as que estão em alta, respectivamente. Na versão brasileira, o número de editorias e selos é menor, como mostra a Figura 7.

**Figura 7.** Página inicial da versão brasileira do *BuzzFeed* às 19h20 do dia 26 de maio de 2019.



Fonte: *BuzzFeed* Brasil.

Porém, independentemente da versão, o *BuzzFeed* apresenta características na produção de conteúdo que são marcantes no site. As listas, os testes, a incorporação de GIFs animados e a utilização de memes estão presentes no *BuzzFeed* desde a sua concepção. Com o passar do tempo, a produção audiovisual também foi ganhando destaque<sup>24</sup>. Atualmente, a versão norte-americana possui um menu específico para vídeos<sup>25</sup>, que são postados diariamente, e reúne todo o conteúdo audiovisual separado por temáticas. No *BuzzFeed* Brasil, os vídeos produzidos não possuem um menu específico e o conteúdo é exposto junto às outras publicações ao longo da *homepage*. A semelhança entre as operações é que o conteúdo é aberto numa página com o mesmo *layout*, como observado na Figura 8.

<sup>24</sup> Em 2016, o canal de vídeos era responsável por mais de um terço do faturamento do BuzzFeed. De acordo com Cabral (2016), “os usuários do BuzzFeed não têm fome somente de notícias ou filhotes de gatinhos”. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2016/06/tem-buzz-na-linha.html>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

<sup>25</sup> BuzzFeed Videos. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/videos>>. Acesso em: 26 mai. 2019.

**Figura 8** - Menu de vídeos do *BuzzFeed* norte-americano à esquerda e página de execução de vídeos na versão brasileira à direita.



Fonte: *BuzzFeed* EUA e *BuzzFeed* Brasil.

Saliba (2016) vai identificar algumas características que remetem à identidade do *BuzzFeed*, como as já citadas listas e testes. De antemão, percebe-se que os elementos e as estratégias de comunicação utilizadas pelo veículo, em sua maioria, fazem parte do ambiente digital e as técnicas narrativas são próprias da internet.

Formato notabilizado pelo *BuzzFeed*, as listas - ou *listicles* -, são a principal marca do site e, apesar de trazerem conteúdo de humor em grande parte das publicações, também são usadas para conteúdos factuais, como forma de explicar fatos de maneira mais pontual. É comum se deparar com listas no estilo “12 pessoas LGBTQ contam quando descobriram que eram vítimas de preconceito” (Figura 9)<sup>26</sup>, “30 imagens que representam o Brasil mais que futebol e samba”<sup>27</sup> ou “22 fatos que você provavelmente não sabia sobre Gabriel Diniz”<sup>28</sup>.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/davirocha/pessoas-lgbtq-vitimas-de-preconceito>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/victornascimento/imagens-representam-brasil-futebol-e-samba>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

<sup>28</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/mauroalbano/gabriel-diniz-morreu?origin=shp>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

**Figura 9** - Trecho da lista “12 pessoas LGBTQ contam quando descobriram que eram vítimas de preconceito”.

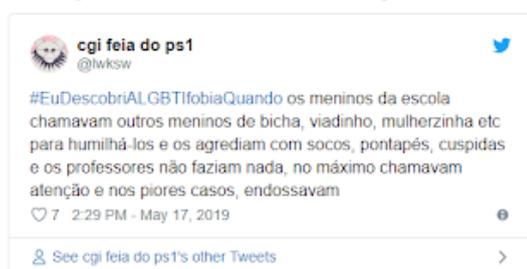
### 1. Teve depoimento diretamente dos tempos de escola:



### 2. E teve quem lembrou do medo do ambiente escolar:



### 3. Alguns depoimentos lembraram como os adultos não faziam nada para resolver essas situações:



### 4. O que muitas vezes também acontecia no ambiente de trabalho:



Fonte: *BuzzFeed* Brasil<sup>29</sup>

As matérias ilustradas também são outra marca do *BuzzFeed* que, além de fotos, fazem o uso frequente de GIFs e memes em seu conteúdo. Segundo Saliba (2016), por mais que o GIF tenha um caráter cômico, o site também se apropria desse formato em conteúdos

<sup>29</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/davirocha/pessoas-lgbtq-vitimas-de-preconceito>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

mais informativos. “O uso de *GIFs* é uma moldura bastante forte da identidade do *BuzzFeed* que quebra com as molduras mais habituais do jornalismo e a notícia como o texto, o vídeo, a presença do repórter, a pirâmide invertida, as fotos bem enquadradas com sua respectiva legenda, etc”. (SALIBA, 2016, p. 97).

Os testes do *BuzzFeed*, identificados nas publicações da *homepage* com o selo “Quiz”, possuem um menu próprio, que agrega todos os testes produzidos pela versão do site, independente da temática. Assim como as outras publicações do *BuzzFeed*, o conteúdo dos testes também são relacionados a assuntos do momento na *web* e que, por isso, terão mais chances de serem acessados e replicados nas redes sociais dos usuários.

Uma outra característica ressaltada por Saliba (2016) é em relação a presença do *BuzzFeed* nas redes sociais e o uso dessas plataformas feito pelo site. É o que a autora chama de “BuzzFeed fora do BuzzFeed” para explicar que “a penetração dos conteúdos do *BuzzFeed* nas redes sociais é muito forte. Não é preciso nem mesmo seguir algum dos diversos perfis da empresa para que o usuário tenha sua timeline invadida por compartilhamentos de conteúdos da marca” (SALIBA, 2015, p. 99). Para ela, “esta forte presença nas redes sociais molduram um sentido de que o *BuzzFeed* se propõe a estar alinhado com a sociedade que está cada vez mais em rede, como apontado anteriormente por Castells (2003)” (SALIBA, 2016, p. 101). Dessa forma, a popularização da marca também é resultado dessa presença em diversos canais para dialogar com seu público, que se identifica e é responsável pelo compartilhamento do conteúdo na internet, tendo já superado o de veículos como o *Huffington Post*, a CNN e a BBC (ADNEWS, 2013).

Além da *homepage* influenciada pelas redes sociais e da produção audiovisual da marca, identificada por Saliba (2016) como características fortes do *BuzzFeed*, a autora também vai chamar atenção para as *News*. Na versão norte-americana, as notícias são dispostas de três formas no site: nas publicações da *homepage* junto a outras publicações; num bloco localizado no canto superior direito com os títulos das últimas notícias postadas (Figura 6); e nos menus “BuzzFeed News” e “News”, que levam o usuário a uma espécie de segundo site (Figura 10).

Figura 10 - Homepage da versão norte-americana do *BuzzFeed News*.

**BuzzFeed News**  
REPORTING TO YOU

ABOUT US GOT A TIP? SUPPORT US BUZZFEED.COM SECTIONS ▾

---

**TRENDING** Abortion In America R. Kelly Charges Facial Recognition #MeTooStem Crisis Facebook Pelosi Video Tony Robbins

---

**LATEST NEWS**

**Georgia Film Production Workers Say Hollywood's Abortion Law Boycott Threat Goes After The Wrong People**  
38 minutes ago

**Trump Said He Will Impose A 5% Tariff On Mexico Until It Does More To Stop Migrants From Reaching The US Border**  
1 hour ago

**You Probably Don't Know Much About Background Checking. You Really Should.**  
2 hours ago

**The GoFundMe Wall Project Isn't Being Built On The "Most Important Mile" Of Borderland, Despite Claims, Officials Say**  
3 hours ago

**The Pelosi Video Was Altered. Why Won't Facebook Just Say That?**



**American Money Is Funding China's Surveillance State** CN

Millions of dollars from US university endowments, foundations, and retirement plans have helped fund two billion-dollar Chinese facial recognition startups.

By Ryan Mac, Rosalind Adams, Megha Rajagopalan




**Louisiana's Democratic Governor Has Signed A Bill That Will Make Nearly All Abortions Illegal At 6 Weeks Of Pregnancy**

Tasneem Nashrulla



**She's The Public Face Of #MeToo In Science. Now Critics Are Speaking Out About Her Tactics.**

Peter Aldhous

---



**Opinion: We Live In The Safest Big City, But Citizen Is Scaring The Hell Out Of People**

Just as crime hits historic lows, people are consuming a freakout-inducing stream of every single 911 call in their neighborhood.

Justin Brannan

**TRENDING NEWS**



**A Mom Ordered A Cute Shirt For Her 3-Year-Old From A Retailer Based In China But It Came With A, Uh, Unique Addition**



**Women Are Sharing All The Things They Do To Feel Safe While Running, And It's Both Heartbreaking And Infuriating**

---



**For The Third Time In A Week, A Lone Republican Has Blocked \$19 Billion In Disaster Aid**

Communities across the country struggling to recover from natural disasters will have to wait a bit longer for federal relief.

Paul McLeod

Fonte: *BuzzFeed News*<sup>30</sup>

Nas outras versões, incluindo a brasileira, as notícias também são dispostas junto às demais publicações na página inicial, mas possuem um destaque na diagramação da *homepage*. O menu “BuzzFeed News” serve como agregador das publicações classificadas como notícias, mas o *layout* é diferente do *BuzzFeed* norte-americano e tem a mesma referência da linha do tempo de uma rede social, como observado na Figura 11.

<sup>30</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

Figura 11 - Menu do *BuzzFeed News BR*.

The image shows the BuzzFeed News BR website interface. At the top, there's a navigation bar with the BuzzFeed logo and 'Testes' link. Below that is a large black banner with 'BuzzFeed NEWS BR' in white and red text. The main content area is divided into two columns. The left column contains several news articles with images and headlines. The right column features social media links for Facebook and Twitter, followed by a 'Top Posts' section with a quiz titled 'QUAL É O REI DOS QUEIJOS?' and 'VOCÊ CONHECE A PIADA DO PÔNEI?'. The quiz options are 'É O REIQUEIJÃO' and 'PÔ NEI EU KKKKKKKK'. Below the quiz is a map of Europe and a headline about 50 countries in Europe. At the bottom of the right column, there's a section about Game of Thrones with a '10/10' rating and a 'VOCÊ É GADO DEMAIS?' headline.

Fonte: *BuzzFeed News BR*<sup>31</sup>

Apesar da linguagem visual do site seguir um layout similar às redes sociais digitais, há espaço para a produção de conteúdos mais longos e aprofundados, até mesmo seguindo as premissas do jornalismo tradicional, que se apoia no conceito da pirâmide invertida, com o uso do *lead*, *sub-lead*, parágrafos de contextualização e conteúdos secundários (FRANCO, 2001). É o exemplo de matérias como “Partido de Bolsonaro cria gabinete de crise para segurar egos e evitar armadilhas da oposição”<sup>32</sup>, “Bolsonaro está indo para o abismo”, diz

<sup>31</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

<sup>32</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/severinomotta/psl-bolsonaro-gabinete-crise-previdencia>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

Kim Kataguirí<sup>33</sup> e “Para surpresa de ninguém, concorrentes aproveitaram crise da Avianca para aumentar preço de passagens”<sup>34</sup>.

Saliba (2016) entende que a credibilidade no jornalismo vai estar historicamente associada ao que ela chama de molduras específicas. Para a autora,

A credibilidade pode ser um constructo ligado à tradição credibilidade a alguns formatos da notícia, mas novos meios criam formas próprias de dar sentidos. Ou seja, este formato leve que combina humor e facilidade de replicação parece não dar sentidos de credibilidade no jornalismo embora esses formatos possam trazer informação e tão cuidadosamente apurada quanto os manuais de jornalismo ensinam (SALIBA, 2016, p. 97).

Seja informação ou entretenimento, o conteúdo do *BuzzFeed* se aproxima das formas de produção e circulação do chamado ciberacontecimento. O conceito desse fenômeno gira em torno da repercussão que determinado fato tem nas redes sociais digitais e que também podem acabar pautando os veículos de comunicação. Essa repercussão está atrelada às relações de interação dos usuários de redes sociais com o conteúdo e, especialmente, com o seu compartilhamento. De acordo com Bittencourt (2015, p. 343), “a apropriação desses conteúdos gera múltiplos sentidos que revelam uma força simbólica em torno do acontecimento”.

Henn, Hoehr e Berwanger (2012), ao definirem ciberacontecimento, colocam as redes sociais como protagonistas na constituição de um acontecimento. Para eles, o termo é utilizado “para designar acontecimentos que se constituem a partir de lógicas específicas das plataformas instituídas no ambiente digital tanto no que diz respeito à sua produção quanto à sua disseminação” (HENN; HOEHR; BERWANGER. 2012, p. 104-105). Além de enxergarem as redes sociais como espaços de articulação desses acontecimentos, Henn, Hoehr e Berwanger (2012, p. 114) também os veem como “uma forma de construção coletiva inédita em processos convergentes”.

Os ciberacontecimentos não estão somente ligados a fatos jornalísticos, mas também a acontecimentos que ganham grandes proporções nas redes sociais. Para compreender melhor esse fenômeno, Bittencourt (2015) identificou cinco elementos-chave do ciberacontecimento

---

<sup>33</sup> Disponível em:

<<https://www.buzzfeed.com/br/severinomotta/bolsonaro-esta-indo-para-o-abismo-diz-kim-kataguiri>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

<sup>34</sup> Disponível em: <

<https://www.buzzfeed.com/br/mauroalbano/crise-avianca-concorrentes-aumentam-preco-passagem>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

que potencializam as possibilidades jornalísticas no meio digital. São eles: compartilhamento, particularidades do fato e geração de assuntos, emoção, propulsão de memes e celebridades.

O compartilhamento é o fator principal para a concepção do ciberacontecimento e é por meio dele que o profissional pode perceber como as pessoas lidam com a informação.

Identificar a constituição de memes, as reações em torno de uma *hashtag*, as apropriações e produções de sentido de um acontecimento, toda essa observação sobre como se dá o engajamento social em torno de um fato – seja ele singular ou não – pode fornecer ao jornalista subsídios para criar novos formatos de publicação e incentivar dinâmicas em torno dos conteúdos do veículo que sejam capazes de alçar a visibilidade das publicações (BITTENCOURT, 2015, p. 350).

Quando Bittencourt (2015) fala do elemento “particularidades do fato e geração de assuntos”, ela se refere à característica que faz com que determinado acontecimento desperte mais interesse quando comparado a outros. É essa característica “que o diferencia de outros fatos que passam despercebidos ou que são pouco comentados” (2015, p. 351). Nesse ponto, podemos relacionar o elemento como fundamental para as decisões ativas dos atores, já abordadas no capítulo 2. O elemento “emoção” também é outra particularidade do fenômeno, responsável por produzir sentidos diversos sobre o conteúdo. Para Bittencourt (2015, p. 351), “além de um texto que trabalhe o sentimento envolvido, o jornalista precisa entender o lado humano da história e trabalhar o conteúdo de forma que a emoção estimule o espalhamento do texto, do vídeo ou da foto”.

Ao citar os “memes” como elemento do ciberacontecimento, Bittencourt (2015) reconhece que, mesmo que eles também compõem esse fenômeno, não são fundamentais para identificá-lo. Porém, são importantes “justamente por estarem relacionados com a multiplicidade de sentidos que um fato pode acarretar” (2015, p. 353) e por darem indicações ao jornalista dos valores e motivações envolvidas nos compartilhamentos.

Por último, Bittencourt elenca as “celebridades” como um dos elementos do ciberacontecimento, que podem atuar de duas formas. A primeira é agindo como agente que amplia a visibilidade de um acontecimento. A segunda é fazendo parte do próprio acontecimento. Em ambos os casos, as celebridades são potencializadoras do compartilhamento de conteúdo. Essa atuação dupla é uma das razões pelas quais as celebridades são atualmente grandes influenciadores digitais, pagos por marcas para ações de comunicação e marketing pela sua capacidade de atingir grandes públicos. Diante da

potencialidade desses cinco elementos, a autora defende que os ciberacontecimentos sirvam como fonte de aprendizado para o jornalismo digital.

### 3.2 *Fait divers* e entretenimento

Ao longo do desenvolvimento do jornalismo, os veículos de comunicação mais tradicionais e renomados sempre deram maior espaço e abertura para noticiar os acontecimentos de relevância pública, ao passo que conteúdos voltados para o entretenimento eram deixados em segundo plano, ocupando espaço e importância bem menores (DEJAVITE, 2001). Porém, com a mudança nos hábitos de consumo de notícias pelas pessoas e da grande circulação de informação pelas redes sociais digitais, algumas empresas têm mudado suas estratégias ao utilizá-las como plataformas potencializadoras de tráfego no site, como é o caso do *BuzzFeed*.

Além de utilizar plataformas como o *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* para propagar as publicações do site, o próprio conteúdo produzido pelo *BuzzFeed* ajuda nessa disseminação. Isso se deve tanto pela pauta por temáticas relacionadas a assuntos do momento, como pelos títulos utilizados nas publicações, que facilmente atraem a atenção do público no primeiro contato. No site existem conteúdos para divertir, para informar e para divertir e informar, mas é nítido que o entretenimento é pautado com mais frequência.

O conteúdo produzido pelo *BuzzFeed* muito se aproxima do termo francês *Fait Divers*, introduzido em 1964 por Barthes, no livro *Essais Critiques*, que significa fatos diversos. Etimologicamente, o termo remete à notícia do dia a dia. No Manual de Redação da Folha de São Paulo, o verbete é explicado como uma “expressão usada para designar notas e notícias com alto potencial de atração para o leitor”<sup>35</sup>. Barthes descreve as *fait divers* como uma “classificação do inclassificável” das já conhecidas notícias de política, economia, guerras, espetáculos, ciências, dentre outras. “Numa só palavra, seria uma informação *monstruosa*, análoga a todos os fatos excepcionais ou insignificantes, em suma inomináveis, que se classificam em geral pudicamente sob a rubrica dos *Varia*” (BARTHES, 1970, p. 57). Barthes (1970) considera que para consumir o *fait divers* não é preciso ter algum

---

<sup>35</sup> Disponível em: <[https://www1.folha.uol.com.br/foha/circulo/manual\\_edicao\\_f.htm](https://www1.folha.uol.com.br/foha/circulo/manual_edicao_f.htm)>. Acesso em: 02 jun. 2019.

conhecimento prévio, pois ele contém uma informação total e o “seu conteúdo não é estranho ao mundo”. Para ele, é tudo que “remete ao homem, a sua história, a sua alienação, a seus fantasmas, a seus sonhos, a seus medos” (1970, p. 58).

Dejavite (2001) faz o uso de um exemplo clássico utilizado para definir o que é notícia para exemplificar o *fait divers*: se um cachorro morde a perna de um homem, não é notícia, mas o contrário é notícia.

Esse fato narra o inusitado ou o sensacional, no sentido do que causa sensação ou emociona. Segundo Carlos Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa, o *fait divers* é um jargão da imprensa francesa, que designa toda e qualquer notícia que implique rompimento insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos. Assim, o crime passional, a briga de rua, o atropelamento, o assalto são *fait divers*. Narrativas típicas do jornalismo sensacionalista e popularesco” (DEJAVITE, 2001, p. 7).

Para explicar melhor o conceito, Barthes (1970) classifica as relações imanentes ao *fait divers* em dois tipos: uma de causalidade e outra de coincidência. Na relação de causalidade, a causa pode ser tanto esperada como perturbada. Na causalidade esperada, o acontecimento relacionado é frequente e carrega estereótipos, como drama passional e crime por dinheiro. Nesse caso, “a ênfase não é posta sobre a própria relação, embora ela continue formando a estrutura da narrativa; ela se desloca para o que se poderia chamar de *dramatis personae* (criança, velho, mãe etc.), espécies de essências emocionais encarregadas de vivificar o estereótipo” (BARTHES, 1970, p. 60). Já na causalidade perturbada, por conta dos estereótipos, espera-se uma causa mas outra aparece no lugar. É o que Barthes chama de desvios causais.

“uma mulher esfaqueia seu amante”: crime passional? não, “eles não se entendiam bem em matéria de política”. “Uma empregada rapta o bebê de seus patrões”: para obter um resgate? não, “porque ela adorava a criança”. “Um assaltante ataca mulheres solitárias”: sádico? não, “simples ladrão de bolsas”. Em todos esses exemplos, vê-se bem que a causalidade revelada é de certa forma mais pobre do que a causa esperada; o crime passional, a chantagem, a agressão sádica têm um longo passado, são fatos pesados de emoção, com relação aos quais a divergência política, o excesso de afeição ou o simples roubo são móveis irrisórios; existe, com efeito, nesse gênero de relação causal, o espetáculo de uma decepção; paradoxalmente, a causalidade é tanto mais notável quanto mais é decepcionada (BARTHES, 1970, p. 62).

A relação de coincidência pode-se dar de duas formas. A primeira é pela repetição de um acontecimento, por mais insignificante que seja, como por exemplo, “uma mesma

joalheria foi assaltada três vezes” ou “uma hoteleira ganha todas as vezes na loteria” (BARTHES, 1970, p. 63). Para Barthes, repetir é significar. A outra forma de coincidência é chamada pelo autor de antítese, pois essa relação aproxima dois conteúdos qualitativamente opostos. São acontecimentos em que as situações apresentam “uma espécie de distância lógica”.

Levando em consideração os conceitos de Barthes (1970) sobre *fait divers*, Dejavite (2001) conclui que esses fatos diversos se apresentam

como um importante e forte elemento para a “alimentação” e promoção do entretenimento, porque o seu universo remete o receptor a ir de encontro com as suas curiosidades, suas fantasias, seus sonhos e seus medos - tal como a novela, a série ficcional, os programas de variedades e os filmes. (DEJAVITE, 2001, p. 12).

Bourdieu (1997) lembra que as notícias de variedades/curiosidades são as preferidas da imprensa sensacionalista para impulsionar vendas de jornais e faz uma crítica quando coloca que, ao ocupar o tempo com esse tipo de notícia “vazia”, o leitor se afasta de informações oportunas para sua politização.

As notícias de variedades, como disse, têm por efeito produzir o vazio político, despolitizar e reduzir a vida do mundo à anedota e ao mexerico (que pode ser nacional ou planetário, com a vida das estrelas ou das famílias reais), fixando e prendendo a atenção em acontecimentos sem consequências políticas, que são dramatizados para deles “tirar lições”, ou para os transformar em “problemas de sociedade” (BOURDIEU, 1997, p. 73).

No caso do *BuzzFeed* há uma série de publicações produzidas para agradar e tirar o trabalhador entediado do seu tédio<sup>36</sup>. Mas nessas notícias de variedades, voltadas para o entretenimento, é possível encontrar um viés informativo, mesmo que o conteúdo tenha uma carga de diversão maior. A distância entre a função do jornalismo, que é informar, e a função do entretenimento, que é divertir, fica cada vez menor (AMARAL, 2008).

---

<sup>36</sup> Em uma apresentação feita em 2010, o fundador do BuzzFeed, Jonah Peretti, explicou o seu conceito para o sucesso do site: *The Bored At Work Network*. A rede dos trabalhadores entediados, em tradução livre, é a que propaga conteúdo pela internet, segundo o fundador. Apresentação disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/35836865/Jonah-Peretti-Viral-Meetup-Talk>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

### 3.3 Infotimento: a informação e o entretenimento no jornalismo

As mudanças provocadas pela era digital também revolucionaram o campo do entretenimento. Seja por realidade aumentada, jogos imersivos ou novas plataformas para consumir música, podcasts, vídeos, fotos e textos, as possibilidades de se entreter aumentaram e estão a cada dia mais presentes na nossa realidade. “O entretenimento agora está no centro da nossa existência” (HAVAS, 2019).

No relatório global *Cannes 2019: The Future of Entertainment*<sup>37</sup>, o *Havas Group* em parceria com o *Cannes Lions* exploraram algumas mudanças que estão transformando a forma como as pessoas se relacionam com o entretenimento. Uma das principais revelações desse estudo, é que o entretenimento não é mais visto como algo superficial: 83% das pessoas no mundo o consideram como uma necessidade vital. Desses 83%, 92% são os chamados *prosumers*<sup>38</sup>. Para esses profissionais, não se deve “ficar parado sem consumir conteúdo”. De acordo com o relatório, cerca de 6 em cada 10 *prosumers* querem que os sistemas educacionais e locais de trabalho se tornem mais divertidos, e mais de um terço deles diz o mesmo sobre hospitais e lares de idosos.

O valor real do entretenimento reside na sua capacidade de enriquecer e transformar. Por mais que anseiem por distrações e fugas temporárias, as pessoas são mais atraídas pelo conteúdo de entretenimento que educa, capacita e dá a elas ferramentas para criar melhores versões de si mesmas. Quase metade dos *Prosumers* estaria disposta a pagar mais pelo entretenimento que é significativo dessa maneira (HAVAS, 2019, tradução nossa)<sup>39</sup>.

O estudo ainda concluiu que especialmente os mais jovens sentem-se pressionados a participar de uma cultura do entretenimento, tanto como consumidores quanto como criadores. Dos entrevistados, 55% acham que precisam entreter seus amigos e 43% sentem-se pressionados a demonstrar um estilo de vida divertido. Os memes da internet, por exemplo,

---

<sup>37</sup> O relatório foi divulgado em maio de 2019 e o estudo foi baseado nas atitudes e comportamentos de 17.411 pessoas com mais de 13 anos em 37 países, com foco em *prosumers*, grandes influenciadores e líderes de mercado que o grupo Havas acompanha há mais de 15 anos. Disponível em: <<https://download.havas.com/prosumer-reports/cannes-2019-the-future-of-entertainment/#>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

<sup>38</sup> A palavra faz referência à junção das palavras *producers* (produtores) e *consumers* (consumidores).

<sup>39</sup> Texto original: The real value of entertainment lies in its ability to enrich and transform. As much as we crave distractions and temporary escapes, people are most drawn to entertainment content that educates, empowers, and gives them tools with which to create better versions of themselves. Nearly half of Prosumers would be willing to pay more for entertainment that is meaningful in this way.

são impulsionados pelos jovens da geração Z e vão além do humor quando passam a representar pensamentos e sentimentos.

Aquilo que nos faz rir também revela nossas visões sobre o mundo. Memes ajudam a compreender os comportamentos dos jovens, por exemplo. Quando indagados sobre por que eles interagem com certos memes e o que eles dizem sobre si mesmos, as respostas ajudam a construir um retrato dos temas que estão ocupando a cabeça da juventude e de suas visões de mundo (GENTE, 2019)<sup>40</sup>.

Os resultados do relatório do grupo *Havas* mostram que o entretenimento realmente se tornou significativo para as pessoas no mundo inteiro. Depois das *fait divers*, discutidas anteriormente, outro termo ganhou força: o infotimento. O neologismo criado a partir da junção das palavras informação e entretenimento é utilizado para designar a hibridização do jornalismo em informar e entreter. De acordo com Dejavite (2007),

O jornalismo de INFOtimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão (DEJAVITE, 2007, p. 2).

Aguiar (2008) aponta o entretenimento como valor-notícia fundamental para a narrativa jornalística enquanto o considera como um produto industrial e critica a desqualificação feita por outros autores quando a notícia traz marcas de diversão.

Se o fator “entretenimento” é medido como um valor essencial para a construção da notícia e para manter o interesse do público-leitor pela mercadoria “informação”, quais os motivos que levam certos autores a desqualificarem a informação jornalística que tem, como marca, a capacidade de entreter o público? Se o jornalismo que hoje conhecemos, com suas origens no século XIX, apresenta como característica o paradigma do jornal de informação – superando o antigo paradigma do jornal de opinião –, qual o problema político em produzir um noticiário que desperte o interesse do leitor e ainda possa entretê-lo? (AGUIAR, 2008, p. 16).

Em contraposição, Sousa (2000) defende que informar jornalisticamente confere uma responsabilidade às pessoas enquanto cidadãos. Já o “entreter ‘jornalisticamente’, pelo contrário, tende a degradar, em maior ou menor grau, essa função informativa e, conseqüentemente, reguladora e mediadora, que os meios de comunicação possuem na

---

<sup>40</sup> In Meme We Trust. Disponível em: <<http://gente.globosat.com.br/in-meme-we-trust/>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

sociedade” (SOUSA, 2000, p. 63). Para Marshall (2003), a cobertura de notícias mais sérias foi trocada pelas de entretenimento porque essas “têm maior efeito sobre a audiência e costumam bem menos à empresa” (MARSHALL, 2003, p. 27).

Levando em consideração que a informação é uma mercadoria (AGUIAR, 2008) e a notícia é um produto à venda (MEDINA, 1988), a união de elementos para informar e entreter tem o objetivo de atrair mais leitores e de tornar a leitura mais interessante. Dejavite (2006) lembra que

para o jornalismo não ficar ultrapassado tem que levar em consideração que o público participa cada vez mais na deliberação do que se veicula na mídia: Agora, as empresas jornalísticas estão mais atentas ao que é solicitado pelo consumidor e têm transformado a dinâmica da criação da notícia (DEJAVITE, 2006, p. 68).

O infotenimento se utiliza de técnicas para apresentar a notícia. Quando Aguiar (2008) exemplifica o que é o infotenimento no jornal impresso, o autor cita características como formatos compactos, *design* que une imagens, infográficos, mapas e o uso de cores na capa, e textos mais descritivos do que analíticos, que valorizam sensações e emoções. O uso de recursos variados para chamar a atenção do leitor, nos remete aos recursos que o *BuzzFeed* utiliza na sua *homepage*, a exemplo das imagens, vídeos, títulos chamativos, listas, *quizzes* e uso de selos e cores descontraídas, já abordadas neste capítulo.

Para Dejavite (2007), existe uma dificuldade em distinguir o que significa informar e entreter porque a fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi bem definida.

Entretanto, dado o caráter híbrido que o conceito do *jornalismo de INFOtenimento* possui (informação e entretenimento e narração e formato), pode-se afirmar que a definição de seu conteúdo esbarra em conceitos pré-estabelecidos tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico, pois esses detêm-se na contraposição daquilo que se convencionou como conteúdo sério e conteúdo não sério dentro do jornalismo (DEJAVITE, 2007, p. 3).

De acordo com a autora, o conteúdo sério seriam as matérias aprofundadas enquanto o não sério seriam os conteúdos que apenas divertem e trazem humor. Em contrapartida, Dejavite (2007) argumenta que, na prática, esses conteúdos podem ser considerados tanto de uma forma como de outra, a exemplo de charges que satirizam determinados assuntos. No caso de uma charge política, “aquilo que se denominou de conteúdo sério (a política) apresenta-se como uma roupagem não séria” (DEJAVITE, 2007, p. 4).

Segundo Aguiar (2008, p. 23), “para informar o público é necessário produzir um jornal que desperte seu interesse, não havendo utilidade em fazer um tipo de jornalismo aprofundado, se os leitores não se sentem atraídos”. Assim, com base nas ideias de Aguiar (2008) e Dejavite (2006, 2007), e nas estratégias utilizadas pelo *BuzzFeed* na produção e propagação do seu conteúdo expostas no capítulo 1, observamos o uso do entretenimento como potencializador da informação, uma vez que ele atrai a atenção do público.

### 3.4 Modelos de negócio em jornalismo

Numa economia capitalista, marcada pelo discurso do empreendedorismo e da inovação<sup>41</sup>, cada vez mais jornalistas abrem suas próprias iniciativas - a exemplo dos dados levantados pelo Mapa do Jornalismo Independente da Pública (PÚBLICA, 2016) -, formando coletivos para produção de reportagens, editoriais e para demais prestações de serviços na área, dando origem, também, a *startups* jornalísticas independentes. No universo das *startups*, as empresas de conteúdo jornalístico ainda são minoria, mas, aos poucos, um novo ecossistema tem sido desenhado com base em novos modelos de negócio.

Os empreendimentos em jornalismo têm tomado as mais variadas formas, dentre elas, de agências de conteúdo, portais especializados, plataformas de publicação de conteúdo jornalístico e também de profissionais liberais que atuam de forma freelance tanto produzindo materiais encomendados, quanto realizando grandes

---

<sup>41</sup> Quando falamos de um sistema econômico de produção capitalista, marcado pelo discurso do empreendedorismo, levamos em consideração alguns fatores. O primeiro deles é em relação ao tipo de profissional. Rainho (2008) classifica o jornalista empreendedor em dois tipos: um por vocação, que é aquele que estuda o mercado previamente e “abre seu negócio por desejo de independência intelectual e econômica” (RAINHO, 2008, p. 27); e um por necessidade, que é aquele que se viu obrigado a abrir um negócio por falta de opção de emprego. Outro fator levado em consideração, diz respeito à precarização do trabalho e à informalidade. Segundo Sobrinho (2018), as mudanças nos processos de trabalho dos jornalistas fazem parte “de um panorama maior de reestruturação do sistema capitalista” (p. 90). Para ele, “a flexibilização dos direitos e processos de trabalho, as mudanças tecnológicas, transformações nos processos de gestão do trabalho, estão ligadas a mudanças no regime de acumulação do capitalismo (SOBRINHO, 2018). Nesse contexto de flexibilidade e de precarização, podemos observar o aumento da jornada de trabalho, das funções e responsabilidades exercidas por um único profissional, e às vezes até de insalubridade (a exemplo de *freelancers*, que muitas vezes realizam suas atividades profissionais dentro de casa, em espaços que, ergonomicamente, não são adequados para a prática). “A ideia de jornalismo empreendedor pode ser encarada como uma forma de jogar sobre os ombros dos jornalistas a crise pela qual o negócio do jornalismo atravessa, uma vez que a precarização do trabalho jornalístico favorece as grandes empresas, e a salvação do próprio jornalismo enquanto instituição” (SOBRINHO, 2018, p. 96). Dessa forma, percebemos que existem caminhos e caminhos quando discutimos sobre empreendedorismo no jornalismo.

reportagens e oferecendo para veículos. O profissional que decide se tornar empreendedor tem características próprias, que envolvem iniciativa e disposição para transformar o conhecimento do fazer em um conhecimento que vai além, e passa também pelo planejar, gerir, produzir e distribuir (POZZOBON, 2015, p. 27).

O surgimento de entidades que passaram a ter o ambiente virtual como base para realizar transações comerciais serviu para evidenciar uma nova configuração de modelos de negócios. Utilizando a definição proposta por Osterwalder e Pigneur (2010), em linhas gerais, o modelo de negócio é a explicação de como funciona uma determinada empresa e de como ela cria, entrega e captura valor. Num cenário de mudanças, novas iniciativas perceberam que a inovação tem que ir além de modificações na forma de produzir conteúdo: os modelos de captação de receita também precisam ser repensados para que as organizações se mantenham no mercado.

Se, por um lado, a internet balançou as estruturas de empresas jornalísticas sólidas e consagradas, resultando na dispensa de milhares de profissionais no mundo todo, por outro, fez surgir uma vasta gama de possibilidades no campo da comunicação e do jornalismo a custos relativamente baixos ou mesmo irrisórios (COMASSETTO; BONITO 2013, p. 240).

Em 2014, o relatório interno do *The New York Times*<sup>42</sup> apontou 12 competidores que atuam de forma disruptiva do mercado trazendo ideias de baixo custo que se tornam uma ameaça aos veículos tradicionais de comunicação. O *BuzzFeed* figurava entre esses competidores, sendo inclusive o primeiro, destacado por “ter distribuição social agressiva”, “conteúdo altamente compartilhável” e “formatos narrativos experimentais” (ELLICK et al., 2014, p. 18). No mesmo ano, o site se tornou um estudo de caso na *Harvard Business School*<sup>43</sup> e sua atuação foi comparada, pelo próprio fundador, com o que a *Toyota* e a *Honda* fizeram com a *Ford* e a *General Motors* ao provocar mudanças no mercado automotivo nos anos 70 e 80.

E os números não desmentem. Em 2016, o site recebia mais do que o dobro de acesso quando comparado a mídias tradicionais como o *The New York Times*: 200 milhões de visitantes únicos por mês, com 6 bilhões de visualizações de diferentes artigos. Segundo

---

<sup>42</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/mylestanzer/exclusive-times-internal-report-painted-dire-digital-picture>>. Acesso em: 19 jan. 2019.

<sup>43</sup> Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/07/07/buzzfeed-is-officially-a-case-study-in-media-industry-disruption/#3c9894b63171>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

Cabral (2016), sua “popularidade tem se acentuado nos últimos tempos: de três anos para cá, o número de visitantes quintuplicou. O valor de mercado do *BuzzFeed* é estimado em US\$ 1,5 bilhão, o equivalente a um pouco mais de R\$ 5 bilhões”.

Por ser um nativo digital, ou seja, por ter nascido no ambiente digital, o *BuzzFeed* entendeu que não basta só fazer o seu público ir ao seu encontro. Na cultura web, os veículos devem também levar conteúdo até o público. Além do site em suas diversas operações, o *BuzzFeed* possui inúmeros canais nas redes sociais para propagar conteúdo. De acordo com Cabral (2016),

existe uma equipe chamada BFF (sigla para “Melhores Amigos Para Sempre”, em inglês) que produz material para ser postado em redes sociais como Pinterest, Snapchat e Twitter. Esse conteúdo conta como audiência para essas redes, mas ajuda a aumentar a visibilidade da marca BuzzFeed” (CABRAL, 2016)<sup>44</sup>.

O *BuzzFeed* possui uma variedade de páginas no *Facebook*, perfis no *Instagram*, contas no *Twitter*, canais no *Youtube*, além da presença em outras plataformas como *Snapchat*, *Pinterest* e *Linkedin*. Só no *Instagram*, os perfis da marca passam o número de 30 contas (Figura 12).

**Figura 12** - Compilado de contas do *BuzzFeed* no *Instagram*, resultado da busca pelo termo “buzzfeed”.



Fonte: Instagram.

Em 13 anos de existência, o *BuzzFeed* chegou a ter mais operações do que as 9 atuais. A versão francesa, por exemplo, foi a última do grupo que teve suas atividades encerradas,

<sup>44</sup> Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2016/06/tem-buzz-na-linha.html>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

ainda em setembro de 2018<sup>45</sup>. Segundo Cabral (2016), o *BuzzFeed* possui duas unidades básicas, sendo uma de conteúdo digital (Nova York) e outra de vídeo (Los Angeles), e já lançou cinco aplicativos para celulares, que resultaram em 70% de acessos aos serviços da marca via *smartphones*.

Especialistas acreditam que, no futuro, o BuzzFeed deve tentar ampliar o tempo de interação com o usuário, com conteúdo para novos canais, como a TV. Também deve chegar aos serviços de streaming, como o Netflix. A ideia é passar da “rede dos entediados no trabalho” para a “rede dos entediados no sofá” (CABRAL, 2016).

Apesar da versão brasileira ter sido lançada em 2013, só em 2016 é que a empresa passou a ter uma base física no país. Em uma análise feita para entender o funcionamento do *BuzzFeed* Brasil em 2015, Antunes observou 10 características no site: 1) As postagens são bem menos intensas do que em portais e sites de notícias; 2) No *BuzzFeed* Brasil não se trabalha nos finais de semana; 3) A frequência da postagem das notas no site parece irregular; 4) A produção da equipe brasileira do *BuzzFeed* supera o número de textos traduzidos de outros idiomas; 5) O conteúdo atemporal predomina; 6) As listas dominam o *BuzzFeed* Brasil; 7) Os números de audiência do site são impressionantes; 8) O potencial comercial também é grande; 9) A capa do site é automatizada e tem pouca intervenção humana; e 10) A postagem é mais intensa nas redes sociais.

De acordo com a ex-editora do *BuzzFeed* Brasil, Manuela Barem, inicialmente “a estratégia foi criar conteúdo localizado, com uma identidade brasileira”<sup>46</sup>. Arelada a outras estratégias como o *clickbait*<sup>47</sup>, a marca desperta a curiosidade do leitor, que facilmente clica em publicações do site e tem acesso ao conteúdo diretamente na plataforma de origem. Esse conteúdo, além de ser próprio do *BuzzFeed*, também pode ser criado por anunciantes que utilizam do espaço e do formato do grupo para publicidade nativa.

---

<sup>45</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/fr/anaisbordages/buzzfeed-france?ref=hpsplash>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

<sup>46</sup> Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2016/06/tem-buzz-na-linha.html>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

<sup>47</sup> *Clickbait*s ou caça-cliques, em tradução livre, é uma estratégia para gerar tráfego online por meio de títulos atrativos.

### 3.4.1 Branded Content

Enquanto modelo de negócio, o *BuzzFeed* Brasil adota duas maneiras para captação de receitas, ambas provenientes da publicidade. São elas, o *branded content*, modelo de captação principal do site, e os anúncios. A incorporação de anúncios como forma de financiamento foi uma mudança recente do site<sup>48</sup>, que segue diretrizes da matriz, nos Estados Unidos.

Para o diretor de conteúdo da operação brasileira, Cris Dias (2019), os anúncios são outro modo de “diversificar jeitos de ganhar dinheiro” e de “oferecer para os clientes mais oportunidades de trabalhar” com o *BuzzFeed* Brasil. Passarelli (2019) enxerga os anúncios como oportunidade para o cliente analisar a repercussão e aceitação da sua marca, antes de investir em um “conteúdo *branded content*, que leva tempo pra fazer, que envolve estudos, envolve uma equipe especializada e etc”.

O *branded content*, também conhecido como publicidade nativa, é um modelo comercial de conteúdo pago e não de anúncios pagos. Esse modelo se baseia em oferecer informações úteis ao cliente que tenham ligação com a proposta de identidade da marca “anunciante”, que, nesse caso, produz o próprio conteúdo.

O objetivo do *branded content* é fortalecer a fidelidade do cliente com a marca. Com ele, os produtos não são meramente colocados perante o consumidor, mas transformados em ligações emocionais. Não se trata de estratégias de *merchandising*, nas quais a marca apenas patrocina um conteúdo específico. No caso do *branded content*, o protagonismo é da própria empresa, que gerará conteúdo compatível com as demandas do seu consumidor específico. (NASSER, 2017).

Diferente da publicidade, esse modelo se preocupa em criar relações com o consumidor por meio do conteúdo. No caso do *BuzzFeed*, o *branded content* segue a linha do site, com conteúdo voltado para o entretenimento e diversão, que pode ser desenvolvido por meio de vídeos, artigos e outros formatos que dialoguem com o próprio *BuzzFeed*.

Além de gerar discussões éticas, esse tipo de publicidade já passou por polêmicas pelo fato de conteúdos pagos serem veiculados como se fossem conteúdos não pagos (THEOTONIO; LIMA, 2018). De acordo com Cabral (2016), o *BuzzFeed* já foi acusado de

---

<sup>48</sup> Na versão brasileira, os anúncios passaram a fazer parte do conteúdo visual do site em 2019. A presença foi constatada a partir da observação da pesquisadora.

não distinguir com clareza o conteúdo próprio do de anunciantes. Foi o que aconteceu com o *quiz* “Qual boneca Barbie é você?”<sup>49</sup>, criado em 2014 para a fabricante *Mattel*.

O teste “How Popular Are Your Adulting Habits Compared To Your Friends?”<sup>50</sup> e a enquete “We Asked Our Parents For Their Most Clutch College-Financing Tips And Here’s What They Said”<sup>51</sup> são exemplos mais recentes de *branded content* publicados pelo *BuzzFeed*. Como podemos perceber na Figura 13, atualmente o site utiliza recursos para identificar que aquele conteúdo acessado é um conteúdo pago por determinado anunciante. Além da identificação acima do título (*Paid Post*), há também a identificação do anunciante (*Brand Publisher*) logo abaixo da data de publicação.

