

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUC-SP**

Amanda Camillo Palandi

Eleições 2018 - Monitoramento de notícias no Facebook

Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital

**São Paulo
2019**

Amanda Camillo Palandi

Eleições 2018 - Monitoramento de notícias no Facebook

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, sob a orientação da Professora Doutora Martha Carrer Cruz Gabriel.

São Paulo

2019

Banca Examinadora

AGRADECIMENTOS

Brindo à Casa

Brindo à Vida

Meus Amores

Minha Família

Aos meus pais por forjarem um caminho tão bonito e com tanta dedicação para nós, seus filhos, e por serem exemplos de construção contínua. Aos meus irmãos, que dou a minha vida, sem pensar duas vezes.

Aos meus amores conquistados na jornada do viver: meu parceiro de aventuras, reflexões e para sempre namorado; meus amigos-irmãos e meus amigos-filhos.

Ao respirar, explorar e experimentar de cada dia. Viva!

Às casas que me acolheram, na academia, no mercado e na vida, e cada mentor, professor e líder que elas me apresentaram.

RESUMO

A mídia tradicional tem disputado cada vez mais espaço com a mídia digital, e o modelo de mediação da informação um-todos deu lugar para o formato todos para todos, em que os consumidores-cidadãos não só recebem informação, mas interagem com ela e até a produzem. As marcas tem se beneficiado há pelo menos duas décadas do monitoramento dessas mídias via ferramentas de coleta e análise em bancos de dados, para estabelecer conexões com o público, resolver crises, e principalmente alcançar metas de retorno sobre investimento. No Brasil, as redes sociais digitais se tornaram uma das principais fontes de notícias, e o estudo das interações nesses ambientes é de grande potencial para entender comportamentos e tendências, inclusive sobre política. As eleições de 2018 trouxeram uma notória discussão política dentro destas redes, e o presidente eleito fez uso delas para sua campanha como nunca antes. O presente estudo tem como objetivo analisar como os produtores de notícias cobriram o processo eleitoral dentro do Facebook, e como os cidadãos internautas reagiram aos conteúdos veiculados.

PALAVRAS-CHAVE: monitoramento de mídias sociais, *big data*, jornalismo digital, sites de notícias, interações no Facebook, eleições 2018

ABSTRACT

The traditional media has been competing with digital media more and more, and the one-all information mediation model has given way to the all-for-all format, in which consumer-citizens not only receive the information but interact with it and even produce it. Brands have benefited for at least two decades from monitoring these media using collection and analysis in data base tools, to stablish a connection with the audience, resolve crises, and especially achieve return on investment goals. In Brazil, digital social networks have become one of the main sources of news, and the study of interactions in these environments has great potential to understand behaviors and trends, including topics about politics. The 2018 elections brought a notorious political debate within these networks, and the president - elect used them for his campaign like never before. This study aims to analyze how news producers covered the electoral process in Facebook, and how Internet users reacted to the content aired.

KEYWORDS: social media listening, big data, digital journalism, digital news, Facebook interactions, 2018 elections

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	15
2 – <i>BIG DATA</i>	19
3 – MONITORAMENTO DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	22
3.1 – FERRAMENTAS DE COLETA E ANÁLISE	25
3.2 – KPI'S - MÉTRICAS DE MENSURAÇÃO	28
3.3 – API'S - INTERFACES DAS PLATAFORMAS	29
3.4 – MONITORAMENTO DO FACEBOOK.....	31
4 – JORNALISMO DIGITAL.....	33
5 – ANÁLISE DAS ELEIÇÕES 2018	36
5.1 – BASE DE DADOS	37
5.2 – ANÁLISE GERAL DAS PUBLICAÇÕES	41
5.3 – ANÁLISE GERAL DAS INTERAÇÕES	42
5.4 – LISTAS POR TIPO DE INTERAÇÕES.....	45
5.4.1 – CURTIDAS.....	45
5.4.2 – COMPARTILHAMENTOS	59
5.4.3 – COMENTÁRIOS.....	72
5.4.4 – REAÇÕES 'HAHA'	88
5.4.5 – REAÇÕES 'AMEI'	99
5.4.6 – REAÇÕES 'GRR'	109
5.4.7 – REAÇÕES 'TRISTE'	119
5.4.8 – REAÇÕES 'UAU'	127
5.5 – CONSIDERAÇÕES DA ANÁLISE	137
6 – CONCLUSÃO.....	141
7 – BIBLIOGRAFIA.....	143

1 – INTRODUÇÃO

O Brasil é um país que até pouco tempo atrás lia muito pouco, por conta da cultura de televisão que dispensa a língua escrita. Já a internet, depende dessa linguagem: não basta o navegador ser rápido, a leitura do que é veiculado deve ser rápida, já que a navegação exige a busca, e a busca exige leitura, desenvolvida a partir do impulso de buscar conteúdos novos. A Internet foi um verdadeiro impacto no país: um espaço onde somos convidados a falar. (Savazoni, 2009, p.35)

Como ensinado por Santaella (2001), a revolução tecnológica que vivemos é propiciada pelas mídias digitais, e sua produção e transmissão de mensagens é ainda mais profunda do que a explosão da cultura de massas. A digitalização permite a compressão de dados, sendo possível estocá-los e circulá-los em grande volume. Em uma linha de tempo, a autora pontua que a escrita suméria tem cinco mil anos, o livro tem 500 anos, a estocagem e tratamento via computador 50 anos, e a digitalização das informações, uma década.

A opinião pública surgiu no século XVIII, sendo considerada como a voz do povo. Levou à criação dos sistemas eleitorais e tem sido constantemente modificada pelos meios de comunicação: a mídia oferece a informação objetiva e os cidadãos formam as suas próprias opiniões, estas que retornam aos meios de comunicação pelas pesquisas de opinião. Tanto defensores da direita quanto defensores da esquerda concordam que a mídia atualmente transmite informações tendenciosas, servindo para manipular a grande massa e até mesmo formar a opinião pública. (Negri e Hardt, 2005)

Com pesquisas que mostram que mais de 3.5 bilhões de usuários estão nas redes sociais digitais, representando quase metade da população mundial¹, e 121 milhões de pessoas estão conectadas no Brasil², estando sete entre dez

¹ Fonte: Global Digital Statshot 2019 <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/143899-metade-planeta-usa-rede-sociais-3-5-bilhoes-usuarios.htm>>. Acesso em 20 de julho de 2019.

² Fonte: Comscore MMX e VMX Multi-Platform® - Dez2018

brasileiros em alguma rede social³, 45% acima da média mundial, os estudos sobre impactos e mudanças sociais são cada vez mais relevantes.

O desejo de compartilhar nossos pensamentos, opiniões e experiências é motivo suficiente para as redes sociais digitais serem tão populares. As pessoas viciadas nessas redes não conseguem parar de compartilhar o que pensam, gostam e querem, com todo mundo e o tempo todo (Berger, 2014, p.31). Podemos analisar as trocas sociais porque essas interações, ao contrário da linguagem oral, ficam gravadas nesse espaço. Compreender essas redes é essencial para compreender também a apropriação da Internet como ferramenta da organização social e informação contemporânea. (Recuero, 2009, p.162)

As marcas saíram na frente nessa compreensão, e os cidadãos começaram a aplicar o que aprenderam como consumidores de cultura popular em formas mais visíveis de ativismo político. A cultura popular moldou a forma como o público processou e reagiu ao discurso político (Jenkins, 2018, p.297). Governar se aproxima do marketing, o questionário político se iguala a uma pesquisa de mercado, as opiniões eleitorais podem ser descobertas por meio de mineração de dados. (Han, 2018)

O presente estudo tem como objetivo analisar as notícias e interações em relação às Eleições de 2018 no Brasil, e para isso vamos abordar antes os seguintes temas: *Big data*, Monitoramento das Mídias Sociais e Jornalismo Digital. No capítulo 'Big Data', veremos que um banco de dados sem inteligência é como um livro num idioma desconhecido, você sabe que tem muitas informações ali, mas não consegue explicar nenhuma delas. Tudo é contexto.

No capítulo 'Monitoramento das Mídias Sociais', entenderemos melhor a importância dessa ferramenta do marketing digital, que, nas palavras de Silva (2010), tem o papel de coletar, armazenar, classificar, categorizar, e analisar menções online públicas. Por intermédio de softwares de monitoramento é possível acessar, de maneira eficaz e estruturada, informações sobre públicos,

³ Fonte: We are social, 2018 e 2019

suas opiniões e tendências de consumo, além de viabilizar a análise dos dados obtidos. Tanto softwares pagos como gratuitos estão disponíveis e acessíveis a qualquer um que queira monitorar um tema, e justamente por este motivo, e por essas soluções existirem a cerca de uma década, os dados armazenados são muitos, mas as perguntas em relação a eles ainda não findaram.

No capítulo 'Jornalismo Digital', a partir da ideia de que a sociedade brasileira é *media centered* e que os meios de comunicação representam a principal fonte de informação para o cidadão, vamos entender que o modelo de transmissão um-todos deu lugar para os computadores e a arquitetura de redes, o que exigiu uma mudança na maneira de comunicar, produzir e consumir informação. (ALDÉ, 2004; GOMES, 2004).

A partir da análise de conteúdo proveniente da coleta do Facebook, serão extraídos dados a partir de métricas relacionadas às publicações, para responder perguntas como: "Qual foi a postagem com mais compartilhamentos?", "E com mais reações de tristeza?". Estas vão trazer os insights ligados à produção de conteúdo. Também serão extraídos dados ligados diretamente às interações do público, como em "Quais as *hashtags*⁴ mais ativadas nos comentários dos internautas?".

Dubner e Levitt (2005) afirmam que "quando o moralismo é substituído por uma aceitação honesta dos dados, o resultado costuma ser novo e surpreendente.". Os autores definem a economia como uma ciência para medir por meio de ferramentas capazes de acessar grande quantidade de informações, e mostram que ferramentas assim podem levar à tomada de decisões relacionadas a finanças e investimentos, e também a temas "mais interessantes". Eles colocam o campo de estudo como um raciocínio lógico sobre o comportamento humano, a partir de uma nova maneira de olhar, discernir e avaliar, e ponderam que não é uma tarefa difícil como se imagina. Lembram

⁴ Hashtag é um indicador de assunto, normalmente representado pelo sinal "#" seguido da palavra indicativa do assunto. (Recuero, 2009)

também que Adam Smith, fundador da economia clássica, foi também filósofo. Durante sua jornada não focou só nos números, mas em como as mudanças econômicas afetavam de fato as pessoas. Para os economistas, o fato de uma parte ter mais informações que outra parte é denominado como assimetria das informações. Para Dubner e Levitt (2005) a informação é a moeda da internet, e ainda que esse veículo não tenha acabado com a assimetria, ele é muito eficiente na transmissão da informação e diminuiu “de forma drástica o abismo entre os especialistas e o público.”. No caso de informações noticiosas, trouxe o público para mais perto dos jornalistas.

Harari (2018) lembra como o Google mudou a forma como buscamos informações: “no decorrer de apenas duas décadas, bilhões de pessoas passaram a confiar no algoritmo de busca do Google em uma das tarefas mais importantes: buscar informação relevante e confiável.”. Nossa maneira de buscar a verdade foi definida pelos resultados principais na busca do Google. A corrida para obter dados é liderada principalmente pelo Google e Facebook, reconhecidos recentemente⁵ pelo Cenp - Conselho Executivo das Normas-Padrão, órgão de autorregulamentação do mercado publicitário, como veículos de mídia. Harari (2018) traz o fluxo de negócio dos dois gigantes em *big data*: “capturam nossa atenção fornecendo-nos gratuitamente informação, serviços e entretenimento, e depois revendem nossa atenção aos anunciantes. [...] ao captar nossa atenção, eles conseguem acumular imensa quantidade de dados sobre nós. Nós não somos seus clientes – somos seu produto.”

⁵ Fonte: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/07/cenp-reconhece-google-e-facebook-como-veiculos-de-midia.shtml>>

2 – **BIG DATA**

“Sem *big data* você está cego e surdo no meio de uma autoestrada.” é o título do capítulo sobre *big data* em “O Livro dos Negócios” (2014). A linha do tempo que contextualiza a sessão mostra o quanto a inteligência de dados tem relação com a política: 1995 – A empresa Netscape desenvolve os cookies para internet. 1997 – A NASA cria o termo *big data* para descrever o desafio de processar e visualizar a quantidade enorme de informações geradas pelos supercomputadores. 2000 – *big data* vira tema de artigo de um economista da Universidade da Pensilvânia. 2011 – A Netflix usou sua base de audiência de 33 milhões de assinantes para decidir fazer um remake de House of Cards, série sobre a política americana (o diretor e ator principal também foram escolhidos a partir de *big data*). 2012 – A campanha de Barack Obama usa *big data* para reeleger-lo como presidente. 2013 – A NSA é autorizada a usar *big data* para espionar cidadãos nos Estados Unidos.

Antigamente, guardar e acessar com eficiência um volume de informações exigia um grande investimento em hardwares. Nos anos 90, estocar um gigabyte custava um mil dólares para as empresas. Na última década, o custo foi para cerca de seis centavos (FEIJÓ, 2013). Num ambiente em que há fartura de dados, também há fartura de informações inúteis. A direção de quais perguntas devem ser feitas continua sendo a missão dos que querem aprender com *big data*. Caso contrário, corre-se o risco de fazer perguntas erradas e interpretar as respostas de maneira precipitada. Além disso, os dados são coletados para serem analisados e levar a correlações que podem não ser inicialmente evidentes, mas se tornam úteis na conclusão da pesquisa.

O computador pessoal é o primeiro e maior exemplo da democratização das ferramentas de produção e o resultado disso é o crescimento cada vez mais rápido do universo de conteúdo disponível. Grandes empresas, como Google e Netflix, traduzem bases enormes de conteúdo para obter melhores resultados de busca ou recomendações relevantes, e se mostram verdadeiros exploradores a sabedoria coletiva (Anderson - 2006). Tudo pode ser convertido na linguagem do desempenho e da eficiência: todo clique é salvo, todo passo é rastreável. No

lugar do Big Brother, entra big data, e não são apenas serviços secretos do governo que nos espionam: os algoritmos do Facebook e de serviços secretos executam operações semelhantes. A análise de big data dá a conhecer modelos de comportamento que tornam prognósticos possíveis, e a mineração de dados torna visível os modelos coletivos de comportamento dos quais não se está nem sequer consciente, tornando acessível o inconsciente-coletivo. (Han, 2018)

Antes de falar em monitoramento de redes sociais digitais, destaquemos o conceito de cauda longa, de Chris Anderson (2006). A aplicação da cauda é vista geralmente em *e-commerces*, mas é perfeitamente coerente para a noção de *big data* abrangente e inteligente. O termo que se aplica às recomendações e a todas as outras ferramentas que ajudam a encontrar qualidade na cauda longa é o filtro. Ele serve para peneirar um vasto conjunto de escolhas para então propor as mais compatíveis com as características de quem está buscando. O problema é em que contexto o filtro se encontra. Sem os filtros, a cauda corre o risco de ser só ruído e quando há excesso de ruído, não há entendimento da informação.

Jenkins (2008) cita uma teoria chamada a Lei de Sturgeon que diz que noventa por cento de tudo é desprezível, então quanto maior a cauda, maior o ruído. A ideia é que o papel dos filtros não seja apenas como o de um porteiro, barrando alguns e deixando outros entrarem, mas sim de assessores: é possível garimpar diamante em toda a extensão da curva com eles. A questão é que cada pessoa tem a sua perspectiva daquilo que é bom ou ruim. Alguns critérios de qualidade que estamos habituados a analisar dizem que a alta qualidade está ligada diretamente ao que corresponde meus interesses; que é novo; substancial e vibrante. Já do lado da baixa qualidade é aquilo que não é pra mim; que é malfeito, velho, superficial e monótono.

Em “O Livro dos Negócios” (2014), a linha do tempo da pesquisa de mercado mostra: 1920 – surge o conceito de pesquisa de mercado nos EUA. 1941 – o conceito de grupo de foco é criado. 1988 – o termo netnografia é criado para se referir à teoria da etnografia na internet. 1990 – a primeira tecnologia de neuromarketing é criada para analisar reações subconscientes das pessoas. A citação da antropóloga Zora Neale Hurston é destacada: “Pesquisa é curiosidade

formalizada. Tem a ver com cutucar e se intrometer, tendo um propósito”. A premissa básica da pesquisa é fazer perguntas e ao entrar em uma rede social como o Facebook, lemos “No que vocês está pensando?”. A rede está fazendo uma pesquisa com seus usuários. Estamos respondendo as perguntas que eles fazem e alimentando e treinando seus algoritmos.