**Figura 13** - Exemplo de publicidade nativa dentro do *BuzzFeed*.

The image shows a screenshot of a BuzzFeed article. At the top left, there is a red-bordered box containing the text "PAID POST". Below this is the article title "How Popular Are Your Adulting Habits Compared To Your Friends?". Under the title, it says "Adulthood is really just navigating life's headaches for the rest of your days." and "Posted on September 5, 2018, at 11:30 a.m.". Below the date, there is a blue-bordered box containing the text "Promoted by the makers of Excedrin® Brand Publisher". To the right of this box is a button that says "Be one of the first to comment ↓". Below the article title and date, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Email, Pinterest, Tumblr, and a link icon. The main image of the article shows a grocery bag with the text "YOU FINISH UP GROCERY SHOPPING WHEN YOUR FRIENDS CALL AND WANT TO GO OUT FOR DINNER. WHAT WOULD YOU RATHER DO?". To the right of the main article, there are three smaller article thumbnails. The first one is titled "If You've Survived 15/20 Of These Headaches You're Officially An Adult" and features a man with a yellow "omg" sticker. The second one is titled "10 Productive Ways To Deal With Holiday Stress Headaches" and features a person writing in a notebook. The third one is titled "How Likely Are You to Get a Headache This Holiday Season?" and features a blue background with white text.

Fonte: *BuzzFeed*.

Quando a publicação está listada na *homepage* do site, o *BuzzFeed* também identifica que aquele conteúdo foi promovido por marca (Figura 14).

<sup>49</sup> Which Barbie Doll Are You? Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/barbie/which-barbie-doll-are-you>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

<sup>50</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/collegeave/we-asked-our-parents-for-their-most-clutch-college>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

<sup>51</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/excedrin/are-your-daily-habits-actually-adult-worthy>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

**Figura 14** - Exemplo de publicidade nativa na *homepage* do *BuzzFeed*.



Fonte: *BuzzFeed*.

Além do *branded content* figurar como uma nova possibilidade de financiamento de iniciativas jornalísticas, alguns profissionais já enxergaram no marketing também uma oportunidade de mercado. É o que mostra o relatório publicado pela *NewsCred* (2015), no Reino Unido, ao apontar a crescente migração de jornalistas da mídia tradicional para a produção de conteúdo editorial, ou seja, de conteúdo personalizado para marcas.

#### 4 PERCURSO METODOLÓGICO

A nossa investigação teve como finalidade verificar se o *BuzzFeed* Brasil estava, efetivamente, influenciando a produção jornalística de três portais de notícias brasileiros, a partir de análise de conteúdo. Os portais escolhidos foram os que mostraram maior número de acesso, de acordo com os dados da companhia de internet Alexa: G1, Uol e Metrôpoles.<sup>52</sup> Além disso, o G1 é um portal que faz parte de um dos maiores grupos de comunicação do Brasil, o Grupo Globo; o Uol é pioneiro na produção de conteúdo noticioso na internet do país; e o Metrôpoles é um portal que alcançou visibilidade significativa em pouco tempo, desde sua criação, em 2015.

Portanto, por meio de uma abordagem qualitativa, foi utilizado o procedimento de estudo de caso para entender as rotinas de produção, estratégias de engajamento com a audiência e funcionamento do site.

Fundamentando-se em trabalhos mais avançados, tal pesquisa explorou estudos acerca de conceitos-chave em torno do objeto, tais como propagabilidade (JENKINS; FORD. GREEN, 2014), circulação e recirculação jornalística (ZAGO, 2014), redes sociais (RECUERO, 2009), e *buzzfeedização* (SARDÁ et al., 2014) para facilitar a observação e análise do objeto. A pesquisa bibliográfica foi realizada com intuito de dar suporte à pesquisa e sustentação às reflexões teóricas.

Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção de bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões (STUMPF, 2012, p. 51).

Além de fazer um levantamento bibliográfico, realizamos o monitoramento das publicações do *BuzzFeed* Brasil, feito através da técnica de análise de conteúdo. O período selecionado foi a semana que antecedeu o primeiro e o segundo turnos das eleições

---

<sup>52</sup> Os dados foram obtidos em 17 de setembro de 2017 e, até o dia 20 de junho de 2020, permanecem no ranking da Alexa como os três portais de notícias mais acessados do Brasil. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

presidenciais no país, entre 1º e 7 de outubro, e depois entre 22 e 28 de outubro de 2018, por ser de extrema movimentação nas pautas dos veículos devido à campanha política.

De acordo com Bardin (1977), o método de análise de conteúdo é definido por

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

O processo da análise de conteúdo é compreendido em três etapas: pré-análise, em que é realizada a seleção dos materiais para análise; exploração do material, com leitura e observação das publicações; e o tratamento dos resultados, que é a fase de gerar inferências e interpretações que conduzirão aos resultados da pesquisa. Para essa última etapa, levamos em consideração a análise de conteúdo tipo categorial (BARDIN, 1977), que observa a presença ou ausência de características em um texto para levantamento e classificação. Ou seja, “é o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivas, da mensagem” (BARDIN, 1977, p. 37). Na etapa de tratamento dos resultados, a hipótese levantada pela pesquisadora pode ser corroborada ou rechaçada.

Para a coleta de dados, utilizamos a ferramenta de pesquisa avançada do *Google*<sup>53</sup> (Figura 15), que permite restringir os resultados de pesquisas complexas de acordo com preferências pré-definidas. Em outras palavras, os comandos de pesquisa puderam refinar os resultados, facilitando a exibição de publicações indexadas pelo *Google* que sejam do interesse de análise desta dissertação.

---

<sup>53</sup> Disponível em: <[https://www.google.com.br/advanced\\_search](https://www.google.com.br/advanced_search)>. Acesso em: 10 abr. 2019.

**Figura 15** - Tela de pesquisa avançada do *Google*.

**Pesquisa avançada**

Localizar páginas com... Fazer isso na caixa de pesquisa.

todas estas palavras:  Digite as palavras importantes: rat terrier tricolor

esta expressão ou frase exata:  Coloque palavras exatas entre aspas: "rat terrier"

qualquer uma destas palavras:  Digite OR entre todas as palavras que você procura: miniatura OR padrão

nenhuma destas palavras:  Coloque um sinal de menos antes das palavras que você não quer: -roedor, -"Jack Russell"

números que variam de:  a  Coloque 2 pontos finais entre os números e adicione uma unidade de medida: 10..35 lb, US\$ 300..US\$ 500, 2010..2011

---

Em seguida, limite seus resultados por...

idioma:  Localizar páginas no idioma selecionado.

região:  Encontre páginas publicadas em uma determinada região.

última atualização:  Encontre páginas atualizadas dentro do tempo especificado.

site ou domínio:  Pesquise um site (como wikipedia.org ) ou limite seus resultados a um domínio como .edu, .org ou .gov

termos que aparecem:  Pesquise por termos em toda a página, no título da página, no endereço da Web ou em links para a página que está procurando.

SafeSearch:  Ative a filtragem de conteúdo sexualmente explícito no [SafeSearch](#).

tipo de arquivo:  Encontre páginas no formato que preferir.

direitos de uso:  Encontre páginas em que não haja restrições de uso.

[Pesquisa avançada](#)

Fonte: *Google*<sup>54</sup>.

Como a ferramenta permite colher publicações de forma refinada, selecionamos as seguintes palavras-chave (Quadro 3) relacionadas ao período eleitoral, que devem conter nas notícias selecionadas para a análise:

**Quadro 3** - Relação de palavras-chave utilizadas na pesquisa de busca avançada do *Google* para coleta de dados.

<b>Palavras-chave</b>	alckmin; alvaro; amoedo; bolsonaro; boulos; ciro; daciolo; debate; eleição; eleições; eyrael; goulart; haddad; henrique meirelles; manifestação; manifestações; marina silva; presidenciais; vera lucia.
-----------------------	--

Fonte: Elaboração própria.

<sup>54</sup> Idem.

A coleta de dados do *BuzzFeed* Brasil utilizando a ferramenta de busca avançada do *Google* resultou nos seguintes números: de 1º a 7 de outubro de 2018, foram gerados 76 *links* com as palavras-chave acima descritas, dos quais 38 foram utilizados para análise. Já de 22 a 28 de outubro, foram gerados 57 *links*, dos quais analisamos 29. Ao total, submetemos 67 publicações ao escrutínio da análise. Os demais *links* (66) foram descartados nesta etapa da pesquisa, porque os termos identificados nas publicações não faziam parte do conteúdo principal, mas estavam em outros campos da página (como *links* que sugerem outras leituras do site), ou por não terem relação nenhuma com o período político.

Após a coleta do material do *BuzzFeed* Brasil, organizamos os dados em uma planilha (ver apêndice C), indicando data e hora de postagem, título da publicação e autores. Depois disso, partimos para uma análise qualitativa a fim de identificar características presentes nas publicações do site. A observação permitiu a identificação e definição de cinco formatos categorizados abaixo, que foram posteriormente incluídos na planilha.

1. **Listicle**: são formatos de conteúdo que usam listas numeradas como estrutura para organizar a informação. Normalmente, os *listicles* intercalam textos com alguma mídia, como por exemplo, imagem, GIFs ou vídeo. Geralmente os textos se apresentam como sentenças ou frases curtas e é comum que seus títulos apresentem algum número cardinal (VIJGEN, 2014).
2. **Quiz**: também conhecido como teste, o formato traz uma série de perguntas e opções de respostas. O objetivo dos testes é que, após finalizá-lo, o resultado revele informações/características sobre o participante ou sobre o seu conhecimento acerca de determinado assunto, baseadas nas suas respostas.
3. **News**: identificamos como *news* os conteúdos que seguem o padrão do jornalismo tradicional ao utilizar o conceito de pirâmide invertida (FRANCO, 2001), como geralmente são apresentadas as notícias e as notas, e os que apresentam um conteúdo mais aprofundado, como reportagens, artigos e colunas jornalísticas.
4. **Enunciado**: Similar aos *listicles*, que são marcados por sentenças curtas e numeradas, o enunciado é um formato que traz o conteúdo textual sem a necessidade de enumerar as informações dispostas, mas apresenta parágrafos mais contextualizados do que as listas. Assim como os *listicles*, geralmente os enunciados também intercalam textos com outra mídia.

5. **Enquete:** segue o padrão desse tipo de formato, ao sugerir opções de respostas aos participantes da enquete, e mostrar, após respondidas às perguntas, o resultado somado às respostas de outros participantes da enquete.

Em seguida, fizemos o mesmo procedimento para coleta e organização de dados dos veículos G1 (ver apêndice D), Uol (ver apêndice E) e Metrôpoles (ver apêndice F). As planilhas nos permitiram fazer uma análise quantitativa, pois tivemos uma visão geral sobre o número de postagens dos sites dentro do período (Quadro 4), o título das publicações, o horário de postagem e a estrutura do texto. Basicamente, analisamos, os seguintes pontos: dias e horários de publicação, títulos e formatos.

**Quadro 4** - Quantitativo de publicações coletadas para análise.

<b>Veículo</b>	<b>Publicações de 1º a 07/10/2018</b>	<b>Publicações de 22 a 28/10/2018</b>	<b>Total de publicações analisadas</b>
BuzzFeed	38	29	67
G1	91	150	241
Uol	167	202	369
Metrôpoles	99	189	288

Fonte: Elaboração própria.

Como podemos perceber no Quadro 4, no total, 965 publicações foram observadas. Diante dessa quantidade, nossa dificuldade inicial foi a de acessar *link* por *link* para organizar item por item nas quatro planilhas desenvolvidas, o que demandou um tempo longo para sistematizar os dados, e conseqüentemente, analisar todos os conteúdos.

Depois de identificar as características presentes nas publicações do *BuzzFeed* e organizar os dados coletados do G1, Uol e Metrôpoles, partimos para a etapa de análise e comparação das publicações dos portais com as do *BuzzFeed*. Nesse momento, tomamos como base a metodologia de jornalismo comparado proposta por Melo (1972), que tem como objetivo desenvolver um comparativo entre os objetos observados, por meio de análises e pesquisas. Com os formatos categorizados e definidos, buscamos identificar sua presença nas publicações do G1, Uol e Metrôpoles. Dessa forma, verificamos similaridades e diferenças

entre as publicações dos veículos, na tentativa de perceber se o *BuzzFeed* exerce influência sobre tais portais.

Ao comparar as publicações dos portais com as características observadas no *BuzzFeed* Brasil, percebemos formatos que não se assemelhavam a nenhum dos categorizados para esta pesquisa. Nesses casos, utilizamos a palavra “Outro” para a classificação do formato.

Para investigar a lógica de monetização do conteúdo do *BuzzFeed* Brasil e para dar suporte à compreensão das rotinas de produção, das estratégias de engajamento com a audiência e do funcionamento do site, também adotamos como técnica para a coleta de dados o recurso da entrevista semiestruturada. Nesse tipo de entrevista, o pesquisador organiza um conjunto de perguntas que servem como um roteiro para discutir questões acerca do tema estudado.

De acordo com Boni e Quaresma (2005), as entrevistas semiestruturadas combinam perguntas abertas e fechadas e uma das suas vantagens é que ela permite uma coleta mais aprofundada sobre determinado assunto.

Elas também são possibilitadoras de uma abertura e proximidade maior entre entrevistador e entrevistado, o que permite ao entrevistador tocar em assuntos mais complexos e delicados, ou seja, quanto menos estruturada a entrevista maior será o favorecimento de uma troca mais afetiva entre as duas partes. (BONI; QUARESMA, 2005, p. 75).

Por isso, esse tipo de interação favorece respostas mais espontâneas, que dificilmente teriam o mesmo resultado em entrevistas via e-mail ou telefone, por exemplo.

A entrevista foi feita presencialmente com a editora-chefe de entretenimento do *BuzzFeed* Brasil, Gaía Passarelli, e com o diretor de conteúdo, Cris Dias, na redação em São Paulo, no dia 21 de novembro de 2019. O material foi gravado em um aplicativo de áudio de um *smartphone* e, em seguida, transcrito para o processo de análise dos dados. A entrevista durou 47 minutos e 37 segundos, resultando em 10 páginas de transcrição (ver apêndice B).

Para chegarmos até os entrevistados, fizemos um contato por *Whatsapp* com Tatiana Cesarino Vecchi, funcionária da área comercial. A dificuldade inicial foi obter respostas rápidas, que diminuiriam o tempo de contato com a editora-chefe e de possibilidades de mais visitas à redação do *BuzzFeed* Brasil. A entrevista foi marcada por e-mail com Gaía Passarelli e foi necessário se adequar à agenda da editora, disponível apenas das 11h às 12h, do último

dia da pesquisadora na cidade de São Paulo. Além da limitação do tempo, na prática, a entrevista começou poucos minutos depois do combinado. Durante a conversa, a editora-chefe convidou o diretor de conteúdo para participar.

Após identificarmos e definirmos os formatos e características a serem observados no *BuzzFeed* Brasil, de compararmos e analisarmos os portais G1, Uol e Metrôpoles, partimos para a apresentação dos resultados da pesquisa, sua respectiva análise e discussão dos resultados. No próximo capítulo traremos o resultado da investigação desta dissertação.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 5.1 *BuzzFeed* Brasil

Utilizando as palavras-chave indicadas na metodologia, a pesquisa com a ferramenta de busca avançada do *Google* para a coleta de publicações do *BuzzFeed* Brasil resultou em 67 *links* a serem analisados nesta dissertação. O material coletado do site corrobora com o que discutimos até aqui: os elementos e estratégias utilizadas pelo *BuzzFeed* são parte integrante do ambiente digital e as técnicas narrativas carregam marcas próprias da internet. Por meio das publicações analisadas, percebemos que muitas marcas do site identificadas por Saliba (2016), já introduzidas no capítulo três, continuam presentes, bem como algumas das características expostas por Antunes (2015), apontadas na página 59, foram rechaçadas. A análise também permitiu identificar outras características não abordadas pelos autores.

A começar pelos *listicles* (Figura 16) e *quizzes* (Figura 17) do *BuzzFeed*, que são os principais formatos do site desde a sua criação, observamos que o primeiro representa 12% (8) dos *links* analisados, e o segundo, 9% (6).

**Figura 16** - Exemplo de *listicle* presente nas publicações analisadas.

## 12 coisas que você talvez não saiba sobre urnas eletrônicas

A transmissão dos dados da urna eletrônica NÃO é feita pela internet.

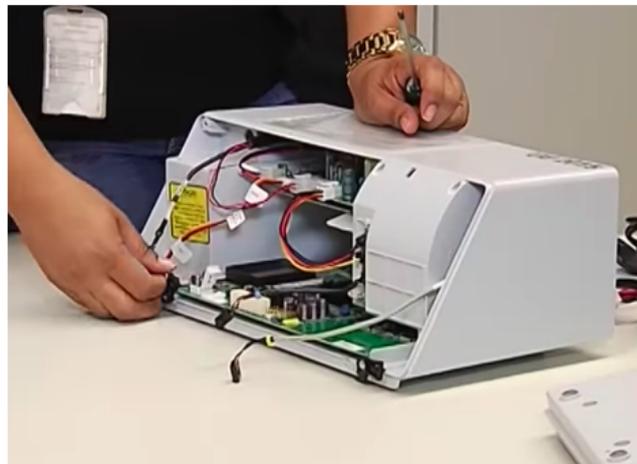
publicado 1 de Outubro de 2018, 5:36 p.m.



Be one of the first to comment ↓



1. A urna eletrônica que utilizamos em nossas eleições foi criada no Brasil.



youtube.com



Essa entrevista dada pelo secretário de Tecnologia de Informação e Comunicação do TRE-DF, Ricardo Negrão, ao G1, explica mais sobre.

2. A primeira vez que a urna eletrônica foi utilizada no Brasil foi em 1996.



Reprodução / Via youtube.com

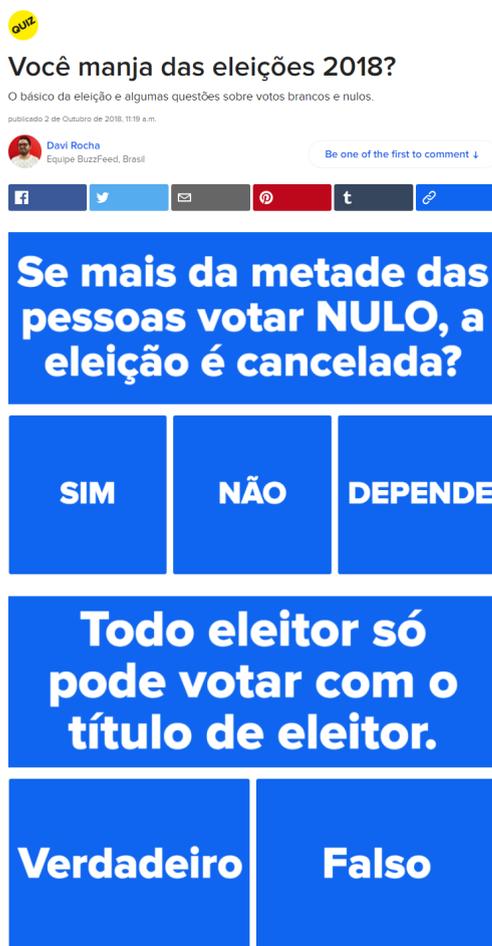


E ela é utilizada em todo o território nacional desde o ano 2000.

Fonte: *BuzzFeed* Brasil<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/raphaelevangelista/coisas-que-voce-talvez-nao-sabia-sobre-urnas-eletronicas>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

**Figura 17** - Exemplo de *quiz* presente nas publicações analisadas.



Fonte: *BuzzFeed* Brasil<sup>56</sup>

Quando se trata de engajamento com o público, Passarelli (2019) avalia o *listicle* e o *quiz* como principais do site. Segundo a diretora de entretenimento do *BuzzFeed*, esses são os formatos que geram mais acessos, comentários e compartilhamentos.

Acho que o *BuzzFeed* nos Estados Unidos, que nasceu ali, se apropriou de uma coisa que a internet já tava fazendo, mas o *BuzzFeed* certamente tornou esse formato célebre e a gente tem sempre a missão de mostrar que [...] esse formato existe porque as pessoas que tão na internet precisam consumir a informação de forma muito ágil, “o que é que eu preciso saber sobre esse assunto aqui?”, seja sobre um vídeo de gatinho, seja sobre os protestos no Chile, o que eu preciso saber? Por isso que tá disposto ali em tópicos. Agora não é porque está disposto em tópicos que ele precisa, necessariamente, ser muito superficial. O *BuzzFeed News* existe pra mostrar isso, que dá pra fazer reportagem que tenha impacto na vida real das pessoas, reportagem tradicional, na internet e dentro do *BuzzFeed*. Agora, a larga maioria das

<sup>56</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/davirocha/voce-manja-das-eleicoes-2018>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

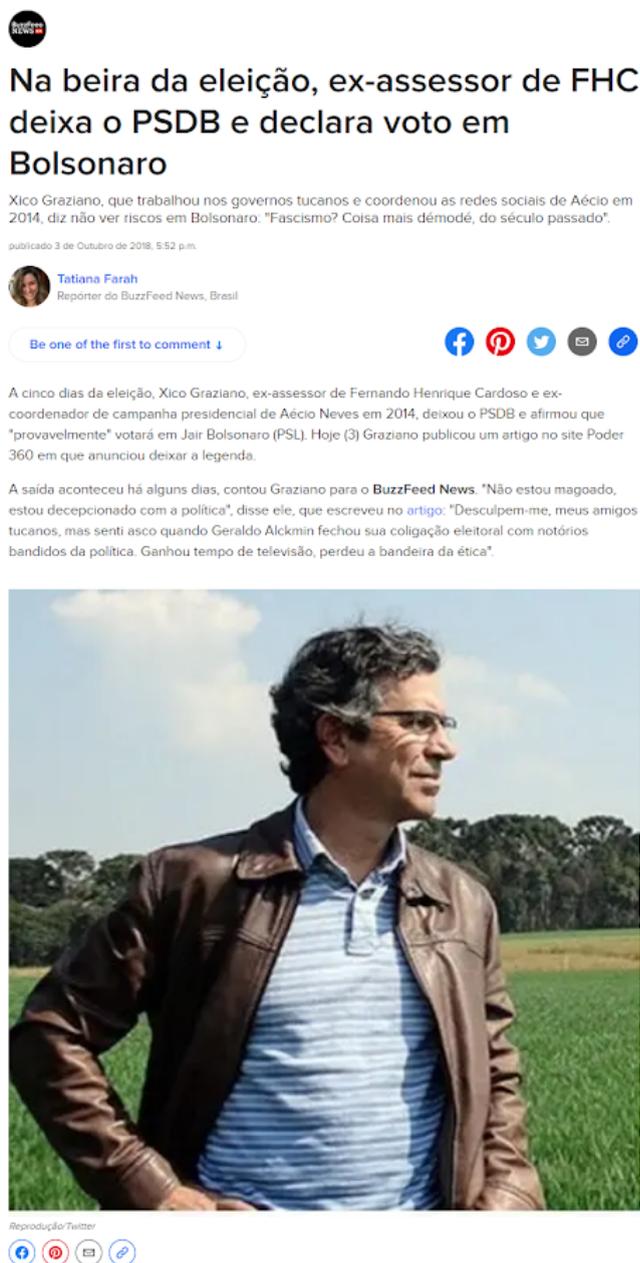
listas e *quizzes* que a gente faz no dia a dia são comentários sobre o que está acontecendo no mundo hoje, de forma bastante leve e engraçadinha. (PASSARELLI, 2019) (informação verbal)<sup>57</sup>.

Por conta do período analisado, o formato que aqui chamamos de *News* (notícia, em tradução livre) foi o que mais se destacou quantitativamente nas publicações analisadas. Dos 67 *links* coletados, o formato esteve presente em 28 deles, o que representa 42% das publicações. Para esta análise, identificamos como formato *news* (Figura 18) tanto as publicações que seguem o padrão do jornalismo tradicional ao utilizar o conceito de pirâmide invertida (FRANCO, 2001) e/ou as que apresentam um conteúdo mais aprofundado, como reportagens e análises jornalísticas, a exemplo de publicações de colunas.

---

<sup>57</sup> Entrevista concedida por PASSARELLI, Gaía. **Entrevista**. [nov. 2019]. Entrevistador: Irene Kelly Sá de Oliveira Figueirêdo. São Paulo, 2019. 1 arquivo .mp3 (47 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta dissertação.

**Figura 18** - Trecho de publicação em formato *news*.



**Na beira da eleição, ex-assessor de FHC deixa o PSDB e declara voto em Bolsonaro**

Xico Graziano, que trabalhou nos governos tucanos e coordenou as redes sociais de Aécio em 2014, diz não ver riscos em Bolsonaro: "Fascismo? Coisa mais démodé, do século passado".

publicado 3 de Outubro de 2018, 5:52 p.m.

**Tatiana Farah**  
Repórter do BuzzFeed News, Brasil

Be one of the first to comment ↓

A cinco dias da eleição, Xico Graziano, ex-assessor de Fernando Henrique Cardoso e ex-coordenador de campanha presidencial de Aécio Neves em 2014, deixou o PSDB e afirmou que "provavelmente" votará em Jair Bolsonaro (PSL). Hoje (3) Graziano publicou um artigo no site Poder 360 em que anunciou deixar a legenda.

A saída aconteceu há alguns dias, contou Graziano para o **BuzzFeed News**. "Não estou magoado, estou decepcionado com a política", disse ele, que escreveu no [artigo](#): "Desculpem-me, meus amigos tucanos, mas senti asco quando Geraldo Alckmin fechou sua coligação eleitoral com notórios bandidos da política. Ganhou tempo de televisão, perdeu a bandeira da ética".

Reprodução/Twitter

Fonte: *BuzzFeed* Brasil<sup>58</sup>

Desde a sua concepção pelo fundador Jonah Peretti, o *BuzzFeed* é baseado em dois pilares: *truth and joy* (em tradução livre, verdade e alegria). Esses pilares servem como determinantes na linha editorial adotada pelo site, que é tratar de diversos temas com leveza e

<sup>58</sup> Disponível em:

<<https://www.buzzfeed.com/br/tatianafarah/na-beira-da-eleicao-ex-assessor-de-fhc-deixa-o-psdb-e>>. Acesso em 04 abr. 2020.

humor, ao mesmo tempo em que assumem o compromisso com a verdade (PASSARELLI, 2019).

A resposta do *BuzzFeed* é essa mesma: verdade e alegria. São dois valores muito importantes que a gente aplica a tudo [...]. E a coisa da verdade é especialmente real quando a gente tá falando do *News*. Eles fazem um trabalho muito sério, são repórteres, jornalistas de área de política, direitos humanos, economia, sociedade que fazem um trabalho... O *BuzzFeed* é muito conhecido por fazer *post* com vídeo de cachorrinho, “que tipo de pastel é você”, mas tem esse outro lado do *News*, que é o que traz a verdade que a gente precisa sempre. (PASSARELLI, 2019) (informação verbal)<sup>59</sup>.

Como companhia de notícias, além de entretenimento, o *BuzzFeed* trabalha com o *hard news* e investe no jornalismo dentro do site. De acordo com Dias (2019) e Passarelli (2019), recursos são destinados para coberturas jornalísticas mais aprofundadas, como grandes reportagens, e feitas em outros estados, a exemplo das queimadas no Amazonas<sup>60</sup>. Para Dias (2019), é preciso “usar a cultura da internet para contar essas histórias”.

Além dos formatos *listicle*, *quiz* e *news*, já considerados e discutidos por Antunes (2015) e Saliba (2016), identificamos a presença de outros dois nas publicações analisadas: enunciado e enquete.

Apesar de uma similaridade com os *listicles*, no quesito organização da informação, chamamos de “enunciado” (Figura 19) os conteúdos que trazem o conteúdo textual sem a necessidade de enumerar as informações dispostas. Uma vez que o conteúdo textual dos *listicles* são marcados por frases mais curtas, o formato pode trazer pequenos parágrafos mais contextualizados. De acordo com o dicionário online Dicio, a palavra “enunciado” para a linguística significa um “segmento ou todo de um discurso que, sendo oral ou escrito, está relacionado com o seu contexto”<sup>61</sup>. Esse formato, assim como as *news*, representou um número significativo nas publicações: foram 24 *links*, que abarcam 36% do todo.

O formato “enquete” (Figura 20) também foi uma novidade nas publicações analisadas, mesmo representando apenas 1% (1) do total. Ele segue o padrão desse tipo de

<sup>59</sup> Entrevista concedida por PASSARELLI, Gaía. **Entrevista**. [nov. 2019]. Entrevistador: Irene Kelly Sá de Oliveira Figueirêdo. São Paulo, 2019. 1 arquivo .mp3 (47 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta dissertação.

<sup>60</sup> Eles sobreviveram a epidemias e trabalho escravo; agora, a ameaça é o fogo na Amazônia. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/tatianafarah/queimadas-na-amazonia-indios>>. Acesso em: 18 mai. 2020.

<sup>61</sup> Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/enunciado/>>. Acesso em 17 jun. 2019.

formato, ao sugerir opções de respostas aos participantes da enquete, e mostrar, após respondidas às perguntas, o resultado da pesquisa.

**Figura 19 -** Trechos de publicação que exemplificam o formato “enunciado”.

**Veja o momento em que chegaram para votar os dois candidatos que lideram as pesquisas**

Bolsonaro, que aparece com 40% dos votos válidos no Datafolha de ontem, disse que vai "fechar a fatura" no 1º turno, e Haddad, com 25%, disse ter "confiança" em 2º turno.

publicado Ter Outubro de 2018, 8:04 a.m.

Severino Motta  
Repórter do BuzzFeed News, Brasil

Satiana Faish  
Repórter do BuzzFeed News, Brasil

Be one of the first to comment

Jair Bolsonaro (PSL), que segundo a [pesquisa Datafolha de ontem](#) tem 40% dos votos válidos na disputa pela Presidência, vota na Vila Militar, no Rio.

Bolsonaro chegou para votar pouco antes das 9h e disse que iria "fechar a fatura" no primeiro turno. "Dia 28 [data de um eventual segundo turno] vamos para a praia", disse.

Bolsonaro acaba de chegar para votar e diz estar confiante com a vitória no primeiro turno.

"Mito", gritavam os apoiadores quando ele foi embora.

Bolsonaro acaba de chegar para votar e diz estar confiante com a vitória no primeiro turno.

E Bolsonaro já vota. Candidato acaba de deixar o local de votação. pic.twitter.com/1N5rA0z0X

O segundo colocado nas pesquisas, o petista Fernando Haddad (25% dos votos válidos, de acordo com o Datafolha) vota no bairro paulistano de Moema, mas seu primeiro compromisso hoje foi um café da manhã no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC.

Haddad, segundo lugar nas pesquisas, chega para café da manhã com petistas no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, em São Bernardo.

Haddad chegou para votar pouco antes das 10h.

Fonte: *BuzzFeed Brasil*<sup>62</sup>

<sup>62</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/severinomotta/veja-o-momento-em-que-chegaram-para-votar-os-dois>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

Figura 20 - Trecho de enquete feita pelo *BuzzFeed* Brasil durante a campanha dos presidentiáveis em 2018.

**ENQUETE**

## Em quem você acha que esses personagens da ficção votariam nas eleições brasileiras?

Se você assiste bastante colsa talvez consiga ter uma boa ideia.

publicado 4 de Outubro de 2018, 7:14 p.m.

 **Raphael Evangelista**  
Equipe BuzzFeed, Brasil

Be one of the first to comment ↓

[f](#) [t](#) [✉](#) [p](#) [t](#) [🔗](#)

Em quem você acha que a Regina George, de "Meninas Malvadas" votaria?



Paramount Pictures

Álvaro Dias (PODE)

Cabo Daciolo (PATRI)

Ciro Gomes (PDT)

Fernando Haddad (PT)

Geraldo Alckmin (PSDB)

Guilherme Boulos (PSOL)

Henrique Meirelles (MDB)

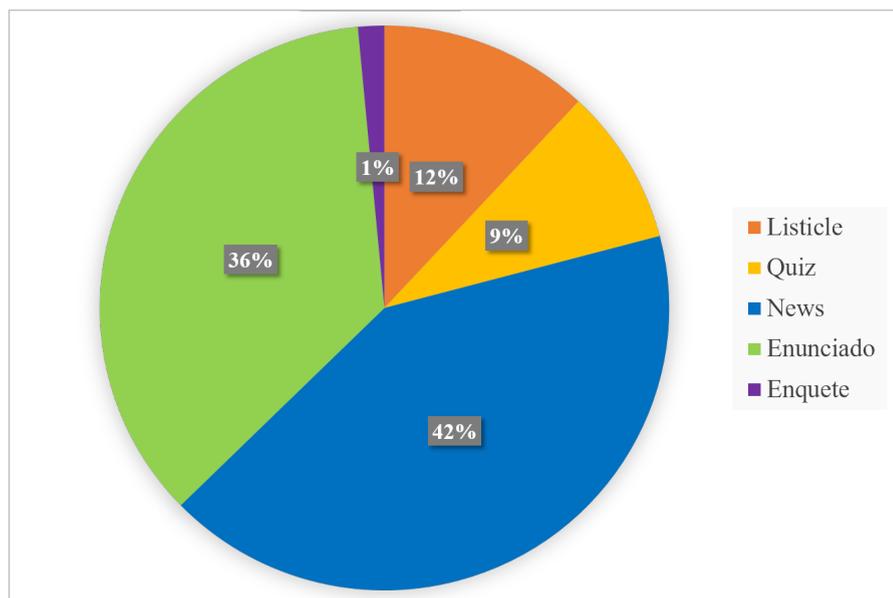
Jair Bolsonaro (PSL)

Fonte: *BuzzFeed* Brasil<sup>63</sup>

<sup>63</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/raphaelevangelista/em-quem-voce-acha-que-esses-personagens-da-ficcao-votariam>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

O Gráfico 1 mostra como as 67 publicações analisadas se apresentam em relação aos seus formatos.

**Gráfico 1** - Gráfico dos formatos utilizados nas publicações analisadas do *BuzzFeed* Brasil.



Fonte: Elaboração própria.

Além dos resultados acima descritos, a partir das observações das publicações, percebemos que em todos os dias analisados houve conteúdo relacionado ao período político e que o horário de postagem no *BuzzFeed* Brasil apresentou variações, sendo algumas matérias publicadas pela madrugada.

Tratando-se de um período de movimentação intensa nas pautas políticas dos veículos de comunicação, as publicações do período analisado nesta pesquisa permitiram observar que algumas características apontadas por Antunes (2015) não se enquadram neste caso. O autor identificou que no *BuzzFeed* Brasil não se trabalha nos finais de semana, o conteúdo atemporal predomina e que as listas dominam site. Porém, pelo recorte analisado, vimos que foram feitas publicações nos finais de semana de conteúdos factuais, a exemplo de postagens referentes ao resultado das eleições, e que as *news* dominaram em relação ao formato. Dessa forma, inferimos que as rotinas produtivas do *BuzzFeed* Brasil atendem a uma lógica diferente do cotidiano quando acontecimentos de grande interesse nacional, como as eleições presidenciais, estão acontecendo. Além disso, o conteúdo dos dados coletados nos mostrou que a aproximação do entretenimento e do jornalismo está presente nas publicações.

Neste primeiro momento, a análise buscou quantificar e categorizar os resultados observados. Na etapa da pesquisa, posterior ao processo de qualificação, as análises foram complementadas por entrevista com a editora de entretenimento e o diretor de conteúdo do *BuzzFeed* Brasil. Em seguida, partimos para os desdobramentos e aprofundamento da análise, após a observação dos dados coletados dos sites G1, Uol e Metrôpoles para posterior comparação. Os resultados foram analisados a partir da retomada das discussões teóricas e cruzamento de dados.

## 5.2 G1

Lançado em 18 de setembro de 2006 pela Globo.com, o G1 é o portal de notícias das empresas Globo, que surgiu em substituição ao antigo GloboNews.com. O Grupo Globo, (antiga Organizações Globo) é um complexo de comunicação fundado em 1925, por Irineu Marinho, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), com o Jornal O Globo. Atualmente, o conglomerado é composto pelas empresas Infoglobo, Sistema Globo de Rádio, Editora Globo, Rede Globo, Som Livre, Globosat, ZAP e Globo.com<sup>64</sup>.

O portal, em um só endereço, disponibiliza o conteúdo jornalístico das empresas do complexo como Rede Globo, Globo News, rádios Globo e CBN, jornais Globo e Extra, revista *Época*, dentre outras<sup>65</sup>. O G1 tem equipes completas nas emissoras Globo e suas afiliadas, e seu conteúdo é dividido por editorias, regiões, telejornais, Globonews, blog e colunas, podcasts, serviços, vídeos, *newsletter* e especial publicitário. Em 2015, o portal lançou o programa G1 em 1 Minuto, exclusivo na Rede Globo, com informações do site em boletins pela manhã e pela tarde. E, em 2019, o site inaugurou uma plataforma com diversos podcasts, que trazem análises e entrevistas sobre assuntos do cotidiano.

A partir da busca avançada do *Google* para coleta do material, foram gerados 443 *links*. Desses, 241 foram analisados. Os outros 202 *links* foram descartados por serem relacionados às eleições para Governo do Estado, e não às eleições presidenciais; por serem *links* de catálogos de vídeos da Globo News e/ou de jornais de emissoras locais; por serem *links* que continham alguma palavra-chave em espaços da página descontextualizados do

---

<sup>64</sup> Disponível em: <<https://grupoglobo.globo.com/quem-somos/>>. Acesso em: 21 jun. 2020.

<sup>65</sup> Disponível em: <<https://robertomarinho.globo.com/hgg/>>. Acesso em: 14 mar. 2020.

conteúdo, como matérias sugeridas para leitura; ou por serem *links* que direcionavam a resultados de pesquisa com notícias sobre as eleições. Além da presença de formatos utilizados pelo *BuzzFeed*, que serão explanados logo mais, destacamos alguns pontos observados nos *links* coletados do G1.

As publicações do site ocorreram em horas variadas do dia, incluindo a madrugada. A data com o maior volume de postagem foi 28 de outubro de 2018, dia do segundo turno para a eleição de presidente, com o total de 59 publicações. Diferente do dia 7 de outubro de 2018, dia do primeiro turno para a eleição de presidente, com 32 publicações.

Como observado no capítulo 2, alguns recursos técnicos facilitam a circulação e propagação de conteúdo. No G1, percebemos a presença de botões de compartilhamento para cinco redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, *LinkedIn* e *Pinterest*. Além disso, o portal agregou, de maneira frequente, recursos como infográficos (Figura 21), tuítes com declarações de candidatos e/ou pessoas influentes (Figura 22), *prints* e tabelas.

Figura 21 - Trecho de matéria com infográficos de pesquisa publicada pelo G1.

## Resultados da pesquisa por segmento

### Sexo

#### SEXO: masculino

Em %



Fonte: Datafolha

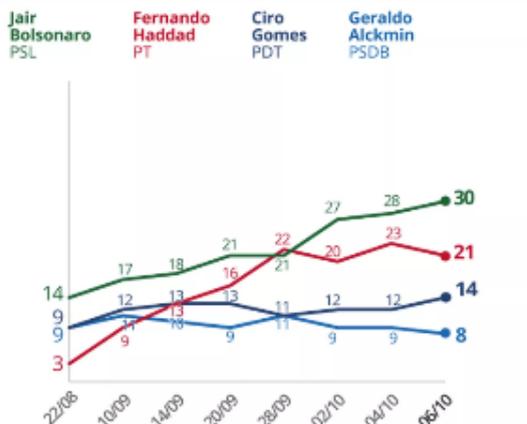


Infográfico elaborado em: 06/10/2018

Pesquisa Datafolha - 6 de outubro - intenção de voto por segmentos - sexo masculino - Rio: Ansa/G1

#### SEXO: feminino

Em %



Fonte: Datafolha



Infográfico elaborado em: 06/10/2018

Pesquisa Datafolha - 6 de outubro - intenção de voto por segmentos - sexo feminino - Rio: Ansa/G1

Fonte: G1<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/06/pesquisa-datafolha-de-6-d-e-outubro-para-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-e-regiao.ghtml>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

Figura 22 - Trecho de publicação do G1 com tuítes.

## Ex-presidente do STF Joaquim Barbosa declara voto em Fernando Haddad

Por Andréia Sadi

27/10/2018 11h29 - Atualizado há um ano



O ex-presidente do Supremo Tribunal Federal (STF) Joaquim Barbosa foi às redes sociais neste sábado (27) para declarar apoio ao petista **Fernando Haddad**.

"Votar é fazer uma escolha racional. Eu, por exemplo, sopesei os aspectos positivos e os negativos dos dois candidatos que restam na disputa. Pela primeira vez em 32 anos de exercício do direito de voto, um candidato me inspira medo. Por isso, votarei em Fernando Haddad", afirmou o ministro aposentado em publicação no Twitter.



Há algumas semanas, **Haddad se encontrou com Joaquim Barbosa** – que relatou no STF o **processo do mensalão** do PT –, mas não havia obtido seu apoio público.

Ministros do STF ouvidos pelo blog avaliam, reservadamente, que um dos motivos que pode ter levado Barbosa a se posicionar foi a **ação da Justiça Eleitoral nas universidades** nesta semana. O ex-ministro sempre ressalta as liberdades e a defesa do estado democrático de direito.

Além disso, lembram que Joaquim Barbosa chegou a cogitar disputar a Presidência, mas **desistiu no começo do ano**.



Fonte: G1<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/blog/andreia-sadi/post/2018/10/27/ex-ministro-do-stf-joaquim-barbosa-declara-vo-to-em-fernando-haddad.ghtml>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

Durante as eleições, o serviço de checagem de fatos do Grupo Globo, chamado Fato ou Fake<sup>68</sup>, foi intensificado: a equipe realizou cerca de 940 checagens<sup>69</sup> no período. Nessas publicações percebemos marcas de linguagens próprias da internet. Termos como “bombando”, para indicar repercussão, e o uso de *hashtags*, que é um recurso estabelecido pelo *Twitter*, são comuns.

Partindo para os formatos, dos 241 *links* analisados, o *news* (Figura 23) apareceu de maneira expressiva: 197 publicações foram feitas nesse formato, o que representa 82% do total. Apesar de aparecer percentualmente menor que o G1, no *BuzzFeed* Brasil o *news* também foi predominante.

---

<sup>68</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

<sup>69</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/fato-ou-fake-as-checagens-da-eleicao.ghtml>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

Figura 23 - Exemplo do formato *news* presente em publicação do G1.

## Boulos vota em SP e pede para que eleitor 'não deposite o ódio nas urnas'

'Não podemos brincar com país que está à beira do abismo. Ditadura nunca mais', disse candidato do PSOL.

Por Paulo Guilherme, G1 SP  
07/10/2018 09h44 · Atualizado há um ano



Boulos vota na PUC, em São Paulo — Foto: Paulo Guilherme/G1

O candidato do PSOL à Presidência da República, Guilherme Boulos, votou na manhã deste domingo (7) no campus da PUC, em Perdizes, bairro da Zona Oeste de São Paulo.

"Hoje é dia de votar sem ódio", disse Boulos após votar. "Não deposite medo, não deposite ódio nas urnas. Deposite teus sonhos. Vote no que você acredita."

O candidato disse que as eleições são uma "oportunidade de renovar o parlamento brasileiro, renovar a política brasileira e votar com esperança".



Boulos fez críticas ao líder das pesquisas, Jair Bolsonaro (PSL). "Sempre estivemos nas ruas para barrar o atraso. Ele não, ele jamais. Não podemos brincar com país que está à beira do abismo. Ditadura nunca mais."

Ele acredita que haverá segundo turno. "Vamos barrar esse ódio, não vamos deixar que a farsa prevaleça. Está lá há mais de 27 anos. Bolsonaro quer pagar de moralista mas não tem moral nenhuma."

Boulos disse ainda acreditar que a bancada do PSOL vai se ampliar. "Temos seis (deputados federais) que valem mais que 60 pois não têm rabo preso."