3 – MONITORAMENTO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Com o crescimento do acesso e popularidade das redes sociais digitais, conversas, opiniões e interações passaram a preencher esses ambientes, e com isso surge a necessidade de organizar essas informações. O monitoramento de redes sociais é um importante mecanismo do marketing digital formado por um conjunto de funções que vão desde coletar e catalogar até classificar cada dado, transformando esse banco de dados em informação significativa para os interessados. Nas palavras de Silva (2010) é a coleta, armazenamento, classificação, categorização, adição de informações e análise de menções online públicas a determinado(s) termo(s) previamente definido(s) e seus emissores, com os objetivos de: (a) identificar e analisar reações, sentimentos e desejos relativos a produtos, entidades e campanhas; (b) conhecer melhor os públicos pertinentes; e (c) realizar ações reativas e pró-ativas para alcançar os objetivos da organização ou pessoa de forma ética e sustentável. Salustiano (2010) acrescenta que os principais objetivos são mensurar, qualificar, quantificar, traçar perfis de usuários, identificar possibilidades de ações dentro dos ambientes virtuais e prever crises e danos às marcas.

“Se você não pode medir, você não pode gerenciar”. A clássica frase dos livros de Administração, proferida por Peter Drucker, reforça a importância do monitoramento de mídias sociais. Qualquer rastro digital é armazenado pelos sistemas online e pode ser usado como fonte de conteúdo e métricas de compreensão de comportamento. A possibilidade de resgate de informações sociais é algo de extrema relevância para pessoas, governos, empresas e organizações. Todo este conteúdo pode ser resgatado e processado com o monitoramento de mídias sociais, transformando dados em conhecimento. (Silva, 2012b, p.44)

Como dito por Silva (2012), o monitoramento é o ato de transformar dados em conhecimento, já que o conteúdo armazenado pode ser processado e classificado segundo interesses interpretativos. Os resultados da pesquisa devem contar uma história, e assim como bem explicado por Knafllic (2019), o *storytelling* com dados vai além de simplesmente apresentá-los, mas deve-se

atribuir contexto, eliminar a saturação de dados, trazer uma apresentação visual adequada, e claro, conseguir que a história contada chegue ao leitor.

Postagens de opiniões também proporcionam resíduo comportamental. Resenhas, blogs, posts ou outros tipos de conteúdo deixam evidências que os outros podem encontrar depois. Por esse motivo, muitas empresas e organizações encorajam as pessoas a dar um ‘curtir’ nelas ou em seu conteúdo no Facebook. Com um simples clique as pessoas não só mostram sua afinidade com um produto, ideia ou organização, como ajudam a espalhar a informação de que algo é bom ou digno de atenção. (Berger, 2014, p.121)

A princípio, os interessados mais frequentes e importantes desse tipo de dado são marcas e pessoas públicas que enfrentam crises ou estão em algum tipo de campanha. A opinião dos diferentes públicos nos ambientes digitais das redes sociais pode ter relevância a ponto de mudar posicionamentos e estratégias. Seja para entender o que as pessoas estão dizendo sobre uma marca, um segmento, uma tendência, ou para medir resultados de ações específicas, o monitoramento digital passa a ser essencial em uma era que é também digital. Como dito por Silva (2012), o monitoramento é o ato de transformar dados em conhecimento, já que o conteúdo armazenado pode ser processado e classificado segundo interesses interpretativos. De acordo com Salustiano (2010), o monitoramento deixou de ser tendência e virou necessidade de toda marca e pessoa pública.

A análise de dados via monitoramento de redes sociais se dá de forma parecida a que Flusser (2013) define a nova imaginação: “primeiramente recuamos do mundo para poder imaginá-lo. E então nos afastamos da crítica para poder descrevê-lo. Depois nos afastamos da crítica escrita e linear para poder analisa-lo. E, finalmente, projetamos imagens sintetizadas a partir da análise, graças a uma nova imaginação.”.

O autor enxergou uma vantagem em vermos o mundo através de imagens: “agora que não esbarramos mais nas coisas, podemos observá-las, vê-las em seu contexto; podemos deduzir fatos.”. E é por isso que somos incentivados a

demonstrar nossas opiniões no mundo virtual. Ainda assim, o autor lembra da importância das imagens serem acompanhadas da escrita linear: “Lá a crítica que descreve as imagens não é apenas aquela que narra, mas também aquela que discute.”.

Ter dados não significa saber usá-los. Harari (2016) faz uma reflexão interessante sobre a National Security Agency (NSA) ter livre acesso para espionar cada palavra dos americanos, mas não saber o que fazer com todos esses dados: “Nunca na história um governo soube tanto sobre o que está acontecendo no mundo – e ainda assim poucos impérios trabalharam tão desastrosamente como os Estados Unidos contemporâneos. É como um jogador de pôquer que sabe quais cartas estão na mão do seu oponente, mas mesmo assim consegue perder rodadas seguidas.”. Em outro momento, Harari (2018) traz os perigos de uma vigilância governamental por meio de algoritmos, e conta o caso de um palestino que postou em seu Facebook uma foto no trabalho, ao lado de uma escavadeira, com a frase “Bom Dia!”. O algoritmo de vigilância de Israel traduziu o texto errado para “Mate-os” e o homem foi preso. Ainda que tenha sido solto depois de enxergarem o erro, seu *post* foi retirado da rede.

A tecnologia proporcionou que acumulássemos volumes de dados cada vez maiores, e segundo Knaflitz (2018), isso gerou um crescente desejo associado de entendê-los. A autora defende que existe sempre uma história por trás dos dados, e cabe a nós dar vida à história, tanto no visual como no contexto. Muito bem lembrado pela autora, quanto mais informações, mais difícil a comunicação e a filtragem, que é o fator mais importante. A comunicação com dados está no cruzamento entre a ciência e a arte.

Para Flusser (2013), a comunicação é essencial para a vida, e a produção de informação se dá de forma dialógica ou discursiva, sendo que nenhuma delas pode viver sem a outra. A diferença entre as duas formas está na distância da observação, ou seja, participar de um discurso é bem diferente de participar de um diálogo. E é aí que vem sua afirmação de que “nunca antes na história a comunicação foi tão boa e funcionou de forma tão extensiva e tão intensiva como hoje.” e aponta a dificuldade em produzir diálogos efetivamente necessários.

3.1 – FERRAMENTAS DE COLETA E ANÁLISE

Um monitoramento pode ser feito de forma manual, buscando por termos, *hashtags*, perfis e outros tipos de dados diretamente dentro das redes sociais, como exemplificado acima. Contudo, além do tempo despendido na tarefa, a parcialidade na coleta das informações é certa. As ferramentas de coleta e análise disponíveis no mercado já têm mais de 10 anos e são variadas em complexidade e preço. Elas fazem o papel operacional, com uma varredura sistemática nas APIs e organizam toda a informação recolhida em um só lugar. Com isso, o analista de dados aumenta sua produtividade e foca na interpretação desses dados, podendo produzir insights para estratégias. A definição de ferramentas de monitoramento para Silva (2012) é de “serviços de software oferecidos através da internet para filtrar e analisar o conteúdo textual produzido por e na mídia social. As ferramentas encontram conteúdos baseados nas palavras-chave definidas pelos usuários. As ferramentas incorporam múltiplas funcionalidades, como análise de volume, fonte, autor, palavra-chave, região e sentimento, e reportam estas análises convenientemente de modo gráfico.”.

Segundo o último levantamento feito pela Rocket Content, 46% das empresas brasileiras utilizam alguma ferramenta de monitoramento de redes sociais (Silva, 2016, p.32). Existem duas categorias de software que possibilitam a realização do monitoramento: os parciais e os plenos. Softwares parciais são aqueles que não permitem adição de informações e tratamento avançado de dados, como o Google Alerts, Social Mention e Topsy, etc. Softwares plenos possibilitam ir além da coleta e armazenamento dos dados, agregando em uma única plataforma as diversas etapas do monitoramento. Existem inúmeras ferramentas desse tipo: Radian6, Scup, Trendrr, Alterian SM2, Seekr, Livebuzz, PostX, SocialMetrix, ScoutLabs, Buzzmonitor. Qualquer software de monitoramento pleno viabiliza uma análise de forma contextual e estratégica, mas não podem ser vistos jamais como a análise em si. São imprescindíveis pessoas especializadas para executar todas as etapas do monitoramento (Silva, 2012b, p.47-48). O processo que envolve a extração e coleta de dados até a visualização gráfica exige conhecimento de ferramentas para esse fim. Ao

responder perguntas através de gráficos gerados a partir dos dados, pode-se contar uma história ou um fato (Ferrari, 2016, p.52).

Quando acessada, o primeiro passo a se dar dentro de uma ferramenta de coleta de dados das redes sociais é a configuração da mesma para a varredura filtrada dentro das interfaces de programação de cada rede. Um levantamento prévio é necessário: quais são os perfis que devem ser monitorados por completo? Quais as palavras-chave e *hashtags* usadas em postagens de terceiros são relevantes para o projeto? Quais as variações ortográficas de todas essas palavras e de que outras formas elas podem ser ditas, considerando a linguagem particular de cada rede social? Quais termos não podem aparecer nestas buscas? Essas palavras existem em outros idiomas e isso pode comprometer a coleta? Os termos têm duplo sentido ou estão vinculados a outros contextos que não os do projeto? O levantamento é um grande desafio, segundo Canhoto e Padmanabhan (2015), uma vez que os segmentos de texto disponível em mídia social são muito curtos, ricos em abreviações e gírias e muitas vezes com erros ortográficos ou gramaticais.

Depois de respondidas as questões acima, a coleta se inicia e o banco de dados passa a ser alimentado. Mais automatizações podem ser feitas a partir da coleta, como a distribuição dos dados para determinadas pastas, por meio de *tagueamentos*⁶ enriquecidos, geralmente divididos por temas, além de classificação automática de sentimento ligado à saúde do projeto, geralmente divididos em positivo, negativo, neutro e misto. Ainda com as ferramentas é possível sistematizar a apresentação dos resultados, tornando a leitura mais amigável por meio de gráficos, possibilitando a análise dos dados na mesma ferramenta que os coletou. Contudo, como escrito por Ney (2016), a automação é ótima para profissionais de marketing, mas não provê a flexibilidade e rigor necessários na pesquisa, o que mostra a necessidade do fator humano na análise.

⁶ Tagueamento é um rótulo que se atribui a um conteúdo para auxiliar na organização dos dados. Disponível em: <https://scuphelp.zendesk.com/hc/pt-br/articles/200627325-O-que-é-tagueamento-e-análise-de-sentimento-no-Scup>

Hootsuite, Mention, RD Station, Hi Plataform e Scup são alguns dos nomes das principais ferramentas de monitoramento de redes sociais do mercado. Por se conectarem com as mesmas APIs, os dados brutos coletados são praticamente os mesmos, mudando a forma de visualização dos mesmos de acordo com o layout e possibilidade de filtros de cada ferramenta. Para aprofundar os tipos de métricas, foi escolhida a ferramenta Buzzmonitor, que também será utilizada mais adiante como agente de respostas na análise desta dissertação. O Buzzmonitor, software proprietário da Elife, é uma das plataformas de Social Business Intelligence mais completas do mercado e, além disso, já conta com um armazenamento de dados históricos que serão essenciais para as reflexões que abordaremos mais adiante.

O conceito trazido por Harari (2016) sobre algoritmo diz: “conjunto metódico de passos que pode ser usado na realização de cálculos, na resolução de problemas e na tomada de decisões.”. Não é um cálculo, mas um método de cálculo. Segundo Anderson (2006), “a ascensão do software de busca como a força econômica do Vale do Silício é simplesmente reflexo do valor que agora reconhecemos na mensuração e análise das ações de milhões de indivíduos.”. Os softwares são capazes de converter “a massa de incoerência na coisa mais próxima de um oráculo que o mundo jamais viu.”

Knaflic (2018) elenca 6 lições para se contar histórias com dados e afirma que elas independem de ferramenta. A autora ainda alerta para que se conheça bem a ferramenta escolhida para trabalho, para que ela não seja limitadora na análise, mas facilite a mesma. As lições:

- 1 – Entenda o contexto
- 2 – Escolha uma apresentação visual adequada
- 3 – Elimine a saturação
- 4 – Foque a atenção onde você desejar
- 5 – Pense como um designer
- 6 – Conte uma história

3.2 – KPI'S - MÉTRICAS DE MENSURAÇÃO

Uma métrica é um sistema de mensuração que quantifica uma tendência, dinâmica ou característica. Elas servem para explicar um fenômeno, diagnosticar causas, compartilhar descobertas e projetar resultados (Silva, 2012b, p.145). Com a coleta configurada e ativa, e os dados automaticamente organizados e classificados pelo software de monitoramento de redes sociais, são várias as possibilidades de respostas que um projeto pode receber, e elas são trazidas por meio de Indicadores-Chave de Desempenho, os KPIs (Key Performance Indicators), que também podemos chamar de métricas de desempenho. As métricas variam de acordo com a rede e de acordo com o conteúdo coletado, sendo possível cruzar métricas diferentes, gerando variadas respostas. Analisando as principais métricas disponíveis no software Buzzmonitor, temos os seguintes níveis de edição de um relatório de monitoramento:

Variáveis – É possível definir quais dados e de que forma um gráfico deve ser apresentado. A dimensão geralmente é o volume de publicações, mas também pode ser feita por usuários únicos, ideal para dados demográficos e relacionados ao autor. O agrupamento de dados pode ser feito de várias maneiras, por mês, dia, hora, minuto, para gerar uma linha do tempo; por termos ou *hashtags*, para gerar nuvem de palavras relevantes; por rede social, aplicativo ou dispositivo, para entender o uso das plataformas; por usuários e menções para chegar a listas de influenciadores e engajadores; por tagueamento e sentimento para analisar as classificações automáticas de temas e saúde da marca. Ainda existem as configurações para dividir os dados do gráfico de forma legendada, podendo cruzar por exemplo, o volume de depoimentos por *hashtags* divididos pelo sentimento, ou ainda o volume de depoimentos por mês, divididos por rede social.

Filtros – Com a exibição dos resultados definida, é possível selecionar filtros específicos para selecionar dados. Os filtros gerais, que se aplicam a todas as redes, selecionam termos de busca, para um recorte mais detalhado dentro da coleta, além do período que se quer o recorte. Dentro do Twitter, é possível criar filtros ligados aos usuários: descrição do perfil, localização e volume de

seguidores. No Facebook, os filtros estão ligados diretamente às postagens: se é publicação ou comentário, se traz uma foto, um *link*, um vídeo, se tem um mínimo ou máximo de curtidas, comentários ou compartilhamentos. O Instagram permite filtro para localização do usuário, além dos tipos de publicação e limites de quantidade de curtidas e comentários. Anderson (2006) determina que filtros são essenciais para encontrar qualidade na Cauda Longa e que servem de peneira no vasto conjunto de dados, criando uma camada de navegação.

Fontes – Por último, são selecionadas as fontes de dados do relatório, podendo o projeto ter coletas para várias marcas diferentes. É também nesta aba que são selecionados os perfis próprios vinculados da marca.

3.3 – API'S - INTERFACES DAS PLATAFORMAS

Cada rede social possui sua própria Interface de Programação de Aplicativos, a API (Application Programming Interface), e é por meio dessa interface que os softwares de monitoramento se comunicam para a coleta de dados. Com isso, cada rede possui uma especificação diferente para ser monitorada de forma automatizada e as APIs sofrem atualizações ao longo do tempo, o que permite um aperfeiçoamento constante da ferramenta. As principais redes sociais que permitem a coleta via software hoje são Twitter, Facebook e Instagram, e o que todas têm em comum é que permitem apenas a captura de postagens públicas, ou seja, que a partir de uma URL, qualquer um possa ter acesso, e não apenas uma lista exclusiva de perfis.

O Twitter é uma rede em que a maior parte das interações é feita de forma pública, sendo assim, a grande maioria dos dados pode ser coletada, o que faz da rede uma das mais presentes nos monitoramentos no mercado. Além da API pública, que pode ser acessada por qualquer um, a rede também disponibiliza interfaces pagas, com diferencial de garantia de prazos e volumes na entrega de dados, além de filtros mais sofisticados. A principal forma de se coletar dado do Twitter é por meio da busca por termos, em que com o uso de operadores de

busca avançados, conhecidos como booleanos⁷, é possível restringir o monitoramento para determinada necessidade. Eles foram desenvolvidos por um matemático inglês, Georges Boole, que estudou as leis básicas do pensamento e as fundamentou sobre princípios de lógica “E”, “OU” e “NÃO” (Teixeira, 1998). A seguir, um exemplo de como funciona a lógica booleana: `(((monitoramento AND digital) OR (monitoramento AND “redes sociais”)) NOT cardíaco]`. Na busca, os resultados seriam de conteúdos contendo necessariamente a palavra “monitoramento”, relacionada, em ordem não especificada, com a palavra “digital” e/ou o termo “redes sociais”; esses conteúdos não podem trazer a palavra “cardíaco”. Esta busca seria apropriada para criar uma base de dados sobre a área de pesquisa em questão, considerando variáveis de nomes para a área, e evitando o conteúdo relacionado ao monitoramento cardíaco, que pertence à área médica, e foge ao tema monitorado.

O Facebook funcionava da mesma maneira que o Twitter até 2015, bastava configurar um termo de busca e a interface retornava todas as postagens públicas que respeitavam aquele filtro, mas desde abril de 2015, o monitoramento de termos foi interrompido por uma decisão da empresa a partir da revisão dos termos de privacidade da rede social. Atualmente é possível coletar apenas as postagens de páginas, cadastrando as URLs destas. Sendo assim, a API retorna a totalidade de postagens, respostas, avaliações e comentários públicos sem um filtro de termo de busca, e não retorna mais as postagens, ainda que públicas, de perfis pessoais, grupos e eventos.

A maior rede social do planeta muda quase semanalmente seus algoritmos. Em janeiro de 2018, Zuckerberg anunciou uma grande revisão no algoritmo do *feed* de notícias com o objetivo de priorizar as interações sociais mais significativas para o usuário (Ferrari, 2018, p.24). É importante compreender que a API é um conjunto de comandos técnicos para realizar ações, além de uma

⁷ Termos Booleanos são baseados em um sistema de lógica algébrica, usados em operações lógicas como conjunção, disjunção, disjunção exclusiva, equivalência lógica e negação. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/programacao/1527-logica-booleana-saiba-um-pouco-mais-sobre-esta-logica-e-como-ela-funciona.htm>

documentação das políticas empresariais do Facebook para acesso ao seu banco de dados, por isso as APIs tendem a ser alteradas constantemente. No dia 30 de abril de 2015, a API em que se conseguia extrair dados demográficos relativos a usuários, bem como acessar suas linhas do tempo para coletar as publicações com determinada palavra-chave, expirou. A justificativa do Facebook foi respeitar a privacidade dos usuários, mas a empresa também visava desenvolver sua própria plataforma de monitoramento e venda de dados, o Facebook Topic Data. É por isso que os estudos dentro dessa rede desde então tem sido focados nas páginas públicas de marcas, locais, pessoas, movimentos, entre outros (Silva, 2016, p.75-78).

O Instagram pertence ao Facebook, logo, os novos termos de política de privacidade passaram também para a rede. Antes a busca também se dava por termos, mas sempre acompanhados do símbolo de jogo da velha, então não era possível detectar qualquer termo de um texto de postagem pública, mas apenas as *hashtags* utilizadas. Hoje a busca ainda é permitida, mas tem limitações: são 30 *hashtags* diferentes cadastradas por perfil autenticado pelo administrador, então é possível coletar todas as postagens públicas feitas com até 30 tags diferentes, reduzindo o universo de busca. A API também permite a coleta de todos os *posts*, sem os comentários, de perfis públicos e comerciais.

3.4 – MONITORAMENTO DO FACEBOOK

Apesar das limitações, o Facebook ainda é uma plataforma extremamente rica para obtenção de informações poderosas para gerar decisões baseadas na inteligência de dados (Silva, 2016, p.69). Ferramentas como a Netvizz4, são uma boa opção para coletar dados de páginas, grupos, eventos e links na rede, além de permitem maior grau de personalização do processo de mineração de dados e monitoramento, podendo adequar os relatórios a necessidades particulares (Silva, 2016, p.73). Justamente por conta das limitações abordadas anteriormente, o próximo passo implica em explicar essa solução do banco de dados voltada para as postagens públicas de veículos e influenciadores, apresentar que a princípio era uma alternativa para clientes comerciais que

desejavam fazer um clipping, e que acabou surpreendendo por trazer as opiniões dos usuários do Facebook, se transformando em uma ferramenta potencial de reflexão sobre o cenário brasileiro. A metodologia detalhada de como esse banco foi construído, foi e é alimentado será trazida.

Harari (2016) menciona um estudo feito pelo Facebook que aponta que seu algoritmo já é um melhor juiz de personalidade e disposições humanas do que familiares e amigos. Cerca de 86 mil usuários da rede responderam um questionário e o algoritmo foi capaz de fazer melhores previsões de opiniões e desejos a partir das curtidas em publicações armazenadas em sua base. Em alguns casos, o algoritmo conhecia a pessoa mais do que ela mesma! Wu Youyou, Michal Kosinski e David Stillweel, pesquisadores do estudo concluíram: “As pessoas poderiam abandonar os próprios juízos psicológicos e se fiar nos computadores ao tomar decisões importantes na vida. É possível que essas decisões propiciadas por dados venham melhorar a vida delas.”. Ainda o mesmo estudo apontou que em uma eleição presidencial, por exemplo, além de opiniões políticas, o Facebook poderia mapear os votos críticos podendo ser crucial nos resultados, uma vez que fornecemos informações pessoais políticas para essa base.

Em outro momento, Harari (2018) destaca a polêmica da Cambridge Analytica que revelou que dados do Facebook tinham sido usados para manipular eleições em todo o mundo. O autor lembra que a rede já conta com mais de 2 bilhões de usuários ativos e também separa algumas citações de seu criador, Mark Zuckerberg, defendendo a rede como instrumento mais adequado para unir as pessoas: “mostrar a pessoas um artigo com um ponto de vista contrário na verdade aprofunda a polarização.”, mas ao nos conectarmos com pessoas com base no que temos em comum, será mais fácil dialogar sobre aquilo que discordamos.”.

4 – JORNALISMO DIGITAL

Embora os portais jornalísticos existam há 20 anos, eles reproduzem modelos editoriais das mídias tradicionais, sem aproveitar a potencialidade, interatividade, usabilidade e navegabilidade do meio digital.(Silva, 2016, p.287). Embora as empresas jornalísticas brasileiras tenham uma preocupação em se manterem atualizadas, elas não conseguiram desenvolver uma linguagem para esses novos veículos (Lima, 2012). O digital não faz desaparecer o jornalismo, porque mesmo com essa abundância de informação, há necessidade de filtrar, hierarquizar e contextualizar, elementos fundamentais da atividade jornalística. Além dos veículos tradicionais, podemos agora incluir na leitura diária uma mídia alternativa, um jornal comunitário, e etc. Há um acréscimo de possibilidades, não uma subtração (Savazoni, 2009, p.263).

Para Jenkins (2008), a diversificação dos canais de comunicação é politicamente importante por expandir o conjunto de vozes que podem ser ouvidas. Se a mídia não nos fascinasse, não haveria o desejo de envolvimento com ela, ao mesmo tempo se ela não nos frustrasse, não haveria o impulso de reescrevê-la e recriá-la. Os novos meios não estão substituindo os velhos, estão os transformando. Vamos ao exemplo do fenômeno do spin: trata-se de uma tentativa de campanhas políticas de direcionar as notícias a seu favor, um produto da cultura televisiva. Nos velhos tempos, ele ocorria sem muito alarde, já em eleições mais recentes, a mídia noticiosa concentrou enorme atenção no processo do spin e o público já aprendeu como funciona.

A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 (SECOM, 2016) indica que a internet é o meio preferido do brasileiro para se informar sobre a pauta do dia. Tais informações, mais do que um caráter de conhecimento e aprofundamento do laço social, apelam ao conhecimento. O objetivo de difundir uma notícia de um jornal na internet não é aprofundar laços sociais, mas informar ou gerar conhecimento (Recuero, 2009, p.117). Um estudo de caso interessante do jornalismo digital é o do Blog do Noblat: quando parou de escrever no O Dia, Noblat afirmou que iria desfazer-se do seu blog, já que precisava dos outros meios para ganhar dinheiro, mas por causa dos pedidos dos leitores continuou

com o blog, sem saber que seria contratado pelo IG, transferindo seu conteúdo para o portal. Desde então, Noblat percebeu que poderia se sustentar também por meio do seu blog. O UOL e o Estado de S. Paulo chegaram a disputar o blogueiro, e em 2007, o Blog do Noblat foi transferido para o portal O Globo e hoje, a Veja hospeda o blog (Silva, 2012a, p.273).

De acordo com Han (2018), a comunicação digital, por conta de sua temporalidade, transporta mais afetos do que a comunicação analógica. É uma mídia de afetos. A desmediatização da comunicação faz com que jornalistas e “fazedores de opinião” pareçam completamente superficiais e anacrônicos. A crescente pressão de desmediatização também se estende à política, logo, poder e informação não combinam um com o outro. O poder é caracterizado pela interioridade, já a mídia digital é desinteriorizante.

Hoje os grupos de mídia têm administradores que nem visitam as redações. “Se não está rentável, corta-se o produto. Raras exceções como no caso do jornal Washington Post que foi comprado pela Amazon e a redação cresceu.”. Entender a interação em camadas é o que fará o novo jornalista ser um excelente mídia (Ferrari, 2016, p.30). Empresas tradicionais de mídia precisam se reinventar ou podem fechar as portas, como tem acontecido no mundo todo com jornais, revistas, programas de rádio e televisão. Por não conseguirem justificar seu papel no mercado por conta da queda na receita com anúncios e circulação pagas, os veículos mantêm cada vez menos jornalistas em suas redações (Ferrari, 2016, p.77-78).

Todos os dias, o The New York Times transmite suas reportagens para os feeds de mais de 10 milhões de usuários do Facebook, enquanto as visitas à página inicial do jornal estão diminuindo vertiginosamente. Quando resolveu vender suas reportagens para o Facebook, ele entendeu que mais de 1 bilhão de leitores em potencial estão ali. Apesar de constatado que a *timeline* do Facebook não tem manchetes e nem foram pensadas para replicar o formato da mídia clássica, fora o fluxo informacional, que deixa a impressão de que as notícias se perdem em suas interfaces, por meio de boas notícias,

promoveremos a conscientização e educação necessária do público (Ferrari, 2016, p.47-50).

O Facebook lançou em 2015, os artigos instantâneos, que permitem a visualização e a interação com notícias de qualquer veículo sem que o usuário precise sair do aplicativo. A ideia era reduzir a média de tempo entre o clique numa notícia e o carregamento da mesma, permitindo um consumo mais rápido do conteúdo. A nova ferramenta é motivo de temor por parte dos veículos de comunicação, pelo risco de ceder seu controle financeiro e editorial para o Facebook, já que a rede exerce uma imensa influência no direcionamento de tráfego na web. Por outro lado, existe o temor em não adotar o recurso, o que poderia afetar a relação dos veículos com os leitores (Ferrari, 2016, p.113-114).

5 – ANÁLISE DAS ELEIÇÕES 2018

Segundo o Google Trends⁸, ferramenta da empresa que lista todos anos as buscas mais realizadas em cada país do mundo, ‘Eleições 2018’ foi a terceira pesquisa mais feita na plataforma durante todo o ano de 2018, abaixo apenas da ‘Copa do Mundo’, em primeiro lugar, e do ‘Big Brother Brasil’⁹, em segundo lugar. Não é a primeira vez que a política é tema de interesse na área do Monitoramento de Redes Sociais. Em 2011, um e-book coletivo organizado por Tarcízio Silva, Marcel Ayres, Renata Cerqueira, Nina Santos e Ruan Brito trouxe um panorama das Mídias Sociais nas Eleições 2010 com a intensão de examinar e refletir sobre o papel que essas mídias podem exercer nos processos eleitorais. Segundo eles, foi o primeiro ano em que uma grande massa de cidadãos, individualizados em seus usos da internet, puderam observar, criticar e interferir nas eleições brasileiras.

Entre as colaborações de 28 autores, e fazendo um paralelo com o estudo proposto aqui, destacam-se alguns temas que foram observados em 2010 e que se repetiram ou até mesmo cresceram nas Eleições 2018, como a questão do anonimato (Han, 2018) e falta de credibilidade e transparência na disseminação de informação via redes sociais; o desfoque no discurso propositivo para enfoque no discurso para desmentir as *fake news*; a grande interatividade alcançada com os debates transmitidos online; a influência digital de pautas da mídia tradicional, como declarações dos candidatos em seus perfis das redes sociais; hostilidade entre os usuários de diferentes lados, entre outros.

Knaflic (2018) ensina que para qualquer comunicação com dados há de se entender o contexto da necessidade de comunicar, e para isso existem dois tipos de análise: a exploratória, que consiste em compreender os dados e descobrir o que pode ser interessante destacar, e a explanatória, já com os dados transformados em informação, gerando uma história específica a ser contada. “Nossas ferramentas não conhecem a história que queremos contar”. É assim que a autora mostra a importância da etapa final do processo analítico: ele

⁸ <https://trends.google.com/trends/yis/2018/BR/>

⁹ *Reality Show* da Rede Globo de Televisão.

começa com uma pergunta/hipótese, coleta os dados, limpa e analisa os mesmos, e só então vem a etapa da comunicação, a única que realmente interessa para o leitor.

Existe uma questão ontológica na análise de dados: a maneira de se organizar as coisas. Da mesma forma que o Sistema Decimal de Dewey é a maneira mais conhecida de se organizar livros (Anderson 2006), as interações nos conteúdos serão a nossa maneira de organizar a base de estudo deste trabalho. O segmento de notícias foi o primeiro a sentir o impacto da Internet e hoje o consumidor espera acessar de graça e a qualquer momento esse tipo de conteúdo. Os jornais tiveram queda de mais de um terço na circulação em relação ao pico da década de 1980, mas também foi um dos primeiros veículos a explorar as vantagens da Internet. Com o tempo, foi ficando menos clara a diferença entre jornalismo profissional e amador, e os blogs foram conquistando nichos da Cauda Longa. (Anderson 2006).

Anderson (2006) traz algumas informações da indústria de mídia nos Estados Unidos, como um site liberal sobre política, o Daily Kos, que tem mais *links* remetentes do que o renomado Los Angeles Times, além de quase um milhão de visitas por dia. Também reflete sobre o *slogan* do New York Times “*All the News That’s Fit to Print*”, que perdeu seu significado original, tornando-se arrogante. Todas as coisas importantes do mundo não podem caber no espaço de um jornal, e agora o mesmo concorre com a sabedoria coletiva e a diversidade de informações da Internet. Notícias “não mais pertencem apenas ao domínio de profissionais”, e as páginas de empresas e sites de notícias no Facebook, profissionais ou amadoras e alternativas, formam hoje uma importante fonte de informação, enriquecidas ainda mais com as interações e comentários, que possuem ainda mais informações, do público.

5.1 – BASE DE DADOS

O principal recorte dentro da coleta realizada foi em relação ao assunto das postagens: Eleições 2018. Para separar apenas o conteúdo relacionado, uma

pesquisa foi feita a partir do termo simples “eleições”, que em seguida foi aprimorado para um termo booleano de busca com variações de palavras e *hashtags* ligadas ao tema, que apareciam com relevância entre os principais sobre o termo simples. Dessa forma, a consulta final para o recorte ficou:

[eleições OR #eleições OR #eleicoes OR #Eleicoes2018 OR #Eleições2018 OR eleito OR eleitoral OR eleição OR eleitores OR eleitorais OR eleitor OR eleger OR elege OR eleja OR elegendo OR presidenciável OR presidenciáveis OR presidencial OR candidatura OR candidaturas OR candidatos OR candidato OR candidata OR tse OR turno OR turnos OR urna OR urnas OR sabatina]

Com o tema recortado, a base passou a contemplar 368.668 publicações, por 1.181 páginas públicas. O desafio seguinte seria separar o conteúdo com um mínimo de relevância para a análise, além de filtrar as páginas de veículos, excluindo da base as outras páginas, como de influenciadores, políticos, entretenimento, esporte, marcas. Para o conteúdo, um corte mínimo de 1.000 curtidas por publicação foi feito, uma vez constatado que este tipo de interação é o que soma maior volume de cliques e que não afetaria as publicações que performaram entre os destaques dos outros tipos de interações. A partir do corte, o volume de publicações foi para 36.688 feitas por 403 páginas diferentes.