Fonte: G1<sup>70</sup>

<sup>70</sup> Disponível em:

<<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2018/noticia/2018/10/07/boulos-vota-na-puc-zona-oeste-de-sao-paulo.ghtml>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

Também semelhante ao *BuzzFeed*, o formato *enunciado* foi o mais utilizado depois do *news*. Foram 26 publicações (11%) que seguiram a lógica de conteúdos mais sintetizados, porém, mais contextualizados do que os *listicles*. Nas Figuras 24 e 25, observamos o *enunciado*, que apresenta o conteúdo intercalando texto com *prints*.

Figura 24 - Trecho de publicação do G1 no formato enunciado.

## Imprensa internacional repercute a vitória de Bolsonaro na eleição presidencial

Veículos de imprensa dos EUA, Europa e América Latina repercutiram resultado da eleição brasileira e destacaram guinada à direita na política do país.

Por G1

28/10/2018 20h54 - Atualizado há um ano



Sites de veículos de imprensa de diversos países noticiaram a **vitória de Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais** do Brasil, neste domingo (28). Veja a seguir como o resultado foi divulgado por alguns deles.

### 'New York Times' (EUA)

The screenshot shows the New York Times website interface. At the top, there are navigation tabs for 'World', 'U.S.', 'Politics', 'N.Y.', 'Business', 'Opinion', 'Tech', 'Science', 'Health', 'Sports', 'Arts', 'Books', and 'Style'. Below the navigation, there are several article teasers. The article 'Jair Bolsonaro, Far-Right Populist, Elected President of Brazil' is highlighted. The headline reads: 'Jair Bolsonaro, Far-Right Populist, Elected President of Brazil'. The sub-headline says: 'After choosing leftist presidents in four successive elections, Brazilians opted for a radical new course for Latin America's largest nation.' There is a small image of Jair Bolsonaro in a car. To the right of the article, there are other teasers for 'Midterm Contests: 9 Days to Go' and 'A First-Time Campaign Manager for Trump Tries to Defy the Doubters'.

'NY Times' noticiou resultado de eleição presidencial brasileira — Foto: Reprodução/NY Times

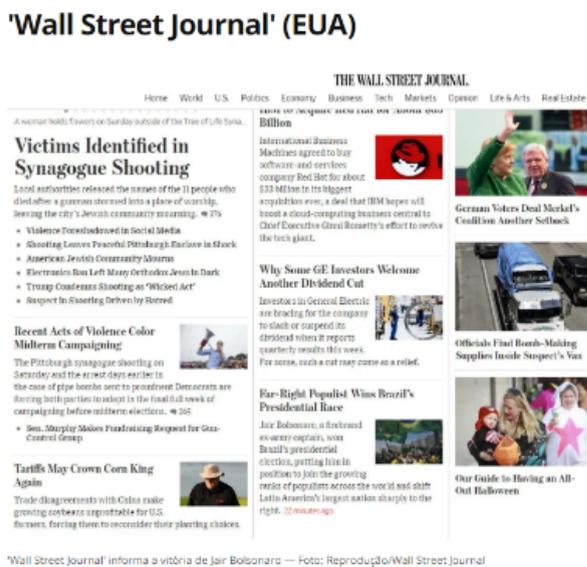
O jornal americano "New York Times" diz em sua primeira página que **"Jair Bolsonaro, populista de extrema-direita, é eleito presidente do Brasil"** e destaca que, após eleger dirigentes esquerdistas em quatro eleições seguidas, os brasileiros optaram por um novo rumo radical para a maior nação da América Latina.

Fonte: G1<sup>71</sup>.

<sup>71</sup> Disponível em:

<<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/10/28/imprensa-internacional-repercute-a-vitoria-de-bolsonaro-na-eleicao-presidencial.ghtml>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

Figura 25 - Continuação de trecho de publicação do G1 no formato enunciado.



Também nos EUA, o "Wall Street Journal" adota um tom parecido, sob o título "**populista de extrema-direita ganha eleição presidencial no Brasil**", e afirmando que Bolsonaro pode ser incluído às crescentes fileiras de populistas em todo o mundo e que sua eleição inclina a maior nação da América Latina nitidamente para a direita. O jornal também disse que a eleição pôs fim a uma das campanhas mais turbulentas da história recente do Brasil e lembrou que Bolsonaro defendeu o período de ditadura militar, mas prometeu abrir as portas para uma nova era de ordem e progresso.

Fonte: G1<sup>72</sup>

Marca do *BuzzFeed*, o *listicle* também se fez presente em algumas publicações do G1, porém, de forma mais contida. O portal fez 6 publicações, representando apenas 2% dos *links* analisados, utilizando-se de listas para organização do conteúdo. No caso do G1, observamos duas variações desse tipo de conteúdo, sendo uma com enumeração das informações (Figura 26), e outra como listas dispostas numa espécie de tópicos (Figura 27).

<sup>72</sup> Idem.

Figura 26 - Exemplo de *listicle* do G1 estruturado de forma enumerada.

## 10 fatos que marcaram as eleições de 2018

Do atentado contra a vida do presidente eleito Jair Bolsonaro à renovação recorde no Congresso, veja o que foi destaque na disputa eleitoral deste ano.

Por G1

28/10/2018 21h40 - Atualizado há um ano



Foi a primeira eleição nacional sem doações de empresas, e a primeira em que o presidente eleito sofreu um atentado em plena campanha. Foi a primeira também em que um presidenciável foi substituído por outro, que acabou em segundo lugar.

Houve protestos nas ruas, nas redes, e até em shows internacionais. Houve brigas nas famílias, atos de violência, e morte. As informações falsas abundaram, assim como as checagens e desmentidos.

Confira, abaixo, os 10 fatos que marcaram as eleições de 2018:

### 1 - Presidenciável esfaqueado



Jair Bolsonaro após ser esfaqueado durante campanha em Juiz de Fora, Minas Gerais — Foto: Raysa Leite/AFP

No dia 6 de setembro, o candidato **Jair Bolsonaro** (PSL) levou uma **facada na região do abdômen** quando era carregado nos ombros durante um ato de campanha em Juiz de Fora (MG).

O agressor, Adélio Bispo de Oliveira, foi preso em flagrante e disse que agiu por "motivações religiosas, de cunho político". Em 4 de outubro, ele **virou réu por crime contra segurança nacional** após a Justiça aceitar denúncia feita pelo Ministério Público Federal. Bolsonaro passou por duas cirurgias, ficou 23 dias internado e, ao deixar o hospital, seguiu para cumprir **repouso médico em sua casa** no Rio de Janeiro. Impedido de fazer campanhas nas ruas, o candidato intensificou suas postagens nas redes sociais.

Fonte: G1<sup>73</sup>

<sup>73</sup> Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/10-fatos-que-marcam-as-eleicoes-de-2018.ghtml>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

Figura 27 - Exemplo de *listicle* do G1 estruturado em tópicos.

## Saiba mais sobre as propostas de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad para o país

O G1 reuniu promessas dos dois candidatos e detalhou as principais em 18 reportagens temáticas.

Por G1

23/10/2018 18h46 - Atualizado há um ano



— Foto: Roberta Jaworski/G1

Os brasileiros decidem neste domingo (28) quem vai ocupar a Presidência da República a partir de janeiro de 2019: **Fernando Haddad** (PT) ou **Jair Bolsonaro** (PSL).



O G1 registrou as promessas – e os recuos – dos dois candidatos em planos de governo, postagens nas redes sociais, entrevistas e declarações em público.

- **As promessas de Fernando Haddad**
- **As promessas de Jair Bolsonaro**
- **Os recuos de Fernando Haddad e Jair Bolsonaro**

As principais estão detalhadas em um conjunto de 18 de reportagens sobre temas que vão do Imposto de Renda ao meio ambiente, do Bolsa Família às privatizações. Confira nos links abaixo:

- **Reforma política**
- **Agropecuária**
- **Mulheres**
- **Emprego**
- **Isenção de IR para quem ganha até 5 salários mínimos**
- **Previdência**
- **Saúde**
- **Ensino a distância**
- **Meio ambiente**
- **Armas de fogo**
- **Combate à corrupção**
- **Programa Bolsa Família**
- **Sistema prisional**
- **Empresas estatais e privatizações**
- **Policiais**
- **Política externa**
- **Forças Armadas**
- **Unificação de tributos**

Fonte: G1<sup>74</sup>

<sup>74</sup> Disponível em:

quiz<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/23/saiba-mais-sobre-as-propostas-de-jair-bolsonaro-e-fernando-haddad-para-o-pais.ghtml>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

O último formato presente nas publicações do *BuzzFeed* e também identificado no G1 foi o *quiz*. Apenas 1% das publicações do G1, ou seja, duas delas, seguiram as características dos testes, trazendo perguntas e respostas. Na Figura 28, o teste “Como as eleições podem ser cobradas no Enem?” aparece de forma não interativa, diferente dos *quizzes* do *BuzzFeed*, já que o G1 trouxe dez questões em forma de *print*, abordando a temática das eleições em Exames Nacionais do Ensino Médio anteriores.

**Figura 28** - Trecho de teste do G1, com perguntas feitas a partir de prints.

### Teste seus conhecimentos

O G1 separou dez questões de edições do Enem desde 2009 que mostram as formas como o exame pode tratar do tema.

São comuns questões que falam sobre marcos históricos, como o sufrágio feminino ou a extensão do direito ao voto para os analfabetos, além de aspectos teóricos sobre a democracia desde a Grécia Antiga. As pesquisas eleitorais também inspiraram uma questão de matemática no ano passado.

Veja abaixo os dez exemplos e teste seus conhecimentos (as respostas estão no fim da reportagem):

#### QUESTÃO 1

Questão 60

A definição de eleitor foi tema de artigos nas Constituições brasileiras de 1891 e de 1934. Diz a Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1891:

Art. 70. São eleitores os cidadãos maiores de 21 anos que se alistarem na forma da lei.

A Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1934, por sua vez, estabelece que:

Art. 180. São eleitores os brasileiros de um e de outro sexo, maiores de 18 anos, que se alistarem na forma da lei.

Ao se comparar os dois artigos, no que diz respeito ao gênero dos eleitores, depreende-se que

- a Constituição de 1934 avançou ao reduzir a idade mínima para votar.
- a Constituição de 1891, ao se referir a cidadãos, referia-se também às mulheres.
- os textos de ambas as Cartas permitiam que qualquer cidadão fosse eleitor.
- o texto da carta de 1891 já permitia o voto feminino.
- a Constituição de 1891 considerava eleitores apenas indivíduos do sexo masculino.

Enem 2009 - prova azul - questão 60 - Foto: Reprodução/Inep

#### QUESTÃO 2

QUESTÃO 25



GOMES, A. et al. *A República no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

A análise da tabela permite identificar um intervalo de tempo no qual uma alteração na proporção de eleitores inscritos resultou de uma luta histórica de setores da sociedade brasileira. O intervalo de tempo e a conquista estão associados, respectivamente, em

- A 1940-1950 – direito de voto para os ex-escravos.
- B 1950-1960 – fim do voto secreto.
- C 1960-1970 – direito de voto para as mulheres.
- D 1970-1980 – fim do voto obrigatório.
- E 1980-1996 – direito de voto para os analfabetos.

Enem 2011 - prova azul - questão 25 - Foto: Reprodução/Inep

Fonte: G1<sup>75</sup>

<sup>75</sup> Disponível em:

<<https://g1.globo.com/educacao/enem/2018/noticia/2018/10/22/como-as-eleicoes-podem-ser-cobradas-no-enem-teste-seus-conhecimentos.ghtml>>. Acesso em: 03 abr. 2020.

Ao contrário dos testes do *BuzzFeed*, em que o resultado das perguntas só aparece após a resposta, o resultado para as perguntas desse *quiz* específico já constavam logo após todas as perguntas, numa espécie de gabarito.

O outro *quiz* identificado nas publicações do G1 já se assemelha aos do *BuzzFeed* por sua interatividade e ainda se mostrou mais complexo, refinado e assertivo quanto aos resultados. Chamada de Sintonia Eleitoral, a ferramenta utilizada para o teste foi desenvolvida por cientistas de dados e cientistas sociais da Vox Pop Labs<sup>76</sup>. “Baseada na resposta dos usuários a uma série de propostas que refletem aspectos marcantes nos discursos de campanha, a Sintonia Eleitoral calcula o alinhamento entre os pontos de vista do usuário e os posicionamentos dos candidatos”. Após a realização do teste, a ferramenta indicava qual candidato mais se aproximava às visões e opiniões dos participantes (Figura 29).

**Figura 29** - Resultado do teste Sintonia Eleitoral do G1.



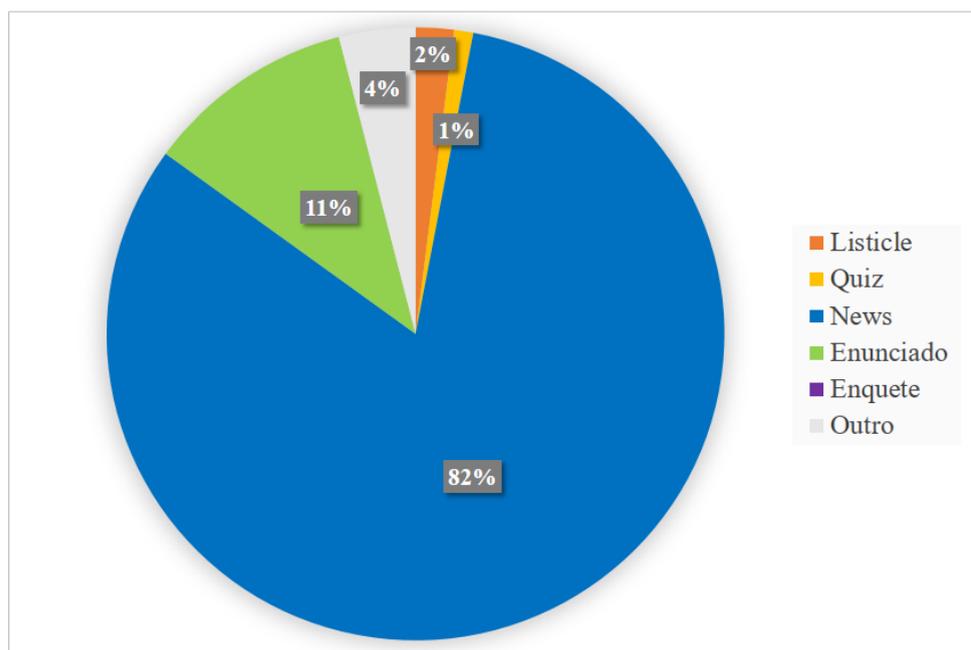
Fonte: G1<sup>77</sup>

<sup>76</sup> O Vox Pop Labs é um laboratório fundado por acadêmicos especializados em ciências sociais e de dados, que realiza pesquisas de interesse público por meio de análise de dados, coletados através de tecnologias próprias. Ver em: <<https://voxpoplabs.com/>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

<sup>77</sup> Disponível em: <<https://sintoniaeleitoral.g1.globo.com/>>. Acesso em: 03 abr. 2020.

O Gráfico 2 mostra como as 241 publicações analisadas se apresentam em relação aos seus formatos.

**Gráfico 2** - Gráfico dos formatos identificados nas publicações analisadas do G1.



Fonte: Elaboração própria.

Dessas 241 publicações, algumas não se encaixaram dentro das categorias analisadas por virem em formatos distintos dos analisados. Como exemplo dessas publicações, observamos *links* com entrevistas, gráficos comparativos<sup>78</sup>, íntegra de discursos<sup>79</sup> e coberturas em tempo real de debates e apuração de votos<sup>80</sup>. Por isso, 10 (4%) publicações foram classificadas como “outro”, por não se enquadrarem em nenhum dos formatos analisados. O formato enquete foi o único que não foi utilizado pelo G1 no período observado.

<sup>78</sup> Confira em:

<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/01/pesquisas-ibope-e-datafolh-a-comparativo-da-evolucao-de-intencao-de-votos-para-presidente.ghtml>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

<sup>79</sup> Confira em:

<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/integra-discurso-de-jair-bolsonaro-apos-vitoria-eleitoral.ghtml>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

<sup>80</sup> Confira em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/ao-vivo/debate-da-globo-presidente.ghtml>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

### 5.3 Uol

O portal Uol faz parte do Grupo Uol, que é uma empresa de conteúdo online, serviços digitais e tecnologia. Lançado em 1996 com o nome “Universo Online”, o Uol é pioneiro na produção de conteúdo noticioso na internet brasileira. Tanto as editorias de conteúdo como os serviços e produtos oferecidos pelo Grupo são facilmente identificados nos menus do site.

O Grupo possui mais de mil canais de jornalismo, contemplando conteúdos diversificados e segmentados, voltados à saúde e bem-estar, tecnologia, games, esportes, universo feminino, iniciativas sociais, dentre outras temáticas. De acordo com o Uol, nove em cada dez internautas acessam o portal e sua *homepage* recebe mais de 113 milhões de visitantes por mês<sup>81</sup>.

A partir da busca avançada do *Google* para coleta do material foram gerados 430 *links*. Desses, 369 foram analisados. Os outros 61 *links* foram descartados por serem relacionados às eleições para Governo do Estado, e não às eleições presidenciais; por serem *links* que continham alguma palavra-chave em espaços da página descontextualizados do conteúdo, como matérias sugeridas; ou por serem *links* que direcionavam a resultados de pesquisa com notícias sobre as eleições.

A partir da análise, destacamos alguns pontos. Dos veículos observados, o Uol foi o que teve o maior número de publicações no período. As datas com maior volume de postagem foram os dias de primeiro e segundo turno das eleições presidenciais: 7 de outubro de 2018, com 51 publicações, e 28 de outubro de 2018, com 56. As postagens foram feitas em horas variadas do dia, incluindo a madrugada.

Como vimos nesta dissertação, o GIF, recurso comumente utilizado pelo *BuzzFeed*, embora tenha um caráter cômico, também é usado em conteúdo mais informativos. Apesar de não ter sido frequente, o Uol não só se apropriou desse recurso em algumas publicações, mas o usou como capa, que ficava em movimento, chamando a atenção do leitor para o clique. Na Figura 30, por exemplo, o site faz uma analogia entre uma competição de remo com a disputa presidencial. Ao mesmo tempo, informa quem está na frente da corrida eleitoral de acordo com o resultado da pesquisa Ibope.

---

<sup>81</sup> Disponível em: <<https://sobreuol.noticias.uol.com.br/>>. Acesso em 21 jun. 2020.

Figura 30 - GIF utilizado como capa de publicação do Uol.

## Ibope: Bolsonaro tem 31%; Haddad, 21%; Ciro, 11%; Alckmin, 8%; e Marina, 4%

Do UOL, em São Paulo 01/10/2018 | 21h05



Fonte: Uol<sup>82</sup>

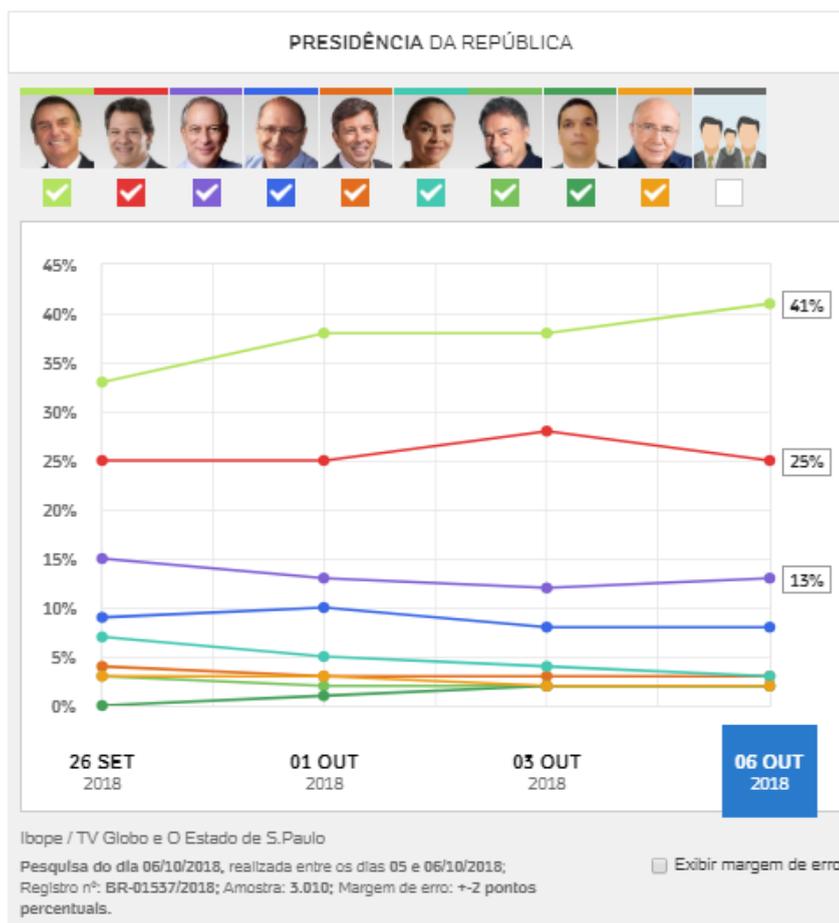
Por outro lado, o infográfico (Figura 31) foi um recurso utilizado de maneira mais frequente pelo o Uol. Principalmente usado para ilustrar resultados de pesquisas de intenções de votos, os infográficos elaborados pelo site eram todos interativos, indicando dados diferentes a medida em que o cursor do mouse mudava de candidato ou passava por pontos específicos.

<sup>82</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/01/pesquisa-ibope-presidente-bolsonaro-haddad-ciro-aleckmin-marina-110.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

Figura 31 - Infográfico utilizado em publicação do Uol.

## Ibope - Votos válidos



Fonte: Uol<sup>83</sup>

Além do GIF, mencionado anteriormente, ser usado como capa de publicações, observamos também álbuns de fotos e vídeos, iniciados automaticamente, sendo utilizados como destaques das postagens.

O uso de tuítes para embasar conteúdos, recurso constantemente usado pelo *BuzzFeed*, também foi explorado pelo o Uol, conforme vemos na Figura 32.

<sup>83</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/06/pesquisa-ibope-datafolha-presidente-bols-onaro-haddad-ciro-alckmin-marina.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

**Figura 32** - Uso de tuítes em trecho de publicação do Uol.

### Obediência à Constituição

O candidato Jair Bolsonaro (PSL) também utilizou sua conta no Twitter para fazer campanha. O capitão da reserva afirmou neste sábado (27) que seguirá a ordem legal, se eleito.

"A forma de mudarmos o Brasil será através da defesa das leis e da obediência à Constituição. Assim, novamente, ressaltamos que faremos tudo na forma da Lei! Qualquer forma de diferenciação entre os brasileiros não pode ser admitida. Todo cidadão terá seus direitos preservados", escreveu Bolsonaro.



Em outro post, Bolsonaro citou direitos de estrangeiros no país. "Qualquer pessoa no território nacional, mesmo não sendo cidadã brasileira, tem direitos inalienáveis como ser humano, assim como tem o dever de obedecer às leis do do Brasil", escreveu o capitão da reserva.



Fonte: Uol<sup>84</sup>

<sup>84</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/27/liderando-trendings-topics-bolsonaro-e-haddad-fazem-campanha-no-twitter.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

Partindo para os formatos, dos 369 *links* analisados, o *news* foi dominante, representando 89% do total, o que corresponde a 329 publicações. Esse resultado indica que o Uol se porta de forma mais engessada quanto aos formatos utilizados para apresentação do seu conteúdo. A Figura 33 mostra um exemplo do formato no portal.

Figura 33 - Trecho de publicação do Uol em formato news.

## "Candidato meme", Daciolo fica em 6º, à frente de Meirelles e Marina 🗨️4

Gabriel Carneiro  
Do UOL, em São Paulo 07/10/2018 | 23h50

Eduardo Anizelli/Folhapress



Candidato partiu de zero nas pesquisas para mais de 1 milhão de votos

### ELEIÇÕES 2018

- ↳ [Apuração](#)
- ↳ [Raio-x](#)
- ↳ [Pesquisas](#)
- ↳ [Candidatos](#)

Desconhecido por boa parte do eleitorado no início da campanha, tanto que nem pontuou na primeira pesquisa de Ibope após a oficialização das candidaturas, em 20 de agosto, o candidato **Cabo Daciolo (Patriota)** terminou a eleição em 6º lugar, à frente de nomes experientes como **Henrique Meirelles (MDB)**, **Marina Silva (Rede)** e **Álvaro Dias (Podemos)**. Ao todo, ele recebeu mais de 1,3 milhão de votos (1,26%).

Com menos de R\$ 10 mil investidos em sua campanha (valor muito inferior aos R\$ 54 milhões de Meirelles), Daciolo chamou atenção principalmente nos debates. Em agosto, no primeiro encontro entre presidentiáveis realizado pela TV Bandeirantes, o candidato do Patriota chegou a ser um dos assuntos mais comentados na internet em razão dos posicionamentos enfáticos e ataques a adversários.

#### Leia também:

- [Acompanhe a apuração dos votos e veja como está a disputa eleitoral](#)

O principal momento ocorreu no embate com **Ciro Gomes (PDT)**. Em pergunta direta ao candidato, Daciolo o acusou de ser um dos fundadores do Foro de São Paulo e idealizador de um projeto chamado Ursal (União das Repúblicas Socialistas da América Latina), que criaria uma união de países socialistas. A fala do presidentiável rendeu reações de incredulidade e resposta bem humorada de **Ciro Gomes**.

"Meu estimado Cabo, eu tive muito prazer de conhecê-lo hoje e pelo visto o amigo também não me conhece. Eu não sei o que é isso, não fui fundador do Foro de São Paulo e acho que está respondido", disse o ex-governador do Ceará. Após a réplica de Cabo Daciolo dizendo que **Ciro** "sabe sim" e que "o comunismo não vai ter vez", o pedetista completou: "A democracia é uma delícia, uma beleza, eu dei a vida inteira e continuarei dando, mas ela tem certos custos".

Fonte: Uol<sup>85</sup>

<sup>85</sup> Disponível em:

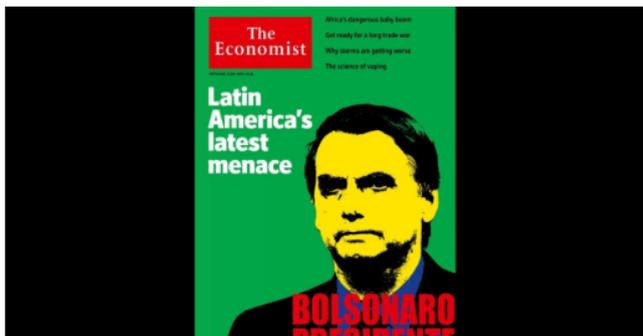
<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/07/do-meme-a-urna-cabo-daciolo-termina-como-sexto-mais-votado-a-presidencia.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

Representando 1% do total, o formato *listicle* apareceu em apenas três publicações do período analisado. No caso do Uol, observamos duas variações desse tipo de conteúdo. Ambas se apresentam de forma enumerada, mas uma dando mais destaque à imagem do que o texto (Figura 34), e a outra, sem o uso de imagem entre os tópicos, dando mais destaque ao texto (Figura 35).

Figura 34 - Trecho de publicação do Uol em formato *listicle*.

## Mídia estrangeira noticia eleições no Brasil

1 | 17 



20.set.2018 - Reino Unido: Capa de 'The Economist' diz que Bolsonaro é uma ameaça para a América Latina. [Leia mais >](#)

Imagem: Reprodução



---

2 | 17 



misógino e pró-ditadura', Bolsonaro seduziu o Brasil, diz Libération. [Leia mais >](#)

Imagem: Reprodução



---

3 | 17 

NEWS / BRAZIL ELECTIONS 2018

### Brazil election frontrunner Bolsonaro skips final debate

Jair Bolsonaro opts for one-on-one interview aired during final presidential debate ahead of October 7 poll.

by David Child & Mariana Simoes 

6 hours ago






---

4 | 17 

INDEX-HR

### Brazil bira predsjednika, glavna bitka je između ljevičara i desničara

INDEX Page 7 out 





Fonte: Uol<sup>86</sup>

<sup>86</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/album/2018/10/05/jornais-internacionais-noticiam-eleicoes-no-brasil.htm?mode=list&foto=1>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

Figura 35 - Trecho de publicação do Uol em formato *listicle*.

## 15 coisas que você precisa saber antes de votar nas eleições 2018 📄 25

Diogo Max  
Colaboração para o UOL, em São Paulo | 04/10/2018 | 04h00 > Atualizada 05/10/2018 | 20h14  
Alan Marques/Folhapress



### ELEIÇÕES 2018

- ↳ Apuração
- ↳ Raio-x
- ↳ Pesquisas
- ↳ Candidatos

Pouco mais de 147 milhões de brasileiros votam neste domingo (7) para presidente, governador, senadores e deputados federal e estadual. Os eleitores vão decidir quem vai ocupar os 1654 cargos existentes nos poderes Executivo e Legislativo entre os mais de 28 mil candidatos em todo o país.

O UOL preparou um guia de perguntas e respostas para tirar suas dúvidas antes de votar nas eleições 2018. Confira:

#### 1 - Qual é o horário de votação?

A seção eleitoral estará aberta entre 8h e 17h (horário local). Após esse prazo, quem estiver na fila ainda poderá votar. Se não chegar a tempo, você terá de justificar a ausência em qualquer cartório eleitoral em até 60 dias, mas ainda estará apto a votar em um eventual 2º turno, que ocorrerá no dia 28 de outubro.

#### 2 - Que documentos levar?

Você só precisa levar um documento com foto, que pode ser carteira de trabalho, CNH (Carteira Nacional de Habilitação), passaporte, entre outros. Vale lembrar que, no dia da eleição, não é obrigatória a apresentação do título de eleitor.

#### 3 - Não sei onde está o meu título de eleitor. Posso votar mesmo assim?

Sim. Você pode baixar o aplicativo e-Título para **Android** ou **iOS**, que permite portar o documento eletronicamente. Para eleitores que fizeram a biometria, o e-Título aparecerá com foto, dispensando a apresentação de documento com foto. Caso não tenha feito a biometria, você ainda pode utilizar o app, mas deverá apresentar um documento com foto no momento de votar (veja a resposta acima). Se não quiser baixar o e-Título, você pode ir até a sua seção eleitoral e apresentar um documento com foto. Mas lembre de levar o número do seu título anotado em um papel.

Fonte: Uol<sup>87</sup>

<sup>87</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/04/o-que-voce-precisa-saber-antes-de-votar-nas-eleicoes-2018.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

Já o enunciado (Figura 36) apareceu de forma ainda menos expressiva. Apenas duas publicações (1%) seguiram as características desse formato.

**Figura 36** - Trecho de publicação do Uol em formato enunciado.

Os eleitores irão às urnas neste domingo (28) em todo o país para escolher o futuro presidente. Pela Lei Eleitoral, os eleitores precisam respeitar algumas regras nos locais e no dia da votação.

**ELEIÇÕES 2018**

- ↳ Apuração
- ↳ Raio-x
- ↳ Pesquisas
- ↳ Candidatos

**Uso de bandeiras e camisetas do candidato**

O eleitor pode demonstrar a preferência por um candidato, desde que seja de maneira individual e silenciosa. São permitidas bandeiras sem mastro, broches ou adesivos no local de votação. Uso de camisetas foi liberado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). O eleitor poderá usar a camiseta com nome de seu candidato preferido, sem fazer propaganda eleitoral a favor dele. A camiseta não pode ser distribuída pelo candidato.

**Cola eleitoral**

O eleitor pode levar, em papel, os números dos candidatos anotados. A cola eleitoral ([imprima aqui](#)) é permitida e recomendada pela Justiça Eleitoral. Em 13 estados e no Distrito Federal, além de presidente, os eleitores vão escolher governadores. Em 19 municípios, os eleitores vão votar para governador, presidente e prefeito. Não é permitida a "cola" em celular na hora de votar.

**Uso de celular e tirar selfie**

Eleitor não pode usar celular dentro da cabine de votação - EBC  
Na cabine de votação, celulares, máquinas fotográficas, filmadoras ou outro dispositivo eletrônico não são permitidos. Os equipamentos podem corromper o sigilo do voto, ou seja, não pode tirar selfie na hora da votação ou tirar foto do voto. O eleitor que baixou o e-Título vai apresentá-lo ao mesário e depositará o celular em uma mesa enquanto estiver na cabine de votação. Ao final, o aparelho será devolvido pelo mesário.

**Acompanhante**

O eleitor com deficiência ou mobilidade reduzida poderá contar com o auxílio de pessoa de sua confiança na hora de votar, mesmo que não tenha feito o pedido antecipadamente ao juiz eleitoral.

**Alto-falante e carreatas**

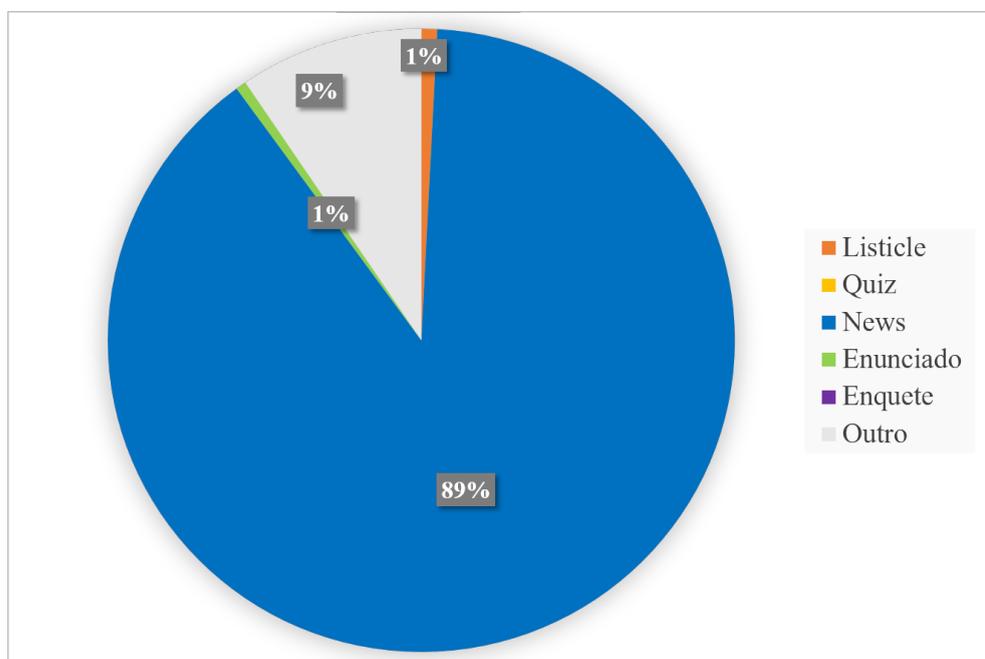
Uso de alto-falantes, caixas de som, comícios e carreatas são proibidos.

Fonte: Uol<sup>88</sup>

O Gráfico 3 mostra como as 369 publicações analisadas se apresentam em relação aos seus formatos.

<sup>88</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/28/o-que-pode-e-o-que-nao-pode-no-dia-da-eleicao.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2020.

**Gráfico 3** - Gráfico dos formatos identificados nas publicações analisadas do Uol.

Fonte: Elaboração própria.

Do total, 25 publicações (9%) não se encaixaram dentro das categorias analisadas por virem em formatos distintos dos analisados. Como por exemplo, entrevistas<sup>89</sup>, resumo de análises políticas em vídeo<sup>90</sup>, apenas álbuns de fotos<sup>91</sup> ou infográficos<sup>92</sup> e resultados de apuração<sup>93</sup>. Por fim, os formatos *quiz* e *enquete* não apareceram em nenhuma das publicações.

<sup>89</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/28/entrevista-roberto-romano-eleicoes-2018-bolsonaro.htm>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

<sup>90</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/07/analise-bolsonaro-representa-falencia-do-sistema-politico-no-brasil.htm>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

<sup>91</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/album/2018/10/28/eleicoes-2018-candidatos-e-politicos-votam-pelo-brasil.htm>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

<sup>92</sup> Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/pesquisas-eleitorais/brasil/rejeicao/>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

<sup>93</sup> Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/raio-x/presidente-2-turno/?uf=pb>>. Acesso em: 12 abr. 2020.

## 5.4 Metr p les

Inaugurado em 2015, o portal Metr p les faz parte do Grupo Metr p les, pertencente ao empresário e ex-senador Luiz Estevão, que também   mantenedor da Editora Metr p les e da rádio Metr p les FM (104,1). Para o portal, “informar, escutar, interagir, debater, denunciar, diversificar, entreter e prestar serviço   sociedade do Distrito Federal e do país” são suas especialidades. De acordo com o Metr p les, o portal   líder de audiência no Distrito Federal e o mais acessado da região Centro-Oeste entre os *players* locais, além de ter 56 milhões de acessos mensais, segundo o *Google Analytics*<sup>94</sup>.

O veículo figura como importante objeto para esta pesquisa, uma vez que tem maior audiência no Distrito Federal, onde está localizada a capital federal do Brasil, Brasília, centro dos acontecimentos políticos e, conseqüentemente, da elei o presidencial. Desde a inaugura o, o Metr p les tem colecionado alguns pr mios nacionais, internacionais e locais, como o *The Best of Digital Design* (2020), Troféu Mulher Imprensa (2020), *Premio a la Excelencia Period stica* (2019), 26  Pr mio CNT de Jornalismo (2019, 2018, 2017), 29  Pr mio Europa de Comunica o (2018), Pr mio MPT de Jornalismo (2017), dentre outros.

A partir da busca avançada do *Google* para coleta do material, foram gerados 309 *links*. Desses, 288 foram analisados. Os outros 21 *links* foram descartados por serem relacionados às elei es para Governo do Estado, e não às elei es presidenciais; por serem *links* que continham alguma palavra-chave em espaços da página descontextualizados do conteúdo, como matérias sugeridas; ou por serem *links* que direcionavam a resultados de pesquisa com notícias sobre as elei es.

Apesar de se identificar como “um veículo de comunica o ágil, com linguagem acessível e totalmente focada no digital” (METR POLES)<sup>95</sup>, o portal apresenta alguns aspectos que indicam barreiras para a propagabilidade do conteúdo. O primeiro deles diz respeito aos botões de compartilhamento. Diferente do que vimos até agora, esse recurso aparece de uma forma mais “escondida” e limitada. Para compartilhar um conteúdo lido,   necessário clicar na op o de “ver comentários”, localizada ao fim da publica o, e escolher a rede social: *Twitter* ou *Facebook*. Por outro lado, acima dos títulos das publica es dispostas

---

<sup>94</sup> Quem somos. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/quem-somos>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

<sup>95</sup> Idem.

na *home* do portal ou em notícias relacionadas de publicações abertas para leitura, é possível clicar num botão de compartilhamento, que dá mais possibilidades de redes sociais, como o *Whatsapp* e o *Pinterest*.

Já o outro aspecto está relacionado à fluidez da leitura na página. O Metrôpoles dispõe de diversos espaços para anúncios dentro das publicações que, mesclados às notícias relacionadas e a recomendações de leituras do portal, causam uma certa “quebra” no consumo do conteúdo.

Apesar de não explorar de forma frequente, o Metrôpoles fez uso de alguns recursos nas suas publicações, como postagens de redes sociais (*Facebook*, *Twitter* e *Instagram*), *prints* de imagens e postagens de redes sociais, arquivos em PDF e GIFs. Esse último, mesmo tendo aparecido em apenas 3 das 288 publicações analisadas, seguiu a mesma lógica do *BuzzFeed* Brasil, ao utilizar o recurso como suporte e reação às informações dispostas no conteúdo, conforme observado na publicação “Como falar de política com as crianças?”<sup>96</sup> (Figura 37).

---

<sup>96</sup> Disponível em: <<https://www.metropoles.com/licenca-maternidade/como-falar-de-politica-com-as-criancas>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

### Figura 37 - Uso de GIFs em trecho da publicação do Metrôpoles.

A psicóloga e psicopedagoga Jéssica Fogaça, especialista em psicologia infantil, explica que, antes de tudo, o interesse deve partir da criança, especialmente no caso das mais novas. “Quando surgir uma questão, precisamos tentar entender qual é exatamente a dúvida. Se seu filho perguntar o que é eleição, não adianta dar uma explicação abrangente sobre o sistema eleitoral e a quantidade de partidos”, exemplifica.



A especialista lembra que, em nossa sociedade, a política é feita o tempo todo, por meio das inúmeras regras e combinados existentes nos ambientes familiar e escolar. “Aos poucos, as crianças vão entendendo que, em casa, os pais decidem algumas coisas, como o horário de comer e dormir, mas elas também podem fazer suas escolhas, na hora de vestir a roupa ou pintar um desenho. Tudo isso é política.”

Jéssica afirma que a inclusão de meninos e meninas em atos e manifestações políticas pode ser interessante, desde que estejam preparadas. Em marchas, por exemplo, são comuns palavras de ordem e música. Por isso, muitos pequenos podem se sentir desconfortáveis e assustados com o barulho. Se as condições estiverem esclarecidas, a participação das crianças é, inclusive, um ótimo aprendizado.



Fonte: Metrôpoles<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> Idem.

Comumente empregado em pautas políticas, principalmente para mostrar resultados de pesquisas, o infográfico foi utilizado pelo Metrópolis, porém, contrariando o esperado, pouco explorado, assim como os recursos acima mencionados.

Dos 369 *links*, o *news* (Figura 38) prevaleceu aparecendo em 276 publicações (95.83%), seguido dos formatos *listicle* (Figura 39) e *enunciado* (Figura 40), ambos identificados em 2 (0.7%) publicações cada.

Figura 38 - Trecho de *news* do Metr6poles com an6ncios e recomenda66es de leituras.

## Henrique Meirelles vota em escola de Higien6polis

Presidenci6vel diz que pretende ficar marcado por respeitar finan7as p6blicas



ESTA76O CONT6UDO  
redacao@metropoles.com

07/10/2018 11:39  
ATUALIZADO 07/10/2018 11:39

O candidato 6 Presid6ncia da Rep6blica pelo MDB, **Henrique Meirelles**, votou por volta das 10h deste domingo (7/10), em uma escola em Higien6polis, na regi6o central de S6o Paulo.

CONT6UA DEPOIS DA PUBLICIDADE



Saiba Mais

Sob fina chuva, o presidenci6vel chegou ao col6gio eleitoral acompanhado do candidato ao governo do estado de S6o Paulo, Paulo Skaf, do mesmo partido.

"A gente chamou e o senhor veio", brincou uma eleitora que saiu de outra se76o no mesmo col6gio. "Pena que esteja atr6s (nas pesquisas)." O candidato sorriu e fez um "V" de vit6ria.

"Como diz a sabedoria mineira, elei76o e minera76o, s6 depois da apura76o", disse o candidato, ap6s deixar a cabine de vota76o. Atr6s nas pesquisas eleitorais, o ex-ministro da Fazenda afirmou que pode n6o ganhar o voto, mas vai ganhar o respeito do eleitor

CONT6UA DEPOIS DA PUBLICIDADE



### MAIS SOBRE O ASSUNTO

**POLITICA**  
Ningu6m pode ser preso por consumo de maconha, diz Henrique Meirelles

**POLITICA**  
Tristeza embala o voto do brasileiro nas elei76es 2018

**POLITICA**  
Meirelles 6 favor6vel ao adiamento do reajuste de servidores para 2020

**POLITICA**  
Meirelles promete reformas: "Pa6s n6o est6 condenado 6 mediocridade"

"Todos me dizem: 'mas o senhor 6 o candidato mais bem preparado, o mais s6rio e tem o meu respeito.' Isso 6 que 6 fundamental, isso 6 o que Brasil precisa."