A produção de conteúdo, inclusive de notícias, passou a ser “Pro-Am”, quando profissionais e amadores trabalham lado a lado, sendo uma força para a Cauda Longa, com a democratização das ferramentas de produção. Os blogs desencadearam a renascença da editoração amadora e hoje, milhões de pessoas lançam publicações diárias para um público que somado é maior que o de qualquer veículo da grande mídia (Anderson - 2006). Um exemplo trazido por Anderson (2006) é o fenômeno chamado “jornalismo de cidadãos”. Um jornal da Coréia do Sul criou no ano 2000 um fluxo em que cinquenta repórteres editavam artigos noticiosos de 40 mil amadores, apresentando cerca de 200 artigos por dia ao jornal, representando mais de dois terços do conteúdo do OhmyNews. O argumento do fundador do site é que as pessoas se mobilizam a escrever artigos porque querem mudar o mundo, e não ganhar dinheiro.

Já o filtro de páginas foi feito a partir da categorização de páginas públicas criada pelo próprio Facebook. Atualmente, existem cerca de 1.500 categorias¹⁰ sendo três delas relacionadas à veiculação de notícias: “Empresa de mídia/notícias”, “Site de notícias e mídia” e “Notícias de personalidades”. As duas primeiras interessam ao recorte, por veicular notícias de modo geral, já a terceira foi descartada por se tratar principalmente de conteúdo sobre a vida pessoal de figuras públicas. Das 403 páginas com conteúdo relevante sobre as Eleições, 133 se encaixavam em pelo menos uma dessas duas categorias, são elas:

180graus	Jornal O Dia
A Tarde Online	Jornal Rondoniagora
A Tribuna Jornal	Jornalistas Livres
Ac24Horas	JOTA
Agência Lupa	Justificando
B9	Le Monde Diplomatique Brasil
Bahia Econômica	LSM - Central de Notícias de Maricá
Bahia Notícias	Mais Goiás
Baixada Viva Notícias	MdeMulher
Bastidores da Mídia	Metro Jornal
BBC News Brasil	Metrópoles
BHAZ	MidiaNews
Boatos.org	MSN Brasil
Bocão News	Nexo
BuzzFeed Brasil	Notícias ao Minuto Brasil
Campo Grande News	O Antagonista
Caneta Desesquerdizadora	O Globo
CARAS Brasil	O Imparcial
Carta Maior	O Liberal
CartaCapital	O Popular
Catraca Livre	O POVO Online
CBN	O Tempo
ClickPB	Olhar Digital
Congresso em Foco	Opera Mundi
Contigo!	Plantão Brasil
Conversa Afiada Oficial	Plox

¹⁰ <https://www.facebook.com/pages/category/>

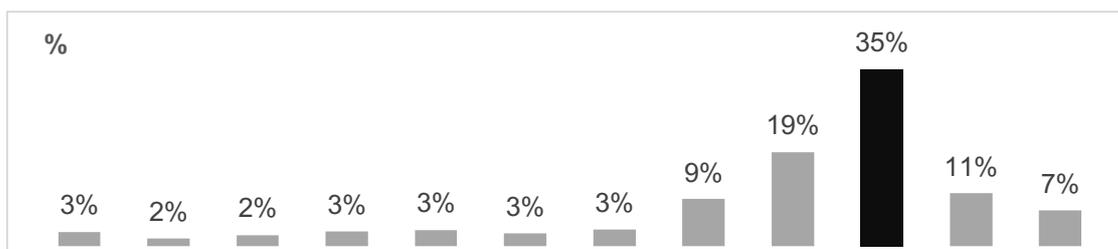
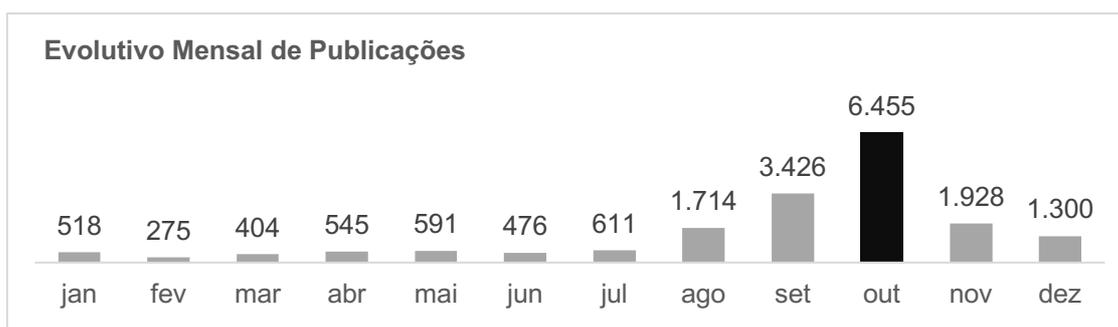
Correio Braziliense	Política Estadão
Correio Do Estado	Portal da Band
Correio do Poder	Portal do Zacarias
D24am	Portal R7
Diário Catarinense	Pragmatismo Político
Diário da Manhã	Praia grande mil grau
Diário da Região	Quebrando o Tabu
Diário de Goiás	Quem Acontece
Diário de Santa Maria	Rádio Bandeirantes
Diário do Centro do Mundo	Rádio BandNews Belo Horizonte
Diário do Poder	Rádio BandNews FM
Diário do Rio de Janeiro	Rádio BandNews FM - Rio de Janeiro
Diário Online	Rádio Globo
EL PAÍS Brasil	República de Curitiba
Esquerda Diário	Revista Fórum
Estadão	São Carlos Agora
Estado de Minas	Sensacionalista
Exame	Site Mundo Negro
Falando Verdades	Socialista Morena
Folha Política	Spotniks
Folha Vitória	Sul Vinte Um
G1 - O Portal de Notícias da Globo	TecMundo
GaúchaZH	Terra
Gazeta do Povo	The Intercept Brasil
Gazeta Online	Tijolaço
Glamour Brasil	Tribuna de Jundiaí
HuffPost Brasil	Tribuna do Norte
Hypeness	Tribuna do Paraná
iBahia.com	Tribuna Online
iG	TV Foco
InfoMoney	UOL
Jornal Águas Lindas	UOL Notícias
Jornal Correio	Valor Econômico
Jornal Cruzeiro do Sul	Varela Notícias
Jornal da Região	VEJA
Jornal de Sergipe	Veja São Paulo
Jornal Destaque Baixada	VICE Brasil
Jornal do Brasil	Viver em Santos e região
Jornal Expresso	Yahoo Brasil

Jornal Extra	Yahoo Noticias
Jornal Extra de Alagoas	

As mesmas produziram 18.243 publicações. A seguir, vamos olhar os dados por diferentes pontos de vista, por meio de uma variedade de métricas. Knaflic (2018) reforça que a cada visão diferente dos dados que analisamos, partes importantes de uma história ficam mais claras e visíveis, colaborando para a conclusão de um estudo. A autora lembra que as histórias individuais de visões específicas podem ser consideradas subtramas do enredo mais amplo.

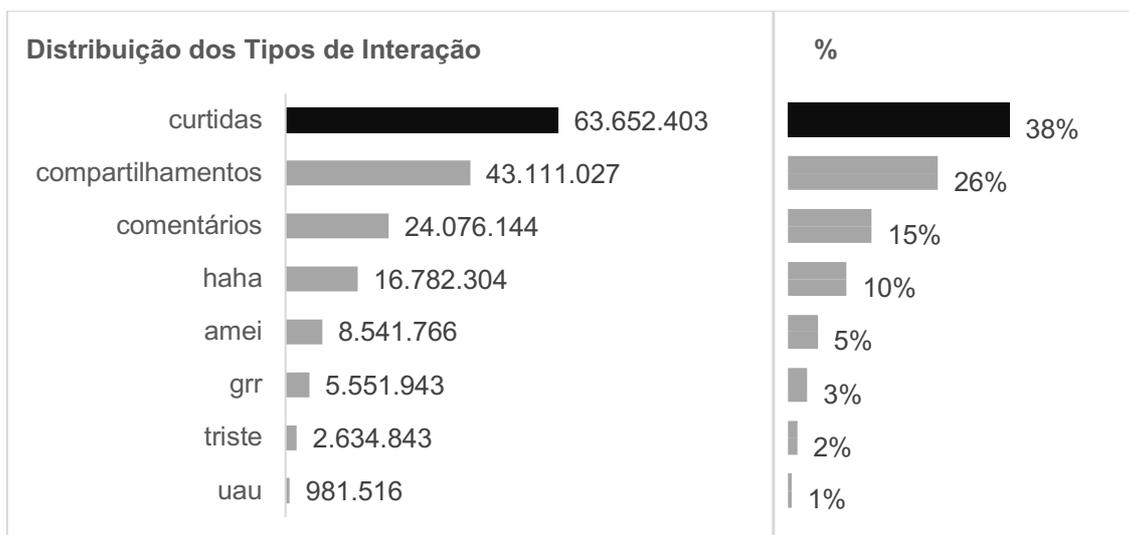
5.2 – ANÁLISE GERAL DAS PUBLICAÇÕES

A distribuição de conteúdos sobre as eleições publicados pelas páginas de notícias durante o ano teve média de 1.520 publicações ao mês, sendo o mês de outubro o de maior volume, com 6.455 *posts*, um crescimento de 325% em relação à média. Além da maior concentração no mês das eleições, os picos seguintes se deram no mês de setembro, período de pré-campanha eleitoral, com 3.426 publicações, e em novembro com a repercussão dos resultados das eleições (1.928 *posts*).

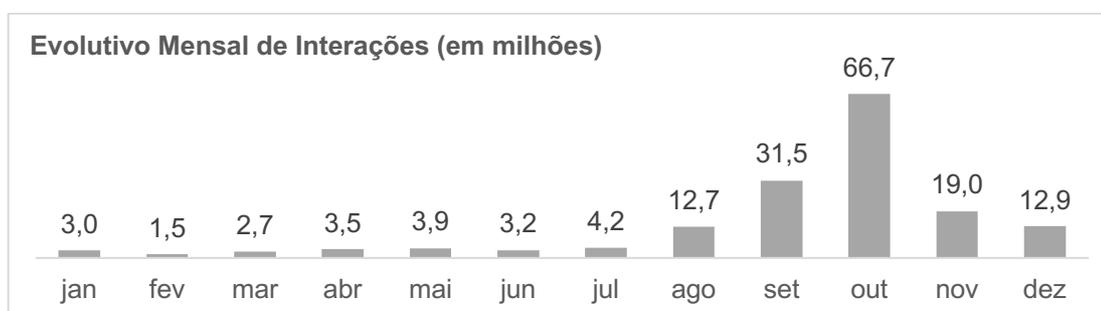


5.3 – ANÁLISE GERAL DAS INTERAÇÕES

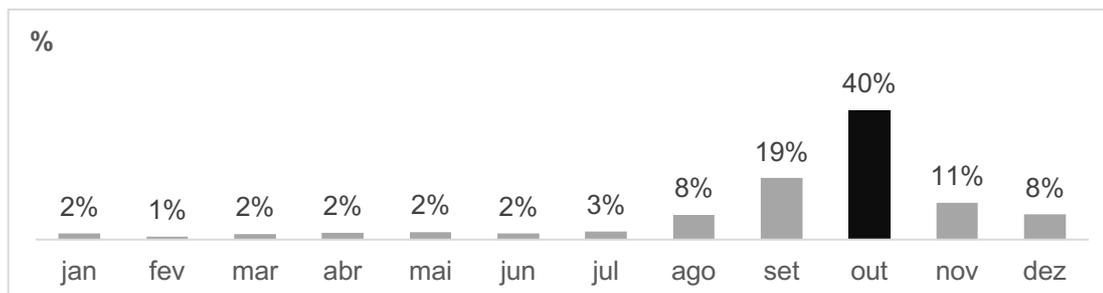
As postagens geraram um total de 165.331.946 interações, entre curtidas, compartilhamentos, comentários, e as reações de “amei”, “haha”, “uau”, “triste” e “grr”. A seguir a distribuição dos tipos de interação na visão geral:



A interação “curtir” seguiu com maior representatividade, 38%, como observado na base geral, sem os recortes de tema, performance mínima e categoria. Na sequência vem a interação de compartilhamento (26%) e os comentários (15%). Entre as reações¹¹, disponíveis desde 2016 na plataforma, a “haha” foi a mais clicada, com 10% de representatividade entre os tipos de interação, superando os sentimentos polarizados de amor e ódio, representados pelas interações “amei” e “grr” respectivamente.



¹¹ <https://newsroom.fb.com/news/2016/02/reactions-now-available-globally/>



No compartilhamento de publicações, o usuário tem a possibilidade de agregar mais informações que queira, ressignificando o conteúdo inicial. Flusser (2013) já dizia que as imagens fixadas podem ser alteradas de forma a iniciar um diálogo entre a própria imaginação e aquela que foi introduzida no computador. Esse novo conteúdo pode ser novamente compartilhado por outras pessoas, de forma a trazer novos outros significados. Na relação texto-imagem, Flusser (2013) mostra que a leitura de imagens é mais rápida do que a leitura de linhas escritas, uma vez que demoramos mais para descrever por escrito o que vimos em uma pintura, por exemplo, do que simplesmente vê-la. O texto tem uma estrutura de sequência de pontos, já a imagem desconstrói esse pensamento linear. A produção de conteúdo no Facebook pode ser vista como um novo canal de articulação de pensamento, elevando o tempo histórico das linhas escritas ao nível da superfície da tela do celular ou computador.

Um problema apontado por Flusser (2013) é que para a cultura de massa, quanto mais qualidade temos nas imagens, mais as mesmas substituem os fatos que deveriam representar, tornando-os desnecessários. O pensamento imagético é capaz de pensar conceitos, se transformando em metapensamento. O risco aqui seria de uma despolitização generalizada, alienação e totalitarismo da mídia de massa. Já se bem sucedido, o pensamento imagético criaria novos tipos de comunicação, propondo modelos. Seu argumento é que existem duas mídias entre nós e os fatos: a linear, cada vez mais abstrata, e a de superfície, cada vez mais perfeita em cobrir os fatos. Sozinhas, elas perdem cada vez mais o sentido, mas juntas podem criar sua própria lógica.

Da edição de imagens computadorizadas, Flusser (2013) previu que seria possível projetar significados às mesmas, elevando seus sentidos. Os novos

meios de comunicação não só transformariam imagens em modelos de comportamento, mas teriam potencial de transformá-las em portadoras de informação, sendo os homens os designers de seus significados.

Santaella (2001) diz que “Ao escolher um percurso, entre muitas possibilidades, o leitor estabelece sua co-participação na produção das mensagens”. E é assim que se dá a interação dos usuários quando se depara com uma publicação no Facebook. O formato tem um grande poder em sua capacidade de armazenar informação, e “através da interação do receptor, transmutar-se em incontáveis versões virtuais que vão brotando na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de co-autor”. A autora lembra que quanto maior a interatividade, maior a imersão e compreensão do leitor sobre a informação, mas que o desenho da interface interfere diretamente na tomada de decisão do usuário. Ou seja, os botões de interação padronizados já direcionam o público para uma possibilidade limitada de participação, e dependendo da chamada do conteúdo, os direcionamentos para ação podem ser ainda mais fechados. Essa padronização auxilia para que o leitor não fique desorientado, mas “pode tolher a curiosidade e a vontade da descoberta que deve impulsionar as ações do leitor, pois o fácil enfada a inteligência.”.

Segundo Harari (2016), a biociência define as emoções como algoritmos bioquímicos vitais e não como um fenômeno espiritual misterioso. Ainda pautado na ciência, em outro momento, Harari (2018) traz uma reflexão de que os sentimentos não se baseiam em intuição, inspiração ou liberdade, mas em cálculos, que não percebemos por estarem abaixo do nível da consciência. Eles “derivam de mecanismos neurais que evoluíram para permitir cooperação grupal”, logo, em vez de serem o contrário da razão, como é comumente dito, os sentimentos “incorporam uma racionalidade evolutiva”. O autor conclui que a fusão de duas revoluções, da biotecnologia com a da tecnologia da informação resultaria em algoritmos de *big data* capazes de monitorar os sentimentos, sem a necessidade do registro deles por nós, como acontece hoje no monitoramento de opiniões nas redes sociais.

Em um debate realizado em 2016 com quatro respeitados pensadores do nosso tempo, Mario Sergio Cortella, Leandro Karnal, Luiz Pondé e Gilberto Dimenstein, apesar dos diferentes posicionamentos políticos, há um acordo sobre certo otimismo em relação ao país, a partir da conversa política expandida pela internet e sites de redes sociais. Pondé acredita que “certa polarização e violência ao redor do debate político que, apesar de não serem desejáveis, indicam um maior comprometimento, um maior interesse.”. Cortella adiciona “Uma maior vitalidade.”. Karnal vê como um momento bom “porque estamos discutindo fundamentos da nação” e Dimenstein conclui que a democracia está mais participativa e conectada. (Cortella et al – 2016)

5.4 – LISTAS POR TIPO DE INTERAÇÕES

Segundo Anderson (2006) não há nada de errado nas listas por popularidade, já que são resultado da sabedoria das multidões. O problema é quando essas seleções juntam muitas categorias em uma única lista do que o autor chama de massa profana. Precisamos comparar laranjas com laranjas para obter algo útil de alto a baixo, e para isso o autor sugere que criemos não uma, mas várias “listas das dez mais”, para um bom aproveitamento dos filtros e melhor análise da Cauda Longa. E é por isso que a seguir, vamos visualizar listas das dez publicações que melhor performaram em cada um dos tipos de interação do Facebook. Nas listas a seguir, veremos os *prints* das postagens (capturas de tela) diretamente na rede Facebook, para analisarmos todos aspectos no formato que o usuário viu antes de interagir. Alguns *posts* foram apagados pelas páginas, e nesses casos, utilizaremos *prints* da ferramenta Buzzmonitor que guardou os dados captados antes da deleção.

5.4.1 – CURTIDAS

Tendências são contadas na forma de curtidas e o botão de curtir é a cédula eleitoral digital (Han, 2018). A interação de curtida, sinalizada por um ícone de polegar para cima e indicando um sinal positivo, foi a que mais acumulou cliques no estudo e o mesmo acontece em outros estudos do mercado, já que se trata

da interação mais simples da rede: basta um clique único no primeiro botão que está disponível para interagir com a mensagem, e a interação é computada. Mais adiante vamos perceber como as outras interações exigem mais ação e engajamento do usuário, diminuindo o número de cliques. A curtida também é considerada como reação, portanto ela pode ser ativada diretamente pelo botão 'curtir' (na Figura 8 está na parte de baixo, na cor cinza) e também, pelo botão de reação 'curtir' (na Figura 8 está em cima, representado pelo sinal de positivo dentro do círculo azul).



1º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

1 de novembro de 2018 · 🌐

⋮

A pressão funcionou!! 🙌🏻

Fazer oposição é isso. Ela é parte da democracia. Não tem nada a ver com "torcer contra o país".



ECONOMIA.ESTADAO.COM.BR

Bolsonaro recua e indica que Agricultura e Meio Ambiente permanecerão separados - Economia - Estadão

   100 mil

5,6 mil comentários 37 mil compartilhamentos

‘Quebrando o Tabu’ é uma empresa de mídia/notícias que se define “Por um mundo mais bem informado e menos careta.”, segundo as informações da página no Facebook. Hoje a página soma mais de 10.9 milhões de seguidores. Dentro deste estudo, ela contribuiu com 475 publicações, sendo que 31 entraram nas listas de interações que vamos analisar.

O *post*¹² com mais curtidas (77.649) entre todos os *posts* da base que contou com mais de 18 mil publicações, também ficou em sexto lugar na soma de interações com 145.482 cliques. A publicação foi pós-eleições, no mês de novembro, trouxe um *link* para a matéria¹³ da coluna de Economia do portal do jornal Estadão, sob o título “Bolsonaro recua e indica que Agricultura e Meio Ambiente permanecerão separados”. A página postou o seguinte texto: “A pressão funcionou!! 🙌 Fazer oposição é isso. Ela é parte da democracia. Não tem nada a ver com “torcer contra o país”.”. Durante a análise desta e outras publicações de ‘Quebrando o Tabu’ foi possível notar a oposição declarada à candidatura de Jair Bolsonaro, antes dos resultados, e à eleição à presidência a partir dos resultados. No conteúdo em questão, a página comemora o recuo e decisão final do governo de manter a separação dos Ministérios da Agricultura e do Meio Ambiente.

‘Jair Bolsonaro’ foi um dos termos mais pesquisados pelos brasileiros em 2018 segundo o Google Trends, ficando em quarto lugar dentre todas as buscas do Google.

¹²<http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2215889088467466&id=165205036869225>

¹³ <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-recua-e-indica-que-agricultura-e-meio-ambiente-permanecerao-separados,70002579490>>

2º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 27 de outubro de 2018 · 🌐

"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. Só por isso, votarei em Fernando Haddad.", disse o ex-ministro do STF em sua conta no Twitter.



POLITICA.ESTADAO.COM.BR

Joaquim Barbosa declara voto em Fernando Haddad (PT) - Política - Estadão

👍❤️😮 71 mil 5,2 mil comentários 29 mil compartilhamentos

O segundo *post*¹⁴ com mais curtidas (57.291) também foi de 'Quebrando o Tabu', e como na publicação analisada acima, trouxe um *link* para o portal do Estadão, dessa vez, dentro da coluna Política. O título da matéria¹⁵ com *hiperlink* foi: "Joaquim Barbosa declara voto em Fernando Haddad (PT)". A publicação foi durante as eleições, um dia antes da votação do segundo turno, e a página postou o seguinte conteúdo: ""Votar é fazer uma escolha racional. Eu, por exemplo, (só pesei) 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. Só por isso, votarei em Fernando Haddad.",

¹⁴

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2203117093077999&id=165205036869225

¹⁵ <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,joaquim-barbosa-declara-voto-em-fernando-haddad-pt,70002567573>

disse o ex-ministro do STF em sua conta no Twitter.”. Aqui, a página abre o voto de uma importante figura do país, possivelmente em uma tentativa de angariar votos para o candidato Fernando Haddad.

3º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 27 de outubro de 2018 · 🌐

😊



WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR

Roger Waters protesta contra Bolsonaro a 30 segundos de limite proibido; veja vídeo

👍❤️😂 80 mil 3,7 mil comentários 6,5 mil compartilhamentos

Mais uma vez o destaque é de ‘Quebrando o Tabu’. Com 51.348 cliques de curtida, e com o conteúdo¹⁶ formado apenas de um emoji¹⁷ sorridente, a página mostra aprovação à matéria¹⁸ do portal do jornal Folha de São Paulo, de título “Roger Waters protesta contra Bolsonaro a 30 segundos de limite proibido; veja vídeo”. A publicação foi durante as eleições, um dia antes da votação do segundo turno, e a oposição é mais uma vez demonstrada. Roger Waters foi a quinta

¹⁶

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2204202336302808&id=165205036869225

¹⁷ <https://www.tecmundo.com.br/web/86866-voce-sabe-diferenca-entre-emoticons-emojis.htm>

¹⁸ <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/roger-waters-se-manifesta-contr-bolsonaro-dentro-do-horario-permitido-por-lei.shtml>

celebridade mais pesquisada em 2018 pelos brasileiros, de acordo com o Google Trends.

4º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

30 de agosto de 2018 · 🌐

"Das mulheres, que representam 52,5% dos 147,3 milhões de eleitores brasileiros, apenas 13% votariam no Bolsonaro, enquanto 43% dizem que nunca o fariam"

As mulheres vão salvar o mundo!! ❤️



EXAME.ABRIL.COM.BR

Mulheres são a principal frente de resistência contra Bolsonaro

Das mulheres, que representam 52,5% dos 147,3 milhões de eleitores...



72 mil

7,3 mil comentários 15 mil compartilhamentos

É importante dizer que 'Quebrando o Tabu' nasceu no Facebook, está em outros sites de redes sociais como Twitter, Instagram e Youtube, mas não tem um portal próprio. Por isso a página traz *links* de outros veículos, e conforme análise, opta por matérias de veículos já conhecidos da mídia tradicional, a fim de trazer uma maior confiança nas fontes de seus conteúdos. Esse é o motivo de não aprofundarmos em uma análise da imagem utilizada no *post*, já que em casos de *links* de outros veículos, a imagem escolhida está ligada a este outro veículo e não à página, que por sua vez não fez a escolha da foto. O quarto

post¹⁹ com mais curtidas (49.134) trouxe um *link*²⁰ para o portal da revista Exame, sob o título “Mulheres são a principal frente de resistência contra Bolsonaro”. A publicação foi feita em período pré-eleitoral, no mês de agosto e trouxe o seguinte texto ““Das mulheres, que representam 52,5% dos 147,3 milhões de eleitores brasileiros, apenas 13% votariam no Bolsonaro, enquanto 43% dizem que nunca o fariam” As mulheres vão salvar o mundo!! <3”.

5º lugar: Veja



A Veja é uma revista fundada em 1968 e reconhecida como mídia tradicional no Brasil. No Facebook, ela entra na categoria Revista, além de Empresa e Site de mídia/notícias, tem 7 milhões de seguidores, e define como missão “Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência

¹⁹

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2099413576781685&id=165205036869225

²⁰ <https://exame.abril.com.br/brasil/mulheres-a-principal-frente-de-resistencia-contrabolsonaro/>

na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista. Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos.”. Para o estudo, ela contribuiu com 639 publicações, e três entraram nas listas de interações analisadas. Foram 49.064 curtidas no conteúdo²¹ em questão, que também somou um total de 122.699 interações, ficando em décimo lugar nessa listagem.

A publicação foi feita durante as Eleições, no dia do resultado do segundo turno e com a única finalidade de anunciar a eleição de Jair Bolsonaro à presidência da República, segundo matéria²² do portal da revista que trazia o título “CONFIRMADO: Jair Bolsonaro é eleito o 38º presidente do Brasil”.

6º lugar: Portal R7



Portal R7
1 de novembro de 2018 · 🌐

Juiz federal viajou para a capital fluminense na manhã desta quinta-feira (1º) para reunião com o presidente eleito

NOTÍCIAS.R7.COM
Após reunião com Bolsonaro, Moro é confirmado ministro da Justiça

👍❤️😄 59 mil 4,5 mil comentários 22 mil compartilhamentos

²¹ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10156485236730617&id=109597815616

²² <https://veja.abril.com.br/politica/jair-bolsonaro-e-eleito-presidente-do-brasil/>

Categorizado como Site de notícias e mídia, o Portal R7 foi fundado em 2009, sendo parte do Grupo Record. A página conta com 13.6 milhões de seguidores, e traz como *link* oficial o portal que afirma que “vem transformando a maneira como o brasileiro usa a internet. Hoje o R7 serve uma comunidade de mais de 50 milhões de usuários por mês. É o segundo maior portal de conteúdo do Brasil, líder nas redes sociais e em audiência mobile, e vencedor de diversos prêmios internacionais. A equipe do R7, composta de mais de 400 profissionais, é também responsável pelos conteúdos transmídia da Rede Record e da Record News, canais do Grupo Record, desde 1953 pioneiro da TV brasileira.”. Para o estudo, ele contribuiu com 284 publicações, e três entraram nas listas de interações analisadas.

A publicação²³ feita pós-eleições, em novembro, recebeu 48.554 curtidas, trazendo matéria²⁴ do próprio portal de título “Após reunião com Bolsonaro, Moro é confirmado ministro da Justiça”. O texto “Juiz federal viajou para a capital fluminense na manhã desta quinta-feira (1º) para reunião com o presidente eleito” foi adicionado à postagem, em tom informativo.

²³ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10156462483961638&id=142404191637

²⁴ <https://noticias.r7.com/brasil/apos-reuniao-com-bolsonaro-moro-e-confirmado-ministro-da-justica-01112018>

7º lugar: Quebrando o Tabu



Com 47.165 curtidas, a publicação²⁵ do ‘Quebrando o Tabu’ ironiza o mandato do deputado Alexandre Frota, eleito no primeiro turno em São Paulo cinco dias antes da postagem, com o texto “Começou bem, deputado 👍”. A matéria²⁶ com *hiperlink* é, diferente das análises anteriores, de um portal sobre televisão e celebridades, o TV Foco, e traz a manchete “Justiça determina prisão de Alexandre Frota por não pagamento de pensão alimentícia”.

²⁵

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2177020429020999&id=165205036869225

²⁶ https://www.otvfoco.com.br/justica-determina-prisao-de-alexandre-frota-por-nao-pagamento-de-pensao-alimenticia/amp/?__twitter_impression=true

8º lugar: Conversa Afiada Oficial



Conversa Afiada Oficial

27 de setembro de 2018 · 🌐



Onde estavam os bolsonaros, que não apareciam nas outras eleições? Estavam onde sempre estiveram - escondidos nas penas dos tucanos. Eles saíram à luz do sol porque os tucanos fracassaram: não servem mais nem pra abrigar fascistas.

Os bolsonaros também puseram a cabeça pra fora com medo da decadência.

Aquela que o Jessé Souza explicou na "Elite do Atraso" - o medo de o filhinho da madame perder o emprego para a filhinha da empregada, que se formou em Medicina com o ProUni!

Tem uma outra origem, esse bolsonarismo violento.

Ele recebeu no colo um presente valioso: a desmoralização da política!

A mesma que, na Itália, deu o poder, por 12 anos, a um delinquente: o Berlusconi!

De quem é a culpa, a máxima culpa?

Bem, amigo navegante, aí é melhor dar um pulo à TV Afiada...



12 mil comentários 84 mil compartilhamentos 1,4 mi visualizações

O 'Conversa Afiada Oficial' é um site de notícias e mídia do jornalista Paulo Henrique Amorim, conhecido nacionalmente por apresentar o programa Domingo Espetacular na rede de televisão aberta RecordTV. A página conta hoje com pouco mais de 1 milhão de seguidores. Dentro deste estudo, a página

contribuiu com 273 publicações, sendo apenas esta²⁷ destaque nas listas de interações analisadas.

Foram 46.281 curtidas, e a postagem também se destacou na soma de interações, se posicionando em quarto lugar, com um total de 151.914 cliques. A publicação foi feita em setembro, antes das eleições, e diferente da maioria das postagens do estudo que trouxeram *links*, o *post* de PHA trouxe um vídeo que a página disponibilizou dentro da própria plataforma do Facebook, ou seja, sem sair do ambiente desta rede, além de um texto maior em tamanho que o da maioria das postagens analisadas. O vídeo somou 1.476.211 visualizações e faz oposição à candidatura e campanha de Jair Bolsonaro, atribuindo a culpa de uma desmoralização da política ao juiz Sérgio Moro, como é possível concluir com a imagem de capa do vídeo, que traz a foto do juiz e o texto “Power Point Condecorações apresenta... A culpa é dele!”.

27

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=314319112704064&id=175089045851298

9º lugar: Portal R7

Portal R7
5 de dezembro de 2018 · 🌐

Policiais militares envolvidos na ação foram premiados com medalha de Destaque Profissional e presidente eleito Jair Bolsonaro elogiou atitude



NOTÍCIAS.R7.COM

Após ser feita refém, idosa recebe visita de PMs em casa
Policiais militares envolvidos na ação foram premiados com medalha d...

👍❤️😮 53 mil 1,8 mil comentários 12 mil compartilhamentos

Em dezembro, pós período eleitoral, um *post*²⁸ do Portal R7 mencionando o presidente eleito recebeu 46.095 curtidas, e esta interação represento 67% de todas as interações no *post*. Com o texto “Policiais militares envolvidos na ação foram premiados com medalha de Destaque Profissional e presidente eleito Jair Bolsonaro elogiou atitude”, e *link* para matéria²⁹ do próprio portal sob o título “Após ser feita refém, idosa recebe visita de PMs em casa”, o conteúdo, apesar de informativo, demonstrou aprovação tanto na atitude dos policiais quando no elogio do presidente. A imagem reforça essa aprovação e traz uma positividade ao mostrar os policiais envolvidos posando com a senhora segurando um buquê de flores.