"Estou aguardando o pronunciamento do povo atrav6s das elei766es, n6o tomo decis6es antes da hora. S6 per6 que morre de v6spera "

### 6LTIMAS NOTICIAS

**BRASIL**  
M6dico que fez cr6tica ao isolamento social morre por coronav6rus

**FUTEBOL**  
Coronav6rus: Botafogo amplia f6rias do elenco at6 o fim de abril

**FUTEBOL**  
Atletas s6o aceitam volta do Carioca com garantias das autoridades

**BRASIL**  
"Os idosos nunca ser6o descart6veis", disse Mandetta em despedida

**DISTRITO FEDERAL**  
Bombeiros far6o show para moradores de 6guas Claras nesta sexta

### RECOMENDADOS

**Piloto morre ap6s avi6o cair em lavoura no Mato Grosso**

Fonte: Metr6poles<sup>98</sup>

<sup>98</sup> Dispon6vel em:

<<https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/henrique-meirelles-vota-em-escola-de-higienopolis>>. Acesso em: 16 abr. 2020.

**Figura 39** - Trecho do *listicle* “Dez momentos lamentáveis e vergonhosos da campanha eleitoral de 2018” do Metrôpoles.

8 – Exposição da vida íntima de Patrícia Pilar



A atriz e ex-mulher do candidato Ciro Gomes viu sua intimidade ser devassada em falsas notícias de que era agredida sistematicamente pelo presidenciável do PDT. Teve que gravar um depoimento e afirmar publicamente que apoia o ex-companheiro ao cargo de presidente.

9 – As falas equivocadas do general Mourão



O candidato a vice-presidente de Jair Bolsonaro ganhou os holofotes e disparou uma série de declarações machistas e preconceituosas. Numa delas, atribuiu o desequilíbrio familiar a ausência de homens no comando das famílias. Em outra, associou africanos ao estereótipo do malandro e índios, ao de indolente.

10 – Livros da UnB rasgados



Em qualquer estado contaminado pelo ódio, os livros, símbolo do saber, costumam ser queimados e destruídos. Na Biblioteca da UnB, uma das principais universidades públicas do país, obras sobre os direitos humanos apareceram rasgadas numa evidente ação de ódio e intolerância ao poder do conhecimento e da história.

Fonte: Metrôpoles<sup>99</sup>

<sup>99</sup> Disponível em:

<<https://www.metropoles.com/tipo-assim/10-momentos-em-que-o-odio-e-a-mentira-ameacaram-a-democracia>>.

Acesso em: 16 abr. 2020.

**Figura 40** - Trecho do *enunciado* “Eleições 2018: 12 artistas que se posicionaram politicamente.

#### Latino

O cantor Latino também já demonstrou seu apoio pelo candidato do PSL diversas vezes. No último dia 6 de outubro, uma música polêmica compartilhada por ele gerou grande confusão no Instagram e no Twitter. “Eu quero que o PT vá se f\*d\*\*, parar de atrasar nosso Brasil, e vai pra p\*ta que par\*\*\*. Onde já se viu? Agora é Bolsonaro na cabeça”, canta no vídeo.

“Eu quero que o PT vá se f\*d\*\*\*. Que venham as críticas... Mas eu tenho a minha opinião formada”, escreveu na legenda da publicação.



Latino é cantor—AgNews

#### Roger Waters

Mesmo não sendo brasileiro, o cantor inglês Roger Waters foi um artista que se destacou fortemente por sua posição política em relação às eleições no Brasil. Em sua turnê Us + Them, ainda em cartaz no país, o ex-Pink Floyd criou grandes polêmicas por causa das manifestações políticas que realizou em seus shows. Na primeira apresentação, em São Paulo, no dia 9, o músico mostrou no telão do palco uma lista de neofascistas que incluiu Jair Bolsonaro.

“Sou contra o ressurgimento do fascismo. E acredito nos direitos humanos. Prefiro estar num lugar em que o líder não acredita que a ditadura é uma coisa boa. Lembro das ditaduras da América do Sul, e foi feio”, argumentou Waters.



Cantor Roger Waters, ex-vocalista e baixista da banda inglesa Pink Floyd, em sua turnê Us + Them—Filipe Cardoso/Especial para o Metrópoles

Fonte: Metrôpoles<sup>100</sup>

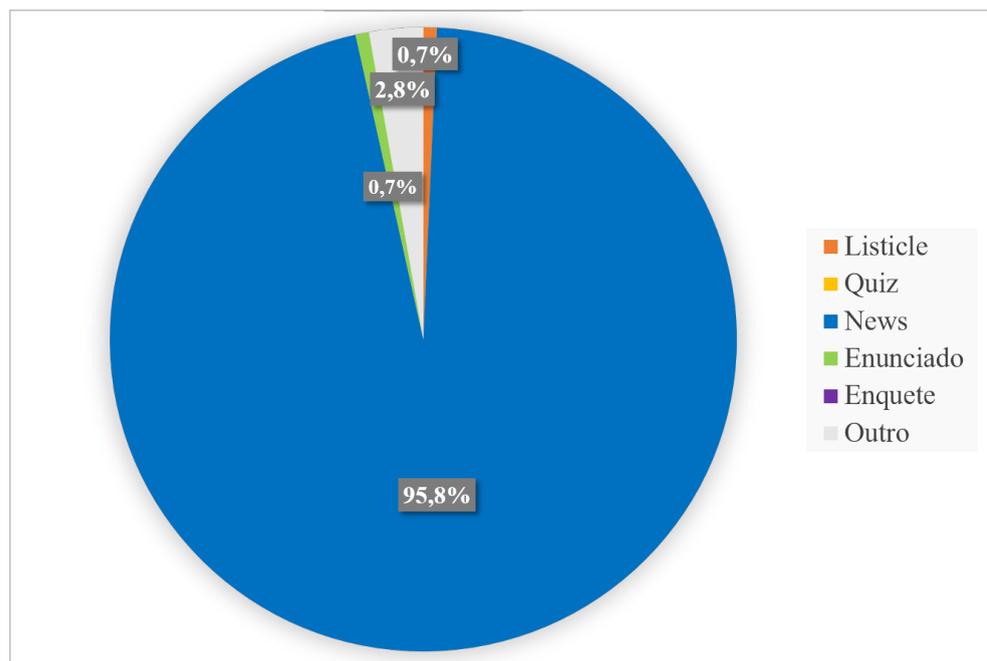
<sup>100</sup> Disponível em:

<<https://www.metrolopes.com/celebridades/eleicoes-2018-12-artistas-que-se-posicionaram-politicamente>>.

Acesso em: 16 abr. 2020.

O Gráfico 4 mostra como as 288 publicações analisadas se apresentam em relação aos seus formatos.

**Gráfico 4** - Gráfico dos formatos identificados nas publicações analisadas do Metr p les.



Fonte: Elaboração própria.

Do total, 8 publicações (2,8%) não se encaixaram dentro das categorias analisadas por virem em formatos distintos dos analisados. Como por exemplo, entrevistas, notas e colunas sociais. Os formatos *quiz* e *enquete* não apareceram em nenhuma das publicações.

## 5.5 Comparativo entre os estudos de casos empíricos

Como observado nos resultados acima, os formatos *listicle* e *quiz*, que são os principais do *BuzzFeed* desde a sua criação, não foram os mais presentes no período analisado do site, quando comparados isoladamente a outros formatos. Por conta do período investigado ser o de campanha eleitoral, o formato *news* foi o que recebeu melhor tratamento quantitativo no *BuzzFeed* e em todos os portais analisados: G1, Uol e Metr p les. Porém, ao somar os outros formatos abordados pelo *BuzzFeed*, juntos, eles representam mais da metade das publicações. Isso mostra que, mesmo o *BuzzFeed* tendo trabalhado de maneira mais

expressiva quantitativamente com o formato *news*, o site manteve, no total, a predominância de outros formatos que o são característicos.

A observação dos dados também revela que os formatos utilizados pelo *BuzzFeed* são formas de estabelecer diálogos e identificação com o público, como exposto por Dias (2019):

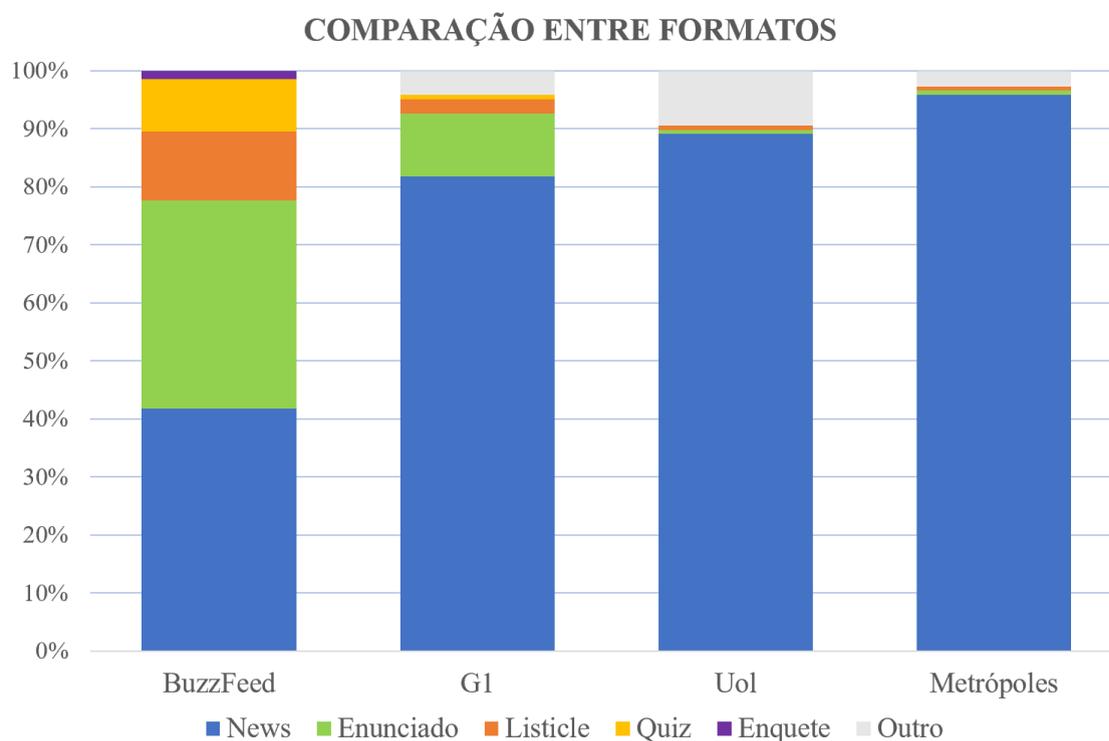
Para eu ser o BuzzFeed e me conectar com as pessoas do jeito que o BuzzFeed se conecta, uma lista é um ótimo jeito. Hoje a gente nem faz tanta lista como a gente fazia antes. Um quiz, um gamezinho de você clicar e sair uma resposta é outro jeito [de se conectar com as pessoas]. Então a gente começa se perguntando “por que eu existo? Como eu vou me conectar com o meu público?” Na prática, esse é o conteúdo que vai causar essa conexão. [...] A lista, o quiz, a brincadeirinha, o meme é só um veículo de falar a mesma língua das pessoas e de se aproximar das pessoas. (DIAS, 2019) (informação verbal)<sup>101</sup>.

Segundo Dias (2019), o uso de formatos consolidados pelo *BuzzFeed* por outros veículos é uma forma de reconhecimento, mas também uma cópia da “fórmula final”. Para ele, é necessário entender o porquê de estar utilizando determinado formato.

De maneira geral, os três portais brasileiros observados apresentaram resultados semelhantes entre si quanto aos formatos, todavia destoantes quando comparados em quantidade aos do *BuzzFeed* Brasil, como podemos visualizar no Gráfico 5.

---

<sup>101</sup> Entrevista concedida por DIAS, Cris. **Entrevista**. [nov. 2019]. Entrevistador: Irene Kelly Sá de Oliveira Figueirêdo. São Paulo, 2019. 1 arquivo .mp3 (47 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta dissertação.

**Gráfico 5** - Gráfico comparativo entre os formatos utilizados por cada veículo.

Fonte: Elaboração própria.

O Quadro 5 mostra em números a comparação entre os formatos utilizados em cada veículo em relação ao *BuzzFeed* Brasil. Pelos dados, é possível ter um parâmetro do ritmo de produção de cada veículo. Nesse sentido, os portais G1, Uol e Metrôpoles têm um padrão mais volumoso de publicações do que o *BuzzFeed* Brasil.

**Quadro 5** - Comparação quantitativa dos formatos utilizados pelos portais brasileiros.

Veículo	Formato						Total de publicações
	Listicle	Quiz	News	Enunciado	Enquete	Outro	
BuzzFeed	8	6	28	24	1	-	67
G1	6	2	197	26	0	10	241
Uol	3	0	329	2	0	35	369
Metrôpoles	2	0	276	2	0	8	288

Fonte: Elaboração própria.

Entre os veículos analisados, o G1 foi o que mais apresentou aproximações com as características analisadas no *BuzzFeed* Brasil, como verificado anteriormente neste capítulo. Em relação aos formatos, apesar de, proporcionalmente, aparecerem em quantidade menor, o G1 seguiu a mesma lógica de importância dada pelo *BuzzFeed*. Além do *news*, o veículo fez publicações no estilo enunciado, *listicle* e *quiz*. No caso desse último, o G1 foi o único entre os três veículos analisados que se apropriou do formato.

O Uol e o Metrópoles foram os veículos que apresentaram mais publicações no período analisado e menos variações de formato. Esse resultado pode indicar duas situações: 1) uma possível maneira engessada de trabalhar os seus conteúdos; e 2) a velocidade para publicação pode limitar a variação de formas de apresentação do conteúdo. Em relação ao uso de enquetes, nenhum dos três veículos apresentou o formato.

## 5.6 Discussão dos resultados

Nesta fase, discutiremos como os resultados alcançados na pesquisa se relacionam com os conceitos teóricos trabalhados durante a dissertação. As discussões fundamentadas em Jenkins et al. (2014) e Barsotti (2018) nos permitiram observar que tanto as motivações do público como alguns recursos técnicos facilitam a circulação de determinado conteúdo para que ele se torne propagável. Já as discussões sobre circulação e recirculação jornalística, a partir dos estudos de Zago (2014), também nos permitiram aproximar o conceito de propagabilidade do campo jornalístico, observando a participação ativa dos usuários na rede, que se apropriam de conteúdos e tornam-se produtores e circuladores de informação.

Ao observar o conteúdo produzido pelo *BuzzFeed* Brasil, nosso objeto de análise, percebemos a utilização de recursos técnicos levantados por Jenkins et al. (2014), quando conceituam e explicam a propagabilidade, “que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros”. Pegando como exemplo o *listicle* “20 cartazes que foram além de #EleNao nas manifestações”<sup>102</sup>, notamos que o *BuzzFeed* leva em consideração as estratégias elencadas pelos autores, facilitando o compartilhamento de conteúdo, como: 1) disponível quando e onde o público quiser - o público pode acessar o conteúdo de forma fácil

---

<sup>102</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/raphaelevangelista/cartazes-manifestacoes-ele nao>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

e prática, a qualquer momento e em diversas plataformas, como *Pinterest*, *Facebook* e *Twitter*, além da publicação no site; 2) portátil, já que a publicação traz botões de compartilhamento para outras plataformas, permitindo o acesso ao conteúdo por meio de *links* diretos, sem a necessidade de entrar no site para buscar a publicação; 3) facilmente reutilizável em uma série de maneiras, pois o conteúdo é aberto e gera possibilidades de novos usos, como a *remixagem* a outros tipos de conteúdo; 4) relevante para públicos diversos; e 5) parte de um fluxo constante de material, já que os conteúdos estão inseridos dentro de um contexto político, em que há um fluxo regular de publicações acerca do tema.

O conteúdo observado no *BuzzFeed* Brasil e, em menor grau, nos três veículos analisados, mostram que, no jornalismo em rede, os usuários são mais do que consumidores de informação, eles fazem parte do próprio conteúdo. Declarações, posicionamentos, opiniões e/ou divulgações de acontecimentos de cidadãos comuns e de pessoas conhecidas nas redes sociais, foram utilizados pelos veículos como forma de compor e dar sustentação às suas publicações.

Zago (2014) aponta para o fato de que, no jornalismo, o *remix* de conteúdo aparece, principalmente, nas criações do público. No *BuzzFeed*, observamos o site não só utilizando os *remixes* criados pelos usuários, mas também elaborando o seu próprio *remix* a partir dessas criações, a exemplo de “21 tuítes que resumem a doideira que foi o debate presidencial da Globo”<sup>103</sup>.

Servindo como aprofundamento dos estudos de Jenkins et al. (2014), ao voltar a análise para o campo do jornalismo, Barsotti (2018) elenca elementos potencializadores da propagabilidade de um conteúdo. Pudemos observar alguns desses elementos no *BuzzFeed*, como a produção de conteúdo em forma de listas; o uso de ferramentas tecnológicas para indicar temas que podem ter um bom desempenho na web, seja em relação ao engajamento ou compartilhamento; e a produção de títulos orientados por técnicas de marketing de busca, uma vez que, no jornalismo, a manchete é feita para vender, no ambiente web, os títulos são feitos para serem clicados, e o *BuzzFeed* foge da lógica usada no jornalismo tradicional. Em Manuais de Redação de veículos tradicionais, como O Estadão, são dadas instruções para os títulos como o uso de verbos no presente do indicativo, a proibição da conjunção “e” no início

---

<sup>103</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/clarissapassos/tuites-debate-globo>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

do título, a dispensa dos artigos, dentre outras, que não são necessariamente seguidas pelo *BuzzFeed* Brasil<sup>104</sup>.

Nesta dissertação, pudemos associar a *buzzfeedização* para além da aproximação do conteúdo do jornalismo com o de entretenimento, proposto por Sardá et al. (2014). Aqui, enxergamos a *buzzfeedização* também como a aproximação, por outros veículos, das marcas e dos formatos trabalhados pelo *BuzzFeed*. Ao analisar os resultados desta pesquisa, com o intuito de observar tais marcas replicadas por portais brasileiros, identificamos a presença de cinco formatos - *news*, enunciado, *listicle*, *quiz* e enquete -, além de molduras que fazem parte do universo *BuzzFeed* Brasil, como o uso de GIFs, *prints*, vídeos e imagens, e como visto acima, da incorporação de publicações de redes sociais de terceiros nos conteúdos do site.

Percebemos algumas características pontuais nos veículos analisados, as quais podemos citar o uso do elemento GIF, a utilização dos formatos *listicle* e *quiz*, e a similaridade nos títulos dos *listicles*. Conforme apontado por Saliba (2016), o uso de GIFs é uma moldura forte da identidade do *BuzzFeed*, e foi utilizada pelos portais Uol e Metrôpoles como suporte de reação às informações dadas e como suporte para dar leveza e fluidez ao texto. Já em relação aos títulos das listas, Vijgen (2014) já observa que um típico *listicle* vai se caracterizar pela presença um número cardinal. Foi o que observamos em publicações como “10 coisas que você pode fazer hoje graças ao feminismo”, do *BuzzFeed* Brasil<sup>105</sup>; “10 fatos que marcaram as eleições de 2018”, do G1<sup>106</sup>; “15 coisas que você precisa saber antes de votar nas eleições 2018”, do Uol<sup>107</sup>; e “10 comédias hilárias para ver na Netflix e fugir do clima de eleições”, do Metrôpoles<sup>108</sup>. Mas, também pudemos notar que nem todo *listicle* apresentou um número cardinal em seu título, o que indica que não necessariamente há um padrão para isso.

---

<sup>104</sup> Instruções sobre títulos do Manual de Redação de O Estadão disponíveis em:

<<https://www.estadao.com.br/manualredacao/esclareca/t.php>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

<sup>105</sup> Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/susanacristalli/coisas-fazer-gracas-ao-feminismo>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

<sup>106</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/10-fatos-que-marcaram-as-eleicoes-de-2018.ghtml>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

<sup>107</sup> Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/04/o-que-voce-precisa-saber-antes-de-votar-nas-eleicoes-2018.htm>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

<sup>108</sup> Disponível em:

<<https://www.metropoles.com/entretenimento/cinema/10-comedias-hilarias-para-ver-na-netflix-e-fugir-do-clima-de-eleicoes>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

Após observarmos os fatores apontados aqui, de forma geral, podemos perceber que os conceitos tratados em nosso referencial teórico ajudaram a relacionar questões centrais, como a propagabilidade, aos resultados. Além disso, ao comparar os conteúdos publicados pelo *BuzzFeed* Brasil com os dos portais G1, Uol e Metrôpoles, vemos que os veículos apresentaram características pontuais semelhantes às do *BuzzFeed*, mas não em um número expressivo que indicasse uma influência.

## 6 CONCLUSÕES

A presente pesquisa se propôs a analisar se o *Buzzfeed* Brasil está influenciando e modificando a forma de produzir conteúdo jornalístico em portais de notícias brasileiros. Para isso, fez-se necessário uma discussão teórico-conceitual, a partir dos conceitos como propagabilidade, circulação e recirculação jornalística, *buzzfeedização* e infotimento.

Ao buscar entender parte do processo que envolve a produção dos conteúdos que aproximam o jornalismo do entretenimento, percebemos que esse último tem sido utilizado como estratégia para potencializar a informação, ao despertar o interesse e atrair a atenção do público, e que o *BuzzFeed* carrega marcas que possibilitam essa proximidade com o público, tanto no formato do site e das suas publicações, como na linguagem visual e textual utilizada. Esta dissertação nos permitiu enxergar a chamada *buzzfeedização* para além da aproximação do conteúdo do jornalismo com o de entretenimento, mas também como a aproximação das características presentes no *BuzzFeed* por outros veículos .

Partindo para a análise quantitativa e qualitativa feita das publicações coletadas do *BuzzFeed* Brasil, notamos a permanência de características fortes do site, como a utilização dos *listicle*, *quiz* e *news* como formatos. A observação das publicações também possibilitou a identificação de mais dois novos formatos não mencionados em pesquisas anteriores, sendo um “enunciado” e o outro “enquete”. Num segundo momento, percebemos que em períodos de acontecimentos de interesse nacional, como as eleições presidenciais do país, a lógica de produção e funcionamento do *BuzzFeed* se adapta de acordo com as necessidades, por três motivos: 1) o conteúdo factual foi maior que o atemporal, sendo esse predominante do site; 2) o formato *news* foi o mais utilizado pelo site, ultrapassando o *listicle*, identificado anteriormente como formato dominante por autores como Antunes (2015); e 3) o veículo passou a fazer publicações durante os finais de semana, no período analisado.

Para responder à questão de pesquisa, de se a *buzzfeedização* do jornalismo estaria, efetivamente, ocorrendo em portais de notícias brasileiros, nossos objetivos foram fundamentais nesse processo. Por meio deles, foi possível observar a estrutura do *BuzzFeed*, e identificar e categorizar os formatos adotados. Percebemos, também, novas características do site e suas estratégias para engajamento com o público, levantados por meio da entrevista

semiestruturada. As discussões sobre propagabilidade, recirculação jornalística e infotimento nos permitiram compreender o jornalismo em rede.

Após a observação da estrutura, dos formatos adotados e das marcas incorporadas pelo *BuzzFeed* Brasil, foi possível analisar os portais G1, Uol e Metrôpoles, para depois comparar as características presentes. A comparação do conteúdo do *BuzzFeed* com os dos portais possibilitou constatar que, no período, as diferenças foram maiores que as semelhanças, e que os veículos apresentaram características pontuais semelhantes às do *BuzzFeed*, o que não indica uma *buzzfeedização* dos portais de maneira expressiva, mas sim, uma *buzzfeedização*, ou seja, uma aproximação de características, em publicações específicas e, quantitativamente, não significativas para indicar uma ruptura. Dessa forma, os resultados mostram que há rastros de incorporação de características do *BuzzFeed* Brasil, percebidas com a apropriação de marcas e de formatos nos meios analisados, mesmo que não seja de forma massiva.

O que observamos, na verdade, foi uma aproximação do conteúdo do *BuzzFeed* com o conteúdo dos portais, pela predominância do formato *news*. Apesar dessa aproximação, em números, os resultados são destoantes, pois as publicações do *BuzzFeed* são menos intensas do que as dos portais. E, apesar do *BuzzFeed* ter apresentado uma aproximação quanto ao formato *news*, o uso dos outros formatos, quando somados, representam mais da metade das publicações.

Diante desta conclusão, percebemos que a hipótese de que o *BuzzFeed* ainda estaria exercendo algum tipo de influência em portais brasileiros foi parcialmente comprovada. Apesar de ter escolhido o período de campanha política para as eleições presidenciais de 2018, por ser um evento que gera movimentação nas pautas dos veículos, constatamos, a partir dos dados coletados, que o recorte também foi determinante para os resultados obtidos. Isso abre possibilidades, em novas pesquisas, para analisar a produção do *BuzzFeed* Brasil durante períodos de movimentação normal nas pautas da empresa.

Verificamos, ainda, que os portais - especialmente Uol e Metrôpoles - têm trabalhado de maneira mais engessada, com pouca variação de formatos. Nesse ponto, esta pesquisa nos mostrou que o *BuzzFeed* Brasil poderia vir a ser uma “inspiração” para o jornalismo em rede, no que diz respeito às formas de apresentar o conteúdo (principalmente quando os veículos têm diversas pautas referentes a uma mesma temática), de chamar a atenção do usuário e de fazer com que a experiência com o consumo da informação seja mais fluida, clara e dinâmica.

Uma limitação da pesquisa que pode ser apontada por nós, diz respeito a etapa de coleta de dados, em que nos deparamos com um volume extenso de publicações a serem analisadas. Essa quantidade de dados e das constatações observadas neles não nos permitiu uma generalização dos resultados. Além do tempo demandado para a organização, um tempo ainda mais longo foi dedicado à análise do material em si. Nesse sentido (de tempo e volume de dados), outra consequente fragilidade foi a falta de uma análise mais aprofundada da linguagem e demais aspectos não observados nos conteúdos. Por isso, esta pesquisa nos mostrou uma possibilidade de investigar futuramente, em uma possível pesquisa de doutorado, como o *BuzzFeed* Brasil trabalha os seus conteúdos em outros períodos, não apenas sob o ponto de vista estrutural, mas também da linguagem, de forma mais aprofundada.

## REFERÊNCIAS

ADNEWS. **7 razões que mostram: BuzzFeed é a morte e a salvação do jornalismo.**

Disponível em: <<https://adnews.com.br/admidia/7-razoes-que-mostram-buzzfeed-e-a-morte-a-salvacao-do-jornalismo/>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Mapa do Jornalismo Independente.** Disponível em:

<<http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

AGUIAR, Leonel Azevedo de. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Santa Catarina. n. 1. v. 5. jan./jun. 2008. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p13/10217%3E>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay; FÉLIX, Ada (tradução). **Jornalismo Pós-Industrial:** adaptação aos novos tempos. In: PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Revista de Jornalismo da ESPM, São Paulo, Ano 2, n. 5, p. 30-89, abr./maio./jun. 2013.

ANTUNES, Paulo Serpa. **10 coisas que você precisa saber sobre o BuzzFeed Brasil.** In:

Encontro de Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 13, 2015, Campo Grande. Anais eletrônicos. Campo Grande, 2015. Disponível em: <<http://soac.unb.br/index.php/ENPJor/XIIIENPJor/paper/view/4530/1067>>. Acesso em: 20 set. 2017.

ASSIS, Francisco de. **Jornalismo diversional:** função, contornos e práticas na imprensa brasileira. (Tese de Doutorado). São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2014.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 1977.

BARSOTTI, Adriana. As máquinas não param: o jornalismo em rede na era da convergência de redações. **Revista Líbero**, n. 41. ano 21. p. 143-154. jan./jun. 2018. Disponível em:

<<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/950>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

BECKER, B.; CASTRO, L. M. Innovative writing of the 21st century: Multimedia Journalism and education. **Journal of Applied Journalism and Media Studies**, v. 3, n. 3,

2014. Disponível em: <<http://www.intellectbooks.co.uk/journals/view-Article,id=18801/>>. Acesso em: 26 ago. 2018.

BITTENCOURT, M. C. A. Ciberacontecimento e jornalismo digital: o impacto do compartilhamento e da produção de sentidos nas práticas jornalísticas. **Estudos em Jornalismo e Mídia.** n. 2. v. 12. jul./dez. 2015. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2015v12n2p342>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

BONI, V. QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese.** Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. v.2. jan./jul. 2005, p. 68-80.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BRUNS, Axel. **Collaborative online news production**. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

BUZZFEED. **Sobre o BuzzFeed**. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/about>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

CABRAL, Marcelo. **18 passos para entender por que o BuzzFeed cresce tanto**. Época Negócios. 2016. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2016/06/tem-buzz-na-linha.html>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CETIC. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2018**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: <<https://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2018/>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

COMASSETTO, L.R.; BONITO, Marco. Práticas inovadoras em busca de novas perspectivas para o Jornalismo. In: A docência em Jornalismo e sua relação com o ensino, a pesquisa e a extensão. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 3, n. 13, p. 233-250, jul./out. 2013.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento**. Informação + Entretenimento no Jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

DEJAVITE, Fábila Angélica. O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2001, Campo Grande, MS. **Anais**. Campo Grande: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95531831334633995496460869458986933076.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2019.

ELLICK, Adam B. et al. **Innovation**. The New York Times, Nova York, 2014. Disponível em: <<http://mashable.com/2014/05/16/full-new-york-times-innovation-report/>>. Acesso em: 19 set. 2017.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para Web**. Knight Center for Journalism in the America, 2008. Disponível em: <[https://knightcenter.utexas.edu/como\\_web\\_pt-br.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/como_web_pt-br.pdf)>. Acesso em: 30 mai. 2019.

GENTE. In Meme We Trust. **Globosat**, 2019. Disponível em:

<<http://gente.globosat.com.br/in-meme-we-trust/>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

G1. **Sobre a Sintonia Eleitoral**. 2018 Eleições Presidenciais no Brasil, 2018. Disponível em: <<https://sintoniaeleitoral.g1.globo.com/>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

GOLDBERG, G. Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation. **New Media & Society**, v. 13, n. 5, p.739-754, 2011.

GUIMARÃES, A. F. **O jornalismo BuzzFeed**: A ascensão de um dos maiores portais de entretenimento da atualidade como mídia e sua consequente contribuição para um novo modelo de webjornalismo. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social, habilitação Jornalismo) - Faculdade Pinheiro Guimarães.

HAVAS. **Cannes 2019**: The Future of Entertainment. Disponível em:

<<https://download.havas.com/prosumer-reports/cannes-2019-the-future-of-entertainment/#>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

HEINRICH, Ansgard. **Network Journalism**: Journalistic Practice in Interactive Spheres. New York: Routledge, 2011

HENN, R. C.; HOEHR, K. M.; BERWANGER, G. I. Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja. **Brazilian Journalism Research**. n. 1. v. 8. 2012. Disponível em:

<<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/392/367>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable Media**. New York: NYU Press, 2013.

MARSHALL, L. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, Cremilda. **Notícia**: um produto à venda. 2 ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

MELO, José Marques de. **Estudos de Jornalismo Comparado**. São Paulo: Livraria Pioneira de Arte, 1972.

MILLER, Gustavo. Em defesa da buzzfeedização do jornalismo. **Medium Youpix**. abr. 2015. Disponível em: <<https://medium.youpix.com.br/em-defesa-da-buzzfeediza%C3%A7%C3%A3o-do-jornalismo-4018caa12431>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

NASCIMENTO, Vanderson de Souza. **Entretenalismo**: Quando o humor se torna notícia. O caso Gato Fedorento – Esmiúça os Sufrágios nas Eleições Legislativas de 2009. (Dissertação de Mestrado). Coimbra: Universidade de Coimbra, 2010.

NASSER, Guilherme. **Entenda o que é branded content**. Makeninja, 2016. Disponível em: <<https://markeninja.com.br/entenda-o-que-e-branded-content-3/>>. Acesso em: 23 set. 2017.

NEWSURED. **Rise of the UK Brand Journalist: Journalists as Content Marketers**, 2015. Disponível em: <<http://www.youscribe.com/BookReader/Index/2674091/?documentId=2831396>>. Acesso em: 25 set. 2017.

OLIVEIRA, Juracy Pinheiro. BuzzFeed: listicles do digital trash entre a cultura participativa e a viralidade. **Parágrafo**, n. 1. v. 5. jan./jun. 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/524>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation**. John Wiley & sons: New Jersey - USA, 2010.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz e NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português**. In: Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte, vol 1, n.2, Universidade de Aveiro, set. 2002.

PAVLIK, J. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **WebJornalismo: 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCOM, 2014, p. 159-184.

PIACINI, P. N.; MENEZES, D. P. M. **A presença digital das organizações e o efeito de propagabilidade**: um estudo da marca Smirnoff. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 10, 2015, Porto Alegre. Anais eletrônicos. Porto Alegre, 2015.

PIRES, Luciano. **Fake news**. Café Brasil. jan. 2017. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/artigos/fake-news/>>. Acesso em: 30 maio. 2020.

POZZOBON, G. M. **As mudanças no mercado contemporâneo do jornalismo: o empreendedorismo na profissão**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social, habilitação Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Maria.

RAINHO, João Marcos. **Jornalismo freelance**: empreendedorismo na comunicação. São Paulo: Summus, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.

RESULTADOS DIGITAIS. **SEO**: tudo sobre Search Engine Optimization. 2018. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/seo/>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

ROSEN, Jay. **21 tendências que estão mudando o jornalismo**. Ijnet, 2014. Disponível em: <<https://ijnet.org/pt-br/blog/21-tend%C3%Aancias-que-est%C3%A3o-mudando-o-jornalismo>>. Acesso em: 21 set. 2017.

SALAVERRÍA ALIAGA, R.; GARCIA AVILÉS, J. A.; MASIP MASIP, P. Concepto de convergencia periodística. In: LÓPEZ GARCIA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (Orgs.). **Convergencia digital**: Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010, p. 41-64.

SALIBA, Raquel. **A Construção do Jornalismo Audiovisual na Web**: um olhar sobre o New York Times e o BuzzFeed. São Leopoldo, 2016. 125 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5443>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SARDÁ, Thais et al. **A buzzfeedização do jornalismo**: 5 coisas que você precisa saber sobre o caso Zero Hora. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 7, 2014, São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo, 2014. Disponível em: <[http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/thais\\_de\\_oliveira\\_sarda\\_64.pdf](http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/thais_de_oliveira_sarda_64.pdf)>. Acesso em: 19 set. 2017.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. **Teoria do Gatekeeping**: construção e seleção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, Fernando Firmino da (Org.). **Transmutações no jornalismo**. 1. ed. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

SIMÕES, I. A. G. **A Sociedade em Rede e a Cibercultura**: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação. Temática (Revista eletrônica). Ano V, n.05. maio. 2009.

SINGER, Jane B. User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. **New media & society**, v. 16(1), p. 55-73, 2014. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com.ez46.periodicos.capes.gov.br/doi/pdf/10.1177/1461444813477833>>. Acesso em: 10 mai. 2019.

SOBRINHO, Carlos Peres de Figueiredo. Para além do Empreendedorismo e da Precarização: Apropriação das Tecnologias por Jornalistas para a Produção de um Jornalismo Emancipatório. **Revista Líbero**. n. 41. ano 21. jan./jun. 2018. Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/946/967>>. Acesso em: 31 ago. 2020.

SOUSA, J. P. **As notícias e seus efeitos**. Coimbra: Minerva, 2000.

SOUSA, M. E; HOEWELL, G. R. O conteúdo multiplataforma de jornais nativos digitais em sites de redes sociais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, n 1. vol. 15. jan./jun. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2018v15n1p29>>. Acesso em: 26 jan. 2019.

STREET, John. **Politics and popular culture**. London: Temple, 1997.

STUMPF, I. R. Pesquisa bibliográfica. In: DURTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

THE NEW YORK TIMES. **Innovation**. mar. 2014. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/mylestanzer/exclusive-times-internal-report-painted-dire-digital-picture>>. Acesso em: 31 ago. 2020.

VIJGEN, Bram. **The listicle**: an exploring research on an interesting shareable new media phenomenon. EPHEMERIDES, v. 59, n. 1, p. 103-122, junho de 2014.

WHITE, David Manning. The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. In **Journalism Quarterly**, n. 27, p. 383-390, set. 1950. Disponível em: <<http://www.aejmc.org/home/wpcontent/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2019.

WORD of the year. **Collins Dictionary**. Disponível em: <<https://www.collinsdictionary.com/woty>>. Acesso em: 30 maio. 2020.

ZAGO, G. S. **Circulação e Recirculação de Narrativas do acontecimento no Jornalismo em Rede**: A Copa do Mundo de 2014 no Twitter. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, UFRS, Porto Alegre, 2014.

ZARZALEJOS, José Antonio. Comunicação, Jornalismo e 'fact-checking'. In: **A era da pós verdade**: realidade versus percepção. Revista Uno, São Paulo, n. 27, p.11-13, mar. 2017. Disponível em: <[https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO\\_27\\_BR\\_baja.pdf](https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf)>. Acesso em: 28 jul. 2018.

## APÊNDICES

### **APÊNDICE A - Roteiro de perguntas para entrevista semiestruturada com Gaia Passarelli, editora-chefe de entretenimento do BuzzFeed Brasil, e com Cris Dias, diretor de conteúdo:**

- 1) Como as pautas são definidas e que critérios são levados em consideração?
- 2) O BuzzFeed publica conteúdos que têm potencial de propagabilidade e viralidade. Como esse tipo de conteúdo é identificado? Por algoritmos e editores do BuzzFeed?
- 3) Existe algum formato específico adotado nas publicações do site que a senhora avalia como principal quando se trata de engajamento com o público?
- 4) Em relação à versão norte-americana, o BuzzFeed Brasil apresenta um número reduzido de opções mais técnicas do site, como os menus, e até mesmo de produção de conteúdo, como os vídeos. Existe alguma prospecção do BuzzFeed Brasil em investir/explorar mais algum tipo de conteúdo no futuro?
- 5) Como é a relação do BuzzFeed com as redes sociais e qual dessas redes têm levado mais tráfego para o site?
- 6) O BuzzFeed mescla entretenimento com informação e apesar do entretenimento ter uma presença mais forte no site, existem conteúdos mais aprofundados. Como vocês enxergam essa buzzfeedização e como o BuzzFeed se posiciona em relação aos conteúdos mais sérios?
- 7) Na última década alguns sites jornalísticos passaram a utilizar esses formatos como as listas e os quizzes que foram popularizados pelo BuzzFeed. Qual sua percepção da influência do BuzzFeed em outros portais de notícias e, em especial, nos brasileiros?
- 8) Como o BuzzFeed Brasil se organiza hoje em relação às funções da empresa?
- 9) Há uma variação nos horários de publicação, que em alguns casos é feita de madrugada. Como funciona essa lógica de publicação?
- 10) Qual a relação do BuzzFeed Brasil com o branded content? As marcas costumam procurar com que frequência o site para esse tipo de anúncio?
- 11) Além do branded content, como o BuzzFeed se mantém enquanto modelo de negócio?
- 12) Qual a principal contribuição que o BuzzFeed pode oferecer ao jornalismo digital?

**APÊNDICE B - Entrevista com Gaía Passarelli, editora-chefe de entretenimento do BuzzFeed Brasil, e Cris Dias, diretor de conteúdo do BuzzFeed Brasil, realizada no dia 21 de novembro de 2019, na sede do BuzzFeed Brasil, em São Paulo.**

**Como as pautas são definidas? O que é levado em consideração?**

**Gaía** - Uma coisa importante sobre o BuzzFeed no Brasil neste ano é que a gente tá num processo de reestruturação, que já dura uns meses. Reestruturação não é coisa que você faz numa reunião e decide e tá feito, né? Isso é um processo bem longo. No começo do ano o BuzzFeed global fez uma série de demissões que nos afetou muito aqui. Eu não tava na empresa ainda, mas eu sei que afetou muito aqui porque saíram pessoas muito importantes da equipe e a gente tá lidando com isso até agora. Ao longo do ano outras pessoas foram saindo, inclusive a Clarissa Passos, que era editora desde o começo; a Manu Barem, que foi quem trouxe o BuzzFeed pro Brasil. Então são perdas muito tristes, mas são coisas que acontecem e isso ao mesmo tempo tá nos dando a oportunidade de reestruturar várias coisas. Então, tipo, não é a mesma coisa que era quando eles estavam antes, então como vai ser agora? To contando isso por que? Essa pergunta de como vocês pensam pauta não tem uma resposta simples, porque não é só questão da gente fazer uma reunião de pauta na segunda-feira e tá resolvido. Essa questão de pauta acontece o tempo todo. A gente tem reuniões de pauta da equipe editorial que acontece toda segunda, quarta e sexta, que a gente chama de clube do hit, mas que serve pontualmente pra gente ver o que tá rolando de quente na internet e o quanto a gente pode aproveitar isso pra gente. É importante pra gente no fim não tá sendo só pautado pela internet o tempo todo, mas ver como a gente pode pautar também, porque senão a gente fica só repercutindo o que tá acontecendo no Twitter, por exemplo, e as coisas deixam de acontecer muito rápido, né? A gente tem reunião do clube do hit às 10h da manhã e quando é 13h da tarde aquele assunto já deixou de rolar e a gente perdeu. Então é sempre legal ver o que tá rolando na internet, mas vamos levar as coisas pra o famoso grãozinho de... Mas a gente decide a pauta basicamente em cima do que tá acontecendo de interessante na cultura pop e no entretenimento. Então, por exemplo, uma coisa que acontece muito é estúdios e redes de tv procurarem a gente porque quer que a gente divulgue uma série que ainda vai ser lançada. A gente tem essa conversa o tempo todo... pra gente não vale a pena começar a falar antes de ser lançada porque a gente quer falar quando as pessoas já estiverem falando. Porque a gente quer participar da conversa que já tá rolando. Se a gente vai começar a falar de um filme ou de uma série antes, na verdade a gente vai tá fazendo uma divulgação e daí é uma outra conversa... que a gente também faz, mas é outra conversa.

**Você tá aqui há quanto tempo?**

**Gaía** - Eu entrei no BuzzFeed em fevereiro, mas eu fazia parte de um projeto especial chamado BuzzFeed Connections, que era uma parceria do BuzzFeed com a F/Nazca, a maior agência de publicidade do mundo, pra fazer conteúdo com jeitão BuzzFeed pra algumas marcas atendidas pela F/Nazca. Aí em setembro, com a saída da Clarissa, eu acabei entrando como editora de conteúdo no lugar dela.

**E quem ficou no lugar da Manu?**

**Gaía** - É o Cris Dias.

**O BuzzFeed publica conteúdos que têm potencial de propagabilidade e viralidade. Como esse tipo de conteúdo é identificado?**

**Gaia** - A gente tem métricas e muitas, muitas, muitas ferramentas proprietárias do BuzzFeed que a gente usa o tempo todo. Tem uma inteligência por trás. A gente age bastante por instinto, sim.. tal coisa a gente sabe que vai bem. Depois que a gente teve um insight, a gente tenta basear esse insight pelo o que as nossas ferramentas estão mostrando. Várias ferramentas são nossas, proprietárias, que vêm do BuzzFeed Estados Unidos, e várias ferramentas são ferramentas normais que o pessoal de social intelligence tem acesso, então muitas vezes, sei lá, por algum motivo, Crepúsculo voltou ao radar das pessoas. Por quê? Da onde isso tá vindo? Isso vai continuar rolando? A gente dá uma pesquisada aí de bastidores da internet pra ver se a gente consegue justificar.

**Então é uma mistura de ferramenta com a percepção de vocês.**

**Gaia** - Isso. E assim, também tem uma coisa importante a dizer que é claro que a gente é um site, é uma empresa de comunicação, a gente quer que os nossos posts e listicles e vídeos alcancem um maior número possível de pessoas. A gente fica super feliz quando uma coisa hita, repercute na internet, mas a gente sempre precisa também tomar um cuidado pra não ficar só buscando o hit o tempo todo, porque alguns assuntos são extremamente relevantes, mas eles não vão necessariamente atingir... dar meio milhão de views. Essa semana, que a gente tá no mês da consciência negra, o feriado foi ontem, é uma semana que a gente tá publicando muito conteúdo com recorte de raça, conteúdo sobre racismo, sobre cultura negra... e eles não vão excepcionalmente bem com números, mas esse conteúdo é super importante porque ele faz parte da voz do BuzzFeed, então a gente continua fazendo.

**Parte da identidade também, né, do posicionamento do BuzzFeed como marca.**

**Gaia** - É e isso vale também para conteúdos relacionados à cultura e questões LGBTQI+, questões de feminismo... A gente sempre vai falar, independente se tá hitando ou não. São assuntos que o BuzzFeed já fala sobre isso há um tempo e a gente vai continuar falando.

**Existe algum formato específico adotado nas publicações do site que você avalia como principal quando se trata de engajamento com o público?**

**Gaia** - Quiz e lista. As pessoas gostam de compartilhar... mais acessos, comentários. Esses comentários eles já tiveram muito na própria caixa de comentário do BuzzFeed, mas hoje em dia eles tão muito no Facebook, nas redes sociais. Especialmente Facebook e Twitter. Por que? Porque a pessoa quando recebe o resultado, ela quer compartilhar, mesmo se ela se identificou “caramba, isso aqui é muito eu”, ou quando ela não se identificou também, “gente, que absurdo, eu não sou nem um pouco assim”. Então funciona bem. Mas lista e quizz, são formatos que o BuzzFeed já faz há um tempo, inclusive as pessoas que trabalhavam aqui e saíram daqui, continuam fazendo a mesma coisa em outros lugares, coisa que a gente não tem controle, tudo bem... e a gente tá constantemente esperando a hora que esse conteúdo vai datar e ele ainda não datou, mas a gente sabe que isso pode acontecer em algum momento.

**Quando a gente fala de buzzfeedização, a gente fala justamente no sentido da aproximação do conteúdo do entretenimento com o jornalismo, e como os outros portais se espelham... Porque o BuzzFeed não criou as listas, por exemplo, mas ele ajudou a popularizar, né. E quando a gente fala de buzzfeedização a gente fala dessa aproximação e da influência que o BuzzFeed passou a exercer em portais. E esses formatos como listas e quizzes são formatos que já percebemos que outros portais passaram a replicar também.**

**Gaía** - É, eu não sei dizer o quanto que o BuzzFeed inventou isso, acho que o BuzzFeed nos Estados Unidos, que nasceu ali, se apropriou de uma coisa que a internet já tava fazendo, mas o BuzzFeed certamente tornou esse formato célebre e a gente tem sempre a missão de mostrar que assim, não é porque tá escrito no formato lista... esse formato existe porque as pessoas que tão na internet precisam consumir a informação de forma muito ágil, “o que é que eu preciso saber sobre esse assunto aqui?”, seja sobre um vídeo de gatinho, seja sobre os protestos no Chile, o que eu preciso saber? Por isso que tá disposto ali em tópicos. Agora não é porque está disposto em tópicos que ele precisa, necessariamente, ser muito superficial. O BuzzFeed News existe pra mostrar isso, que dá pra fazer reportagem que tenha impacto na vida real das pessoas reportagem tradicional, na internet e dentro do BuzzFeed. Agora, a larga maioria das lista e quizzes que a gente faz no dia a dia são comentários sobre o que está acontecendo no mundo hoje, de forma bastante leve e engraçadinha.

**Sim, objetiva, bem explicativa... realmente “o que eu preciso saber”.**

**Gaía** - E às vezes zoando mesmo. A gente tenta pegar alguns assuntos que, sei lá, como é que a gente vai falar de terra plana? A gente não é terraplanista, óbvio, a gente não quer ficar dando palco pra terraplanistas, porque, né... eu acredito piamente que essa idiotice só tá crescendo porque pessoas tão dando palco. Quando o News vai cobrir, o News vai cobrir como Jornalismo super sério do jeito que eles fazem. O que é que a gente no Entretenimento pode falar de Terra Plana? A gente vai fazer um post de shame com terraplanistas, zoando a cara deles? Não porque a gente não faz shaming. Se eu quisesse fazer no meu blog pessoal ou no meu Twitter eu poderia fazer, mas no site, Twitter a gente não vai fazer. Mas hoje subiu um formato no site que é Trivia, que é “o quanto de conhecimento sobre Sistema Solar você tem?”. Então a gente tá trabalhando conteúdo de ciência, de coisas que crianças aprendem na escola e a gente dá uma cutucadinha ali nos terraplanistas. Mas o BuzzFeed ele é muito baseado em dois pilares, isso vem do Jonah Peretti que é o fundador, que é o truth and joy, verdade e alegria. Basicamente a gente não vai falar sobre terraplanista porque a Terra não é plana. Isso é uma mentira e a gente não vai divulgar. Ao mesmo tempo a gente não vai ficar apontando dedo na cara de terraplanistas e falando “você é um idiota”. A gente vai tratar disso com leveza e bom humor, mas falando a verdade: a Terra é redonda, galera. Mas esse é um desafio constante que a gente tem. Esse formato de testes engraçadinhos “que tipo de pastel você é?”, isso é infinito, sempre vai ter um desse pra gente fazer. Mas, poxa, como é que a gente vai ver determinados assuntos que tão rolando e trazer esses assuntos pro Entretenimento com a tal da verdade e alegria? Isso é um desafio que tem um pouco todo dia na nossa mini redação.

**E é uma coisa construída muito que em conjunto, né?**

**Gaía** - Em conjunto. Essa coisa da gente tá reconstruindo uma redação, porque como eu falei, saiu muita gente no início do ano e agora a gente tá recontratando pessoas, montando um novo time, a gente tá reaprendendo a trabalhar junto, e é tudo muito colaborativo. O desafio tá em fazer uma coisa colaborativa que funcione, porque é fácil colaborativo também, tipo, cachorro que tem um monte de dono, daí não é de ninguém, e daí ninguém cuida. Então tem papéis e lideranças definidos pras coisas poderem acontecer, mas o ideal é que todo mundo seja ouvido.

**Em relação à versão norte-americana, o BuzzFeed Brasil apresenta um número reduzido de opções mais técnicas do site, como os menus, e até mesmo de produção de conteúdo, como os vídeos. Existe alguma prospecção do BuzzFeed Brasil em investir/explorar mais algum tipo de conteúdo, principalmente agora nesse momento de reestruturação?**

**Gaia** - Dos BuzzFeed's internacionais, o Brasil é um dos que tá melhor, mas não dá pra gente comparar em tamanho e estrutura de empresa. A gente, inclusive, tem menos tempo de vida aqui do que lá. Eu acabei de voltar de uma viagem pra uma semana da matriz do BuzzFeed em Nova York e antes de ir, eu fui conversar com a minha chefe aqui, a Luciana Rodrigues, que é a general manager do BuzzFeed Brasil e “o que é que você quer que eu preste atenção? O que é que é importante que eu traga de informação dessa viagem?”, e ela falou “ó eu quero que você note o tamanho do BuzzFeed nos Estados Unidos.

***Entrevista interrompida com a presença do Cris Dias.***

**Gaia** - Isso que você tá me perguntando agora, eu acho que é uma pergunta legal pra você fazer pro Cris. O trabalho dela é sobre a buzzfeedização do jornalismo.

**Cris** - É o famoso “é pro meu tcc”. A buzzfeedização no que?

**Então, como eu estava explicando pra ela, mais no sentido conceitual da buzzfeedização, é essa aproximação do conteúdo de entretenimento com o de jornalismo e como o trabalho do BuzzFeed já exerceu e exerce uma influência tanto no mundo, como no Brasil, em portais brasileiros. E na minha dissertação eu verei justamente se essa buzzfeedização, essa influência ainda está, efetivamente ocorrendo em portais brasileiros. Vou comparar publicações do BuzzFeed com as de portais brasileiros. Mas a pergunta que eu estava fazendo pra ela aqui era em relação aos formatos que vocês pensam em investir mais. Falei da versão norte-americana, que é bem mais completa...**

**Cris** - Você tá falando de site?

**Isso.**

**Cris** - De [www...](http://www...)

**Isso.**

**Cris** - Vamo lá... no site, dentro dos nossos canais, o que mais cumpre o papel, que a gente chama de identificação, de você olhar e falar assim “nossa, achava que só eu me sentia assim, e que legal que não estou sozinha no mundo”... de formato, eu acho que a melhor não-resposta é. que é o dna de tecnologia da empresa aqui é nunca ficar satisfeito com o formato que a gente tiver. Outro dia eu tava mostrando a referência que alguém fez aqueles livros “escolha o seu final da história” usando a tecnologia de quiz do BuzzFeed. Será que dá pra fazer... é alguém, é literalmente um jornalista, uma pessoa física olhar e falar assim “hum, vou tentar fazer uma coisa que ninguém fez”. E eu diria que tudo o que tem no BuzzFeed hoje de [www](http://www) é vídeo, é alguém fazendo isso, é alguém virando e falando assim “e se o BuzzFeed falasse de comida, como ia fazer?”. E aí, sei lá quantos anos depois você tem 100 milhões de pessoas seguindo o Tasty, no mundo inteiro, sendo que pra inventar o Tasty não foi um chefe de cozinha. Então assim, no site também acontece isso, alguém olhar e falar assim “e se eu fizer uma coletânea de”... um formato que é consagrado hoje... “Vou pegar uma coletânea de tuítes e vou comentar em cima dos tuítes. Então, assim, o jeito de chegar num formato novo é esse e não assim, eu, literalmente, editor de conteúdo falar assim “galera, esses são os novos formatos”, ou um engenheiro

americano falar assim “escrevi um código aqui no nosso CMS e esses são os novos formatos que tão disponíveis”. Todos os formatos que você vê hoje hackearam, começaram como alguém fazendo uma gambiarra pra falar em português e isso virando um formato consagrado.

**Gaia** - É. Isso foi bem... O BuzzFeed funciona muito com base na tentativa e erro, e uma vez que rola um acerto, esse acerto é repetido com outras tentativas e outros erros. Então a coisa de restart, né, esse formato pelo qual o BuzzFeed é muito conhecido, que é duas pessoas numa mesa falando sobre coisas... Isso certamente começou de um jeito totalmente informal, “coloca duas pessoas ali no estúdio pra fazer uma graça”, e estamos fazendo até hoje. E esse formato foi evoluindo pra trocentas coisas tipo “homens héteros testando maquiagem”, “keanu reeves respondendo a pergunta enquanto tá brincando com cachorrinhos”. A coisa vai evoluindo a partir de uma ideia simples.

**Cris** - Alguém vira e fala assim “e se eu pegasse cachorrinhos...”, “o que a internet gosta?”, “cachorrinhos”, “o que a internet também gosta?”, “keanu reeves”. Nem sei se ele foi o primeiro, mas enfim... E no trabalho, esse que ocupam o cargo como da Gaia pelo mundo afora, é olhar pra pessoa que tem uma ideia dessa e falar assim “olha que legal isso aqui que você fez! Como é que a gente pode.. ah, tá bom, dá pra repetir?” Então é um jeito de trabalhar...

**Gaia** - Eu comecei a responder a tua pergunta falando do tamanho que o BuzzFeed tem nos Estados Unidos e do tamanho que tem aqui não é? Porque acho que lá eles têm muito mais equipe, muito mais estúdio, então tem muito mais possibilidade de tentar coisas e errar e identificar acertos e tem mais estrutura. Então...

**Cris** - Porque é um mercado de mídia que paga melhor.

**Gaia** - Exatamente.

**Cris** - A publicidade no BuzzFeed EUA custa bem mais caro.

**Gaia** - Mas a gente não fica... claro que a gente traz coisas que a gente vê que tá funcionando lá, então vamo trazer pra cá, mas a gente também já entendeu que a internet do Brasil é a internet do Brasil e a gente precisa inventar coisas que funcionem aqui.

**Cris** - Com a vantagem que a gente pode traduzir. Keanu Reeves com cachorrinho é isso. Keanu Reeves é universal. Mete uma legenda e pronto.

### **Já que estamos falando de formato... em relação à podcast, vocês vislumbram algo?**

**Cris** - Sim, queremos fazer. A resposta como head de conteúdo é sim. Antes de trabalhar no BuzzFeed eu tinha uma empresa de fazer podcast, que segue até hoje. E o podcast como modelo de negócio, se você não é o Jovem Nerd e o Mamilos... O CPM do podcast ele é muito mais alto... o pior problema de todo grande podcast no Brasil é de convencer o cliente de que ele vai tá pagando... todo cliente, eu te dou um plano de mídia, “ah, custa mil reais e você patrocina o meu podcast”. Todo cliente deveria e faz... divide pelo número de ouvintes. Se ele faz isso, ele não anuncia no podcast, o podcast é muito caro, por uma série de motivos, mas na hora da ponta do lápis o anunciante faz “cês tão loucos?”.

Então é por essas e outras que os maiores anunciantes em podcasts no Brasil são pessoas físicas que ouvem podcasts. Então assim, tudo bem ser mais caro porque o retorno acontece. Então o meu trabalho aqui, falando de colocar um podcast no ar é “eu preciso fazer esse trabalho com os nossos clientes de entender. Você tá acostumado a comprar certas coisas do BuzzFeed e a gente tá te vendendo outra coisa que é podcast. Então a gente tá no trabalho agora de literalmente “e aí, clientes, vamos fazer podcasts juntos e tal?”, “olha o que o BuzzFeed tem a oferecer”. O BuzzFeed gringo tá fazendo um podcast agora sobre o impeachment do Trump, já fez mais podcasts no passado, mas a visão tem que ser essa “vou fazer um negócio que seja lucrativo, que seja bom pra o anunciante”. E o desafio da gente é esse “e aí, como é que eu falo desse assunto super chato...”. Uma coisa que o BuzzFeed se dá muito bem é como veículo publicitário, não sei nem se é maioria ou minoria, mas a gente recebe muito cliente que fala assim “eu tenho esse assunto super chato pra falar, vocês são meu amigo descolado, falem por mim”. Claro! Então é entender onde o podcast entra nessa oportunidade. Mas a resposta que eu tenho é “sim, queremos”.

**Gaia** - É, do ano passado pra cá o podcast bombou muito no mundo todo, mas no Brasil especialmente. Então qual que é a justificativa pro BuzzFeed, de uma hora pra outra entrar com podcast no ar? É por que a gente encontrou um tema, um recorte, um formato muito legal pra fazer? É por que temos oportunidade de fazer com o anunciante? Tem que ter um porquê. Não dá pra fazer mais um podcast, nesse excesso de podcasts que a gente vive agora só porque “caralho o BuzzFeed precisa ter podcast”. Não precisa, não, ele precisa de podcast quando esse podcast se justificar. E a gente olhar pro histórico de podcast no BuzzFeed na gringa, onde isso já aconteceu faz tempo, tipo “cara, o que é que rolou lá?” Por que que os podcasts aqui não foram em frente? Como foi isso? Faz sentido a gente fazer aqui agora? Talvez o formato de podcast que a gente vá fazer aqui seja uma outra coisa totalmente diferente. Tem um podcast do BuzzFeed nos EUA que eu acompanho que chama AM to DM, que é uma live de Twitter. Eles fazem duas vezes por semana, com noticiário, e eles entrevistam artistas, políticos, fazem um monte de piada, também falam sobre assuntos sérios e esse áudio é exportado em formato podcast. É super divertido e também é sério. Bem BuzzFeed. Então isso é um formato legal. Os outros podcasts do BuzzFeed morreram, esse ficou. Por quê? Porque esse se justifica. É o jeito BuzzFeed de fazer.

**Em relação à buzzfeedização, como vocês enxergam a influência do BuzzFeed em portais? Vocês enxergam isso? Se sim, como vocês enxergam?**

**Gaia** - Eu acho que a partir do momento que a gente começou a ver não só BuzzFeed, mas o Huffpost tem muito forte isso também... a gente começou a ver portais tradicionais, tipo Folha, fazendo conteúdo corridinho, listado. Quando você vê uma reportagem da FOLHA tipo “10 motivos pra você ficar sabendo...” eu enxergo uma buzzfeedização aí.

**Cris** - Eu vejo isso no mercado e primeiro, eu particularmente não tô nem aí, não perco meu tempo... acho um elogio, mas a visão que eu tenho é que esses caras não sabem por que tão fazendo isso. Eles tão copiando a fórmula final. Gente, façam mais listas. A gente tem motivos aqui dentro pra fazer lista. Que aí conecta até com a pergunta de novos formatos, assim... Para eu ser o BuzzFeed e me conectar com as pessoas do jeito que o BuzzFeed se conecta, uma lista é um ótimo jeito. Hoje a gente nem faz tanta lista como a gente fazia antes. Um quiz, um gamezinho de você clicar e sair uma resposta é outro jeito. Então a gente começa se perguntando “por que eu existo? Como eu vou me conectar com o meu

público?” Na prática, esse é o conteúdo que vai causar essa conexão. E aí se você pegar até a Folha, que publica mil vezes mais peças de conteúdo que a gente por dia, até por ser um jornal, e aí no meio tem coisas super cotação de dólar, que é 100% fatos, gráficos e aí tem “10 coisas que hitaram na internet, não sei o que lá”, não por culpa da Folha. A Folha não consegue ter essa conexão. O que a gente começa, por que a gente faz isso, essa conexão aparece e a lista, o quiz, a brincadeira, o meme é só um veículo de falar a mesma língua das pessoas e de se aproximar das pessoas. Então façam, façam mais listas, adoro e as pessoas no Twitter marcam a gente quando um outro portal faz lista e quiz e tal, então assim, eu sou marcado quase todo dia quando alguém faz uma coisa que lembra vagamente um teste do BuzzFeed. Alguém me marca e fala “Cris, vamos fazer o teste disso aqui e tal”. Semana passada o Porta dos Fundos colocou “figurantes, precisamos de um homem alto, não sei o quê... um bonitão tipo Rodrigo Hilbert”. Várias pessoas marcaram a gente “e aí, cadê ‘quem é você no elenco do Porta dos Fundos? Acesse agora no BuzzFeed’”. Então parte da origem da história, essa conexão com as pessoas, a lista, o teste, ele é só a materialização disso e não o contrário. Não um “vou imitar”, tipo, o Casey Neistat no YouTube começou a botar o título dos vídeos dele em caixa alta. Eu não sei por que, mas todo mundo imitou. “Ah, funciona”. É meio “ah, eu vou imitar e beleza, provavelmente funcione, provavelmente aumente o número de visualização do vídeo, mas o Casey sabe o porquê que ele fez aquilo, por que que ele fazia vídeo de diário e hoje ele não faz mais. Então eu, particularmente, estou mais preocupado com isso, do por que a gente fazer as coisas e como isso se materializa do que pensar “ah, a gente precisava de um formatinho agora que... não”. A estratégia de 2020 é responder o porquê e não o como.

**Acho que tudo isso se reflete muito a posicionamento mesmo, né, a saber por que que você tá ali e o que você está fazendo. Isso é muito posicionamento de marca. Pelo menos eu vejo dessa forma. Em relação ao branded content, como vocês lidam com isso hoje? Por que há um tempo o BuzzFeed só tinha branded content e hoje a gente abre o site e vê anúncio. Isso foi por uma necessidade, uma nova estratégia?**

**Gaia** - É, isso é no mundo todo. Não é só aqui. Essas mudanças, ainda mais quando impactam o visual do site, que é o caso de pecinhas de banner de publicidade, isso vem da matriz.

**Cris** - São duas demandas que se encontram no meio do caminho. A gente diversificar jeitos de ganhar dinheiro. Então, por exemplo, subir vídeos no YouTube e ganhar dinheiro com o pre-roll, a gente não ganhava dinheiro com esse vídeo e agora a gente ganha. E do outro lado, é oferecer para os clientes mais oportunidades de trabalhar com a gente. Então assim, “não tem nem verba... adoraria fazer branded content com você, mas não tem grana”. Então tudo bem, compra um banner no site. Ficaria muito melhor o branded? Ficaria. É o nosso formato preferido aqui, mas não é pra todo mundo, não é pra todo prazo...

**Gaia** - Pode ser uma oportunidade pro cliente ver também como repercute, quanto a marca dele é bem aceita, quanto as pessoas clicaram naquele banner antes de tomar uma decisão de “poxa, vou investir num conteúdo branded content”, que leva tempo pra fazer, que envolve estudos, envolve uma equipe especializada e etc.

**E como é a relação de vocês com o cliente, quando se fala de branded? São vocês que os procuram, são eles?**

**Cris** - As duas coisas. Na verdade são três camadas. O cliente brifar a gente; tem a gente ter ideias e falar pro cliente... a coisa que mais acontece aqui dentro, receita do Tasty de mãos. “Ah, vou fazer uma receita de bolo de Kit Kat... “ E aí, KitKat, você não quer patrocinar?”. E tem o terceiro tipo que é... “problema de culinária a bordo de um avião”. Quem quer? Pode ser o cartão de crédito, pode ser a companhia aérea, pode ser o YouTube. Então é... dois tipos de ideias pró-ativas.

**Além do branded, dos anúncios, quais são as outras formas que o BuzzFeed hoje tem pra se manter enquanto modelo de negócio?**

**Gaía** - São basicamente esses dois formatos e a gente tá fazendo ações real life que já rolaram. Recentemente teve uma parceria do BuzzFeed com a Matte di Latte, que é uma sorveteria muito grande aqui em São Paulo. Então a gente fez em parceria com eles quatro sabores de sorvete, inspirado em receitas do Tasty.

**Cris** - Inspirados em dados...

**Gaía** - ...Em dados, não em achismo. “Poxa, qual receita que vocês gostam mais aí, galera?”. Quais as receitas que mais bombaram na história de doces do Tasty? Essas receitas viraram sorvete, que foram pras lojas, pras pessoas realmente comprar. Então tem outras coisas... Não dá pra falar aqui, mas tem outras coisas nesse sentido sendo feitas. A intenção é levar o BuzzFeed cada vez mais pro mundo real.

**Cris** - Tem a ver com o que a gente falou agora há pouco de... a gente tem uma tabela de preços, formatos e tal. Semana passada eu criei pra equipe aqui uma ideia e dei pra um cara de... ele falou assim “Animal! Como eu boto o preço nisso? Nunca fizemos isso”. Então assim, que bom! Esse é o tipo de problema bom pra gente ter. Então, assim, se eu tive uma ideia de pintar esse prédio da cor do patrocinador, vamo fazer, entendeu. Hoje, não sei se a Gaía chegou a comentar que o time editorial e o de branded content se misturou até pra esse tipo de coisa. Então vamo inventar. O tamanho do BuzzFeed até permite isso. “Ah, isso não dá pra gente fazer”. Não, cara, vamo fazer. O BuzzFeed lá fora faz série pra Netflix.

**Você falou de time. Como vocês se organizam quanto função, enquanto equipe? Como é a divisão de tarefas?**

**Cris** - Hoje a gente se organiza com o que a gente chama de Media Brand. Então você tem uma equipe que... o nome bonito é BuzzFeed Originals, que a gente chama de “BuzzFeedão”, BuzzFeed Vermelho e tal, isso em todas as redes, né... texto, vídeo e tal. E a gente tem uma outra equipe que cuida das outras marcas. Que aqui no Brasil significa Tasty demais e Creamy, em português. Então, nessas estruturas têm funções razoavelmente parecidas. Tasty, proporcionalmente tem mais pessoas que fazem vídeos, e o BuzzFeed Originals faz mais listas, posts e quiz e tal. Mas é, essencialmente, pessoas que escrevem, pessoas que filmam, pessoas que cozinham. São especialidades em cima de criação e execução de vídeo.

**Gaía** - Tem pessoas que são especialistas nessa inteligência que a gente tem muito de análise de números, de social media... E tem também uma equipe de vendas, de atendimento ao cliente. Essas

coisas já foram muito separadas e hoje... as informações naveguem muito mais. Então eles sabem o que tá sendo vendido, o que tá sendo produzido, pra que... enfim, a gente passa uma mensagem mais coesa, né.

**Vocês têm dois andares aqui, não é? O que funciona aqui e o que funciona lá?**

**Gaía** - Antes dos lay-offs, aqui tinha uma parte da redação e lá em cima tinha outra parte da redação. Depois dos lay-offs no começo do ano, a gente mudou toda a relação por andar e aqui embaixo nós somos os estúdios. Tem uma mesona grande ali no fundo, que é quando... às vezes o pessoal tá precisando editar um vídeo, precisa de uma situação mais tranquila, acaba usando aqui. Mas hoje em dia é basicamente isso: redação e estúdios.

**São quantas pessoas ao total na equipe aqui?**

**Gaía** - Umas 50.

**Cris** - É, e tem freelas, né. Por exemplo, agora a gente tá fazendo receitas de biscoitinhos decorados. Ninguém aqui sabe fazer biscoitinho decorado, então chamamos um especialista nisso pra fazer.

**Qual a principal contribuição que vocês enxergam que o BuzzFeed pode oferecer em relação ao conteúdo para o jornalismo, pra quem consome o conteúdo de vocês?**

**Gaía** - Truth and joy. A resposta do BuzzFeed é essa mesma: verdade e alegria. São dois valores muito importantes que a gente aplica a tudo e, inclusive, muitas vezes quando a gente tá com a equipe de editorial... “vamo fazer um post?”, “vamo”, “onde tá a verdade e alegria dentro disso aqui?”. Usar a alegria e a verdade nos permite estar distante de uma situação que a gente tivesse botando alguém pra baixo. E a coisa da verdade é especialmente real quando a gente tá falando do News, que é uma outra galera, mas enfim. Eles fazem um trabalho muito sério, são repórteres, jornalistas de área de política, direitos humanos, economia, sociedade, que fazem um trabalho... O BuzzFeed é muito conhecido por fazer post com vídeo de cachorrinho, “que tipo de pastel é você”, mas em esse outro lado do News, que é o que traz a verdade que a gente precisa sempre.

**Cris** - ... falou ontem que a cada oito segundos tem um tuíte racista no Twitter Brasil.

**Gaía** - Pois é. A Tati tava fazendo essa pesquisa ali semana passada e ela tava chocada com os tuítes que ela encontrou pra fazer essa pesquisa. Muito grave. Enfim, não tem muita alegria nesse tema, né...

**Mas tem a questão do compromisso...**

**Gaía** - É, mas tem a verdade. Isso aqui é uma verdade no mundo em que vivemos e as pessoas precisam saber. E aí a gente realmente precisa ter alguém de Jornalismo que vai atrás dessa história a fundo. Eles ficam nessas histórias bastante tempo. Tanto é que a gente faz hard news, mas o ideal é que a equipe possa, sei lá... a Tati foi pra Roraima pra ver as queimadas esse ano. Todo mundo falando que isso tá acontecendo, vamos ver?

**Tem um investimento na questão do Jornalismo mesmo?**

**Cris** - Tem, tem. Ah, Lula Livre, ela foi pra Curitiba ver o Lula sair da prisão, mas é uma abordagem mais pra fazer você pensar...

**Gaia** - Tem uma entrevista recente do Ben Smith, que é o chefe de Jornalismo lá fora, e é ele falando sobre a missão do BuzzFeed News lá fora, como eles lidaram com toda essa eleição do Trump, por que que eles tão fazendo podcast só sobre o impeachment do Trump agora e etc. E ele fala muito do jeito BuzzFeed de fazer jornalismo, mas que, ainda é essencial, é jornalismo sim. Porque o jornalismo continua sendo tão necessário como sempre foi, né. E tem uma fala legal dele no meio que é... o entrevistador dá uma tirada de barato nele e “pô, mas e aí, quando vocês vão fazer reportagem sobre política, vocês também falam de gatinho e cachorrinho?”. E ele “às vezes sim, porque você não pode trabalhar pro BuzzFeed e ficar constrangido de trabalhar pro BuzzFeed. A gente assume tudo por uma coisa só”.

**Cris** - É, por exemplo, aqui no Twitter ele fez uma investigação sobre essas propagandas no Facebook com o escândalo dessa celebridade... é uma foto de uma celebridade, e assim, “o escândalo incrível de não sei o que”... aí você clica e é contando de uma fraude e tal, então é usar a cultura da internet pra contar essas histórias. Então é um assunto sério, mas que por outro lado afeta a cultura da internet. Mas por outro lado o BuzzFeed News nasceu quando... o Ben deu um furo de que o candidato a vice do Obama, sei lá quem, e é a hard news e foi o que puxou a conversa sobre o assunto e aí o John fez, “ah, talvez a gente devesse fazer...”. Então, não foi investigativo no sentido de “fui pra Rondônia fazer esse furo”. “Tenho um furo, vou publicar isso e atinjo todo mundo”.

### APÊNDICE C - Publicações do BuzzFeed Brasil:

Data	Hora	Título	Autor	Formato
01/10/2018	14:36	<a href="#">20 cartazes que foram além de #EleNao nas manifestações</a>	Raphael Evangelista	Listicle
01/10/2018	17:26	<a href="#">Aqui estão os principais pontos da delação de Palocci, que Moro tornou pública hoje</a>	Tatiana Farah	News
01/10/2018	17:36	<a href="#">12 coisas que você talvez não saiba sobre urnas eletrônicas</a>	Raphael Evangelista	Listicle
01/10/2018	17:52	<a href="#">O Brasil precisa de um choque estilo Trump, diz eleitor de Bolsonaro na capital do agro</a>	Mauro Albano	News
01/10/2018	21:53	<a href="#">Bolsonaro diz que delação de Palocci é “bomba atômica” em cima do PT</a>	Severino Motta	News
02/10/2018	11:19	<a href="#">Você manja das eleições 2018?</a>	Davi Rocha	Quiz
02/10/2018	15:14	<a href="#">Na reta final da campanha, aliados abandonam Alckmin para apoiar Bolsonaro</a>	Tatiana Farah Severino Motta	News
02/10/2018	15:56	<a href="#">Haddad diz que Bolsonaro tem “problema psicológico” contra mulheres, negros e gays</a>	Tatiana Farah	News

02/10/2018	21:47	<a href="#">Como Bolsonaro avança no eleitorado feminino apesar do #EleNã</a>	Clarisa Passos Alexandre Orrico Severino Motta	News
03/10/2018	14:59	<a href="#">Candidate-se à presidência e diremos se você seria eleito no segundo turno</a>	Rafael Capanema	Quiz
03/10/2018	17:52	<a href="#">Na beira da eleição, ex-assessor de FHC deixa o PSDB e declara voto em Bolsonaro</a>	Tatiana Farah	News
03/10/2018	18:15	<a href="#">Se a sua amizade sobreviveu a 50% destas coisas, ela é para a vida toda</a>	Davi Rocha	Quiz
04/10/2018	00:45	<a href="#">A vaquinha para fazer placas em homenagem à Marielle já arrecadou 12 vezes o valor inicial</a>	Juliana Kataoka	Enunciado
04/10/2018	14:53	<a href="#">E o Bolsonaro vai mesmo fazer "live" no Facebook durante o debate da Globo</a>	Severino Motta	News
04/10/2018	15:51	<a href="#">10 coisas que você pode fazer hoje graças ao feminismo</a>	Susana Cristalli	Listicle
04/10/2018	17:39	<a href="#">28 frases que podem ser ditas num relacionamento e nas eleições</a>	Davi Rocha	Listicle
04/10/2018	18:30	<a href="#">18 curiosidades sobre os candidatos à presidência que vão te fazer dizer "eita"</a>	Rafael Capanema	Listicle
04/10/2018	19:14	<a href="#">Em quem você acha que esses personagens da ficção votariam nas eleições brasileiras?</a>	Raphael Evangelista	Enquete
04/10/2018	23:01	<a href="#">Boulos fez um discurso contra a ditadura no debate de Globo e foi aplaudido no estúdio e na internet</a>	Davi Rocha	Enunciado
04/10/2018	23:43	<a href="#">O Álvaro Dias tava MEIO ESTRANHO no debate e as pessoas ficaram intrigadas</a>	Alexandre Orrico	Enunciado
05/10/2018	09:42	<a href="#">Bolsonaro pede voto útil para vencer no 1º turno</a>	Severino Motta	News
05/10/2018	11:34	<a href="#">Estas são as propostas de governo de cada um dos presidenciáveis para os LGBTQ</a>	Juliana Kataoka	Listicle
05/10/2018	19:08	<a href="#">Em qual país você deveria se exilar depois das eleições?</a>	Alexandre Orrico	Quiz
05/10/2018	20:22	<a href="#">Por incrível que pareça, tudo isso aconteceu há menos de 30 dias</a>	Mauro Albano	Enunciado
05/10/2018	00:39	<a href="#">Quem é você no debate da Globo?</a>	Davi Rocha	Quiz
05/10/2018	01:08	<a href="#">21 tuítes que resumem a doideira que foi o debate presidencial da Globo</a>	Clarissa Passos	Listicle
05/10/2018	01:22	<a href="#">Aqui estão os principais pontos sobre o que aconteceu no debate da Globo</a>	Graciliano Rocha Tatiana Farah Severino Motta	News
06/10/2018	00:23	<a href="#">Sou casado há 30 anos com a mesma esposa, diz Haddad na Bahia</a>	Tatiana Farah	News
06/10/2018	09:41	<a href="#">Bolsonaro termina campanha como favorito e deve disputar 2º turno com Haddad</a>	Severino Motta Tatiana Farah	News
06/10/2018	13:47	<a href="#">Zezé di Camargo, que já esteve com Lula e Aécio, agora pede voto a Bolsonaro em vídeo</a>	Severino Motta	News

06/10/2018	18:44	<a href="#">Estas imagens dão uma ideia de como o Brasil está dividido na véspera da eleição</a>	Mauro Albano	Enunciado
07/10/2018	11:04	<a href="#">Veja o momento em que chegaram para votar os dois candidatos que lideram as pesquisas</a>	Severino Motta Tatiana Farah	Enunciado
07/10/2018	17:22	<a href="#">Como denunciar os eleitores de Bolsonaro que estão cometendo crime eleitoral ao postar foto da urna</a>	Alexandre Orrico	Enunciado
07/10/2018	17:31	<a href="#">Entre outros absurdos, eleitores registram pessoas com símbolos nazistas nas filas de votação</a>	Flora Paul	Enunciado
07/10/2018	19:05	<a href="#">Há uma onda favorável a aliados de Bolsonaro nos maiores eleitorados</a>	Graciliano Rocha	Enunciado
07/10/2018	19:13	<a href="#">Estão pedindo desculpas ao Matthew Lewis depois deste like do Neymar</a>	Flora Paul	Enunciado
07/10/2018	19:21	<a href="#">As reclamações sobre fraude nas urnas estão tão caricatas que tem gente tirando sarro</a>	Alexandre Orrico	Enunciado
07/10/2018	20:15	<a href="#">O eleitorado no Twitter tá tão doído que começou a campanha #FicaTemer</a>	Flora Paul	Enunciado
22/10/2018	13:25	<a href="#">Haddad ganha Bíblia de evangélico no Ceará e ela vai parar nas mãos de deputado bolsonarista</a>	Tatiana Farah	News
22/10/2018	15:04	<a href="#">E o Youtube virou máquina de dinheiro e influência política para o MBL nesta eleição</a>	Ryan Broderick	News
22/10/2018	16:38	<a href="#">Bolsonaro já conversa com Temer para suspender intervenção no RJ e votar Previdência este ano</a>	Severino Motta	News
22/10/2018	18:58	<a href="#">Folha Política, famosa por espalhar fake news, só foi banida hoje do Facebook</a>	Tatiana Farah	News
23/10/2018	08:53	<a href="#">Bolsonaro "nunca administrou um boteco", diz Haddad</a>	Severino Motta	News
23/10/2018	11:08	<a href="#">Aparentemente os bots do Bolsonaro estão programados para responder à palavra BOLOVO</a>	Susana Cristalli	Enunciado
23/10/2018	11:22	<a href="#">Jornalista se demite ao vivo após ser impedido de fazer perguntas a Bolsonaro em entrevista</a>	Rafael Capanema	Enunciado
23/10/2018	11:43	<a href="#">As eleições derreteram o cérebro do Lobão até ele não distinguir mais as teclas</a>	Clarissa Passos	Enunciado
23/10/2018	12:12	<a href="#">Os ataques de apoiadores de Bolsonaro chegaram à comunidade asiática</a>	Juliana Kataoka	Enunciado
23/10/2018	13:41	<a href="#">Monte um governo com memes e te diremos que destino teria o seu Brasil</a>	Raphael Evangelista	Quiz
24/10/2018	12:25	<a href="#">Aqui está o discurso que fez Mano Brown ser vaiado no comício do Haddad no Rio</a>	Graciliano Rocha	Enunciado
24/10/2018	16:36	<a href="#">Como a polícia desmontou a fanfic da suástica no RS</a>	Tatiana Farah	News
25/10/2018	13:25	<a href="#">Evangélicos que votam em Bolsonaro dizem que pastor não influenciou decisão</a>	Mauro Albano	News
25/10/2018	14:04	<a href="#">Ciro Gomes só responderá amanhã se grava vídeo pró-Haddad, a 48 horas da eleição</a>	Tatiana Farah	News

25/10/2018	18:25	<a href="#">"Até minha mulher está com ciúme do Ciro de tanto aceno que faço para ele". disse Haddad</a>	Graciliano Rocha	Enunciado
26/10/2018	11:18	<a href="#">Essa frase da Regina Duarte sobre o Bolsonaro resume o pensamento de quem perpetua o preconceito</a>	Susana Cristalli	Enunciado
26/10/2018	11:37	<a href="#">"Espero do Ciro uma fala dura contra fascismo, nazismo, tortura e discurso do ódio". diz Haddad</a>	Mauro Albano	News
26/10/2018	17:38	<a href="#">A polícia entrou na faculdade e perguntou o conteúdo da aula, diz diretor ameaçado de prisão</a>	Tatiana Farah	News
26/10/2018	17:43	<a href="#">19 tuítes desta semana que não têm a ver com eleição para você sorrir um pouco</a>	Davi Rocha	Listicle
26/10/2018	19:13	<a href="#">O Marcelo D2 também está EXAUSTO de discutir sobre eleições</a>	Raphael Evangelista	Enunciado
27/10/2018	12:35	<a href="#">Ministra do STF suspende ações policiais em universidades</a>	Graciliano Rocha Severino Motta	News
27/10/2018	16:25	<a href="#">"As pessoas estão achando bonito discriminar", diz transexual agredida antes do 1º turno da eleição</a>	Mauro Albano Manuela Barem Guillermo Santos Tatiana Farah	News
27/10/2018	19:51	<a href="#">Na véspera do 2º turno, Bolsonaro diz que não é contra minorias</a>	Severino Motta	News
28/10/2018	17:08	<a href="#">Aparentemente o FHC votou contra o próprio partido e a favor do PT</a>	Alexandre Orrico	Enunciado
28/10/2018	17:19	<a href="#">Esta médica postou seu plano infeliz para conseguir votos pró-Bolsonaro</a>	Flora Paul	Enunciado
28/10/2018	18:31	<a href="#">A Folha incentivou a paz nas famílias pós-eleição mas o pessoal não tá muito na vibe</a>	Flora Paul	Enunciado
28/10/2018	19:26	<a href="#">O caminho de Jair Bolsonaro rumo ao poder</a>	Graciliano Rocha Severino Motta Tatiana Farah Mauro Albano	News
28/10/2018	19:31	<a href="#">Estes tuítes antigos podem ser tudo o que você está precisando agora</a>	Clarissa Passos	Enunciado
28/10/2018	22:33	<a href="#">Aqui estão os principais pontos do discurso da vitória de Bolsonaro</a>	Graciliano Rocha	News

#### APÊNDICE D - Publicações do G1:

Data	Hora	Título	Autor	Formato
01/10/2018	00:39	<a href="#">Oito candidatos a presidente participam de sexto debate na TV; saiba o que eles disseram</a>	Filipe Matoso, Gustavo Garcia, Lucas Salomão	News

01/10/2018	08:00	<a href="#">Propostas das campanhas dos presidenciáveis para a cultura: Ministério da Cultura</a>	Cesar Soto	Outro
01/10/2018	10:15	<a href="#">Bolsonaro diz que 'não tem nada para fazer' em caso de derrota nas eleições</a>	G1	News
01/10/2018	10:42	<a href="#">Bolsonaro diz que obras continuarão paradas se ministérios forem trocados por apoio político</a>	G1	News
01/10/2018	12:12	<a href="#">É #FAKE que imagem de ato contra Bolsonaro no Largo da Batata é do carnaval de 2017</a>	Gisele Barros, Roney Domingos	Enunciado
01/10/2018	10:35	<a href="#">Eleições 2018: tudo o que você precisa saber antes de sair para votar em 50 perguntas</a>	BBC	Listicle
01/10/2018	13:37	<a href="#">Pesquisas Ibope e Datafolha: comparativo da evolução de intenção de votos para presidente</a>	G1	Outro
01/10/2018	15:01	<a href="#">É #FAKE mensagem que cita a Globo e diz que manifestação pró-Bolsonaro é a maior da história</a>	Adriane Schultz, Roney Domingos	Enunciado
01/10/2018	15:23	<a href="#">Veja o que acontece nos dias da última semana antes das eleições</a>	G1	Enunciado
01/10/2018	15:33	<a href="#">Exame médico aponta que agressor de Bolsonaro sofre de transtorno grave: defesa solicitou nova avaliação de Adélio Bispo</a>	Fellype Alberto, Rafael Antunes, Roberta Oliveira	News
01/10/2018	18:02	<a href="#">Veja o que é #FATO ou #FAKE nas falas dos presidenciáveis no debate da Record</a>	G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo, Época	News
01/10/2018	21:00	<a href="#">Pesquisa Ibope para presidente: Bolsonaro, 31%; Haddad, 21%; Ciro, 11%; Alckmin, 8%; Marina, 4%</a>	G1	News
02/10/2018	08:06	<a href="#">Bolsonaro diz que 'questão ideológica' é grave como a corrupção e precisa ser combatida</a>	G1	News
02/10/2018	12:28	<a href="#">Ministério Público Federal denuncia agressor de Bolsonaro por 'atentado pessoal por inconformismo político'</a>	G1	News
02/10/2018	15:48	<a href="#">É #FAKE que Chico Xavier previu a chegada do candidato Jair Bolsonaro à Presidência</a>	Elaine Neves	Enunciado
02/10/2018	15:52	<a href="#">É #FAKE que Haddad disse que criança vira propriedade do Estado aos 5 anos e pode ter seu gênero escolhido</a>	Adriane Schultz, Clara Velasco	News
02/10/2018	19:05	<a href="#">Pesquisa Datafolha para presidente: Bolsonaro, 32%; Haddad, 21%; Ciro, 11%; Alckmin, 9%; Marina, 4%</a>	G1	News
03/10/2018	02:14	<a href="#">Datafolha: quantos eleitores de cada candidato usam redes sociais, leem e compartilham notícias sobre política</a>	G1	News
03/10/2018	05:00	<a href="#">Pesquisa Datafolha de 2 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e raça</a>	G1	News
03/10/2018	08:08	<a href="#">Pesquisa Datafolha de 2 de outubro para presidente: REJEIÇÃO por sexo, idade, escolaridade, renda, religião, cor e região</a>	G1	News
03/10/2018	11:43	<a href="#">Após avaliação médica, Bolsonaro desiste de participar do debate da Globo</a>	Raquel Honorato	News
03/10/2018	11:46	<a href="#">Vantagem de Bolsonaro racha campanha de Haddad, e PT rejeita se descolar de cartilha de Lula</a>	Andréia Sadi	News