²⁸ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10156546393951638&id=142404191637

²⁹ <https://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/apos-ser-feita-refem-idosa-recebe-visita-de-pms-em-casa-no-rj-05122018>

10º lugar: G1 – O Portal de Notícias da Globo

 **G1 - O Portal de Notícias da Globo** ...
7 de outubro de 2018 · 🌐

Candidato tucano também falou de Alckmin em seu discurso sobre ida para o 2º turno <https://g1.globo.com/.../doria-declara-apoio-a-bolsonaro-e-di...> #Eleições2018 #G1



G1.GLOBO.COM 

Doria declara apoio a Bolsonaro e diz que derrotará esquerda em São Paulo

   61 mil 3,3 mil comentários 12 mil compartilhamentos

Categorizada como Empresa de mídia/notícias, o G1 é o portal de notícias do Grupo Globo. Fundado em 2006, traz em sua página do Facebook *links* para seus perfis no Instagram e Twitter, e no Facebook conta com 10.7 milhões de seguidores. Neste recorte, o portal contribuiu com 500 publicações, e quatro entraram nas listas de interações analisadas.

A publicação³⁰ feita no dia sete de outubro, data da votação do primeiro turno, recebeu 45.922 curtidas. Ela traz o texto “Candidato tucano também falou de Alckmin em seu discurso sobre ida para o 2º turno”, além da URL da matéria, e duas *hashtags*: #Eleições2018 e #G1. O texto é um complemento para a manchete da matéria³¹ do próprio portal “Doria declara apoio a Bolsonaro e diz

³⁰

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2421342894584448&id=180562885329138

³¹ <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2018/noticia/2018/10/07/doria-declara-apoio-a-bolsonaro-e-diz-que-derrotara-esquerda-em-sao-paulo.ghtml>

que derrotará esquerda em São Paulo”, enfatizando que além do apoio a Bolsonaro, ele citou o candidato à presidência de seu partido (PSDB), Geraldo Alckmin, em discurso sobre ida para o segundo turno, já que a publicação foi logo que o candidato soube dos resultados do primeiro turno, que o levaram para a nova disputa com o candidato Márcio França (PSB), e também tiraram Alckmin da corrida presidencial.

5.4.2 – COMPARTILHAMENTOS

A interação de compartilhamento, sinalizada por um ícone de seta para a direita, foi a segunda que mais acumulou cliques no estudo, mostrando o potencial de contágio do conteúdo noticioso sobre as Eleições. Ao clicar no botão ‘Compartilhar’, o usuário é levado a tomar uma decisão sobre como quer compartilhar, então ele terá que dar pelo menos dois cliques para a interação acontecer. São cinco opções de compartilhamento: 1) ‘Compartilhar agora’ posta o conteúdo original e sem alterações diretamente na linha do tempo do usuário, podendo ser visualizado por quem o usuário determinou que pode ver seu conteúdo de linha do tempo nas configurações do Facebook. 2) ‘Compartilhar...’ abre uma tela para edição do conteúdo original para ser postado na linha do tempo do usuário, podendo ser visualizado por quem o usuário determinar também nesta tela de edição. 3) ‘Enviar como mensagem’ abre uma tela de escolha de amigos para enviar o conteúdo como mensagem privada, sendo possível adicionar texto e escolher vários amigos para receber a mensagem. 4) ‘Compartilhar na linha do tempo de um amigo’ uma tela para escolher o amigo surge, é possível adicionar informações ao conteúdo que será postado na linha do tempo deste contato. 5) ‘Compartilhar em uma Página’ é possível escolher uma página, grupo ou evento, que permita postagens na linha do tempo, para postar o conteúdo original ou com adição de texto do usuário. As pessoas adoram compartilhar histórias, notícias e informações com aqueles ao seu redor. Elas compartilham mais de 16 mil palavras por dia, e a cada hora acontecem mais de cem milhões de conversas sobre marcas (Berger, 2014, p.10).

 Curtir

 Comentar

 Compartilhar

Compartilhar agora (Amigos)

Compartilhar...

Enviar como mensagem

Compartilhar na linha do tempo de um amigo

Compartilhar em uma Página

1º lugar: UOL Notícias



UOL Notícias

20 de setembro de 2018 · 🌐

⋮

Nova pesquisa mostra que tanto as intenções de voto para o substituto de Lula quanto a rejeição a ele cresceram sete pontos percentuais em dez dias #UOLnasUrnas - <https://goo.gl/AP8M8P>



NOTICIAS.UOL.COM.BR

Rejeição a Haddad passa de 22% para 29% em dez dias, indica Datafolha




9,8 mil

2,4 mil comentários 141 mil compartilhamentos

Categorizada como Empresa de mídia/notícias e contando com 5.2 milhões de seguidores, UOL Notícias é a coluna de notícias do portal UOL, fundado em 1996. A página traz a seguinte definição “As últimas notícias do Brasil e do mundo nas áreas de política, economia, cotidiano, ciência, tecnologia, educação e mais.”. Neste recorte, o portal contribuiu com 2.227 publicações, e seis entraram nas listas de interações analisadas.

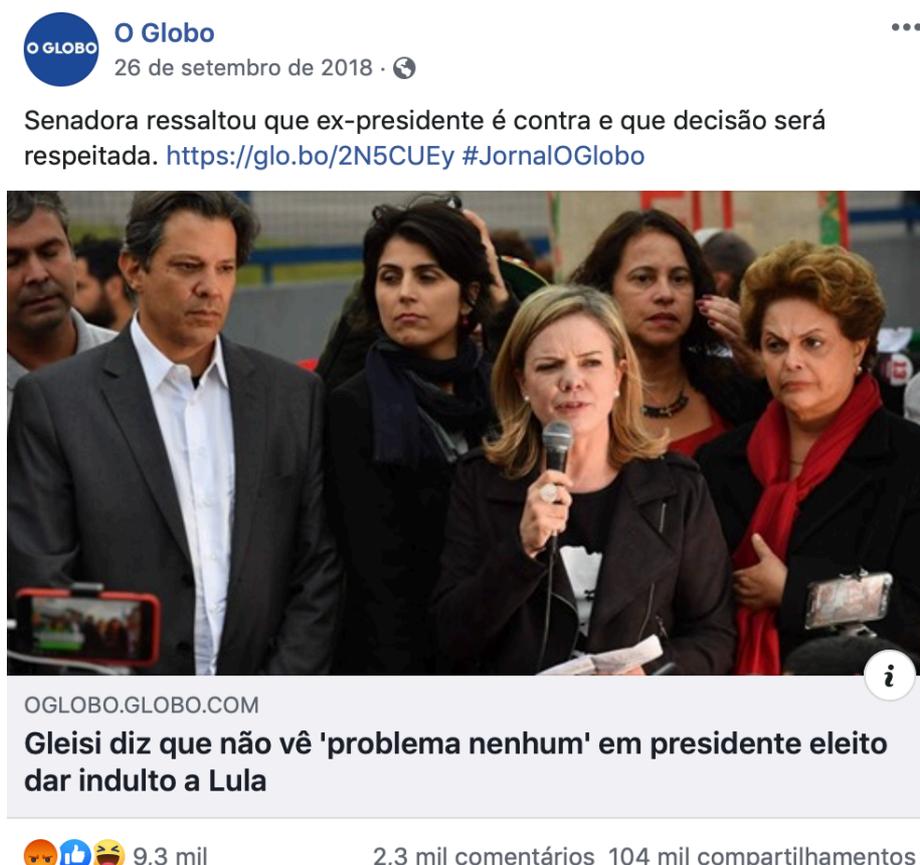
O *post*³² com maior número de compartilhamentos deste estudo somou 113.004 cliques (90% das interações do *post*) dentro do período analisado de janeiro a dezembro de 2018. Vale ressaltar que os *prints* desse estudo foram tirados em 2019, por tanto podem trazer valores diferentes, como no exemplo da imagem acima que mostra 141 mil compartilhamentos. Vamos levar em consideração a métrica extraída da ferramenta que se refere ao recorte de 2018, neste e em todos os *posts* analisados. O conteúdo também se destacou em nono lugar entre os *posts* que mais somaram interações: 125.500 cliques. A publicação feita antes das eleições, em setembro, divulgou uma nova pesquisa de intenções de voto com o texto “Nova pesquisa mostra que tanto as intenções de voto para o substituto de Lula quanto a rejeição a ele cresceram sete pontos percentuais em dez dias”, acompanhado da *hashtag* oficial de cobertura do portal #UOLnasUrnas e a URL encurtada para a matéria³³ do próprio portal sob o título “Rejeição a Haddad passa de 22% para 29% em dez dias, indica Datafolha”. É interessante notar que apesar da manchete da matéria destacar a rejeição do candidato Fernando Haddad, o texto complementa que a intenção de voto cresceu também em sete pontos percentuais, e se refere ao candidato como “substituto de Lula”.

³²

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2786475314700600&id=124493634232128

³³ <https://goo.gl/AP8M8P>

2º lugar: O Globo



Atualmente com 5.7 milhões de seguidores, a página do jornal ‘O Globo’ se define como “um local para troca de ideias sobre política, economia, cotidiano e entretenimento” e entra na categoria Site de notícias e mídia no Facebook. Neste recorte, a página contribuiu com 962 publicações, e quatro entraram nas listas de interações analisadas.

A publicação³⁴ feita em setembro, antes das eleições, ficou em segundo lugar entre as mais compartilhadas, com 104.365 cliques que representaram 90% das interações do *post*. Com o texto “Senadora ressaltou que ex-presidente é contra e que decisão será respeitada.”, acompanhado da URL do portal próprio e a *hashtag* oficial do jornal #JornalOGlobo, a notícia levava o usuário para a matéria³⁵ de título “Gleisi diz que não vê ‘problema nenhum’ em presidente eleito

³⁴

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2325437327495933&id=115230991849922

³⁵ <https://glo.bo/2N5CUE>

dar indulto a Lula”. A prisão de Lula foi um dos assuntos mais polêmicos do ano, inclusive o tirando da corrida eleitoral, logo, a declaração de Gleisi foi grande motivo para compartilhamento. Segundo o Google Trends, ‘Luiz Inácio Lula da Silva’ foi o sétimo termo mais pesquisado pelos brasileiros em 2018. Além disso, ‘Prisão do Lula’ e ‘Julgamento do Lula’ apareceram na lista dos acontecimentos mais buscados, em sexto e décimo lugar, respectivamente, e ‘Lula’ também se destacou na lista de memes pesquisados.

3º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

17 de outubro de 2018 · 🌐

Eleições 2018 na rima do [Fabio Brazza](#)

Foda!!



7,6 mil comentários 99 mil compartilhamentos 2,8 mi visualizações

Além de ocupar o terceiro lugar entre os *posts* mais compartilhados (100.025), o conteúdo³⁶ foi o segundo com maior soma de interações no total: 175.113. Publicado durante as eleições, antes do segundo turno, o ‘Quebrando O Tabu’ marcou com *hiperlink* a página do músico Fabio Brazza, elogiando sua rima: “Eleições 2018 na rima do Fabio Brazza Foda!!”. O vídeo com pouco mais de um minuto recebeu 2.840.788 visualizações, e traz Fabio rimando uma composição de sua autoria, em que critica principalmente Jair Bolsonaro se referindo com palavras como “nazi”, “deputado deturpado” e “capitão do mato”. Abaixo a transcrição da composição retirada da página³⁷ de Facebook do artista:

“Vivemos uma guerra de ódio que nos
desmantela,
(Você) quer Venezuela ou ver Nazi na tela?
Um presidente preso na cela, ou um deputado
deturpado
Cujo (fascismo) cada frase revela!
É o presidiário ou outro candidato?
Capitão reformado que mais parece Capitão do
mato?
171 ou 17bum,
Com as armas na (mão) não vejo progresso algum
E quando o poder puder atirar sem ser julgado
(Você) já sabe quem vai ser executado
Não adianta fingir que não (vê) lado? Seu
preconceito é velado
(Vê) lá do alto do morro qual é o corpo que vai ser
velado!
por esses mesmos que gritam em nome de Deus,
que hipocrisia
O Diabo tomou conta dessa DEMOcracia,
Uns (tão) pela bolsa de valores, outros pela bolsa
família
Mas quem dividiu os valores do nosso dinheiro
numa bolsa em (Brasília)?
Quadrilha, Cartel, mas a salvação não virá da
cartilha do quartel
Que apoia a ditadura e tortura do ilustre coronel,
E se a cura do câncer tiver na cabeça de um
moleque preto que veio do gueto,
E se aquela menina pudesse fazer medicina
inventava a vacina e ganhava um nobel
É que é Brasil só vai mudar quando legalizarem pra
todos a educação
Ai sim, o povo vai perceber o que é ter uma arma na
(mão)!”

³⁶

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2239469546122989&id=165205036869225

³⁷ <https://www.facebook.com/FabioBrazza/videos/1742989319161709/>

4º lugar: UOL



Com 8 milhões de seguidores, a página do 'UOL' é categorizada como Empresa de mídia/notícias e se define da seguinte forma "Informações atualizadas nas áreas de política, economia, saúde, tecnologia, esporte, entretenimento e conteúdo do público". No presente estudo, a página publicou 1.225 publicações, e duas delas entraram nas listas de interações analisadas.

O *post*³⁸ acima somou 95.683 compartilhamentos (72% das interações) e também se destacou em sétimo lugar na soma de interações: 132.859. O conteúdo postado antes das eleições dizia: "Sei que o senhor Haddad prega que vou acabar com o Bolsa Família. É um mentiroso. A cidade que mais tem nordestino é São Paulo. Peço aos amigos do Nordeste que liguem para os parentes de São Paulo e perguntem quem é Haddad", e trazia as *hashtags*

³⁸ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10155572883803239&id=21539158238

#UOLnasUrnas #InformacaocontraoAchismo, ativadas pelo portal durante toda a cobertura das eleições no mês de outubro. O *link* do *post* direcionava para a matéria³⁹ “Bolsonaro afirma que, se eleito, não vai acabar com o Bolsa Família” da coluna de notícias do UOL.

5º lugar: Plantão Brasil



Plantão Brasil
Publicação · há 10 meses

Haddad já ganha de Bolsonaro acima da margem de erro!!! Faça este resultado chegar a pelo menos 20 pessoas e garanta que o NAZISTA não seja eleito!

Noticiosos Jair Bolsonaro Fernando Haddad Presidênciaáveis_Jair Bolsonaro
Presidênciaáveis_Fernando Haddad Candidato Jair Bolsonaro Demais Candidatos

12075 Curtir 1649 Comentar 0 Reagir com bandeira do Brasil 0 Reagir com flor 2928 Reagir com cara de surpresa 105 Reagir com cara de preocupação 14 Reagir com cara de tristeza 135 Reagir com cara de raiva 9.794631 Engajamento

91390 Compartilhamentos

A página⁴⁰ que conta hoje com 1 milhão de seguidores, tem como descrição “Notícias sobre a política do Brasil”, possui domínio próprio na internet com a URL “plantaobrasil.net” e se encontra nas categorias Político, Site e Empresa de mídia/notícias no Facebook. Neste recorte, a página contribuiu com 134 publicações, e apenas a postagem acima foi analisada. Apesar de ter sido deletada do Facebook, a publicação feita em setembro, antes das eleições, foi armazenada na ferramenta de coleta e, antes de ser apagada, recebeu 91.390 compartilhamentos, 76% das interações no conteúdo. Esta é a mensagem gerada pelo Facebook quando um conteúdo é removido:

⚠ Este conteúdo não está disponível no momento

O link que você seguiu pode ter expirado, ou a página pode estar visível apenas para um público no qual você não está incluído.

[Retornar à página anterior](#) · [Ir para o Feed de Notícias](#) · [Acesse nossa Central de Ajuda](#)

³⁹ <https://goo.gl/3WQN3e>

⁴⁰ <https://facebook.com/175886565930001>

O *post* trazia o texto “Haddad já ganha de Bolsonaro acima da margem de erro!!! Faça este resultado chegar a pelo menos 20 pessoas e garanta que o NAZISTA não seja eleito!” acompanhado apenas de uma imagem que não pôde ser recuperada. Este foi um dos quatro casos de postagens apagadas entre as 69 analisadas. Foi observado que nas outras publicações, a página também assumiu um posicionamento de oposição a Jair Bolsonaro.