03/10/2018	15:05	<a href="#">E-título: saiba como baixar o título digital para votar nestas eleições</a>	Rosanne D'Agostino	News
03/10/2018	15:50	<a href="#">Pesquisa Datafolha: veja perfil dos eleitores de cada candidato a presidente por sexo, idade, escolaridade, renda e região</a>	G1	News
03/10/2018	16:22	<a href="#">É #FAKE postagem que diz que empresário não pagará mais salário mínimo se Bolsonaro for eleito</a>	Adriane Schultz	News
03/10/2018	16:50	<a href="#">Novidade nestas eleições, 'vaquinha' eleitoral arrecada R\$ 11 milhões a candidatos</a>	Gabriela Caesar	News
03/10/2018	21:07	<a href="#">Bolsonaro diz que respeita resultado da eleição, mas desconfia da 'lisura' do processo</a>	G1	News
03/10/2018	21:14	<a href="#">É #FAKE mensagem que diz que mesário pode falsificar assinatura de eleitores de Bolsonaro e, assim, anular o voto</a>	Marta Szpacenkopf	News
03/10/2018	23:02	<a href="#">Propostas das campanhas dos presidentiáveis para a educação: financiamento</a>	Ana Carolina Moreno	News
04/10/2018	09:00	<a href="#">Fake news se multiplicam às vésperas das eleições: Ministros do STF criticam ideia de nova Constituição. Jornais de quinta (4)</a>	Matheus Leitão	News
04/10/2018	10:04	<a href="#">Bolsonaro elogia o Nordeste, única região em que ele aparece atrás de Haddad nas pesquisas</a>	G1	News
04/10/2018	10:41	<a href="#">PF e MPE apreendem camisetas com foto de Jair Bolsonaro no litoral do Piauí</a>	Kairo Amaral e Maria Romero	News
04/10/2018	12:31	<a href="#">PT, PCO, PSTU e PTC não assinam compromisso contra disseminação de conteúdos falsos, diz TSE</a>	Renan Ramalho	News
04/10/2018	16:13	<a href="#">Justiça acolhe denúncia, e agressor de Bolsonaro vira réu</a>	Camila Bomfim	News
04/10/2018	21:17	<a href="#">Saiba como foi o último programa eleitoral de TV dos presidentiáveis no primeiro turno</a>	G1	Enunciado
05/10/2018	00:49	<a href="#">Presidentiáveis discutem ideias e propostas no último debate do 1º turno e atacam Bolsonaro</a>	Filipe Matoso, Gustavo Garcia e Lucas Salomão	News
05/10/2018	01:57	<a href="#">Leia e veja a íntegra do Debate na Globo</a>	G1	News
05/10/2018	02:10	<a href="#">Debate da Globo: presidente</a>	G1	Outro
05/10/2018	02:16	<a href="#">Saiba o que disseram os candidatos à Presidência após o debate da Globo</a>	G1	Enunciado
05/10/2018	05:00	<a href="#">Pesquisa Datafolha de 4 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e raça</a>	G1	News
05/10/2018	08:47	<a href="#">Bolsonaro diz que brasileiro não merece ser governado 'de dentro da cadeia'</a>	G1	News
05/10/2018	11:04	<a href="#">Veja o que é #FATO ou #FAKE nas falas dos presidentiáveis no debate da Globo</a>	G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época	News
05/10/2018	13:00	<a href="#">Propostas das campanhas dos presidentiáveis para a educação: escolas de qualidade</a>	Ana Carolina Moreno	News
05/10/2018	17:04	<a href="#">Boulos critica Fies e quer abrir 'caixa-preta' das universidades privadas</a>	Vivian Reis	News

05/10/2018	17:19	<a href="#">TSE diz que eleitor pode usar camiseta de partido e candidato no dia da eleição</a>	Rosanne D'Agostino e Mariana Oliveira	News
05/10/2018	18:08	<a href="#">É #FAKE imagem que mostra diálogo entre Sérgio Machado e Renan Calheiros com menção a Bolsonaro</a>	G1	Enunciado
05/10/2018	21:28	<a href="#">Bolsonaro diz que eventual governo terá 'no máximo' 15 ministérios</a>	G1	News
05/10/2018	21:34	<a href="#">Pesquisas Ibope nos estados: veja evolução da intenção de voto para presidente</a>	G1	News
06/10/2018	07:00	<a href="#">FATO ou FAKE na eleição: mais de 700 checagens durante a campanha</a>	G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época	Listicle
06/10/2018	08:52	<a href="#">No Twitter, Bolsonaro diz que é preciso 'pegar pesado' no combate ao crime: 'Vamos agir'</a>	G1	News
06/10/2018	11:37	<a href="#">É #FAKE mensagem que diz que Haddad fez vídeo dizendo que jogou a toalha e que a eleição para a Presidência acabou</a>	Adriane Schultz	News
06/10/2018	13:23	<a href="#">Haddad propõe que Polícia Federal coordene todas as polícias do país</a>	Madalena Braga e Filipe Matoso, TV Subaé e G1	News
06/10/2018	15:03	<a href="#">Guia do Eleitor</a>	G1	Outro
06/10/2018	19:31	<a href="#">É #FAKE que candidato a vice de Bolsonaro propôs confisco da poupança</a>	Marcelo Parreira	News
06/10/2018	20:35	<a href="#">Ibope para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 41%; Haddad, 25%; Ciro, 13%; Alckmin, 8%</a>	G1	News
06/10/2018	20:36	<a href="#">Datafolha para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 40%; Haddad, 25%; Ciro, 15%; Alckmin, 8%</a>	G1	News
06/10/2018	21:26	<a href="#">Candidato a vice de Bolsonaro, Mourão cita 'branqueamento da raça' ao elogiar neto</a>	G1	News
06/10/2018	23:04	<a href="#">Pesquisa Datafolha de 6 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda e região</a>	G1	News
07/10/2018	08:24	<a href="#">Brasileiros votam no exterior</a>	G1	News
07/10/2018	08:59	<a href="#">Jair Bolsonaro vota em escola da Vila Militar, no Rio de Janeiro</a>	Cristina Boeckel	News
07/10/2018	09:21	<a href="#">É #FAKE mensagem atribuída a Eduardo Bolsonaro que orienta eleitores a não votar com a camiseta de Jair Bolsonaro</a>	Adriane Schultz	Enunciado
07/10/2018	09:44	<a href="#">Boulos vota em SP e pede para que eleitor 'não deposite o ódio nas urnas'</a>	Paulo Guilherme	News
07/10/2018	10:39	<a href="#">Geraldo Alckmin vota em escola da Zona Sul de São Paulo</a>	Marina Pinhoni	News
07/10/2018	10:58	<a href="#">FHC diz que resultado de eleição não se discute: 'ganhou ganhou, perdeu perdeu'</a>	Kleber Tomaz	News
07/10/2018	11:14	<a href="#">Amoêdo vota no RJ e diz que partido decidirá apoio no 2º turno</a>	Fernanda Rouvenat	News
07/10/2018	11:58	<a href="#">Cabo Daciolo vota no Rio ao lado dos filhos</a>	Raoni Alves	News

07/10/2018	12:13	<a href="#">Ruas limpas e sem 'santinhos' surpreendem eleitores no litoral de SP</a>	Sheila Almeida	News
07/10/2018	13:45	<a href="#">PF conduz 134 eleitores suspeitos de crimes eleitorais para prestar esclarecimentos</a>	Camila Bomfim e Ana Paula Andreolla	News
07/10/2018	14:59	<a href="#">É #FAKE vídeo em que eleitor seleciona a tecla "1" e aparece automaticamente o candidato Fernando Haddad na urna</a>	Adriane Schultz, Debora Cunha, Lucas Vidigal, Roney Domingos	Enunciado
07/10/2018	15:43	<a href="#">Chefe de missão da OEA vê 'normalidade' na eleição e diz que urnas eletrônicas são seguras</a>	Flávia Foreque	News
07/10/2018	17:23	<a href="#">É #FAKE que Trump fez post no Twitter em favor de Jair Bolsonaro</a>	G1	News
07/10/2018	20:35	<a href="#">Bolsonaro recebe mais do que o triplo de votos de Haddad e vence em 51 das 56 cidades do Oeste Paulista</a>	Gelson Netto, João Alberto Pedrini e Thamires Fonseca	News
07/10/2018	20:09	<a href="#">Bolsonaro e Paulo vencem eleição em Fernando de Noronha</a>	Ana Clara Marinho	News
07/10/2018	20:50	<a href="#">Veja famosos que se deram bem e que se deram mal no 1º turno das eleições 2018</a>	G1	Enunciado
07/10/2018	20:51	<a href="#">Jair Bolsonaro e Fernando Haddad decidirão eleição para presidente no segundo turno</a>	G1	News
07/10/2018	21:00	<a href="#">Veja curiosidades do 1º turno das eleições 2018</a>	G1	Enunciado
07/10/2018	21:23	<a href="#">Fora do segundo turno, Marina diz que fará oposição ao presidente que for eleito</a>	Gustavo Garcia	News
07/10/2018	21:25	<a href="#">'Ele não', afirma Ciro Gomes ao ser questionado sobre apoio no segundo turno</a>	Guilherme Mazui e Lucas Salomão	News
07/10/2018	21:33	<a href="#">Haddad comemora ida ao segundo turno e diz que quer 'unir os democratas do Brasil'</a>	Glauco Araújo e Guilherme Mazui	News
07/10/2018	21:40	<a href="#">Alckmin diz que se reúne na terça com PSDB para definir apoio no segundo turno</a>	Bárbara Muniz Vieira	News
07/10/2018	21:41	<a href="#">Bolsonaro comemora resultado do primeiro turno e diz que unirá o país se for eleito</a>	G1	News
07/10/2018	21:56	<a href="#">Boulos declara apoio a Haddad no segundo turno das eleições para presidente</a>	G1	News
07/10/2018	22:19	<a href="#">Presidente do TSE diz que primeiro turno das eleições transcorreu 'dentro da normalidade'</a>	Fernanda Calgaro e Rosanne D'Agostino	News
07/10/2018	22:38	<a href="#">Meirelles investe R\$ 54 milhões na própria campanha, mas fica fora do segundo turno</a>	G1	News
07/10/2018	22:47	<a href="#">Nosso desempenho foi sensacional', diz Amoêdo sobre resultados do partido Novo</a>	Renan Ramalho e Fernanda Calgaro	News
07/10/2018	22:51	<a href="#">Bolsonaro vence em todos os municípios do RJ e em todas as zonas eleitorais da capital</a>	Thiago Reis	News
07/10/2018	23:11	<a href="#">Veja como votaram os eleitores da região de Piracicaba no 1º turno</a>	G1	News

07/10/2018	23:20	<a href="#">Bolsonaro vence em 17 estados e Haddad, em 9; nas capitais, placar é 23 a 3</a>	Vitor Sorano	News
07/10/2018	23:20	<a href="#">Bolsonaro vence em 2.852 cidades, Haddad, em 2.614, e Ciro, em 103</a>	Thiago Reis	News
07/10/2018	23:20	<a href="#">Doria declara apoio a Bolsonaro e diz que derrotará 'esquerda' em São Paulo</a>	Paula Paiva Paulo	News
07/10/2018	23:42	<a href="#">Amoêdo diz que diretório decidirá apoio no 2º turno, mas que não será ao PT</a>	G1 Rio	News
07/10/2018	23:48	<a href="#">Bolsonaro vence nos EUA, Venezuela, Israel e Irã; Ciro, em Berlim, Paris e Pequim; Haddad, na Palestina, Cuba e Nigéria</a>	Ana Carolina Moreno	News
22/10/2018	05:00	<a href="#">Como as eleições podem ser cobradas no Enem? Teste seus conhecimentos</a>	G1	Quiz
22/10/2018	08:03	<a href="#">Mourão diz que fala de filho de Bolsonaro sobre STF foi 'arroubo juvenil'</a>	Andréia Sadi	News
22/10/2018	08:22	<a href="#">Veja o que mudou nas propostas das campanhas dos presidentiáveis sobre a economia</a>	G1	News
22/10/2018	12:59	<a href="#">Alexandre de Moraes diz que frase sobre fechamento do STF merece ser apurada pela PGR por crime contra segurança nacional</a>	Tahiane Stochero	News
22/10/2018	14:21	<a href="#">Toffoli, Moraes e Celso de Mello reagem à fala de Eduardo Bolsonaro sobre fechamento do STF</a>	G1	News
22/10/2018	14:49	<a href="#">Economistas das campanhas de Bolsonaro e Haddad participam de debate em SP</a>	Luiz Guilherme Gerbelli	News
22/10/2018	16:19	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Haddad e Bolsonaro para fortalecer as polícias e reduzir mortes de agentes de segurança</a>	G1	News
22/10/2018	15:09	<a href="#">Saiba mais sobre as promessas de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad para a reforma política</a>	G1	Enunciado
22/10/2018	17:36	<a href="#">Marina Silva diz que dará 'voto crítico' a Fernando Haddad no segundo turno</a>	Filipe Matoso e Gustavo Garcia	News
22/10/2018	20:25	<a href="#">Fala do filho de Bolsonaro 'afasta qualquer possibilidade de neutralidade', diz Eymael</a>	G1	News
22/10/2018	20:32	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Bolsonaro e Haddad para combater a corrupção</a>	G1	Enunciado
22/10/2018	20:40	<a href="#">É #FAKE áudio atribuído a funcionário da Globo com orientações contra Bolsonaro</a>	G1	News
22/10/2018	21:32	<a href="#">Bolsonaro recebe representantes de setores da indústria e diz que investirá em saneamento se eleito</a>	Jornal Nacional	News
22/10/2018	22:08	<a href="#">Ministros do Supremo reagem às declarações de Eduardo Bolsonaro</a>	Jornal Nacional	News
23/10/2018	07:24	<a href="#">Saiba mais sobre as promessas de Bolsonaro e Haddad para a saúde</a>	G1	Enunciado
23/10/2018	11:30	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad para a política externa</a>	G1	Enunciado
23/10/2018	12:04	<a href="#">Temer tenta aproximação com Bolsonaro</a>	Andréia Sadi	News

23/10/2018	13:15	<a href="#">Mourão diz que acusação repetida por Haddad é mentira e fala em processar músico que o chamou de 'torturador'</a>	Andréia Sadi	News
23/10/2018	14:33	<a href="#">Haddad repete em sabatina acusação equivocada feita por músico que chamou Mourão de 'torturador'</a>	G1	News
23/10/2018	14:39	<a href="#">Haddad apresenta propostas para segurança pública em sabatina no Rio</a>	Jornal Hoje e G1	News
23/10/2018	15:36	<a href="#">Justiça autoriza prorrogação de segundo inquérito sobre facada em Bolsonaro</a>	Camila Bomfim	News
23/10/2018	17:30	<a href="#">Veja o que é #FATO ou #FAKE na sabatina de Fernando Haddad no jornal 'O Globo'</a>	G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época	News
23/10/2018	18:46	<a href="#">Mais dois ministros do STF condenam fala de filho de Bolsonaro</a>	Mariana Oliveira	News
23/10/2018	18:46	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad para o país</a>	G1	Listicle
23/10/2018	21:02	<a href="#">Eleições 2018: veja o calendário da reta final do 2º turno</a>	G1	Enunciado
23/10/2018	21:19	<a href="#">Jair Bolsonaro defende endurecer leis para prevenir violência</a>	Jornal Nacional	News
23/10/2018	21:19	<a href="#">Ibope para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 57%; Haddad, 43%</a>	G1	News
23/10/2018	22:54	<a href="#">Haddad participa de comício no Centro do Rio, marcado por discurso crítico de Mano Brown</a>	Carlos Brito, G1 Rio	News
24/10/2018	05:00	<a href="#">Pesquisa Ibope aponta opinião dos eleitores sobre Bolsonaro e Haddad com índice de rejeição e certeza do voto</a>	G1	News
24/10/2018	05:00	<a href="#">Pesquisa Ibope de 23 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e cor</a>	G1	News
24/10/2018	06:35	<a href="#">73% dizem que não receberam conteúdo no WhatsApp com críticas ou ataques a candidatos na semana antes do 1º turno, diz Ibope</a>	G1	News
24/10/2018	09:53	<a href="#">Bolsonaro diz que política de cotas é 'equivocada' e que política de combate ao preconceito é 'coitadismo'</a>	G1	News
24/10/2018	13:03	<a href="#">Bolsonaro recebe representantes do agronegócio e defende agricultura familiar</a>	Cristina Boeckel	News
24/10/2018	13:40	<a href="#">Veja o que é #FATO ou #FAKE na entrevista de Fernando Haddad à CBN e ao G1</a>	G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época	News
24/10/2018	16:09	<a href="#">Com educação como prioridade, deputada eleita Tábata Amaral se diz preocupada com plano de governo de Bolsonaro</a>	Matheus Leitão	News
24/10/2018	16:18	<a href="#">Rejeição a tucano 'contamina' Bolsodoria na capital</a>	Julia Duailibi	News
24/10/2018	16:53	<a href="#">Ex-presidente do PSDB, Goldman declara voto em Haddad</a>	G1 SP	News
24/10/2018	18:38	<a href="#">Bolsonaro busca mais de 60% dos votos; Haddad sonha com virada ou ao menos ficar perto dos 50%</a>	Valdo Cruz	News

24/10/2018	19:00	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Bolsonaro e Haddad para os ministérios</a>	Rafaela Putini	Enunciado
25/10/2018	06:01	<a href="#">Economistas criticam falta de clareza e de detalhamento nas propostas de Bolsonaro e Haddad</a>	Darlan Alvarenga e Luiz Guilherme Gerbelli	News
25/10/2018	07:15	<a href="#">Instituto Sou da Paz questiona presidenciáveis sobre propostas para combater violência</a>	G1	News
25/10/2018	10:05	<a href="#">Bolsonaro promete economia liberal, sem choques nem surpresas</a>	Valdo Cruz	News
25/10/2018	11:08	<a href="#">É #FAKE que advogado de manifesto em apoio a Haddad defende homem que esfaqueou Bolsonaro</a>	Adriane Schultz	News
25/10/2018	12:29	<a href="#">Cid diz que 'só Ciro' pode responder sobre último apelo de Haddad por apoio público</a>	Andréia Sadi	News
25/10/2018	13:55	<a href="#">TSE determina remoção de vídeo em que Bolsonaro aponta possibilidade de fraude nas urnas eletrônicas</a>	Renan Ramalho	News
25/10/2018	13:56	<a href="#">Haddad cumpre agenda de campanha em SP e se encontra com chefe da missão da OEA</a>	G1 e Jornal Hoje	News
25/10/2018	14:51	<a href="#">Saiba mais sobre as políticas para mulheres propostas por Fernando Haddad e Jair Bolsonaro</a>	G1	Enunciado
25/10/2018	18:38	<a href="#">É #FAKE que diretor Jayme Monjardim fez vídeo criticando peça da campanha de Haddad</a>	G1	News
25/10/2018	18:39	<a href="#">Bolsonaro diz que se eleito não vai tirar o Brasil do Acordo de Paris</a>	Nicolás Satriano	News
25/10/2018	19:05	<a href="#">Datafolha para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 56%; Haddad, 44%</a>	G1	News
25/10/2018	19:43	<a href="#">É #FAKE que Sarney, Temer e Dilma tramaram conspiração para Bolsonaro não virar presidente caso vença eleição</a>	G1	News
25/10/2018	20:57	<a href="#">É #FAKE que pesquisa do Datafolha computou votos de Bolsonaro para Haddad</a>	Extra	News
25/10/2018	20:19	<a href="#">TJMG remete processo de agressor de Bolsonaro à Justiça Federal</a>	Fellype Alberto	News
26/10/2018	05:00	<a href="#">Datafolha de 25 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e orientação sexual</a>	G1	News
26/10/2018	05:00	<a href="#">Datafolha aponta opinião dos eleitores sobre Bolsonaro e Haddad com índice de rejeição e certeza do voto</a>	G1	News
26/10/2018	09:31	<a href="#">Bolsonaro é favorito, mas eleição não está decidida', afirma cientista político</a>	Matheus Leitão	News
26/10/2018	10:21	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad para a agropecuária</a>	G1	Enunciado
26/10/2018	15:10	<a href="#">Universidades públicas são alvos de operações da Justiça Eleitoral em sete estados</a>	G1	News
26/10/2018	15:22	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Bolsonaro e Haddad para as Forças Armadas</a>	Lucas Vidigal	Enunciado
26/10/2018	16:39	<a href="#">TRE-RJ diz que tirou cartazes de universidade pública porque 'não é permitida a propaganda eleitoral'; alunos protestam</a>	Carlos Brito, G1 Rio	News

26/10/2018	17:08	<a href="#">Ministro dá andamento a ação de Bolsonaro que pede ao TSE para declarar Haddad inelegível</a>	Rosanne D'Agostino	News
26/10/2018	17:29	<a href="#">Veja as promessas em que Bolsonaro e Haddad voltaram atrás</a>	G1	Enunciado
26/10/2018	19:38	<a href="#">É #FAKE que Miguel Falabella gravou áudio sobre cenário pós-eleição</a>	G1	News
26/10/2018	20:12	<a href="#">Saiba mais sobre as propostas de Bolsonaro e Haddad para unificação de tributos</a>	Alexandro Martello	News
26/10/2018	21:11	<a href="#">Saiba como foi o último programa eleitoral de TV dos presidentes no segundo turno</a>	Filipe Matoso, G1	News
26/10/2018	21:26	<a href="#">Bolsonaro defende que índios recebam royalties pela exploração da terra em que vivem</a>	Jornal Nacional e G1	News
26/10/2018	21:47	<a href="#">TV Globo não exibirá debate entre candidatos à Presidência no 2º turno</a>	Jornal Nacional	News
26/10/2018	23:07	<a href="#">Ciro Gomes desembarca no Brasil, mas não fala sobre disputa em segundo turno</a>	G1 CE	News
27/10/2018	05:00	<a href="#">Pesquisas Ibope para presidente nos estados: veja a intenção de voto no 2º turno</a>	G1	News
27/10/2018	06:00	<a href="#">FATO ou FAKE: as checagens da eleição</a>	G1, O Globo, Extra, CBN, Valor, GloboNews, TV Globo e Época	Listicle
27/10/2018	10:02	<a href="#">Eleições 2018: veja tudo o que você precisa saber sobre a votação do 2º turno</a>	G1	Enunciado
27/10/2018	10:37	<a href="#">Bolsonaro diz que forma de mudar o país é com 'defesa das leis' e 'obediência à Constituição'</a>	G1	News
27/10/2018	11:29	<a href="#">Ex-presidente do STF Joaquim Barbosa declara voto em Fernando Haddad</a>	Andréia Sadi	News
27/10/2018	11:31	<a href="#">Cármen Lúcia suspende decisões que determinaram ação de policiais em universidades</a>	Luiz Felipe Barbiéri	News
27/10/2018	13:26	<a href="#">Antipetismo aproximou Bolsonaro e presidente do PSL, cotado para o Ministério da Justiça</a>	Andréia Sadi	News
27/10/2018	14:53	<a href="#">É #FAKE que FHC declarou voto em Fernando Haddad neste 2º turno</a>	Bárbara Libório, Aos Fatos e G1	News
27/10/2018	15:28	<a href="#">Ciro diz que não quer tomar lado, que se deve votar com a democracia, mas que ninguém é obrigado a votar contra convicções</a>	G1	News
27/10/2018	15:59	<a href="#">É #FAKE capa da Veja em que Bolsonaro diz que acabará com tudo que o PT fez</a>	Clara Becker, Agência Lupa e G1	News
27/10/2018	20:35	<a href="#">Datafolha para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 55%; Haddad, 45%</a>	G1	News
27/10/2018	20:36	<a href="#">Ibope para presidente, votos válidos: Bolsonaro, 54%; Haddad, 46%</a>	G1	News
27/10/2018	21:18	<a href="#">Bolsonaro defende combate à corrupção e diz que se eleito não vai trocar cargos por apoio</a>	Jornal Nacional	News

27/10/2018	21:31	<a href="#">Veja como foram os últimos dias de campanha de Fernando Haddad no 2º turno</a>	Jornal Nacional	News
27/10/2018	21:55	<a href="#">Veja como foram os últimos dias de campanha de Jair Bolsonaro no 2º turno</a>	Jornal Nacional	News
27/10/2018	22:07	<a href="#">Jovem é assassinado a tiros em carreta pró-Haddad em Pacajus, no Ceará</a>	Paulo Martins, G1 CE	News
27/10/2018	22:21	<a href="#">Pesquisa Ibope de 27 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e raça/cor</a>	G1	News
27/10/2018	22:29	<a href="#">Datafolha de 27 de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região e religião</a>	G1	News
27/10/2018	23:28	<a href="#">Datafolha aponta opinião dos eleitores sobre Bolsonaro e Haddad com índice de rejeição e certeza do voto</a>	G1	News
27/10/2018	23h33	<a href="#">Pesquisa Ibope aponta opinião dos eleitores sobre Bolsonaro e Haddad com índice de rejeição e certeza do voto</a>	G1	News
28/10/2018	01:15	<a href="#">É #FAKE que Haddad é acusado de estuprar menina de 11 anos</a>	Tai Nalon , Aos Fatos e G1	News
28/10/2018	09:18	<a href="#">Com segurança reforçada e colete à prova de balas, Bolsonaro vota no Rio de Janeiro</a>	Cristina Boeckel	News
28/10/2018	09:36	<a href="#">Famosos votam no 2º turno em todo o Brasil</a>	G1	Outro
28/10/2018	10:19	<a href="#">Haddad vota em escola de São Paulo</a>	Marina Pinhoni	News
28/10/2018	10:53	<a href="#">Mourão diz que reforma da Previdência, que inclui militares, será prioridade</a>	Sara Resende	News
28/10/2018	11:55	<a href="#">Candidatos à Presidência no 2º turno votam na manhã deste domingo</a>	G1	News
28/10/2018	14:19	<a href="#">Não quero fazer campanha com o PT nunca mais', diz Ciro Gomes antes de votar em Fortaleza</a>	Alessandro Torres	News
28/10/2018	16:13	<a href="#">Candidatos à Presidência derrotados no 1º turno votam neste domingo</a>	G1	News
28/10/2018	19:21	<a href="#">Jair Bolsonaro é eleito presidente e interrompe série de vitórias do PT</a>	Guilherme Mazui	News
28/10/2018	19:30	<a href="#">A mulher dos bastidores: saiba quem é Michelle Bolsonaro, a nova primeira-dama</a>	Patrícia Teixeira	News
28/10/2018	19:31	<a href="#">General da reserva Hamilton Mourão é eleito vice-presidente</a>	G1	News
28/10/2018	19:31	<a href="#">De capitão a presidente: conheça a trajetória de Jair Bolsonaro</a>	Guilherme Mazui e Fernanda Calgaro	News
28/10/2018	19:33	<a href="#">Guru econômico de Bolsonaro, Paulo Guedes quer privatizar estatais e reformar Previdência</a>	Laís Liz e Marta Cavallini	News
28/10/2018	19:48	<a href="#">Bolsonaro diz que fará um governo 'defensor da Constituição, da democracia e da liberdade'</a>	G1	News
28/10/2018	19:48	<a href="#">Cidades pelo Brasil têm comemorações após eleição de Bolsonaro</a>	G1	Enunciado
28/10/2018	20:04	<a href="#">Eleitores comemoram vitória de Jair Bolsonaro em Sorocaba e Jundiá</a>	G1 Sorocaba e Jundiá	Enunciado

28/10/2018	20:06	<a href="#">Eleitores de Jair Bolsonaro lotam orla de Maceió em comemoração</a>	Cau Rodrigues e Douglas França, G1 AL e TV Gazeta	News
28/10/2018	20:13	<a href="#">Percentual de voto nulo é o maior desde 1989; soma de abstenções, nulos e brancos passa de 30%</a>	Felipe Grandin, Leandro Oliveira e Rodrigo Esteves	News
28/10/2018	20:18	<a href="#">Eleito presidente, Bolsonaro derrota Haddad em 45 cidades da região</a>	G1 Vale do Paraíba e Região	News
28/10/2018	20:24	<a href="#">Jair Bolsonaro e Romeu Zema vencem nas 6 maiores cidades do Sul de Minas: veja os números</a>	G1 Sul de Minas	News
28/10/2018	20:24	<a href="#">Temer telefona para Bolsonaro e diz que Brasil precisa de governo de 'paz' e 'harmonia'</a>	Gustavo Garcia e Filipe Matoso	News
28/10/2018	20:32	<a href="#">Íntegra: discurso de Jair Bolsonaro após vitória eleitoral</a>	G1	Outro
28/10/2018	20:39	<a href="#">Bolsonaro só perde em 3 cidades do RJ; na capital, Haddad vence apenas em Laranjeiras</a>	Thiago Reis	News
28/10/2018	20:39	<a href="#">Eleitores comemoram a vitória de Jair Bolsonaro na região de Bauru e Marília</a>	G1 Bauru e Marília	Enunciado
28/10/2018	20:43	<a href="#">Eleitores de Jair Bolsonaro comemoram vitória em São Luís</a>	G1 MA	News
28/10/2018	20:46	<a href="#">Haddad diz que defenderá liberdade de 45 milhões de eleitores: 'Não tenham medo'</a>	Bárbara Muniz Vieira e Lucas Salomão	News
28/10/2018	20:48	<a href="#">Íntegra: discurso de Fernando Haddad após derrota eleitoral</a>	G1	Outro
28/10/2018	20:48	<a href="#">Bolsonaro vence em 631 das 645 cidades do estado de SP; na capital, Haddad ganha apenas em 6 das 58 zonas eleitorais</a>	Thiago Reis	News
28/10/2018	20:51	<a href="#">Haddad tem maioria dos votos em AL no 2º turno; Bolsonaro vence em 8 municípios</a>	Cau Rodrigues, G1 AL	News
28/10/2018	20:54	<a href="#">Toffoli diz que Bolsonaro deve 'fidelidade' à Constituição e às instituições da República</a>	Fernanda Calgaro e Rosanne D'Agostino	News
28/10/2018	20:58	<a href="#">Imprensa internacional repercute a vitória de Bolsonaro na eleição presidencial</a>	G1	Enunciado
28/10/2018	21:05	<a href="#">Veja como votaram os eleitores da região de Campinas no 2º turno</a>	G1 Campinas e Região	News
28/10/2018	21:06	<a href="#">Apoiadores de Bolsonaro comemoram em S.José e Taubaté</a>	G1 Vale do Paraíba e Região	News
28/10/2018	21:20	<a href="#">Mãe de Jair Bolsonaro comemora após vitória do filho: 'Povo muito digno'</a>	G1 Santos	News
28/10/2018	21:23	<a href="#">Aliados e eleitores de Jair Bolsonaro comemoram vitória no Ceará</a>	G1 CE	News
28/10/2018	21:24	<a href="#">Eleitores de Bolsonaro comemoram em Brasília</a>	G1 DF	News
28/10/2018	21:25	<a href="#">No 2º turno, Bolsonaro vence em 16 estados e Haddad, em 11; nas capitais, placar é de 21 a 6</a>	Vitor Sorano	News
28/10/2018	21:27	<a href="#">Rio tem relatos de agressões e feridos em domingo de votação</a>	Yasmim Restum, G1 Rio	News

28/10/2018	21:28	<a href="#">Cobertura do 2º turno das eleições em Pernambuco</a>	G1 PE	Outro
28/10/2018	21:40	<a href="#">10 fatos que marcaram as eleições de 2018</a>	G1	Listicle
28/10/2018	21:50	<a href="#">Eleitores de Jair Bolsonaro em Aracaju comemoram vitória do candidato</a>	G1 SE	News
28/10/2018	21:51	<a href="#">Eleições 2018: 30 fotos que marcaram a disputa presidencial</a>	Celso Tavares e Fábio Tito, G1	Listicle
28/10/2018	21:51	<a href="#">Festa da vitória de Bolsonaro fecha Paulista, tem fogos de artifício e confusão com grupo opositor</a>	Glauco Araújo, G1 SP	News
28/10/2018	22:03	<a href="#">Bolsonaro vence em 2.760 cidades e Haddad, em 2.810, no 2º turno</a>	Thiago Reis e Rogério Banquieri	News
28/10/2018	22:10	<a href="#">Veja como votou cada cidade do Alto Tietê na eleição presidencial no 2º turno</a>	G1	News
28/10/2018	22:12	<a href="#">Bolsonaro atinge 68,43% dos votos no 2º turno das eleições 2018 no Paraná</a>	G1 Paraná	Outro
28/10/2018	22:14	<a href="#">Bisavô de Bolsonaro trabalhou em jornal que lutava contra o racismo em Campinas</a>	Marcello Carvalho, G1 Campinas e Região	News
28/10/2018	22:14	<a href="#">Veja como votaram os eleitores de Piracicaba e Limeira no 2º turno</a>	G1 Piracicaba e Região	News
28/10/2018	22:23	<a href="#">PSDB e PT são os partidos que irão governar o maior número de habitantes</a>	Gabriela Caesar	News
28/10/2018	22:26	<a href="#">Brasil tem terceira eleição para presidente mais apertada desde 1989</a>	Clara Velasco	News
28/10/2018	22:29	<a href="#">Bolsonaro recebeu ligação de Trump: 'Desejou boa sorte'</a>	G1	News
28/10/2018	22:33	<a href="#">No século XIX, família de Bolsonaro saiu da Itália para trabalhar em SP</a>		News
28/10/2018	22:48	<a href="#">Casagrande diz que relação com Bolsonaro será "institucional"; veja outras declarações de políticos do ES</a>	Viviane Machado, G1 ES	News
28/10/2018	22:48	<a href="#">Haddad volta a ter maior vitória em cidade berço do Bolsa Família; Bolsonaro, na mesma cidade que teve recorde de Aécio em 2014</a>	Rodrigo Ortega	News
28/10/2018	23:09	<a href="#">Eleito presidente, Jair Bolsonaro obtém 65,52% dos votos válidos em Goiás</a>	Sílvio Túlio, G1 GO	News
28/10/2018	23:19	<a href="#">Paulo Guedes diz que reforma da Previdência é primeiro 'grande item' do modelo econômico de Bolsonaro</a>	Nicolás Satriano e Arthur Guimaraes, G1 Rio e TV Globo	News
28/10/2018	23:20	<a href="#">Bolsonaro vence nos EUA e no Japão; Haddad, em Berlim e Frankfurt, na Palestina e em Cuba</a>	Thiago Lavado	News
28/10/2018	23:36	<a href="#">No 2º turno, Bolsonaro tem melhor desempenho no Acre; Haddad, no Piauí</a>	Vitor Sorano	News
28/10/2018	23:37	<a href="#">Bolsonaro poderá indicar até 50 integrantes para equipe de transição de governo</a>	Guilherme Mazui e Roniara Castilhos, G1 e TV Globo	News

28/10/2018	23:45	<a href="#">Bolsonaro é eleito presidente do Brasil; em Salvador, noite é marcada por festa na Barra e confusão no Rio Vermelho</a>	G1 BA	News
		<a href="#">Como você se encaixa no cenário político</a>		Quiz

### APÊNDICE E - Publicações do Uol:

Data	Hora	Título	Autor	Formato
01/10/2018	01:04	<a href="#">Você não acredita no que diz, afirma Ciro a Haddad sobre Constituinte</a>	Diogo Max	News
01/10/2018	04:00	<a href="#">Ciro Gomes promete bolsa para diminuir evasão escolar no ensino médio</a>	Italo Rômany	News
01/10/2018	04:00	<a href="#">Guerra do adesivo e Daciolo "antiestresse": bastidores do debate da Record</a>	Nathan Lopes	News
01/10/2018	12:51	<a href="#">Presença de Bolsonaro exige "atenção redobrada", diz gerente de condomínio</a>	Hanrrikson de Andrade	News
01/10/2018	21:05	<a href="#">Ibope: Bolsonaro tem 31%; Haddad, 21%; Ciro, 11%; Alckmin, 8%; e Marina, 4%</a>	Uol	News
01/10/2018	21:17	<a href="#">Ibope: Bolsonaro empata com Haddad e perde para Ciro em eventual 2º turno</a>	Uol	News
01/10/2018	22:01	<a href="#">Bolsonaro poupa aliados e culpa adversários por "mentiras" sobre 13º e CPMF</a>	Uol	News
01/10/2018	16:35	<a href="#">Neutro no 1º turno, PSB diz que será contra Bolsonaro em eventual 2º turno</a>	Renan Truffi	News
01/10/2018	18:44	<a href="#">Gilmar diz ser impróprio "intervenção do Judiciário" em período eleitoral</a>	Guilherme Mazieiro	News
01/10/2018	11:50	<a href="#">Não vi nenhum projeto nacional nesta campanha', diz Toffoli em debate</a>	André Ítalo Rocha	News
01/10/2018	19:11	<a href="#">Mensagens que tentam desmentir fotos de ato #EleNão em SP são falsas</a>	Uol	News
01/10/2018	18:54	<a href="#">Fotos de ato #EleNão no Rio são reais e não mostram prédio que desabou</a>	Uol	News
02/10/2018	10:44	<a href="#">Ibope: Bolsonaro cresce entre mulheres, pobres e ricos; Haddad sobe no NE</a>	Uol	News
02/10/2018	21:40	<a href="#">Bolsonaro lidera pedidos para retirar conteúdos da internet, diz estudo</a>	Agência Brasil	News
02/10/2018	18:31	<a href="#">Marina: 'vocês vão ter uma surpresa, vamos estar no segundo turno'</a>	Denise Luna	News
02/10/2018	10:56	<a href="#">Lava Jato não vai dar paz ao PT em um governo Haddad, diz vice de Ciro</a>	Luís Adorno	News
02/10/2018	17:07	<a href="#">Ratinho não vai entrevistar Bolsonaro na hora do debate na "Globo"</a>	Uol	News
02/10/2018	20:26	<a href="#">FHC diz que votará em Alckmin e que suposta aliança com PT é "fake news"</a>	Uol	News

02/10/2018	06:48	<a href="#">Como casais estão sendo afetados por diferença no voto de homens e mulheres</a>	Amanda Rossi e Leticia Mori	News
02/10/2018	09:40	<a href="#">Com metas diferentes, Haddad e Meirelles evitam atacar adversários</a>	Ricardo Galhardo	News
02/10/2018	12:14	<a href="#">Declarações de Dirceu colocam PT na defensiva</a>	Marcelo Godoy e Ricardo Galhardo	News
02/10/2018	04:00	<a href="#">Coagir voto de funcionários é ilegal, alerta Ministério Público do Trabalho</a>	Uol	News
02/10/2018	14:50	<a href="#">Capas falsas de revistas espalham denúncia inexistente de fraude em urnas</a>	Lucas Borges Teixeira	News
02/10/2018	18:37	<a href="#">Fraudes apontadas por suposta funcionária de Ibope e Datafolha são falsas</a>	Uol	News
02/10/2018	19:22	<a href="#">Voto não é invalidado se eleitor decidir votar somente para presidente</a>	Uol	News
03/10/2018	04:00	<a href="#">Haddad arrecada mais de R\$ 500 mil em 15 dias de vaquinha; Bolsonaro lidera</a>	Luiz Alberto Gomes	News
03/10/2018	04:00	<a href="#">Marina promete criar 2 milhões de empregos em projetos de energia renovável</a>	Ítalo Rômany e Leda Antunes	News
03/10/2018	11:10	<a href="#">Por que há ex-eleitores de Lula que votam em Bolsonaro?</a>	Bruno Lupion	News
03/10/2018	11:21	<a href="#">Datena desmente vídeo com elogios a Bolsonaro: "Não apoio ninguém"</a>	Uol	News
03/10/2018	11:59	<a href="#">Ciro ironiza ausência de Bolsonaro em debate e diz que ele é "nota de R\$ 3"</a>	Janaina Garcia e Luciana Amaral	News
03/10/2018	12h56	<a href="#">Campanha de Bolsonaro espalha fake news contra minha família, diz Haddad</a>	Nathan Lopes	News
03/10/2018	15h16	<a href="#">Bolsonaro recebe R\$ 2,8 mi; doadores incluem promotor, delegada e condenado</a>	Luís Adorno	News
03/10/2018	17h21	<a href="#">Ciro diz que aceitaria encabeçar chapa de união com Alckmin e Marina</a>	Janaina Garcia	News
03/10/2018	11:24	<a href="#">Médico veta participação de Bolsonaro em debate da Globo nesta quinta</a>	Hanrrikson de Andrade e Gustavo Maia	News
03/10/2018	19:01	<a href="#">Ibope: Bolsonaro tem 32%; Haddad, 23%; Ciro, 10%; Alckmin, 7%; e Marina, 4%</a>	Uol	News
03/10/2018	21:23	<a href="#">Ibope: Entre eleitores de SP, Bolsonaro tem 32%; Alckmin, 16%; Haddad, 15%</a>	Luiz Fernando Toledo, Alessandra Monnerat e Caio Sartori	News
03/10/2018	18:31	<a href="#">Padre Fábio de Melo não gravou áudio favorável a Bolsonaro</a>	Uol	News
03/10/2018	04:00	<a href="#">Datafolha: líderes têm mais rejeição que índice de votos a 5 dias do pleito</a>	Bernardo Barbosa	News
03/10/2018	08:39	<a href="#">Voto útil, abstenções e outros três fatores que podem definir a eleição</a>	Paula Adamo Idoeta	News

03/10/2018	20:09	<a href="#">Fiel a Alckmin, ACM Neto abandona candidato do DEM na Bahia pró-Bolsonaro</a>	Yuri Silva	News
03/10/2018	15:15	<a href="#">Justiça manda dono da Havan divulgar vídeo liberando voto de funcionários</a>	Luís Adorno	News
03/10/2018	14:52	<a href="#">Tendência natural é bancada evangélica apoiar Bolsonaro, diz líder</a>	Camila Turtelli	News
03/10/2018	16:34	<a href="#">Inscrição sobre Jesus em camiseta de Manuela D'Ávila é falsa</a>	Uol	News
04/10/2018	04:00	<a href="#">Propostas de Bolsonaro favorecem investimentos de empresa de Paulo Guedes</a>	Rodrigo Mattos	News
04/10/2018	04:00	<a href="#">Haddad é o petista com menor intenção de votos desde 1994</a>	Luiz Alberto Gomes	News
04/10/2018	04:00	<a href="#">Foco errado e pouco ativismo digital atrapalharam Alckmin, dizem analistas</a>	Diogo Max	News
04/10/2018	08:51	<a href="#">Ibope: Haddad sobe entre pobres e no Sudeste, e Bolsonaro, entre ricos</a>	Uol	News
04/10/2018	12:44	<a href="#">Ninguém deixará de ser candidato, diz Alckmin</a>	Denise Luna	News
04/10/2018	13:45	<a href="#">No último dia de TV, Haddad ataca Bolsonaro, que se diz perseguido</a>	Eduardo Lucizano	News
04/10/2018	14:19	<a href="#">Placa de Marielle foi quebrada para restaurar a ordem, diz Flávio Bolsonaro</a>	Gustavo Maia	News
04/10/2018	14:48	<a href="#">Cabo Daciolo pede via TSE para participar do debate da Globo</a>	Luís Adorno	News
04/10/2018	15:44	<a href="#">Bolsonaro afirma que, se eleito, não vai acabar com o Bolsa Família</a>	Luís Adorno	News
04/10/2018	22:37	<a href="#">Bolsonaro parabeniza Palocci e diz que delação deve mudar eleição</a>	Janaina Garcia e Mirthyani Bezerra	News
04/10/2018	23:01	<a href="#">Boulos discursa contra ditadura, e Haddad diz que democracia corre risco</a>	Ana Carla Bermúdez e Bernardo Barbosa	News
04/10/2018	23:12	<a href="#">Bolsonaro restringe ataques só ao PT e reafirma que Haddad é fanteche</a>	Janaina Garcia e Mirthyani Bezerra	News
04/10/2018	10:32	<a href="#">PT se assusta com alta de Bolsonaro e vai mudar tom da campanha de Haddad</a>	Por Lisandra Paraguassu	News
04/10/2018	17:55	<a href="#">Livro que trata de incesto não foi distribuído na gestão Haddad no MEC</a>	Uol	News
04/10/2018	20:41	<a href="#">Pior que Trump: Guardian diz que possível eleição de Bolsonaro é perigo</a>	Uol	News
04/10/2018	04:00	<a href="#">15 coisas que você precisa saber antes de votar nas eleições 2018</a>	Diogo Max	Listicle
04/10/2018	17:31	<a href="#">Em afago à região Nordeste, Bolsonaro recua sobre Lula e cita Bolsa Família</a>	Gustavo Maia	News
04/10/2018	16:49	<a href="#">UOL lança manifesto contra o 'achismo' para combater notícias falsas</a>	Renato Pezzotti	News
04/10/2018	19:27	<a href="#">General Mourão não propôs o confisco da poupança</a>	Uol	News