6º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 7 de setembro de 2018 · 🌐

Esse vídeo é pra mandar no grupo da família do zap.
Afinal, o que é o “kit gay”?



quebrando o tabu original

18 mil comentários 84 mil compartilhamentos 3,2 mi visualizações

O vídeo⁴¹ publicado em setembro, no período pré-eleitoral, recebeu 86.932 compartilhamentos e na soma de interações ficou em terceiro lugar, com 157.030 cliques. Com o texto “Esse vídeo é pra mandar no grupo da família do zap. Afinal, o que é o “kit gay”?” a página levanta a questão dos compartilhamentos pelo aplicativo de mensagens Whatsapp, principal fonte de disseminação de notícias falsa. O vídeo de duração de mais de quatro minutos teve 3.224.037 visualizações e foi criado pelo próprio ‘Quebrando o Tabu’. Ele

41

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=309812396240776&id=165205036869225

traz um jornalista da página desmentindo algumas declarações de Jair Bolsonaro em sabatina no Jornal Nacional sobre um livro sobre sexualidade que teria sido distribuído em escolas.

7º lugar: Conversa Afiada Oficial



Conversa Afiada Oficial

27 de setembro de 2018 · 🌐



Onde estavam os bolsonaros, que não apareciam nas outras eleições? Estavam onde sempre estiveram - escondidos nas penas dos tucanos. Eles saíram à luz do sol porque os tucanos fracassaram: não servem mais nem pra abrigar fascistas.

Os bolsonaros também puseram a cabeça pra fora com medo da decadência.

Aquela que o Jessé Souza explicou na "Elite do Atraso" - o medo de o filhinho da madame perder o emprego para a filhinha da empregada, que se formou em Medicina com o ProUni!

Tem uma outra origem, esse bolsonarismo violento.

Ele recebeu no colo um presente valioso: a desmoralização da política!

A mesma que, na Itália, deu o poder, por 12 anos, a um delinquente: o Berlusconi!

De quem é a culpa, a máxima culpa?

Bem, amigo navegante, aí é melhor dar um pulo à TV Afiada...



12 mil comentários 84 mil compartilhamentos 1,4 mi visualizações

Além de ter destaque em curtidas e também no total de interações, como analisado anteriormente, o *post* ainda recebeu 86.672 compartilhamentos. O vídeo do jornalista Paulo Henrique Amorim passado adiante mais de 86 mil vezes no Facebook falou sobre o eleitor de Bolsonaro e criticou o juiz Sérgio Moro.

8º lugar: UOL Notícias

UOL Notícias
28 de outubro de 2018 · 🌐

Toffoli reafirmou que o presidente eleito deve promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação - #UOLnasUrnas
#InformacaocontraoAchismo



NOTICIAS.UOL.COM.BR

Próximo presidente terá que respeitar a Constituição, diz presidente do Supremo

👍👎❤️ 10 mil 2,6 mil comentários 164 mil compartilhamentos

A publicação⁴² feita no dia da votação do segundo turno, mas antes dos resultados, trazia o seguinte conteúdo: “Toffoli reafirmou que o presidente eleito deve promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”, seguido das *hashtags* oficiais do veículo #UOLnasUrnas e #InformacaocontraoAchismo. Os compartilhamentos representaram 87% das interações do *post*, com 85.872 cliques. O *hiperlink* era para matéria⁴³ do próprio portal, intitulada “Próximo presidente terá que respeitar a Constituição, diz presidente do Supremo”. Com todas as polêmicas relacionadas a preconceitos que rondaram o então candidato Jair Bolsonaro, durante todo o período eleitoral, a postagem é possivelmente endereçada ao mesmo.

⁴²

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2868247589856705&id=124493634232128

⁴³ <https://goo.gl/gyTai9>

9º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

24 de outubro de 2018 · 🌐



A essa altura das eleições, depois de tudo, o que você ainda está esperando?

**BOLSONARO: o que
você está esperando?**



15 mil comentários 76 mil compartilhamentos 1,6 mi visualizações

O vídeo⁴⁴ produzido e divulgado pelo ‘Quebrando o Tabu’ quatro dias antes da votação do segundo turno recebeu 77.570 compartilhamentos e também se destacou entre os que mais somaram interações: 151.358 cliques, se posicionando em quinto lugar. Com o texto “A essa altura das eleições, depois de tudo, o que você ainda está esperando?” e vídeo intitulado “Bolsonaro: o que você está esperando?”, o influenciador digital Vítor diCastro elenca várias características do então candidato Jair Bolsonaro como importantes para decidir

44

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=766343283728704&id=165205036869225

não votar no mesmo. Entre declarações preconceituosas, denúncias de corrupção e distribuição de notícias falsas, Vítor reforça que até a mídia brasileira se posicionou seja de forma direta ou indireta contra Bolsonaro, o que é possível concluir a partir deste estudo também. O vídeo foi visualizado 1.697.463 vezes e passado adiante pelos internautas que possivelmente quiseram alertar pessoas de tais fatos, incentivando o não voto no candidato.

Segundo o Google Trends, entre as pesquisas iniciadas com 'Por quê?' mais feitas pelos brasileiros em 2018, está em segundo lugar 'Por que votar no Bolsonaro?' e em sexto lugar 'Por que não votar em Bolsonaro?', o que demonstra a curiosidade dos eleitores nos argumentos pró e contra o candidato.

10º lugar: UOL Notícias

 **UOL Notícias** 10 de outubro de 2018 · 🌐

Eles foram derrotados nas urnas no domingo (7) #UOLnasUrnas
#InformacaocontraoAchismo



NOTICIAS.UOL.COM.BR

25 parlamentares envolvidos na Lava Jato perderão foro privilegiado

   12 mil

1 mil comentários 92 mil compartilhamentos

Diferente dos outros conteúdos compartilhados que envolviam os candidatos à presidência, a publicação do UOL⁴⁵, feita três dias após o primeiro turno, destacou a matéria⁴⁶ "25 parlamentares envolvidos na Lava Jato perderão foro privilegiado" do próprio portal. A publicação que complementou a matéria com o texto "Eles foram derrotados nas urnas no domingo (7)", acompanhado dash *hashtags* de cobertura do portal #UOLnasUrnas e #InformacaocontraoAchismo, recebeu 75.564 compartilhamentos, o que representou 85% das interações no *post*. A imagem utilizada na matéria traz os rostos dos senadores Romero Jucá, Edison Lobão e Eunício Oliveira.

5.4.3 – COMENTÁRIOS

A interação de comentário é sinalizada por um ícone de balão de diálogo, e é considerada a mais complexa das interações, já que abre uma gama diversa de possibilidades por meio da escrita do usuário. Além de poder escrever livremente, a interação pode ficar ainda mais rica com a inserção de *hiperlinks*, emojis, imagens, vídeos, GIFs e figurinhas. O comentário tem o potencial de se transformar em um novo conteúdo, já que uma vez publicado, também pode ser curtido, reagido ('amei', 'haha', 'uau', 'triste', 'grr') e respondido, gerando um efeito cascata para o conteúdo original.

A análise desta interação é a mais difícil porque sua intensão não é óbvia, é divergente entre os comentários, pode conter sarcasmos e ironias, o que também não são fáceis de serem identificados e podem impactar os resultados (Salustiano, 2010, p.8), por esse motivo não vamos analisar a fundo o universo dos comentários, mas sim trazer alguns dados extraídos de forma automática que podem auxiliar no entendimento dos mesmos em alguns casos. Para isso, filtramos os comentários de cada um dos dez *posts* analisados a seguir na ferramenta e observamos métricas como os termos mais citados, as *hashtags*

⁴⁵

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2826686354012829&id=124493634232128

⁴⁶ <https://goo.gl/75FnC5>

mais usadas, as menções mais feitas, e seus respectivos volumes, destacando apenas o que foi relevante em cada caso. Optamos por não trazer gráficos nem números inteiros nesta análise, já que o foco é o detalhamento nos conteúdos dos veículos, para entender se justificam tais interações.

 Curtir

 Comentar

 Compartilhar

Escreva um comentário...



1º lugar: O Globo



O Globo fez uma transmissão ao vivo.

23 de outubro de 2018 · 🌐

O GLOBO , o jornal "Extra" , a revista "Época" e o jornal "Valor Econômico" promovem sabatina com o presidencial Fernando Haddad (PT). O candidato do PSL, Jair Bolsonaro, foi convidado mas ainda não respondeu se dará entrevista.



79 mil comentários 3,7 mil compartilhamentos 662 mil visualizações

A transmissão ao vivo foi feita no dia 23 de outubro, cinco dias antes da votação para segundo turno, e recebeu 80.989 comentários, representando 85% das interações do *post*⁴⁷. Diferente de todas as outras interações, comentários

⁴⁷ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=479887222500944&id=1152309918499

podem ser apagados pela página, então os números que vemos nos *prints* desta lista podem estar menores que os capturados pela ferramenta, por conta de uma possível higienização da página por motivos diversos, inclusive por desrespeito às políticas da mesma por parte do usuário. Uma transmissão ao vivo do Facebook é um vídeo produzido pela página transmitido ao vivo, sem edições, recebendo interações em tempo real dos usuários.

A transmissão levou pouco mais de duas horas e é possível verificar na postagem que quase a totalidade de comentários foi feita neste espaço de tempo, ou seja, com as reações dos usuários ao conteúdo ao vivo. O vídeo recebeu 662.672 visualizações e trouxe o texto “O GLOBO, o jornal "Extra", a revista "Época" e o jornal "Valor Econômico" promovem sabatina com o presidenciável Fernando Haddad (PT). O candidato do PSL, Jair Bolsonaro, foi convidado mas ainda não respondeu se dará entrevista.”. Um aspecto interessante do texto é que ele foi editado pela página nove minutos depois de publicado: o texto inicial não tinha a última frase, sobre o candidato do PSL, e possivelmente esta foi adicionada em resposta às reações do público que perguntaram sobre a sabatina com Jair Bolsonaro. Isso se comprova ao analisarmos as palavras mais mencionadas entre os comentários, já que o termo “Bolsonaro” aparece como o mais utilizado com mais de oito mil menções, enquanto “Haddad” é mencionado seis mil vezes. Também é comprovado no uso de *hashtags* dentro dos comentários: #b17 (‘b’ de Bolsonaro e 17, número de seu partido, PSL) apareceu como a mais utilizada, sendo ativada mais de quatro mil vezes, enquanto #haddad13 apareceu como segunda mais utilizada, 1.557 vezes. Nas menções, quando o usuário menciona um outro usuário ou página no comentário, na intenção que este veja e participe da conversa, o mesmo acontece: a página oficial de Jair Bolsonaro foi mencionada 79 vezes e a de Fernando Haddad 36 vezes. Analisando outros termos mais utilizados nos comentários que trazem alguma conotação de qualidade, os destaque são: “poste”, “pior”, “mentiroso”, “ladrão” e “lixo”. Dessa forma, fica claro o empenho dos usuários em oposição a Haddad na postagem.

2º lugar: Jornalistas Livres



“Jornalistas Livres são mídia alternativa em defesa da Democracia, da Cultura, dos Direitos Humanos e das Conquistas Sociais. Somos um contraponto às mentiras veiculadas pela grande mídia, que está a serviço do grande capital.” é a definição que pode ser encontrada na página que conta com 1 milhão de assinantes. Dentro da categoria Site de notícias e mídia, a página tem URL própria “jornalistaslivres.org” e teve sua fundação em 2015. No estudo, a página contribuiu com 243 publicações, e duas entraram na análise, ambas com destaque para a interação de comentário.

Nesta primeira postagem⁴⁸ de destaque da página, uma transmissão ao vivo recebeu 56.382 comentários, representando 81% das interações. Com o texto “#EagoraTSE Coletiva de Imprensa do TSE Tribunal Superior Eleitoral #Ao_vivo. Desde as últimas denúncias sobre o #LavaZap e o #Caixa2DoBolsonaro Rosa

48

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=338793796677936&id=292074710916413

Weber e outras autoridades falam sobre as graves denúncias.”, sua publicação foi durante as eleições, entre os dois turnos. O vídeo transmitido teve quase três horas de duração e foi visualizado 255.131 vezes. A página manteve durante todo o período analisado um posicionamento de oposição a Jair Bolsonaro.

Na análise de comentários, diferente do *post* anterior e do que veremos a seguir, a campanha pró-Bolsonaro esteve presente, porém não na mesma potência do que nos outros *posts*, já que as *hashtags* #eagorats e #caixa2dobolsonaro, que faziam referência à denúncia foram mais ativadas do que as em campanha ao candidato. Entre os termos mais citados, a distribuição de volume de citações foi quase a mesma, sem nenhuma palavra opinativa de destaque, mas trazendo principalmente os termos que envolviam a própria notícia.

3º lugar: Jornalistas Livres



Jornalistas Livres

18 de outubro de 2018 · 🌐



Haddad falando sobre o crime eleitoral de caixa 2 cometido pelo candidato Jair Bolsonaro
#Caixa2doBolsonaro #B17



👍👎👉 56 mil comentários 32 mil compartilhamentos 1,8 mi visualizações

Na publicação⁴⁹ feita durante as eleições, entre primeiro e segundo turno, um vídeo de pouco mais de um minuto do então candidato Fernando Haddad recebeu 1.879.270 visualizações. Com o texto original “Haddad falando sobre o crime eleitoral de caixa 2 cometido pelo candidato Jair Bolsonaro”, que no dia seguinte à postagem recebeu a adição das *hashtags* #Caixa2doBolsonaro #B17, o *post* recebeu 56.373 comentários. Ao final do vídeo, Haddad encerra dizendo que Bolsonaro foge dos debates, mas não poderá fugir da justiça, se referindo à denúncia de uso de caixa dois para pagar os custos de envio de mensagens falsas pelo aplicativo Whatsapp, revelada pelo jornal Folha de São Paulo⁵⁰.

Mais uma vez, os eleitores de Bolsonaro se mobilizaram e comentaram o seguinte conteúdo mais de oito mil vezes na postagem: “SUBINDO AS *HASHTAGS* Copiem e colem #Bolsonaro17 #Bolsonaro #BolsonaroPresidente #Bolsonaro2018EuVoto #B17 #Eleições2018 #FechadoComBolsonaro #JairBolsonaro #BolsonaroPresidente2018 #Brasil17 #BolsonaroPresidente17 #BolsonaroBrasil #SomosTodosBolsonaro #VotoBolsonaro17 #BrasilAcimaDeTudoeDeusacimaDeTodos #SouMulherVotoBolsonaroSim #Bolsonaro2018”. Aqui é possível entender o conceito de campanha natural, feita pelos próprios eleitores, um reflexo da democratização das ferramentas de produção de conteúdo (Silva, 2011). Uma reportagem do jornal 'Estadão' trouxe em março de 2018 uma lista que chamou de 'Rede bolsonarista jacobina'⁵¹, com perfis diversos que estariam promovendo 'linchamento virtual' em nome do presidente. A palavra “desespero” também apareceu em destaque, citada mais de duas mil vezes para enfatizar o sentimento de Haddad em relação ao segundo turno.

⁴⁹

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1163435563803702&id=292074710916413

⁵⁰ Fonte: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>. Acessado em 22 de julho de 2019.

⁵¹ <https://twitter.com/i/moments/1107305469624967168>

4º lugar: Jornal Extra



Jornal Extra fez uma transmissão ao vivo.



23 de outubro de 2018 · 🌐

#JornalExtra, o jornal 'O Globo', a revista 'Época' e o jornal 'Valor Econômico' promovem sabatina com o presidenciável Fernando Haddad (PT). O candidato do PSL, Jair Bolsonaro, foi convidado mas ainda não respondeu se dará entrevista.



54 mil comentários 1,4 mil compartilhamentos 662 mil visualizações

Atualmente com 2.6 milhões de assinantes, a página do 'Jornal Extra' se define como "Página oficial do jornal EXTRA. Notícias sobre empregos, polícia, famosos, TV, futebol e Rio de Janeiro." e entra na categoria Empresa de mídia/notícias no Facebook. O jornal pertence ao Grupo Globo e foi fundado em 1998. Neste recorte, a página contribuiu com 245 publicações, e duas entraram nas listas de interações analisadas.