04/10/2018	12:45	<a href="#">O que é o fascismo? Perguntamos a pensadores da Itália, berço do movimento</a>	Lucas Ferraz	News
05/10/2018	00:52	<a href="#">Debate final tem Haddad enfático e ataques a Bolsonaro por ausência</a>	Ana Carla Bermúdez e Bernardo Barbosa	News
05/10/2018	01:42	<a href="#">Ciro diz que PT cultivou Bolsonaro; Haddad nega que sigla criou "monstro"</a>	Hanrrikson de Andrade	News
05/10/2018	01:55	<a href="#">Em considerações finais de debate, candidatos pedem voto contra polarização</a>	Marcelo Osakabe, Mateus Fagundes, Daniel Weterman e Daniel Galvão	News
05/10/2018	02:33	<a href="#">Ciro reclama da Globo e diz que oficial de Justiça o procurou em camarim</a>	Hanrrikson de Andrade	News
05/10/2018	03:26	<a href="#">Frasas do debate: Bonner atrapalhado, Bolsonaro na mira e bronca de Haddad</a>	Uol	News
05/10/2018	04:21	<a href="#">Bastidores do debate da Globo: Ciro irado, vice barrado e olho na Record</a>	Hanrrikson de Andrade	News
05/10/2018	19:07	<a href="#">Acompanhe em tempo real a apuração das eleições pelo UOL</a>	Uol	News
05/10/2018	09:31	<a href="#">Racista, homofóbico, misógino e pró-ditadura, Bolsonaro seduziu o Brasil, diz Libération</a>	Agência RFI	News
05/10/2018	04:00	<a href="#">Eleitor terá que votar em seis nomes; entenda a ordem e prepare a cola</a>	Mirthyani Bezerra	News
05/10/2018	01:13	<a href="#">TSE determina remoção de fake news contra Haddad</a>	Rafael Moraes Moura	News
05/10/2018	20:35	<a href="#">Em carta, Lula pede voto em Haddad como presente de aniversário</a>	Pepita Ortega, especial para a AE	News
05/10/2018	20:29	<a href="#">Não é verdade que manifestantes ficaram nus em protesto contra Bolsonaro</a>	Uol	News
05/10/2018	17:28	<a href="#">Policiais antifascistas se mobilizam contra Jair Bolsonaro no Brasil</a>	Achim Lippold	News
05/10/2018	14:18	<a href="#">Eleições 2018: Como as pesquisas eleitorais influenciam a decisão do voto?</a>	Mariana Alvim	News
05/10/2018	21:35	<a href="#">Polícia Federal não apreendeu van com urnas eletrônicas adulteradas</a>	Uol	News
05/10/2018	18:18	<a href="#">Frase sobre fim do cristianismo é de John Lennon, e não de Manuela D'Ávila</a>	Uol	News
06/10/2018	07:58	<a href="#">Contra 'ideologia de gênero', R.R. Soares declara apoio a Jair Bolsonaro</a>	Uol	News
06/10/2018	11:30	<a href="#">Ciro diz acreditar em ida ao 2º turno: '48 horas para desarmar essa bomba'</a>	Luciana Amaral	News
06/10/2018	11:43	<a href="#">Na Bahia, Haddad foca no eleitorado religioso na véspera da eleição</a>	Nathan Lopes	News
06/10/2018	13:29	<a href="#">Cabo Daciolo 'vira' Homem de Ferro no Twitter um dia antes da eleição</a>	Uol	News
06/10/2018	14:34	<a href="#">"Não devemos cargos, nem favores", escreve Bolsonaro no Twitter</a>	Uol	News

06/10/2018	15:50	<a href="#">Amoêdo desmente que desistiu de candidatura no 1º turno por Bolsonaro</a>	Uol	News
06/10/2018	18:37	<a href="#">Com pedidos por virada, Ciro bomba no Twitter na véspera das eleições</a>	Uol	News
06/10/2018	20:09	<a href="#">Ao lado da mulher, Haddad fecha campanha atacando Bolsonaro por fake news</a>	Bernardo Barbosa	News
06/10/2018	20:43	<a href="#">No último Ibope do 1º turno, Bolsonaro tem 41%; Haddad, 25%; Ciro, 13%</a>	Uol	News
06/10/2018	21:20	<a href="#">Em última fala antes de votação, Bolsonaro faz aceno para ateus e gays</a>	Gustavo Maia e Luís Adorno	News
06/10/2018	22:02	<a href="#">Haddad e Amoêdo são alvo de fake news sobre suposta renúncia de candidatura</a>	Gilberto Amendola	News
06/10/2018	22:16	<a href="#">Datafolha e Ibope apontam Bolsonaro e Haddad no 2º turno</a>	Uol	News
06/10/2018	22:23	<a href="#">"Meu neto é um cara bonito, branqueamento da raça", diz vice de Bolsonaro</a>	Ricardo Brito	News
06/10/2018	17:45	<a href="#">A um dia da eleição, fake news inundam as redes sociais</a>	Jonas Valente	News
06/10/2018	14:05	<a href="#">Na véspera do 1º turno, Bolsonaro lança propaganda direcionada às mulheres</a>	Gustavo Maia	News
06/10/2018	10:34	<a href="#">São Paulo e Rio de Janeiro não terão 'lei seca' nas eleições deste ano</a>	Uol	News
06/10/2018	11:41	<a href="#">Cuidado: É proibido pedir votos pelas redes sociais neste domingo</a>	Uol	News
06/10/2018	16:33	<a href="#">Eleições 2018: como se proteger da tristeza, da raiva e do medo?</a>	Renata Turbiani - De São Paulo para a BBC News Brasil	News
06/10/2018	10:21	<a href="#">Por 2º turno, Doria e Skaf 'colam' em Bolsonaro</a>	Fabio Leite. Colaborou Adriana Ferraz	News
06/10/2018	12:42	<a href="#">Manifestação a favor de Bolsonaro ocupa parte da Esplanada dos Ministérios</a>	Eduardo Rodrigues	News
06/10/2018	23:31	<a href="#">Militante do PT é agredida durante ataque a carreta em Maringá</a>	Gabriel Carneiro e José Edgar de Matos	News
06/10/2018	14:58	<a href="#">Da Argentina à França, Bolsonaro é figura central na cobertura internacional das eleições 2018</a>	Do UOL	News
06/10/2018	14:47	<a href="#">Saiba qual é o horário de votação na eleição deste domingo</a>	Uol	News
06/10/2018	11:48	<a href="#">Gleisi pede voto em Haddad como presente de aniversário para Lula</a>	Uol	News
06/10/2018	14:42	<a href="#">Operação policial integrada para eleições tem prisões e material apreendido</a>	Uol	News
06/10/2018	20:16	<a href="#">Da prisão, Lula diz que urna não é lugar de ódio e pede voto em Haddad</a>	Bernardo Barbosa	News

06/10/2018	09:37	<a href="#">Da educação à economia: confira as principais propostas dos presidenciais</a>	Uol	News
06/10/2018	04:00	<a href="#">Lula completa 6 meses na prisão como peça-chave na disputa à Presidência</a>	Nathan Lopes	News
06/10/2018	18:31	<a href="#">Uso de camiseta de candidato e número ao lado de assinatura não anulam voto</a>	Uol	News
06/10/2018	20:03	<a href="#">General Mourão cita "branqueamento da raça" ao falar que seu neto é bonito</a>	Antonio Temóteo	News
06/10/2018	06:57	<a href="#">Campanha eleitoral é marcada por agressões a jornalistas</a>	Hyury Potter	News
06/10/2018	04:01	<a href="#">Apesar de limbo legal, fake news podem dar multa e processo a quem envia</a>	Alex Tajra	News
06/10/2018	20:44	<a href="#">Rosa Weber diz que "democracia não é obra acabada, é conquista diária"</a>	Guilherme Mazieiro	News
06/10/2018	23:00	<a href="#">Brasileiros que vivem em Portugal avaliam governo de esquerda, conhecido como "geringonça"</a>	Luciana Quaresma	News
07/10/2018	00:11	<a href="#">Aliados de Bolsonaro ganham força na reta final por governo e Senado</a>	José Eduardo Martins	News
07/10/2018	04:00	<a href="#">Bolsonaro terá acompanhamento médico em casa até segunda-feira, diz médico</a>	Luís Adorno	News
07/10/2018	07:56	<a href="#">Esquema rígido de segurança gera filas em escola onde Bolsonaro vota</a>	Gustavo Maia	News
07/10/2018	08:14	<a href="#">Candidato ao governo de SP, Doria vota em "solidariedade" a Alckmin</a>	Luís Adorno	News
07/10/2018	09:01	<a href="#">Não haverá negociação partidária', diz Bolsonaro sobre possível governo</a>	Gustavo Maia e Hanrikson de Andrade	News
07/10/2018	09:49	<a href="#">Com panelaço e militância, Haddad vota em escola na zona sul de São Paulo</a>	Bernardo Barbosa e Nathan Lopes	News
07/10/2018	09:59	<a href="#">Saiba que horas começam a sair os resultados das eleições 2018</a>	Uol	News
07/10/2018	10:16	<a href="#">Filho de Bolsonaro pede que eleitores filmem a urna: ato é crime eleitoral</a>	Uol	News
07/10/2018	10:30	<a href="#">Saiba como os presidenciais votaram na manhã deste domingo</a>	Uol	News
07/10/2018	10:43	<a href="#">Alckmin chega separado de Doria para votar em SP</a>	Janaina Garcia	News
07/10/2018	10:57	<a href="#">Com Bíblia na mão, Daciolo ajuda cadeirante, vota no Rio e vai para o monte</a>	Marcela Lemos	News
07/10/2018	11:03	<a href="#">"Eu descarto votar no PT", diz Amoêdo: partido definirá apoio no 2º turno</a>	Luís Kawaguti	News
07/10/2018	13:47	<a href="#">Vídeo de fraude em urna divulgado por Flávio Bolsonaro é falso, diz TRE-MG</a>	Téo Takar e Marcelo Freire	News
07/10/2018	19:05	<a href="#">Boca de urna: Bolsonaro tem 45% dos votos válidos e Haddad, 28%, diz Ibope</a>	Aiuri Rebello	News
07/10/2018	20:53	<a href="#">Análise: "Se Bolsonaro for eleito, Brasil terá escolhido um meme"</a>	Uol	Outro

07/10/2018	21:00	<a href="#">Eleições 2018: Como e onde justificar sua ausência se você não votou?</a>	BBC News	Listicle
07/10/2018	21:10	<a href="#">Análise: "Nova direita" se alimenta de informações falsas</a>	Uol	Outro
07/10/2018	21:23	<a href="#">Análise: Bolsonaro representa falência do sistema político no Brasil</a>	Uol	Outro
07/10/2018	21:40	<a href="#">Ex de Bolsonaro fica longe da Câmara</a>	Caio Blois	News
07/10/2018	21:51	<a href="#">Bolsonaro diz que problemas nas urnas impediram vitória no 1º turno</a>	Uol	News
07/10/2018	22:14	<a href="#">Análise: "Marina Silva é vítima de si mesma e sai pulverizada da eleição"</a>	Uol	Outro
07/10/2018	22:23	<a href="#">Análise: Lula deveria ter optado por Ciro para segundo turno mais tranquilo</a>	Uol	Outro
07/10/2018	22:28	<a href="#">PT precisa de virada inédita para vencer Bolsonaro no 2º turno</a>	Leandro Prazeres	News
07/10/2018	22:33	<a href="#">Filhos de Bolsonaro, Eduardo e Flávio são eleitos; ex-mulher não se elege</a>	Eduardo Lucizano	News
07/10/2018	22:35	<a href="#">Doria diz que vencerá "Marcio Cuba" no 2º turno e anuncia apoio a Bolsonaro</a>	Leonardo Martins e Luís Adorno	News
07/10/2018	22:56	<a href="#">Análise: Bolsonaro pode trazer militares de volta à vida política</a>	Uol	Outro
07/10/2018	22:49	<a href="#">Eleito deputado federal, Kim Kataguirí declara "voto útil" em Bolsona</a>	Bibiana Bolson	News
07/10/2018	23:29	<a href="#">Eleito senador por GO, Kajuru diz que vai anular voto para presidente</a>	Ely Grion	News
07/10/2018	23:50	<a href="#">"Candidato meme", Daciolo fica em 6º, à frente de Meirelles e Marina</a>	Gabriel Carneiro	News
07/10/2018	04:00	<a href="#">Malafaia ataca mídia, fala de eleição e culto distribui cola com Bolsonaro</a>	Hanrrikson de Andrade	News
07/10/2018	09:17	<a href="#">Ciro Gomes vota em Fortaleza e fala em "Brasil melhor" para a neta</a>	Luciana Amaral	News
07/10/2018	23:16	<a href="#">Rodrigo Maia é eleito pela 6ª vez à Câmara dos Deputados</a>	Diogo Max	News
07/10/2018	13:54	<a href="#">Flávio Bolsonaro faz acusação de fraude eleitoral e TSE apura</a>	Rodrigo Mattos	News
07/10/2018	21:23	<a href="#">Análise: Perda de crédito nos políticos ajuda a explicar força de Bolsonaro</a>	Gabriela Fujita	Outro
07/10/2018	18:04	<a href="#">De fraude nas urnas a confisco de poupança: veja as "fake news" do 1º turno</a>	Uol	Eunciado
07/10/2018	18:56	<a href="#">Jornalistas estrangeiros tentam entender as eleições no Brasil</a>	Agência Brasil	News
07/10/2018	09:44	<a href="#">Eleitor poderá acompanhar a apuração das eleições por aplicativo</a>	Uol	News
07/10/2018	10:28	<a href="#">Como posso votar no Haddad no 2º turno se estarei lá?, diz Ciro</a>	Luciana Amaral	News

07/10/2018	12:49	<a href="#">Eunício Oliveira declara voto em Haddad e nega risco de ruptura democrática</a>	Luciana Amaral	News
07/10/2018	08:16	<a href="#">Se as pessoas não querem, fazer o quê?, diz FHC ao declarar voto em Alckmin</a>	Lucas Borges Teixeira	News
07/10/2018	07:59	<a href="#">Começa a votação nos estados que seguem o horário de Brasília</a>	Uol	News
07/10/2018	22:47	<a href="#">TSE diz que acusações de fraude devem ser enfrentadas com 'tranquilidade'</a>	Felipe Amorim	News
07/10/2018	08:45	<a href="#">Sob forte esquema de segurança, Bolsonaro vai votar no Rio</a>	Gustavo Maia e Hanrikson de Andrade	News
07/10/2018	23:57	<a href="#">Onde Lula nasceu, Haddad bate fácil Bolsonaro</a>	Julia Affonso	News
07/10/2018	20:41	<a href="#">Análise: PT precisa renovar seus quadros porque Lula está em fim de linha</a>	Do UOL, em São Paulo	Outro
07/10/2018	12:27	<a href="#">Boletins de urnas no exterior já circulam nas redes: TSE não vê ilegalidade</a>	Uol	News
07/10/2018	09:34	<a href="#">Roberto Da Matta: 'A classe média foi afastada da política. Nos afastaram'</a>	Paulo Beraldo	Outro
07/10/2018	20:46	<a href="#">Nos EUA, prévia das urnas mostra Bolsonaro com maioria dos votos</a>	Beatriz Bulla	News
07/10/2018	15:17	<a href="#">Vídeo mostra PM pedindo para eleitora tirar camisa escrita Lula; MPF apura</a>	Carlos Madeiro	News
07/10/2018	15:36	<a href="#">Mourão diz que declaração sobre "branqueamento da raça" foi brincadeira</a>	Antonio Temóteo	News
07/10/2018	13:42	<a href="#">Eleitora grita "Ele não!" e assusta repórter e entrevistada na GloboNews</a>	Uol	News
07/10/2018	15:48	<a href="#">Resultados de urnas em vários países já são conhecidos</a>	Teo Cury e Andrei Netto	News
20/10/2018	04:00	<a href="#">Violência política gera medo e autocensura: como reagir às agressões?</a>	Juliana Carpanez	News
22/10/2018	18:29	<a href="#">Após fala de filho de Bolsonaro sobre STF, Eymael anuncia apoio a Haddad</a>	Marcelo Osakabe	News
22/10/2018	17:34	<a href="#">Duas semanas após 1º turno, Marina Silva declara "voto crítico" em Haddad</a>	Luciana Amaral	News
22/10/2018	18:09	<a href="#">Bolsonaro recebe apoio de industriais e diz que não quer atrapalhá-los</a>	Gustavo Maia	News
22/10/2018	21:56	<a href="#">Bolsonaro representa "tudo o que precisa ser varrido" da Terra, diz Haddad</a>	Ana Carla Bermúdez	News
22/10/2018	21:59	<a href="#">Um dia após falar em "banir vermelhos", Bolsonaro diz que aceita oposição</a>	Alexandre Caverni	News
22/10/2018	04:00	<a href="#">Lua de mel com Bolsonaro será curta, diz presidente de consultoria de risco</a>	Talita Marchao	News
22/10/2018	23:55	<a href="#">Haddad espera aceno de Ciro e diz que projetos pessoais não podem se impor</a>	Uol	News

22/10/2018	13:33	<a href="#">Eu já adverti o garoto, diz Bolsonaro após fala do filho sobre STF</a>	Gustavo Maia e Hanrrikson de Andrade	News
22/10/2018	19:46	<a href="#">FHC critica fala de Bolsonaro sobre pedir exílio ou prisão a opositores</a>	Uol	News
22/10/2018	12:02	<a href="#">Pesquisa CNT/MDA: Bolsonaro lidera com 57% de votos válidos; Haddad tem 43%</a>	Luciana Amaral	News
22/10/2018	20:39	<a href="#">Em carta a Celso de Mello, Bolsonaro diz prestigiar STF após fala de filho</a>	Gustavo Maia	News
22/10/2018	19:22	<a href="#">Gleisi diz que fala de Bolsonaro é pior que Hitler; PT promete acionar STF</a>	Felipe Amorim	News
22/10/2018	20:10	<a href="#">Não é porque é meu filho que vai ficar isento, diz Bolsonaro sobre Eduardo</a>	Gustavo Maia	News
22/10/2018	18:11	<a href="#">Campanha de Bolsonaro lembra Chávez, diz analista americano</a>	Nathalia Passarinho	News
22/10/2018	04:01	<a href="#">Após "apoio crítico" de Cid, Haddad se apoia em Camilo para crescer no CE</a>	Nathan Lopes	News
22/10/2018	14:33	<a href="#">Atacar o Judiciário é atacar a democracia, diz Toffoli</a>	Felipe Amorim	News
22/10/2018	22:39	<a href="#">Ato anti-PT tem apoio de 44% ao PSL e idade média de 44 anos, diz pesquisa</a>	Uol	News
22/10/2018	21:24	<a href="#">Jungmann diz que PF investiga denúncias eleitorais com "celeridade"</a>	Da Agência Brasil	News
22/10/2018	08:32	<a href="#">Banda alemã diz que foi enganada e não apoiou Bolsonaro</a>	Marcio Damasceno	News
23/10/2018	16:51	<a href="#">PT pede investigação de Bolsonaro e filho deputado por incitação ao crime</a>	Felipe Amorim	News
23/10/2018	22:56	<a href="#">Em ato de Haddad com artistas, Mano Brown critica PT e recebe vaias</a>	Carolina Farias	News
23/10/2018	21:27	<a href="#">Ibope: rejeição de Bolsonaro sobe para 40%, e a de Haddad cai para 41%</a>	Uol	News
23/10/2018	18:30	<a href="#">Bolsonaro acompanhará apuração de casa e fará pronunciamento via TV</a>	Gustavo Maia	News
23/10/2018	15:46	<a href="#">Bolsonaro recebe apoio de grupo que diz representar 63% dos prefeitos</a>	Hanrrikson de Andrade e Gustavo Maia	News
23/10/2018	20:58	<a href="#">Ibope: Bolsonaro tem 57% dos votos válidos no 2º turno; Haddad, 43%</a>	Uol	News
23/10/2018	18:20	<a href="#">Mais inocentes morrerão se Bolsonaro ganhar, diz mãe de jovem morto na Maré</a>	Ana Carla Bermúdez	News
23/10/2018	11:07	<a href="#">Jornalista não pode perguntar a Bolsonaro, fala em censura e deixa programa</a>	Eduardo Lucizano	News
23/10/2018	22:23	<a href="#">Às vésperas do pleito, segurança de Jair Bolsonaro é reforçada</a>	Agência Brasil	News
23/10/2018	08:15	<a href="#">Os valores e 'boatos' que conduzem evangélicos a Bolsonaro</a>	Leandro Machado e Luiza Franco	News

23/10/2018	10:21	<a href="#">É importante eleitor saber como Bolsonaro votou, diz TSE ao negar pedido</a>	Nathan Lopes	News
23/10/2018	12:44	<a href="#">De olho em presidência da Câmara, Maia encontra com bancada da bala no Rio</a>	Gustavo Maia e Hanrrikson de Andrade	News
23/10/2018	19:46	<a href="#">Qual a importância do STF e por que presidente não pode 'limpar' Corte?</a>	Mariana Schreiber	News
23/10/2018	04:01	<a href="#">Discurso de 'eliminar adversário' deveria deixar país alerta, dizem estudiosos de genocídios</a>	Bruno Aragaki*	News
23/10/2018	13:42	<a href="#">Mourão afirma que processará Geraldo Azevedo; cantor diz que foi 'equivocado'</a>	Leonencio Nossa	News
24/10/2018	18:22	<a href="#">Ibope: Na cidade de SP, Haddad aparece com 51% dos votos, e Bolsonaro, 49%</a>	Luiz Alberto Gomes	News
24/10/2018	20:51	<a href="#">Eleição não acabou ainda, diz Bolsonaro a parlamentares aliados eleitos</a>	Gustavo Maia	News
24/10/2018	04:00	<a href="#">Jovem diz ter sido espancado por eleitores de Bolsonaro: "Comunista merece"</a>	Luiz Alberto Gomes	News
24/10/2018	12:09	<a href="#">Após falar com Bolsonaro, ruralista muda versão sobre fusão de ministérios</a>	Hanrrikson de Andrade	News
24/10/2018	10:40	<a href="#">Em carta, Lula exalta legado do PT e pede união contra 'aventura fascista'</a>	Nathan Lopes	News
24/10/2018	16:22	<a href="#">CNBB reitera pedido de respeito à democracia e condena discursos radicais</a>	Agência Brasil	News
24/10/2018	15:24	<a href="#">Não há indícios de que quadrilha presa na Bahia tenha relação com Haddad</a>	Uol	News
24/10/2018	13:14	<a href="#">Horário de verão só começa após o 2º turno e não afeta as urnas eletrônicas</a>	Uol	News
24/10/2018	15:34	<a href="#">Donos da Localiza doam R\$ 1 milhão para campanha de Zema em MG</a>	Carlos Eduardo Cherem	News
24/10/2018	17:18	<a href="#">Fiscais do TRE removem bandeira "UFF Antifascista" de faculdade em Niterói</a>	Marina Lang	News
24/10/2018	11:34	<a href="#">Polícia diz que jovem marcou suástica no próprio corpo e será indiciada; defesa contesta</a>	Uol	News
25/10/2018	19:30	<a href="#">Datafolha: Bolsonaro tem 44% de rejeição, e Haddad, 52%</a>	Uol	News
25/10/2018	17:15	<a href="#">Espero dar um "ippon" na ideologia e na violência, diz Bolsonaro</a>	Gustavo Maia	News
25/10/2018	12:32	<a href="#">Bolsonaro quer levar líder da "bancada da bala" para o governo</a>	Felipe Frazão, Julia Lindner, Renan Truffi e Yuri Silva	News
25/10/2018	11:34	<a href="#">Como Bolsonaro planeja facilitar a mineração na Amazônia</a>	David Biller e R.T. Watson	News
25/10/2018	15:42	<a href="#">Bolsonaro não vai a debate por ameaça de "atentado terrorista", diz general</a>	Ricardo Brito	News
25/10/2018	13:43	<a href="#">Na TV, Bolsonaro mostra mulher, e Haddad faz aceno a Nordeste e periferia</a>	Colaboração para o Uol	News

25/10/2018	16:45	<a href="#">Discurso anti-China de Bolsonaro causa apreensão sobre negócios com o país</a>	Jake Spring	News
25/10/2018	14:02	<a href="#">Haddad reforça com PDT pedido por apoio e faz piada com Bolsonaro</a>	Nathan Lopes	News
25/10/2018	11:50	<a href="#">Saiba quais são as propostas de Bolsonaro e Haddad para a educação</a>	Da Agência Brasil	News
25/10/2018	10:44	<a href="#">O que Fernando Haddad e Jair Bolsonaro pensam sobre o meio ambiente</a>	João Soares e Gabriel Vasconcelos	News
25/10/2018	19:52	<a href="#">Bolsonaro não vai ter oposição porque não vai ser governo, diz Haddad</a>	Ana Carla Bermúdez	News
25/10/2018	18:43	<a href="#">Hitler em Brasília: jornal israelense publica artigo com críticas a Jair Bolsonaro</a>	Uol	News
25/10/2018	14:30	<a href="#">Só "tsunami" pode fazer Bolsonaro perder eleição, diz presidente do Ibope</a>	Daniel Weterman	News
25/10/2018	15:57	<a href="#">Especialistas criticam propostas de Bolsonaro e Haddad para a educação</a>	Da Agência Brasil	News
25/10/2018	20:59	<a href="#">Não leva a lugar nenhum discutir política, diz Bolsonaro</a>	Luís Adorno	News
25/10/2018	11:53	<a href="#">Fascista? Populista? Mundo debate como chamar Bolsonaro</a>	Peter Prengaman	News
25/10/2018	09:03	<a href="#">Berço do clã Bolsonaro, região da Itália se agita com disputa no Brasil</a>	Lucas Ferraz	News
25/10/2018	18:45	<a href="#">Filho de Herzog cita ditadura e diz que discurso de Bolsonaro é "criminoso"</a>	Uol	News
25/10/2018	12:30	<a href="#">Fake news pelo WhatsApp é fenômeno sem precedentes no mundo, diz OEA</a>	Nathan Lopes	News
25/10/2018	04:00	<a href="#">Fake news no WhatsApp têm "chip laranja" e nível profissional, diz pesquisa</a>	Rodrigo Mattos	News
25/10/2018	18:29	<a href="#">Jornal britânico "The Guardian" publica manifesto contra Jair Bolsonaro</a>	Agência Ansa	News
25/10/2018	10:14	<a href="#">Torturada na ditadura diz que ascensão de Bolsonaro é "filme de terror"</a>	Agência AFP	Outro
25/10/2018	14:20	<a href="#">Justiça recolhe exemplares do jornal Brasil de Fato por suposta propaganda</a>	Marina Lang	News
25/10/2018	20:12	<a href="#">Vídeo em que PMs do Ceará entoam gritos a favor de Bolsonaro é falso</a>	Uol	News
25/10/2018	04:00	<a href="#">Não vai conseguir votar? Dá para justificar e pagar a multa pela internet</a>	Mirthyani Bezerra	News
25/10/2018	19:31	<a href="#">Médico de Bolsonaro falou em câncer de intestino em tom de brincadeira</a>	Uol	News
25/10/2018	19:28	<a href="#">Nova edição da Economist diz que "nem todas ideias de Bolsonaro são ruins", mas é preciso limitá-lo</a>	Uol	News
25/10/2018	20:29	<a href="#">Presidente não pode tudo, diz Ayres Britto, sondado para ser ministro de Bolsonaro</a>	Ricardo Brito	News
25/10/2018	18:03	<a href="#">É mentira que mulher torturada diante dos filhos matou militares</a>	Uol	News

26/10/2018	09:36	<a href="#">Haddad pede fala dura de Ciro contra Bolsonaro e diz que PT sobreviveu</a>	Nathan Lopes	News
26/10/2018	23:26	<a href="#">Recebido por multidão, Ciro chega da Europa, mas sai sem falar sobre Haddad</a>	Angélica Feitosa	News
26/10/2018	14:20	<a href="#">Bolsonaro cita informações falsas ao acusar PT de espalhar fake news</a>	Colaboração para o Uol	News
26/10/2018	17:17	<a href="#">Haddad prevê ganhar 3 ou 4 pontos com apoio de Ciro Gomes</a>	Ana Carla Bermúdez	News
26/10/2018	08:20	<a href="#">Meu irmão me proibiu de ver minhas sobrinhas'; eleições dividem famílias</a>	Leticia Mori	News
26/10/2018	19:11	<a href="#">PT usou sistema de WhatsApp; campanha de Bolsonaro apagou registro de envio</a>	Aiuri Rebello, Flávio Costa e Leandro Prazeres	News
26/10/2018	22:03	<a href="#">Haddad diz que não recebeu apoio do PSDB por causa de Doria</a>	Ana Carla Bermúdez	News
26/10/2018	14:36	<a href="#">Após vestir camisa da campanha Bolsonaro, França condena discurso "extremo"</a>	Janaina Garcia	News
26/10/2018	14:48	<a href="#">Ciro Gomes vai gravar vídeo de apoio a Haddad, diz presidente do PDT</a>	Renan Truffi	News
26/10/2018	11:16	<a href="#">Ninguém mentiu mais que o PT nesta eleição, diz Bolsonaro</a>	Colaboração para o Uol	News
26/10/2018	04:00	<a href="#">Bolsonaro impõe "lei do silêncio" a aliados contra clima de "já ganhou"</a>	Gustavo Maia e Hanrikson de Andrade	News
26/10/2018	11:40	<a href="#">Manuela entra na Justiça contra Bolsonaro por frase na TV sobre cristãos</a>	Nathan Lopes	News
26/10/2018	04:00	<a href="#">Chapa pode ser cassada até depois da eleição; entenda o que anula um pleito</a>	Leonardo Martins e Mirthyani Bezerra	News
26/10/2018	04:00	<a href="#">Bolsonaro será desconstruído no poder, mas a preço incalculável, diz Freixo</a>	Pauline Almeida	News
26/10/2018	21:26	<a href="#">Em vídeo, campanha de Bolsonaro usa crianças para atacar PT</a>	Uol	News
26/10/2018	19:50	<a href="#">Justiça Eleitoral alerta Roger Waters sobre manifestações políticas em show</a>	Estadão	News
26/10/2018	13:37	<a href="#">Bolsonaro recebe apoio de irmão de Obama; Haddad cita político inglês</a>	Hanrikson de Andrade e Eduardo Lucziano	News
26/10/2018	17:38	<a href="#">TSE multa hotel de luxo de SP por propaganda a favor de Bolsonaro</a>	Colaboração para o Uol	News
26/10/2018	13:04	<a href="#">MPF abre investigação contra Paulo Guedes, economista de Bolsonaro</a>	Rodrigo Mattos e Leandro Prazeres	News
26/10/2018	11:18	<a href="#">Equipe de Bolsonaro estuda reforma radical da Previdência já em 2019</a>	Adriana Fernandes, Idiana Tomazelli e Renata Agostini	News

26/10/2018	08:40	<a href="#">Novatos do PSL disputam gabinete de Bolsonaro no "chiqueirinho" da Câmara</a>	Mariana Haubert, com colaboração de Felipe Frazão	News
26/10/2018	17:16	<a href="#">Terras e cultura indígenas estão em jogo com eleição, dizem especialistas</a>	Por Karla Mendes e Nadia Pontes	News
26/10/2018	11:55	<a href="#">Gilmar Mendes pede "cautela" em ações da justiça em universidades</a>	Guilherme Mazieiro	News
26/10/2018	19:11	<a href="#">Bolsonaro não era alvo de carro-bomba encontrado no Paraguai</a>	Uol	News
26/10/2018	19:09	<a href="#">Juiz que proibiu aula sobre fascismo fez postagens contra o PT em 2014</a>	Antonio Temóteo	News
26/10/2018	13:19	<a href="#">Bandeira da campanha de Bolsonaro, porte de armas divide no Brasil</a>	Silvano Mendes	News
26/10/2018	08:02	<a href="#">Como a mentira na política evoluiu até chegar às redes sociais</a>	Hyury Potter	News
27/10/2018	15:30	<a href="#">Sem citar Haddad ou Bolsonaro, Ciro pede voto 'contra a intolerância'</a>	Uol	News
27/10/2018	11:04	<a href="#">Joaquim Barbosa cita medo de Bolsonaro e declara voto em Haddad</a>	Uol	News
27/10/2018	20:40	<a href="#">Ibope: Bolsonaro tem 54% dos votos válidos no segundo turno; Haddad 46%</a>	Uol	News
27/10/2018	12:49	<a href="#">Haddad: Barbosa falou o que 'alguns têm medo de dizer' sobre Bolsonaro</a>	Nathan Lopes	News
27/10/2018	17:17	<a href="#">Haddad afirma que Alckmin o inspirou em proposta de gás mais barato</a>	Gilvan Marques	News
27/10/2018	21:24	<a href="#">Homem é assassinado a tiros em carreta pró-Haddad no Ceará</a>	Carlos Madeiro e Aliny Gama	News
27/10/2018	21:00	<a href="#">Ex-procurador Rodrigo Janot declara apoio a Fernando Haddad</a>	Uol	News
27/10/2018	18:19	<a href="#">Pesquisa CNT/MDA: Bolsonaro tem 56,8% de votos válidos; Haddad tem 43,2%</a>	Talita Marchao	News
27/10/2018	10:30	<a href="#">Com disputa na web, frases pró Bolsonaro e Haddad lideram Twitter no mundo</a>	Uol	News
27/10/2018	14:20	<a href="#">Bolsonaro diz querer BC com "iniciativa" e meta para dólar e inflação</a>	Equipe AE	News
27/10/2018	19:29	<a href="#">Máquina podre de corrupção está em jogo, não a democracia, afirma Bolsonaro</a>	Gustavo Maia	News
27/10/2018	09:44	<a href="#">Pode-se equiparar o que Bolsonaro diz com ascensão de Hitler, diz alemão</a>	Thomas Milz	News
27/10/2018	14:15	<a href="#">Após declarar apoio a Haddad, Barbosa rebate Bolsonaro sobre mensalão</a>		News
27/10/2018	22:25	<a href="#">Apoio de Joaquim Barbosa e redes sociais agitam último dia de campanha</a>	Luciana Amaral	News
27/10/2018	13:58	<a href="#">Bolsonaro e Haddad ignoram novo pacote de medidas contra a corrupção</a>	Eduardo Militão	News
27/10/2018	20:16	<a href="#">Mulher de Haddad fala sobre notícias falsas: "Você perde o chão"</a>	Uol	News

27/10/2018	10:27	<a href="#">Bolsonaro recebe flores; entregador diz que remetente é 'família Ustra'</a>	Hanrrikson de Andrade	News
27/10/2018	11:23	<a href="#">Silas Malafaia visita Bolsonaro e diz que não há clima de "já ganhou"</a>	Renata Agostini	News
27/10/2018	04:00	<a href="#">Horário, documento, ordem: o que você precisa saber para votar no 2º turno</a>	Leonardo Martins e Mirthyani Bezerra	News
27/10/2018	22:54	<a href="#">Bolsonaro mais perto do Planalto, conduzido pela raiva do eleitor</a>	Agência AFP	News
27/10/2018	10:08	<a href="#">Campanha de rua tenta convencer indecisos a não votar em Bolsonaro</a>	Agência AFP	News
27/10/2018	04:00	<a href="#">Vi um amigo compartilhando foto na urna. Como faço para denunciar?</a>	Mirthyani Bezerra	News
27/10/2018	22:24	<a href="#">Brasileiros na Nova Zelândia e na Austrália são os primeiros a votar</a>	Agência Brasil	News
27/10/2018	09:54	<a href="#">Em frente à PF em Curitiba, militância celebra "2º" aniversário de Lula</a>	Vinicius Boreki	News
27/10/2018	14:19	<a href="#">Lugar de Lula é na rua', diz Gleisi em ato de aniversário do ex-presidente</a>	Vinicius Boreki	News
27/10/2018	18:48	<a href="#">Ativistas homenageiam vítimas da ditadura militar em Belo Horizonte</a>	Carlos Eduardo Cherem	News
28/10/2018	19:40	<a href="#">Gritos anti-PT e euforia: Rio tem festa após eleição de Bolsonaro</a>	Gustavo Maia, Hanrrikson de Andrade, Marcela Lemos e Rodrigo Mattos	News
28/10/2018	21:21	<a href="#">Os erros-chave do PT na campanha contra Jair Bolsonaro</a>	Luiza Franco	News
28/10/2018	23:16	<a href="#">Marina Silva se diz "preocupada e confiante" com vitória de Bolsonaro</a>	Uol	News
28/10/2018	19:41	<a href="#">Devido a ofensas, Haddad não ligará para Bolsonaro para dar parabéns</a>	Ana Carla Bermúdez, Bernardo Barbosa e Nathan Lopes	News
28/10/2018	23:55	<a href="#">Veja momento em que Bolsonaro soube da vitória nas eleições presidenciais</a>	Uol	News
28/10/2018	22:23	<a href="#">Análise: Ciro Gomes deu um tiro no pé ao se exilar no segundo turno</a>	Do UOL, em São Paulo	Outro
28/10/2018	21:12	<a href="#">Polêmicos, filhos de Bolsonaro replicam estilo do pai</a>	Constanza Rezende e Roberta Pennafort	News
28/10/2018	19:00	<a href="#">Boca de urna: Bolsonaro tem 56% e Haddad, 44%, diz Ibope</a>	Uol	News
28/10/2018	12:15	<a href="#">Local de votação de Haddad em São Paulo tem confusão e protestos</a>	Ana Carla Bermúdez	News
28/10/2018	13:59	<a href="#">Ciro afirma que estará na oposição com Bolsonaro ou Haddad na Presidência</a>	Angélica Feitosa	News

28/10/2018	20:22	<a href="#">Temer fala com Bolsonaro e diz que presidente eleito fará governo de paz</a>	Luciana Amaral	News
28/10/2018	22:37	<a href="#">Ciro foi egocêntrico e ajudou a eleger Bolsonaro, dizem aliados de Haddad</a>	Daniel Weterman e Mateus Fagundes	News
28/10/2018	21:25	<a href="#">Bolsonaro diz ter recebido ligação de "boa sorte" de Trump</a>	Gustavo Maia	News
28/10/2018	13:11	<a href="#">Rodrigo Maia vota em Bolsonaro e quer reiniciar debate sobre desarmamento</a>	Denise Luna	News
28/10/2018	08:37	<a href="#">Acompanhe apuração do segundo turno das eleições pelo UOL a partir das 19h</a>	Uol	News
28/10/2018	22:49	<a href="#">Veja a íntegra das primeiras falas de Bolsonaro após ser eleito presidente</a>	Uol	News
28/10/2018	11:35	<a href="#">No RJ, Bolsonaro vota sob forte segurança; em SP, Haddad pede tranquilidade</a>	Nathan Lopes, Ana Carla Bermúdez, Gustavo Maia e Hanrikson de Andrade	News
28/10/2018	00:01	<a href="#">Dos favoritos a governador, Bolsonaro soma 6 apoios e Haddad, 3</a>	Uol	News
28/10/2018	21:53	<a href="#">Bolsonaro é eleito com a maior diferença percentual de votos desde 2010</a>	Leandro Prazeres	News
28/10/2018	20:26	<a href="#">Bolsonaro é o 3º militar eleito pelo voto direto</a>	Marcelo Godoy e Roberto Godoy	News
28/10/2018	09:18	<a href="#">Bolsonaro vota no Rio sob forte segurança e com correria em zona eleitoral</a>	Hanrikson de Andrade e Gustavo Maia	News
28/10/2018	20:54	<a href="#">Eleição revelou como brasileiro não é pacífico, diz Roberto Romano</a>	Beatriz Montesanti	Outro
28/10/2018	21:11	<a href="#">Análise: primeiro discurso de Bolsonaro é desanimador e mantém tom bélico</a>	Uol	Outro
28/10/2018	14:16	<a href="#">Não quero fazer campanha para o PT nunca mais, diz Ciro ao votar</a>	Gabriela Ramos, especial para AE	News
28/10/2018	14:40	<a href="#">Marina vota em Haddad em defesa "do índio, do negro e do meio ambiente"</a>	Itaan Arruda, especial para AE	News
28/10/2018	04:00	<a href="#">O que pode e o que não pode neste dia da eleição</a>	Agência Brasil	Enunciado
28/10/2018	04:00	<a href="#">Que horas começa a votação deste domingo?</a>	Agência Brasil	News
28/10/2018	23:17	<a href="#">Eleitores de Haddad e Bolsonaro brigam em praça na zona sul do Rio</a>	Marcela Lemos	News
28/10/2018	04:01	<a href="#">Na França, onde Ciro venceu 1º turno, eleitores dão razões para votar Bolsonaro, Haddad ou nulo</a>	João Henrique Serra	News
28/10/2018	13:01	<a href="#">Mourão diz que vitória de Bolsonaro não seria volta dos militares ao poder</a>	Tânia Monteiro	News

28/10/2018	20:53	<a href="#">Conheça a trajetória da futura primeira-dama do Brasil</a>	Roberta Pennafort, Constança Rezende e Leonencio Nossa	News
28/10/2018	20:00	<a href="#">Análise: governo de Bolsonaro vai marcar uma oposição inédita no Brasil</a>	Uol	Outro
28/10/2018	20:52	<a href="#">Análise: Bolsonaro faz propaganda religiosa em primeiro discurso eleito</a>	Uol	Outro
28/10/2018	21:51	<a href="#">Análise: Bolsonaro é visto como extrema-direita pela imprensa internacional</a>	Uol	Outro
28/10/2018	23:49	<a href="#">Bolsonaro impõe derrota ao PT, mas não terá vida fácil no Congresso</a>	Maria Carolina Marcello e Eduardo Simões	News
28/10/2018	21:47	<a href="#">Após princípio de confusão, eleitores de Bolsonaro celebram na av. Paulista</a>	Flávio Costa	News
28/10/2018	11:30	<a href="#">Se Bolsonaro vencer, transição pode começar já neste domingo, diz filho</a>	Rodrigo Mattos	News
28/10/2018	04:00	<a href="#">Eleitor que não votou no primeiro turno pode votar no segundo turno</a>	Agência Brasil	News
28/10/2018	10:08	<a href="#">Boletins de urnas no exterior circulam novamente nas redes sociais</a>	Uol	News
28/10/2018	00:17	<a href="#">É falsa alegação de suposto estupro que teria sido cometido por Haddad</a>	Paulo Pacheco	News
28/10/2018	22:06	<a href="#">País terá "populista estridente" e "Trump do Brasil", diz mídia estrangeira</a>	Uol	News
28/10/2018	19:17	<a href="#">Bolsonaro em 25 frases polêmicas</a>	Érika Kokay	Enunciado
28/10/2018	04:01	<a href="#">Como anular o voto nas eleições deste domingo?</a>	Uol	News
28/10/2018	10:20	<a href="#">O que está em jogo hoje é a democracia, diz Haddad após votar em SP</a>	Ana Carla Bermúdez e Nathan Lopes	News
28/10/2018	19:38	<a href="#">PM intervém em confusão de manifestantes pró e contra Bolsonaro na Paulista</a>	Uol	News
28/10/2018	09:58	<a href="#">Gente importante declarou voto em mim', diz Haddad antes de votar</a>	Nathan Lopes	News
28/10/2018	04:00	<a href="#">Onda Bolsonaro muda rotina de condomínio e leva a peregrinação em portaria</a>	Hanrrikson de Andrade	News
28/10/2018	20:54	<a href="#">Quadro recessivo pode voltar em seis meses, diz Eduardo Giannetti</a>	Beatriz Montesanti	Outro
28/10/2018	17:55	<a href="#">Mesária de Curitiba é dispensada por usar camiseta 'Lute como uma garota'</a>	Katna Baran	News
28/10/2018	21:12	<a href="#">Toffoli pede união contra radicalismo e diz que Judiciário será "moderador"</a>	Felipe Amorim	News
28/10/2018	15:28	<a href="#">Bolsonaro "dispensa" chefe de segurança após bronca; PF avalia troca</a>	Fabio Serapião	News

28/10/2018	13:33	<a href="#">Vídeo com críticas de pastor Malafaia a Bolsonaro foi tirado de contexto</a>	Uol	News
28/10/2018	15:36	<a href="#">Votação de brasileiros em Londres é marcada por briga e "paródia nazista"</a>	Célia Froufe	News
28/10/2018	04:00	<a href="#">Confira qual é a ordem de votação na urna eletrônica no 2º turno</a>	Agência Brasil	News
28/10/2018	12:56	<a href="#">Mourão fala em vitória com 60% dos votos; Manuela diz acreditar em virada</a>	Uol	News
28/10/2018	11:14	<a href="#">Toffoli afirma que próximo presidente terá de respeitar a Constituição</a>	Antonio Temóteo	News
28/10/2018	21:26	<a href="#">A trajetória de político do baixo clero ao Palácio do Planalto</a>	BBC News	News
		<a href="#">10 momentos da Presidência da República</a>		Outro
		<a href="#">Candidatos à Presidência participam do último debate de 1º turno na TV Globo: veja fotos</a>		Outro
		<a href="#">Disputa pela Presidência da República</a>		Outro
		<a href="#">Eleições 2018: Candidatos e políticos votam pelo Brasil</a>		Outro
		<a href="#">Eleições 2018: Famosos votam no primeiro turno</a>		Outro
		<a href="#">Eleições 2018: famosos votam no segundo turno</a>		Outro
		<a href="#">Eleições 2018: no segundo turno, candidatos, políticos e personalidades votam pelo Brasil</a>		Outro
		<a href="#">Eleições 2018: veja fotos do segundo turno</a>		Outro
		<a href="#">Mídia estrangeira noticia eleições no Brasil</a>		Listicle
		<a href="#">O Brasil vota: eleitores vão às urnas neste domingo: veja imagens</a>		Outro
		<a href="#">Presidenciáveis em campanha</a>		Outro
		<a href="#">Presidenciáveis vão às urnas neste domingo (7): veja fotos</a>		Outro
		<a href="#">Resultado da eleição para presidente no 1º turno</a>		Outro
		<a href="#">Resultado da eleição para presidente no 2º turno</a>		Outro
		<a href="#">Segundo turno entre Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT)</a>		Outro
		<a href="#">UOL Eleições 2018 - 1º Turno</a>		Outro
		<a href="#">UOL Eleições 2018 - 2º Turno</a>		Outro
		<a href="#">UOL Eleições 2018 - Rejeição dos candidatos</a>		Outro
		<a href="#">Urnas eletrônicas são transportadas pelo Brasil</a>		Outro

## APÊNDICE F - Publicações do Metrôpoles:

Data	Hora	Título	Autor	Formato
01/10/2018	13:00	<a href="#">Dias Toffoli descarta entrevista de Lula antes da eleição</a>	Da Redação	News

01/10/2018	12:32	<a href="#">Vice de Bolsonaro minimiza polêmicas e diz ser “um cara sincero”</a>	Ian Ferraz	News
01/10/2018	17:05	<a href="#">TSE atende Marina e determina remoção de conteúdo pró-Bolsonaro</a>	Eumano Silva	News
01/10/2018	16:23	<a href="#">Briga de Anitta com Bolsonaro faz cantora ser odiada na internet</a>	Saullo Brenner	Outro
01/10/2018	19:35	<a href="#">Atriz da Globo chama de burras mulheres que protestam contra Bolsonaro</a>	Saullo Brenner	News
01/10/2018	09:24	<a href="#">Pesquisa BTG/FSB: Bolsonaro (31%) e Haddad (24%) seguem estáveis</a>	Bruno Peres	News
01/10/2018	11:38	<a href="#">Laudo psiquiátrico aponta insanidade mental de agressor de Bolsonaro</a>	Da Redação	News
01/10/2018	16:58	<a href="#">Lupa: vídeo que viralizou ao mostrar ato pró-Bolsonaro é antigo</a>	Agência Lupa	News
01/10/2018	07:48	<a href="#">Bolsonaro recebe apoio de líderes evangélicos</a>	Estadão Conteúdo	News
01/10/2018	15:48	<a href="#">Lupa: foto de Copacabana tomada por apoiadores de Bolsonaro é antiga</a>	Agência Lupa	News
01/10/2018	17:58	<a href="#">Neutro no 1º turno, PSB ficará contra Bolsonaro no 2º</a>	Estadão Conteúdo	News
01/10/2018	08:18	<a href="#">O terreno movediço das “fake news”</a>	Estadão Conteúdo	News
01/10/2018	07:19	<a href="#">Novo presidente terá de tomar 36 decisões urgentes na economia</a>	Estadão Conteúdo	News
02/10/2018	12:34	<a href="#">Kátia Abreu critica Haddad e lembra que ele foi “reprovado” em SP</a>	Estadão Conteúdo	News
02/10/2018	13:28	<a href="#">“Haddad é homem certo para governar o país”, afirma Manuela D’Ávila</a>	Estadão Conteúdo	News
02/10/2018	21:27	<a href="#">Bolsonaro comemora alta da Bolsa pós-pesquisa eleitoral</a>	Renan Melo Xavier	News
02/10/2018	12:23	<a href="#">Para vencer no 1º turno, Bolsonaro aposta em voto útil antipetista</a>	Estadão Conteúdo	News
02/10/2018	15:25	<a href="#">Em aceno aos eleitores LGBTs, Ciro manda beijo para “pocs”</a>	Renan Melo Xavier	News
02/10/2018	17:59	<a href="#">Ratinho não vai entrevistar Bolsonaro no horário do último debate</a>	Estadão Conteúdo	News
02/10/2018	18:35	<a href="#">Blairo Maggi rejeita antecipação de apoio a Bolsonaro por ruralistas</a>	Estadão Conteúdo	News
02/10/2018	20:39	<a href="#">MPDFT investiga padre Moacir por pedir votos para Bolsonaro em missa</a>	Saulo Araújo	News
02/10/2018	13:58	<a href="#">Mourão volta a criticar 13º salário: “Todos nós saímos prejudicados”</a>	Da Redação	News
02/10/2018	22:10	<a href="#">Havan poderá pagar multa de R\$ 1 milhão por coação eleitoral</a>	Da Redação	News
03/10/2018	20:14	<a href="#">Lupa: Datena fez vídeo de apoio a Alckmin, e não a Bolsonaro</a>	Agência Lupa	News

03/10/2018	12:45	<a href="#">Eleições 2018: o que pode ou não levar à seção eleitoral</a>	Freddy Charlson	News
03/10/2018	13:40	<a href="#">Paraná Pesquisa: Bolsonaro lidera com 35,7% em SP. Haddad tem 14,1%</a>	Thayná Schuquel	News
03/10/2018	14:53	<a href="#">Lideranças das bancadas evangélica e da bala assumem apoio a Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
03/10/2018	12:04	<a href="#">Eleições 2018: saiba quem deve e, também, quem pode votar</a>	Freddy Charlson	News
03/10/2018	06:40	<a href="#">Ibope: Bolsonaro tem chance de vitória no 1º turno, mas é “difícil”</a>	Estadão Conteúdo	Outro
03/10/2018	06:54	<a href="#">Equipe de Marina barra aproximação com Ciro</a>	Estadão Conteúdo	News
03/10/2018	20:27	<a href="#">Por fidelidade a Alckmin, ACM Neto deixa campanha de candidato do DEM</a>	Estadão Conteúdo	News
03/10/2018	13:54	<a href="#">Marina Silva diz que resultado das urnas será soberano</a>	Estadão Conteúdo	News
03/10/2018	05:13	<a href="#">Polarização política: como a eleição tem afetado os relacionamentos</a>	Da Redação	News
03/10/2018	18:08	<a href="#">É falsa convocação para eleitores do PT votarem apenas em 8 de outubro</a>	Agência Lupa	News
03/10/2018	20:48	<a href="#">Termina nesta quinta-feira (4) a propaganda eleitoral no rádio e na TV</a>	Agência Brasil	News
03/10/2018	22:20	<a href="#">Toffoli mantém proibição de Lula dar entrevistas da prisão</a>	Estadão Conteúdo	News
03/10/2018	16:48	<a href="#">Dono da Havan não poderá “coagir” funcionários a votar, diz Justiça</a>	Thayná Schuquel	News
03/10/2018	05:30	<a href="#">Juiz que pretendia recolher urnas quis barrar Mendes e Toffoli no STF</a>	Larissa Rodrigues	News
04/10/2018	15:52	<a href="#">Bolsonaro faz ofensiva no Nordeste e diz lamentar prisão de Lula</a>	Estadão Conteúdo	News
04/10/2018	21:09	<a href="#">Vetado em debate, Daciolo apela para indecisos antes de subir no monte</a>	Rafaela Benez	News
04/10/2018	14:50	<a href="#">É falsa fala de Flávio Bolsonaro sobre pai matar filho gay</a>	Agência Lupa	News
04/10/2018	22:23	<a href="#">Alvaro Dias tieta William Bonner durante debate na Globo</a>	Ana Helena Paixão	News
04/10/2018	13:01	<a href="#">Eleições 2018: conheça os deveres e direitos dos mesários</a>	Freddy Charlson	News
04/10/2018	23:05	<a href="#">Em entrevista à Record, Bolsonaro ataca o PT: “Colado na corrupção”</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
04/10/2018	08:28	<a href="#">Vídeos de evangélicos na web alimentam tom de adoração a Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
04/10/2018	11:38	<a href="#">Fake news disparam na internet na reta final da campanha</a>	Da Redação	News
05/10/2018	13:01	<a href="#">Glória Perez fala sobre vídeo pró-Bolsonaro postado em suas redes</a>	Amanda Maciel Luz	News

05/10/2018	13:57	<a href="#">Em entrevista, Bolsonaro elogia delação de Palocci</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	10:47	<a href="#">Barilla nega apoio a presidencial: “Contra os valores da empresa”</a>	Ian Ferraz	News
05/10/2018	11:30	<a href="#">Bolsonaro planeja acelerar concessões caso seja eleito</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	01:27	<a href="#">DataPoder360: Bolsonaro segue com vantagem sobre Haddad no 2º turno</a>	Renan Melo Xavier	News
05/10/2018	13:43	<a href="#">Ações da Taurus dobram no período em que Bolsonaro se fortalece</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	08:21	<a href="#">Movimento a favor da união de centro com Ciro cresce nas redes</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	21:26	<a href="#">Lula pede, em carta escrita à mão, voto em Haddad como presente</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	20:01	<a href="#">“Não conseguimos que a campanha fosse aquilo que devia ser”, diz Ciro</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	13:02	<a href="#">Dez momentos lamentáveis e vergonhosos da campanha eleitoral de 2018</a>	Sérgio Maggio	Listicle
05/10/2018	10:03	<a href="#">Na Prefeitura de São Paulo, Haddad desistiu de reforma da Previdência</a>	Estadão Conteúdo	News
05/10/2018	05:18	<a href="#">Como falar de política com as crianças?</a>	Carolina Vicentin	News
06/10/2018	16:10	<a href="#">Ciro tem de falar com eleitor anti-PT e anti-Bolsonaro, diz Cid Gomes</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	10:16	<a href="#">Bolsonaro divulga mensagem em inglês no Twitter</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	10:32	<a href="#">Ciro Gomes faz brincadeira com Bonner, Fátima e Túlio Gadêlha</a>	Da Redação	News
06/10/2018	14:53	<a href="#">No Rio, condomínio onde mora Bolsonaro reforça segurança</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	19:56	<a href="#">Vice de Bolsonaro, Mourão “elogia” neto: “Branqueamento da raça”</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	16:01	<a href="#">Cozinheira de Lula promete comida de graça se Haddad ganhar eleições</a>	Da Redação	News
06/10/2018	18:00	<a href="#">Imagem de pesquisa com vitória de Bolsonaro no 1º turno foi manipulada</a>	Agência Lupa	News
06/10/2018	15:18	<a href="#">Disputa entre Bolsonaro e Haddad cristalizou divisão social, diz NYT</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	17:45	<a href="#">Pela América Latina, jornais destacam eleição brasileira polarizada</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	10:43	<a href="#">Carreata em apoio a Bolsonaro ocupa a Esplanada dos Ministérios</a>	Renan Melo Xavier	News
06/10/2018	11:37	<a href="#">Presidencial do PSL, Bolsonaro tira votos do PT no Nordeste</a>	Estadão Conteúdo	News
06/10/2018	22:30	<a href="#">Em rede social, Bolsonaro pede esforço para vencer eleição no 1º turno</a>	Estadão Conteúdo	News

06/10/2018	23:57	<a href="#">Bolsonaro só leva no 1º turno se tiver votos de toda a campanha em 24h</a>	Da Redação	News
06/10/2018	13:03	<a href="#">Cola para não esquecer os seus candidatos? O Metrôpoles te ajuda!</a>	Da Redação	Outro
06/10/2018	05:30	<a href="#">Checagem: quando a urna é substituída, os votos dela não se perdem</a>	Agência Lupa	News
06/10/2018	05:30	<a href="#">10 comédias hilárias para ver na Netflix e fugir do clima de eleições</a>	Felipe Moraes	Listicle
06/10/2018	18:42	<a href="#">Lupa: eleitor pode votar mesmo se a digital não for reconhecida</a>	Agência Lupa	News
07/10/2018	21:22	<a href="#">Em Juiz de Fora, cidade da facada, Bolsonaro é disparado 1º lugar</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	11:58	<a href="#">Ao lado de Alckmin, Mara Gabrilli fala em reconstrução do PSDB</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	14:15	<a href="#">Portando uma arma de fogo, eleitor vota em Bolsonaro. Veja vídeo</a>	Thayná Schuquel	News
07/10/2018	12:32	<a href="#">Twitter oficial de Lula celebra voto de Haddad</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	10:51	<a href="#">Em Londres, manifestantes contra e a favor de Bolsonaro se enfrentam</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	16:28	<a href="#">Imprensa internacional traz eleição no Brasil em destaque</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	05:30	<a href="#">Brasileiros com mais de 60 superam jovens com até 24 nas eleições 2018</a>	Leilane Menezes	News
07/10/2018	13:57	<a href="#">Operação Eleições 2018 registra 161 prisões até o começo da tarde</a>	Ingred Suhet	News
07/10/2018	10:15	<a href="#">Vice de Bolsonaro demonstra otimismo: “O que vier a gente traça”</a>	Ingred Suhet	News
07/10/2018	11:32	<a href="#">Ciro Gomes diz estar livre para fazer o gol e Haddad, em impedimento</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	11:39	<a href="#">Henrique Meirelles vota em escola de Higienópolis</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	19:41	<a href="#">Segurança é reforçada em hotel onde Bolsonaro pode falar</a>	Agência Brasil	News
07/10/2018	14:27	<a href="#">TSE apura imagens e vídeo de eleitores com armas em cima de urnas</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	08:22	<a href="#">Em Londres, brasileiro viaja mais de 6 horas para votar</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	14:00	<a href="#">Celebridades entram na fila e votam no primeiro turno das eleições</a>	Da Redação	News
07/10/2018	19:22	<a href="#">Cúpula do Judiciário acompanha apuração das Eleições 2018 no TSE</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	15:57	<a href="#">PCDF apura quatro queixas de eleitores que relataram problema em urnas</a>	Carlos Carone	News
07/10/2018	14:09	<a href="#">“Vamos restaurar a política brasileira”, diz Marina</a>	Rafaela Benez	News

07/10/2018	16:58	<a href="#">“Fui um idiota”, diz general Mourão sobre comentário racista</a>	Estadão Conteúdo	News
07/10/2018	06:13	<a href="#">Urnas eletrônicas passam por último teste antes do início da votação</a>	Agência Brasil	News
07/10/2018	08:17	<a href="#">Ministro do TSE atesta segurança do voto eletrônico em teste de urnas</a>	Manoela Albuquerque	News
07/10/2018	15:25	<a href="#">Homem quebra urna a marretadas em Santa Catarina</a>	Thayná Schuquel	News
07/10/2018	11:37	<a href="#">TSE: 310 urnas substituídas e 3 presos na manhã do domingo de eleições</a>	Renan Melo Xavier	News
07/10/2018	18:33	<a href="#">Número de urnas eletrônicas substituídas sobe para 1.695, informa TSE</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	22:59	<a href="#">Haddad diz sofrer com ameaças e “ataques na pessoa física”</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
22/10/2018	14:09	<a href="#">Haddad: instituições estão sob ameaça da linha dura das Forças Armadas</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	07:10	<a href="#">Bolsonaro enquadra base do PSL e faz acenos a deputados do Centrão</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	08:15	<a href="#">Bolsonaro quer cobrança de mensalidade em universidades federais</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	17:40	<a href="#">Marina Silva anuncia que votará em Fernando Haddad no 2º turno</a>	Eumano Silva	News
22/10/2018	10:34	<a href="#">Pablo revela se vai deixar o país caso Bolsonaro ganhe eleições</a>	Jacqueline Saraiva	News
22/10/2018	13:16	<a href="#">TSE nega direito de resposta a Bolsonaro à propaganda de Haddad</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	12:49	<a href="#">Haddad faz “ato da virada” no RJ com Chico Buarque e Caetano Veloso</a>	Renan Melo Xavier	News
22/10/2018	22:45	<a href="#">Em carta a Celso de Mello, Bolsonaro diz prestigiar STF</a>	Lúcio Lambranh	News
22/10/2018	15:56	<a href="#">Maior rede pró-Bolsonaro do Facebook é excluída após denúncia</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	19:33	<a href="#">TSE nega ação de Haddad contra conteúdo virtual que o associa às Farc</a>	Renan Melo Xavier, Ian Ferraz	News
22/10/2018	12:55	<a href="#">Mourão critica fala de filho de Bolsonaro, mas diz que PT fez o mesmo</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	14:57	<a href="#">Bolsonaro recebe visitas de evangélicos e de ministro do TST</a>	Estadão Conteúdo	News
22/10/2018	05:30	<a href="#">Nove juízes terão de explicar ao CNJ postagens políticas na internet</a>	Larissa Rodrigues	News
23/10/2018	19:43	<a href="#">Em vídeo, Bolsonaro diz querer Fraga no Palácio do Planalto</a>	Caio Barbieri	News
23/10/2018	19:40	<a href="#">Bolsonaro diz que acabará com “coitadismo” de gays, negros e mulheres</a>	Rafaela Benez	News
23/10/2018	20:53	<a href="#">Ibope: a 5 dias do 2º turno, Bolsonaro lidera com 57%, Haddad tem 43%</a>	Renan Melo Xavier	News

23/10/2018	16:28	<a href="#">Bolsonaro recebe prefeitos no RJ e promete mais autonomia</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	16:30	<a href="#">Haddad afirma temer pessoas que “sairão do porão” se Bolsonaro ganhar</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	12:45	<a href="#">Apresentador se demite ao vivo por não poder questionar Jair Bolsonaro</a>	Ataide de Almeida Jr.	News
23/10/2018	20:52	<a href="#">Para cientistas, desmatamento da Amazônia pode triplicar com Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	12:55	<a href="#">Haddad chama general Mourão de torturador</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	23:50	<a href="#">Equipe de Bolsonaro não descarta privatizar elétricas e Correios</a>	Da Redação	News
23/10/2018	09:26	<a href="#">Haddad reconhece corrupção no PT e afirma não haver perdão sem justiça</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	16:52	<a href="#">Apoio a Haddad reúne 69 torcidas organizadas e líderes religiosos</a>	Agência Brasil	News
23/10/2018	19:50	<a href="#">Bolsonaro tem segurança ampliada no Rio de Janeiro</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	13:45	<a href="#">Bolsonaro pretende vir a Brasília para negociar troca de governo</a>	Da Redação	News
23/10/2018	15:44	<a href="#">Em vídeo, Mourão ataca Azevedo e Haddad sobre acusação de tortura</a>	Ian Ferraz	News
23/10/2018	19:11	<a href="#">PSL nega acordo de Bolsonaro e Maia para adiantar votação de projetos</a>	Estadão Conteúdo	News
23/10/2018	13:36	<a href="#">Mourão anuncia processo contra Geraldo Azevedo por acusação de tortura</a>	Estadão Conteúdo	News
24/10/2018	09:46	<a href="#">Análise: na reta final, Ibope aponta desgaste da imagem de Bolsonaro</a>	Eumano Silva	News
24/10/2018	16:22	<a href="#">Haddad pede ao TSE entrevista com Globo no horário do debate</a>	Estadão Conteúdo	News
24/10/2018	21:21	<a href="#">“Ele não vai a debate porque é frouxo”, diz Haddad sobre Bolsonaro</a>	Luciana Lima	News
24/10/2018	21:18	<a href="#">Bolsonaro dá bronca em deputados eleitos e pede mais engajamento</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
24/10/2018	11:09	<a href="#">Haddad diz que Bolsonaro não tem coragem de enfrentá-lo</a>	Agência Brasil	News
24/10/2018	19:59	<a href="#">Países da América do Sul tentam contato com campanha de Bolsonaro</a>	Rafaela Benez	News
24/10/2018	14:19	<a href="#">Bolsonaro sobre ataques a apoiadores: “Vai ficar por isso mesmo?”</a>	Estadão Conteúdo	News
24/10/2018	05:12	<a href="#">Eleições 2018: tudo que você precisa saber para a votação do 2º turno</a>	Douglas Carvalho	Enunciado
24/10/2018	10:47	<a href="#">Haddad acusa Bolsonaro de já “lotear” governo, mas acredita em virada</a>	Estadão Conteúdo	News
24/10/2018	21:43	<a href="#">Bolsonaro parabeniza Mano Brown por crítica ao PT: “Você foi show!”</a>	Carlos Estênio Brasilino	News

24/10/2018	21:40	<a href="#">Seguidores de Bolsonaro atacam ex-presença política no Facebook</a>	Eumano Silva	News
24/10/2018	07:26	<a href="#">PF faz operação contra violação de voto e ameaça a candidatos</a>	Maria Eugênia, Ingrid Suhet	News
24/10/2018	00:07	<a href="#">“Vamos ganhar a eleição”, diz Haddad em ato de apoio no Rio</a>	Estadão Conteúdo	News
24/10/2018	18:24	<a href="#">Ativistas temem desrespeito à sociedade civil caso Bolsonaro vença</a>	Da Redação	News
24/10/2018	11:54	<a href="#">Bruna Marquezine diz que amigo foi espancado por ser contra Bolsonaro</a>	Ataide de Almeida Jr.	News
24/10/2018	17:55	<a href="#">CNBB condena discursos radicais e pede respeito à democracia</a>	Agência Brasil	News
24/10/2018	19:09	<a href="#">Bancada evangélica quer fusão de ministérios e reforma da Previdência</a>	Da Redação	News
24/10/2018	20:48	<a href="#">Fraga defende critérios técnicos para liberação de porte de armas</a>	Caio Barbieri	News
25/10/2018	13:26	<a href="#">“Só um tsunami evitará eleição de Bolsonaro”, diz presidente do Ibope</a>	Estadão Conteúdo	News
25/10/2018	13:31	<a href="#">Frustração na Globo: debate tinha estrutura especial para Bolsonaro</a>	Ataide de Almeida Jr.	News
25/10/2018	18:28	<a href="#">Reforma trabalhista: conheça os planos de Bolsonaro e Haddad</a>	Estadão Conteúdo	News
25/10/2018	14:30	<a href="#">Bolsonaro não vai a debate por risco de atentado, diz general Heleno</a>	Ian Ferraz	News
25/10/2018	22:56	<a href="#">Huck nega que tenha declarado apoio a Bolsonaro em live</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
25/10/2018	14:37	<a href="#">Thiago Gagliasso pede bolsa-irmão para Bolsonaro após briga de família</a>	Amanda Maciel Luz	News
25/10/2018	21:28	<a href="#">Bolsonaro sugere fechar escolas do MST: “Fábrica de guerrilheiros”</a>	Estadão Conteúdo	News
25/10/2018	11:26	<a href="#">Roberto Justus grava vídeo em apoio a Bolsonaro</a>	Fernanda Stumpf	News
25/10/2018	21:33	<a href="#">Na TV, mulher de Bolsonaro tenta suavizar imagem do candidato</a>	Estadão Conteúdo	News
25/10/2018	15:56	<a href="#">Financiador “some” e agressor de Bolsonaro pode ficar sem defesa</a>	Thayná Schuquel	News
25/10/2018	20:09	<a href="#">Quem bate continência para os EUA não pode ser presidente, diz Haddad</a>	Rafaela Benez	News
25/10/2018	07:04	<a href="#">Bolsonaro avalia nome militar para chefiar a Petrobras</a>	Estadão Conteúdo	News
25/10/2018	14:48	<a href="#">Entidades apelam a ONU e OEA contra violência nas eleições do Brasil</a>	Luciana Lima	News
25/10/2018	19:21	<a href="#">Rogério Rosso: “Bolsonaro terá 70% dos votos no DF”</a>	Caio Barbieri	News
25/10/2018	18:58	<a href="#">MPF ajuíza ação para retirada do ar do jogo Bolsomito 2k18</a>	Thayná Schuquel	News

25/10/2018	18:41	<a href="#">Datafolha: 63% dos eleitores não votam de jeito nenhum em Rollemberg</a>	Ricardo Taffner	News
25/10/2018	10:17	<a href="#">Mensagens de WhatsApp em massa violam regras de uso do aplicativo</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	06:34	<a href="#">“Homofobia de Bolsonaro é da boca para fora”, diz Regina Duarte</a>	Estadão Conteúdo	Outro
26/10/2018	12:09	<a href="#">Diplomata chinês critica Bolsonaro por “falta de conhecimento”</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	05:30	<a href="#">Análise: Haddad cresce no Datafolha e aumenta emoção do 2º turno</a>	Eumano Silva	News
26/10/2018	11:25	<a href="#">Bolsonaro diz que Haddad quer libertar “o chefe da quadrilha”</a>	Bruno Peres, Ian Ferraz	News
26/10/2018	18:41	<a href="#">Em carta, condomínio de Bolsonaro orienta: “Evitem sair de carro e receber visitas”</a>	Ana Beatriz Magno	News
26/10/2018	15:38	<a href="#">Bolsonaro e Haddad trocam acusações sobre “kit gay” e fake news</a>	Fernanda Stumpf	News
26/10/2018	08:28	<a href="#">PT pede resposta a propaganda de Bolsonaro sobre caso Celso Daniel</a>	Luciana Lima	News
26/10/2018	06:51	<a href="#">Bolsonaro estuda mudança radical para reforma da Previdência em 2019</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	13:57	<a href="#">Pesquisa Crusoé/Empiricus: Bolsonaro tem 60,6% e Haddad soma 39,4%</a>	Bruno Peres	News
26/10/2018	05:12	<a href="#">Eleições 2018: 12 artistas que se posicionaram politicamente</a>	Ana Karolline Rodrigues	Enunciado
26/10/2018	08:07	<a href="#">STF tenta intimar filho de Bolsonaro há 23 dias por ameaçar jornalista</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	23:36	<a href="#">Em live, Bolsonaro apela ao eleitor que se mobilize por mais votos</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	14:56	<a href="#">Atores da Globo tentam convencer indecisos a não votarem em Bolsonaro</a>	Da Redação	News
26/10/2018	10:23	<a href="#">Haddad: ideia de Bolsonaro sobre segurança é “salve-se quem puder”</a>	Luciana Lima	News
26/10/2018	15:24	<a href="#">Haddad sobre Eduardo Bolsonaro: “É um marmanjo. Tem mandato inclusive”</a>	Luciana Lima	News
26/10/2018	12:26	<a href="#">General Heleno diz que institutos de pesquisa serão “desmoralizados”</a>	Ian Ferraz	News
26/10/2018	21:10	<a href="#">Onyx diz que Bolsonaro, se eleito, vai extraditar Cesare Battisti</a>	Agência Brasil	News
26/10/2018	13:29	<a href="#">FHC não vota em Bolsonaro, mas nega ter declarado apoio no 2º turno</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	16:59	<a href="#">MPF diz que impedir manifestação em universidade é inconstitucional</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	18:11	<a href="#">Haddad entra na Justiça contra Bolsonaro por insistir em “kit gay”</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	20:25	<a href="#">Justiça alerta Roger Waters sobre manifestações políticas em shows</a>	Estadão Conteúdo	News

26/10/2018	16:14	<a href="#">Votos branco e nulo: entenda a diferença e para onde vão</a>	Saullo Brenner	News
26/10/2018	09:34	<a href="#">Bola de cristal? Vaza Superpop que anuncia Bolsonaro como presidente</a>	Rafael Campos	News
26/10/2018	00:01	<a href="#">Justiça Eleitoral apreende materiais em 17 universidades</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
26/10/2018	15:40	<a href="#">Gilmar Mendes defende cautela após ofensiva da PF contra universidades</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	18:33	<a href="#">Onyx Lorenzoni vincula denúncia contra Paulo Guedes com a eleição</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	18:26	<a href="#">Toffoli, ministros do STF e TSE criticam atos da PF em universidades</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	23:11	<a href="#">Roger Waters tem pedido para visitar Lula na prisão negado</a>	Estadão Conteúdo	News
26/10/2018	19:52	<a href="#">PF: coronel que ameaçou Rosa Weber será monitorado com tornozeleira</a>	Renan Melo Xavier	News
26/10/2018	13:20	<a href="#">Barraco na família Gagliasso. Thiago desabafa sobre briga com Bruno</a>	Da Redação	News
27/10/2018	18:07	<a href="#">Vox Populi mostra empate entre Bolsonaro e Haddad com 50% cada</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
27/10/2018	09:44	<a href="#">PT prepara ação para impugnar eventual mandato de Bolsonaro</a>	Luciana Lima	News
27/10/2018	11:20	<a href="#">TSE ordena remoção de vídeo com crianças repetindo frases de Bolsonaro</a>	Renan Melo Xavier	News
27/10/2018	20:57	<a href="#">Datafolha e Ibope: Bolsonaro está na frente. Diferença para Haddad cai</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
27/10/2018	10:59	<a href="#">Joaquim Barbosa declara voto em Haddad: “Uma escolha racional”</a>	Bruno Peres, Renan Melo Xavier	News
27/10/2018	17:13	<a href="#">As mudanças no condomínio de Bolsonaro: casa dele virou “bunker”</a>	Ana Beatriz Magno	News
27/10/2018	10:02	<a href="#">Reta final: Bolsonaro freia otimismo e Haddad insiste em Ciro</a>	Estadão Conteúdo	News
27/10/2018	09:20	<a href="#">Eleições 2018: o que pode e o que não pode ser feito no dia da votação</a>	Freddy Charlson	News
27/10/2018	15:03	<a href="#">Barbosa declara voto a Haddad e diz que Bolsonaro manipulou declaração</a>	Bruno Peres	News
27/10/2018	15:14	<a href="#">Apoiadores pró-Bolsonaro fazem carreta pela Esplanada dos Ministérios</a>	Renan Melo Xavier	News
27/10/2018	17:48	<a href="#">Marcelo D2 e Bolsonaro batem boca no Twitter</a>	Felipe Moraes	News
27/10/2018	17:22	<a href="#">Grupos pró-Haddad se concentram na Rodoviária do Plano Piloto</a>	Douglas Carvalho	News
27/10/2018	21:27	<a href="#">Dia de mobilização pró-Haddad teve manifestações no DF e em 24 estados</a>	Douglas Carvalho	News
27/10/2018	17:54	<a href="#">Eleições 2018: relembre as 110 frases de Bolsonaro checadas pela Lupa</a>	Agência Lupa	News

27/10/2018	16:49	<a href="#">Bolsonaro alerta: “Nada está ganho”</a>	Bruno Peres	News
27/10/2018	17:56	<a href="#">Eleições 2018: relembre as 66 frases de Haddad checadas pela Lupa</a>	Agência Lupa	News
27/10/2018	21:26	<a href="#">Atos pró-Bolsonaro ocorrem no DF e pelo país, na véspera da eleição</a>	Renan Melo Xavier	News
27/10/2018	20:03	<a href="#">Bolsonaro critica voto de Barbosa: “Se o PT voltar, o Mensalão volta”</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
27/10/2018	20:37	<a href="#">Datafolha: Bolsonaro mantém dianteira com 55% e Haddad chega a 45%</a>	Ian Ferraz	News
27/10/2018	08:03	<a href="#">Bolsonaro pede cassação de chapa de Haddad por turnê de Roger Waters</a>	Estadão Conteúdo	News
27/10/2018	20:02	<a href="#">Andressa Urach curte aniversário do irmão em festa com tema Bolsonaro</a>	Felipe Moraes	News
27/10/2018	19:49	<a href="#">Vice de Bolsonaro aposta em vitória tranquila: “Vai ser 60 a 40”</a>	Ian Ferraz	News
27/10/2018	11:17	<a href="#">Militantes pró-Haddad realizam “caminhada da virada” no DF</a>	Ingred Suhett	News
27/10/2018	20:25	<a href="#">Homem é morto durante carreata pró-Haddad em Pacajus, no Ceará</a>	Da Redação	News
27/10/2018	05:30	<a href="#">Facada e entrevista ao JN: os termos mais procurados sobre Bolsonaro</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
27/10/2018	19:41	<a href="#">No aniversário de Lula, maior presente é vitória de Haddad, diz Gleisi</a>	Estadão Conteúdo	News
27/10/2018	14:11	<a href="#">Ato pró-Bolsonaro em Brasília segue ao som de “Eu te amo, meu Brasil”</a>	Renan Melo Xavier	News
27/10/2018	21:14	<a href="#">Ex-procurador-geral da República, Rodrigo Janot declara voto a Haddad</a>	Ian Ferraz	News
27/10/2018	22:00	<a href="#">“Vira voto”: moradoras de Águas Claras tentam convencer indecisos</a>	Fernando Caixeta	News
27/10/2018	22:27	<a href="#">Em Curitiba, Roger Waters exhibe #EleNão antes de 22h: “Obedeçam a lei”</a>	Felipe Moraes	News
27/10/2018	21:53	<a href="#">Haddad pede voto sem ódio e diz que urna é para “depositar esperança”</a>	Agência Brasil	News
27/10/2018	14:42	<a href="#">Eleições 2018: saiba o horário de votação no segundo turno</a>	Agência Brasil	News
27/10/2018	05:30	<a href="#">Estudante que não vota pode ser eliminado de concurso público?</a>	Sara Alves	News
27/10/2018	19:11	<a href="#">Apuração de votos para presidente começará às 19h de Brasília</a>	Estadão Conteúdo	News
27/10/2018	05:30	<a href="#">Ao novo presidente, Temer entregará relatório com “pedidos especiais”</a>	Larissa Rodrigues	News
27/10/2018	15:15	<a href="#">Confira qual é a ordem de votação na urna eletrônica no 2º turno</a>	Agência Brasil	News
27/10/2018	20:49	<a href="#">Aeroporto de Brasília está pronto para receber justificativa de voto</a>	Larissa Rodrigues, Ian Ferraz	News

27/10/2018	10:31	<a href="#">Eliseu Padilha faz reunião com Onyx Lorenzoni fora da agenda oficial</a>	Estadão Conteúdo	News
27/10/2018	19:04	<a href="#">Datafolha: 55% dos brasileiros não querem liberação do porte de armas</a>	Da Redação	News
28/10/2018	21:36	<a href="#">Eleições 2018: Bolsonaro vence Haddad no DF e em 15 estados</a>	Douglas Carvalho	News
28/10/2018	05:30	<a href="#">Análise: só uma onda de votos permite virada de Haddad sobre Bolsonaro</a>	Eumano Silva	News
28/10/2018	19:49	<a href="#">De oásis a inferno. Vizinhos não podem “discordar” de Bolsonaro</a>	Ana Beatriz Magno	News
28/10/2018	23:45	<a href="#">No berço do Bolsa Família, Haddad soma 97,99% dos votos</a>	Renan Melo Xavier	News
28/10/2018	19:04	<a href="#">Eleições 2018: Jair Bolsonaro é eleito presidente da República</a>	Carlos Estênio Brasilino	News
28/10/2018	23:43	<a href="#">Apesar de revés com Haddad, PT mantém recordes conquistados por Lula</a>	Renan Melo Xavier	News
28/10/2018	10:24	<a href="#">Recebido por aliados com flores, Haddad vota em SP e aposta em virada</a>	Luciana Lima	News
28/10/2018	19:30	<a href="#">Michelle Bolsonaro: Brasil terá uma ceilandense como primeira-dama</a>	Leilane Menezes	News
28/10/2018	21:31	<a href="#">General Heleno tem recepção de pop star no condomínio de Bolsonaro</a>	Ana Beatriz Magno	News
28/10/2018	19:01	<a href="#">Boca de urna: Ibope dá vitória a Bolsonaro, com 56% dos votos válidos</a>	Da Redação	News
28/10/2018	09:07	<a href="#">Se eleito, Bolsonaro deixará casa no RJ por razões de segurança</a>	Ana Beatriz Magno	News
28/10/2018	19:53	<a href="#">Quinze mil brasilienses comemoram vitória de Bolsonaro na Esplanada</a>	Fernando Caixeta	News
28/10/2018	22:57	<a href="#">Trump e presidentes latino-americanos parabenizam Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	14:37	<a href="#">Bolsonaro se desentende com chefe de segurança e PF avalia troca</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	05:30	<a href="#">Brasil, mostra a tua cara: Bolsonaro ou Haddad?</a>	Eumano Silva	News
28/10/2018	09:27	<a href="#">Com colete à prova de balas, Bolsonaro vota no RJ e se diz confiante</a>	Luciana Lima	News
28/10/2018	12:09	<a href="#">Candidatos à presidência aguardam resultado das eleições em casa</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	23:01	<a href="#">Danilo Gentili e Lobão festejam vitória de Bolsonaro com velório do PT</a>	Sarah Campo Dall'orto	News
28/10/2018	21:37	<a href="#">“Primeiro presidente eleito sem sair de casa”, diz Eduardo Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	12:36	<a href="#">Bolsonaro faz concessão à Rede Globo e libera acesso a condomínio</a>	Ana Beatriz Magno	News
28/10/2018	21:27	<a href="#">“PT deve soltar foguete, elegeram Bolsonaro”, ironiza Kátia Abreu</a>	Estadão Conteúdo	News

28/10/2018	08:10	<a href="#">Nova Zelândia tem vitória de Bolsonaro no segundo turno</a>	Bruno Peres	News
28/10/2018	16:08	<a href="#">Na França, Haddad vence com 69,4% dos votos no 2º turno</a>	Thayná Schuquel	News
28/10/2018	21:47	<a href="#">Alexandre Frota visita Bolsonaro e nega que será ministro</a>	Ana Beatriz Magno	News
28/10/2018	17:41	<a href="#">Após postar foto durante voto, eleitor do Bolsonaro é preso no PR</a>	Thayná Schuquel	News
28/10/2018	21:04	<a href="#">Sérgio Moro saúda Bolsonaro e sugere reformas, diálogo e tolerância</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	14:08	<a href="#">Eleições 2018: votação já foi encerrada em 65 países</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	19:03	<a href="#">Em vídeo, Bolsonaro diz que Magno Malta estará com ele no Planalto</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	13:08	<a href="#">Ciro vota em Fortaleza e diz que “nunca mais” fará campanha para o PT</a>	Luciana Lima	News
28/10/2018	20:38	<a href="#">Avenida Paulista reúne milhares de simpatizantes de Jair Bolsonaro</a>	Agência Brasil	News
28/10/2018	15:31	<a href="#">Se relógio marca 17, eleitores fazem 17 flexões para Bolsonaro</a>	Ana Beatriz Magno	Outro
28/10/2018	15:24	<a href="#">Grupos contra e pró-Bolsonaro provocam tumulto em Londres</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	19:38	<a href="#">Diante de apuração, petistas choram no hotel onde está Haddad</a>	Estadão Conteúdo	Outro
28/10/2018	21:08	<a href="#">Assessor de Bolsonaro ofende jornalistas após vitória</a>	Rafaela Benez	News
28/10/2018	20:49	<a href="#">Bolsonaro vence com 64,7% dos votos em Glicério, sua terra natal</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	16:46	<a href="#">TSE aciona produção de Roger Waters sobre ação movida por Bolsonaro</a>	Larissa Rodrigues	News
28/10/2018	18:14	<a href="#">Bolsonaro quer mudar posição do país no cenário externo, diz Bebbiano</a>	Agência Brasil	News
28/10/2018	16:10	<a href="#">Telão é montado em condomínio de Bolsonaro para transmitir apuração</a>	Ana Beatriz Magno	News
28/10/2018	17:46	<a href="#">Clima é de festa em frente ao condomínio onde mora Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	18:00	<a href="#">Associação indígena Xingu não reconhece apoio a Bolsonaro</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	23:05	<a href="#">Ao parabenizar Bolsonaro, STF, PGR e OAB pregam tolerância</a>	Agência Brasil	News
28/10/2018	11:32	<a href="#">Doria minimiza ausência de Alckmin em sua campanha</a>	Estadão Conteúdo	Outro
28/10/2018	16:55	<a href="#">No segundo turno, celebridades votam e fazem manifestação silenciosa</a>	Isabella Cavalcante	News
28/10/2018	07:48	<a href="#">Felipe Neto diz deixar ódio ao PT de lado e declara voto em Haddad</a>	Bruno Peres	News

28/10/2018	14:52	<a href="#">Efeito Bolsonaro pode eleger até 11 governadores</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	11:50	<a href="#">José Eduardo Cardozo: “Estamos voto a voto da vitória”</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	22:09	<a href="#">Toffoli clama por pacto e defende ambiente sem ódio nem radicalismo</a>	Ian Ferraz	News
28/10/2018	17:16	<a href="#">Raquel Dodge diz que eleições transcorrem “de forma justa e livre”</a>	Rafaela Benez	News
28/10/2018	11:50	<a href="#">Mourão vota no DF e diz que alterar Previdência Social é prioridade</a>	Ingred Suhet	News
28/10/2018	17:40	<a href="#">Mesária é dispensada por usar camiseta “Lute como uma garota”</a>	Estadão Conteúdo	News
28/10/2018	10:59	<a href="#">TSE: 912 urnas são substituídas e 17 foram presos na manhã do 2º turno</a>	Renan Melo Xavier	News
28/10/2018	19:18	<a href="#">Quem é Jair Bolsonaro, o novo presidente do Brasil</a>	Ian Ferraz, Renan Melo Xavier, Eumano Silva	News
28/10/2018	20:06	<a href="#">Pablo Vittar reage à eleição de Jair Bolsonaro: “Eu resisto”</a>	Sarah Campo Dall'orto	News
28/10/2018	20:06	<a href="#">Manuela D'Ávila: “Tristeza tem que se transformar em resistência”</a>	Leilane Menezes	News
		<a href="#">SABATINA COM OS VICE-PRESIDENCIÁVEIS</a>		Outro