A publicação⁵² acima foi realizada durante as eleições, pouco antes da votação do segundo turno e traz a mesma transmissão ao vivo analisada anteriormente via 'O Globo'. Ambos os veículos pertencem ao mesmo grupo, por tanto utilizaram conteúdo idêntico em suas páginas, o que não quer dizer que as interações se replicam, pelo contrário, cada página recebeu suas respectivas interações. O vídeo que durou pouco mais de duas horas também aqui recebeu

52

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=479891569167176&id=190833037616321

quase a totalidade de comentários neste espaço de tempo, com as reações dos usuários ao conteúdo ao vivo, que foi transmitido ao mesmo tempo por ambas as páginas, a partir das 10h40 da manhã. Foram 54.881 comentários que representaram 85% das interações no *post*. Isso significou uma queda de 32% no número de comentários do *post* do 'Jornal Extra' comparado ao *post* do 'O Globo'. O texto da postagem diz “#JornalExtra, o jornal 'O Globo', a revista 'Época' e o jornal 'Valor Econômico' promovem sabatina com o presidente Fernando Haddad (PT). O candidato do PSL, Jair Bolsonaro, foi convidado mas ainda não respondeu se dará entrevista.”, parecido com o da postagem do 'O Globo', apenas trocado a ordem dos veículos do grupo. Um aspecto reparado anteriormente foi a edição deste texto nove minutos depois de publicado, e o mesmo aconteceu aqui, porém cerca de 3 horas depois da publicação, possivelmente como forma de padronização da comunicação do grupo.

O movimento dos eleitores de Bolsonaro se repete nesta publicação: o termo “Bolsonaro” aparece como o mais utilizado com em quatro mil menções, enquanto “Haddad” é mencionado duas mil vezes. Entre os termos que trazem algum valor adjetivo, os destaques são os mesmos só que em outra ordem: “ladrão”, “mentiroso”, “lixo”, “poste” e “pior”, também em oposição a Haddad. Surpreende nesse *post* o uso de *hashtags* de campanha: #b17, a principal utilizada pelos eleitores de Bolsonaro aparece em primeiro lugar com mais de três mil ativações, enquanto #Haddad13 não aparece como segunda mais ativada como no *post* de 'O Globo', mas em 24º lugar, abaixo de uma sequência de outras *hashtags* de apoio a seu adversário. #b17 foi 841% mais forte que #Haddad13.

5º lugar: Folha Política

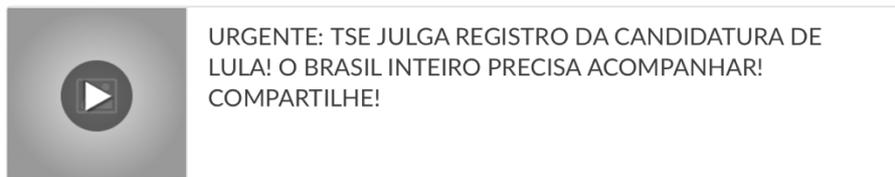


Folha Política
Publicação · há um ano



URGENTE: TSE JULGA REGISTRO
DA CANDIDATURA DE LULA!
O BRASIL INTEIRO PRECISA ACOMPANHAR! COMPARTILHE!

Manifeste sua opinião e compartilhe para que a vontade da população seja conhecida!
Curta nossa página: [Folha Política](#)



Noticiosos

👍 8325 ❤️ 2380 🇧🇷 0 🌸 0 😄 454 😱 285 😞 314 😡 11256

4.238822 Engajamento

👍 Curtir 💬 51083 Comentários 🔗 23193 Compartilhamentos

A página foi deletada da rede seis dias antes da votação do segundo turno, segundo o Facebook “por violação da políticas de autenticidade e de spam da rede social.”, como apontada matéria do portal BuzzFeed News⁵³, veiculada no mesmo dia da ação. O portal ainda afirma que a página era “famosa por espalhar *fake news*” e que “figura como uma das propagadoras de notícias falsas da internet de viés de direita”, o que já era sabido bem antes das eleições como aponta a Revista Época⁵⁴ em lista que aponta “Os 10 maiores sites de boatos do Brasil”. Na matéria veiculada em abril, a revista afirma que o portal, acessado pela URL ‘folhapolitica.org’ recebia média de 516 mil visitantes por mês. O portal existe até hoje, mas ao acessá-lo só encontramos *links* para os perfis do Twitter e do Youtube. De qualquer forma, o *post* acima, feito no dia 31 de agosto, quase dois meses antes da página ser banida, foi o quinto que mais recebeu comentários dentro do estudo. A página contribuiu com 501 publicações sobre

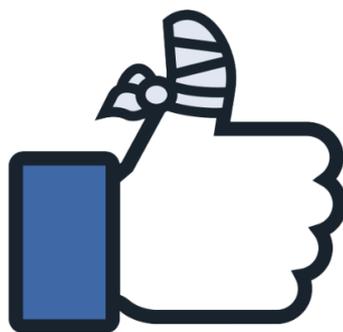
⁵³ Fonte: <<https://www.buzzfeed.com/br/tatianafarah/folha-politica-famosa-por-espalhar-fake-news-so-foi-banida>> (acessado em 22/07/2019)

⁵⁴ Fonte: BORGES, 2018, p. 26

as eleições, mas apenas esta entrou na análise de conteúdo. Esta é a informação gerada pelo Facebook quando uma imagem é removida:

Esta Página não está disponível

O link que você seguiu pode estar quebrado ou a página pode ter sido removida.



A publicação recebeu 51.083 comentários para o texto “URGENTE: TSE JULGA REGISTRO DA CANDIDATURA DE LULA! O BRASIL INTEIRO PRECISA ACOMPANHAR! COMPARTILHE! Manifeste sua opinião e compartilhe para que a vontade da população seja conhecida! Curta nossa página: Folha Política”, acompanhado de vídeo da página no Facebook de mesmo título do texto, mas que não pôde ser recuperado. Buscando pelo título no Youtube, é possível encontrar um vídeo⁵⁵ de um canal chamado ‘Ficha Social’ que possivelmente traz o mesmo conteúdo apagado, já que traz a mesma descrição. Uma curiosidade: a página de Facebook com *link* no vídeo, intitulada ‘Çanal Ficha Social’ também foi apagada da rede.

Entre os comentários, se destacaram os termos negativos “vergonha”, “ladrão” e “bandido”, relacionados ao ex-presidente Lula. Nenhuma campanha de hashtag teve grande destaque entre os comentários.

⁵⁵ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=9JnmS6y1JwM>. Acessado em 22 de julho de 2019.

6º lugar: UOL Notícias



UOL Notícias fez uma transmissão ao vivo.

26 de setembro de 2018 às 17:36 · 🕒 · 🌐



Debate com presidenciáveis: Candidatos participam de debate realizado pelo UOL, Folha de S.Paulo e SBT #UOLnasUrnas



48 mil comentários 2,4 mil compartilhamentos 451 mil visualizações

Mais uma transmissão⁵⁶ ao vivo para a lista de destaques da interação de comentários: o debate com os candidatos à presidência, realizado antes do primeiro turno, recebeu 49.585 comentários que representaram 84% do total de interações na postagem. “Debate com presidenciáveis: Candidatos participam de debate realizado pelo UOL, Folha de S.Paulo e SBT” foi o conteúdo postado junto à hashtag oficial do portal #UOLnasUrnas e ao vídeo visualizado 451.160 no Facebook. A transmissão que durou quase duas horas, iniciou com entrevistas aos candidatos, seguido do debate, e encerrou com as considerações do colunista da UOL Carlos Melo, que disse que mesmo com a ausência de Jair Bolsonaro, os candidatos “não tiraram ele da cabeça em momento nenhum” e se mostraram o “mais anti-petistas” que podiam, representando o posicionamento do eleitor de Bolsonaro.

56

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2798187790196019&id=124493634232128

Entre os comentários, “Bolsonaro” também não saiu da cabeça dos eleitores e foi o termo mais citado na frente de todos os outros com sete mil menções. “Haddad”, o segundo candidato com mais menções, apareceu menos de duas mil vezes entre os textos. As hashtags não tiveram tanta expressividade em volume, mas vale dizer que as quatro com mais ativações eram pró-Bolsonaro.

7º lugar: VEJA



VEJA fez uma transmissão ao vivo.

4 de setembro de 2018 · 🌐

...

Ao vivo: o primeiro debate com candidatas a vice-presidente da República, promovido por VEJA, com apoio do Facebook.



39 mil comentários 5,8 mil compartilhamentos 1,5 mi visualizações

Mais uma transmissão⁵⁷ ao vivo de debate foi destaque, desta vez, promovido pela revista VEJA, e com os candidatas a vice-presidente, também antes do primeiro turno, no início de setembro. A publicação recebeu 39.848 comentários e continha o texto: “Ao vivo: o primeiro debate com candidatas a vice-presidente da República, promovido por VEJA, com apoio do Facebook.”. O vídeo de quase uma hora e meia foi visualizado 1.509.832 vezes, e se iniciou com alguns dados e a explicação da mediadora do debate Lillian Fibe. É relevante destacar que nesse caso, o vice-presidente de Jair Bolsonaro, Hamilton Mourão, esteve presente no debate, diferente do que se viu nos

⁵⁷ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=603261696737364&id=109597815616

debates à presidência em que Bolsonaro não compareceu. Do outro lado, Fernando Haddad, que a esta altura ainda era candidato a vice-presidente de Lula, escolha do PT para a corrida presidencial, não compareceu no debate, apesar de convidado pela revista.

Entre os comentários, os termos que mais aparecem são “Bolsonaro”, com mais de sete mil menções, e “Mourão” com mais de quatro mil. Ana Amélia, vice de Geraldo Alckmin, é a candidata mais mencionada na sequência, com menos de duas mil citações. Haddad não teve relevância entre os comentários e as campanhas utilizando hashtag também não tiveram força neste caso.

8º lugar: O Globo

 **O Globo** fez uma transmissão ao vivo. ⋮
12 de setembro de 2018 · 🌐

O GLOBO, 'Valor Econômico' e revista 'Época' entrevistam **Ciro Gomes**, candidato do PDT



   34 mil comentários 6,2 mil compartilhamentos 447 mil visualizações

A transmissão⁵⁸ ao vivo foi feita em setembro, quase um mês antes do primeiro turno, trouxe entrevista com o candidato **Ciro Gomes**, recebendo 35.690 comentários. O texto postado foi “O GLOBO, 'Valor Econômico' e revista 'Época' entrevistam **Ciro Gomes**, candidato do PDT” e o vídeo teve duração de duas

⁵⁸

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=422519358273545&id=115230991849922

horas, sendo visualizado 447.146 vezes. Em formato parecido com a sabatina de Fernando Haddad, analisada anteriormente, o candidato respondeu às perguntas dos jornalistas do Grupo Globo.

Entre os comentários, é possível perceber uma presença dos eleitores do candidato, que usaram a hashtag #Ciro12 mais de três mil vezes, fazendo dela a mais utilizada. Seu nome também foi o mais mencionado, mais de cinco mil vezes, e na sequência veio o de Bolsonaro, com duas mil menções. Muito diferente da entrevista com Haddad, aqui, o eleitor de Ciro foi o que mais se manifestou e usou termos como “preparado” e “melhor” para se referir ao candidato.

9º lugar: Terra



Terra fez uma transmissão ao vivo.
31 de agosto de 2018 · 🌐

TSE julga registro da candidatura de Lula

Processo N° 060090350
Relator Ministro Luís Roberto Barroso

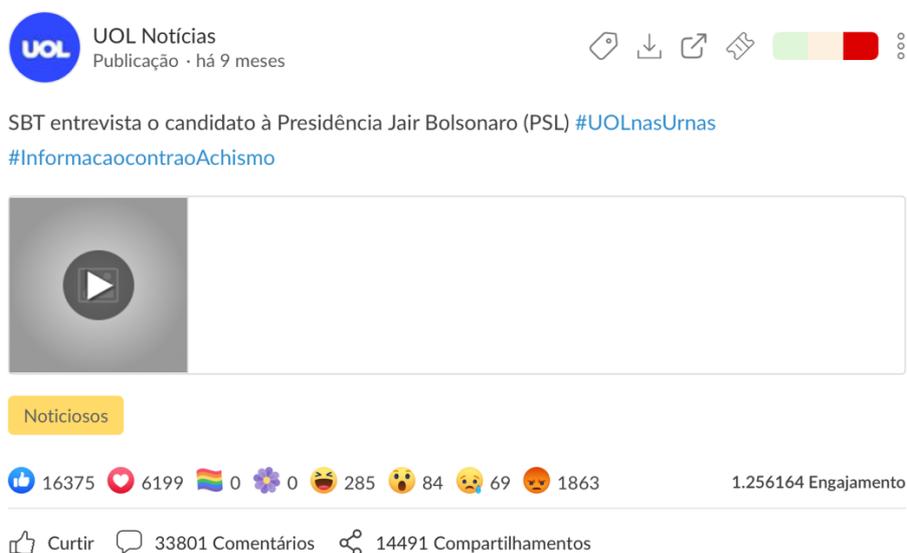
33 mil comentários 1,9 mil compartilhamentos 265 mil visualizações

Com cerca de 5 milhões de seguidores, a página do portal ‘Terra’ entra na categoria Empresa de mídia/notícias e se define no Facebook da seguinte forma: “O Terra é uma empresa líder no mercado digital na América Latina e busca continuamente a simplificação de produtos para melhorar a satisfação de seus clientes.”. Neste recorte, a página contribuiu com 523 publicações, sendo apenas a postagem acima analisada.

A transmissão⁵⁹ ao vivo foi feita em agosto, antes das eleições, no momento em que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) julgou o registro da candidatura de Lula, decidindo por maioria de votos rejeitar a mesma, tornando o ex-presidente inelegível, com base na Lei da Ficha Limpa⁶⁰. O vídeo tem duração de quatro horas e foi visto 265.178 vezes. O ‘Terra’ apenas transmitiu o mesmo conteúdo da TV Justiça, sem nenhuma alteração ou edição e o texto utilizado na publicação apenas informava o julgamento: “TSE julga registro da candidatura de Lula”.

“Bolsonaro” é o termo mais citado, quase quatro mil vezes, enquanto “Lula” aparece três mil vezes. O primeiro termo que confere qualidade e aparece na lista dos mais citados é “ladrão”, relacionado a Lula. Já entre as campanhas, ainda que com volume bem baixo (170 ativações) em relação ao volume de comentários, a hashtag #bolsonaronemmorto aparece em primeiro lugar.

10º lugar: UOL Notícias



UOL Notícias
Publicação · há 9 meses

SBT entrevista o candidato à Presidência Jair Bolsonaro (PSL) #UOLnasUrnas
#InformacaocontraoAchismo

Noticiosos

16375 6199 0 0 285 84 69 1863 1.256164 Engajamento

Curtir 33801 Comentários 14491 Compartilhamentos

Aqui temos mais um caso de publicação deletada no Facebook. Enviada durante a campanha, no dia 16 de outubro de 2018, entre turnos, a página de notícias do UOL divulgou a entrevista que o candidato Jair Bolsonaro concedeu

⁵⁹ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1827225070700681&id=136852373848

⁶⁰ Fonte: < <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/08/31/maioria-dos-ministros-do-tse-vota-pela-rejeicao-da-candidatura-de-lula.ghtml>>. Acessado em 22 de julho de 2019.

à rede de televisão SBT. Foram 33.801 comentários no *post* que dizia “SBT entrevista o candidato à Presidência Jair Bolsonaro (PSL)”, com as *hashtags* #UOLnasUrnas e #InformacaocontraoAchismo. O vídeo publicado na página do UOL não pôde ser recuperado, mas a entrevista na íntegra está disponível no canal do SBT Jornalismo no Youtube⁶¹. A entrevista tem cerca de dez minutos e tem a seguinte descrição do canal:

“Nesta terça-feira, 16, o jornalista Carlos Nascimento entrevistou, com exclusividade, o candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro (PSL), direto do Rio de Janeiro. Em conversa exibida ao vivo, Bolsonaro falou sobre a composição de seu eventual ministério, caso eleito. "Pretendemos ter um ministério bastante enxuto, com aproximadamente 15 nomes, e definimos três até o momento: Paulo Guedes, para a Economia, Onyx Lorenzoni, Casa Civil, e general Heleno da Defesa". Sobre as declarações polêmicas do candidato a vice na chapa, general Mourão, Bolsonaro acredita que ocorreu um excesso por parte da imprensa, e que o vice foi mal interpretado, e não disse que vai acabar com o 13º salário dos trabalhadores. O candidato do Partido Social Liberal conquistou o direito de disputar o segundo turno com Haddad ao obter 46,03% dos votos válidos no primeiro turno das eleições 2018. Nesta quarta-feira, 17, será a vez de Fernando Haddad ser entrevistado por Nascimento.”

Entre os comentários, os termos “debate”, “debater” e “debates” ficaram em evidência, somando cinco mil citações. Foram usados dos dois lados: para cobrar que o candidato participasse dos debates - em que os termos “cagão” e “covarde” se destacaram - ou para afirmar que ele não precisava estar em debate algum, já que era um “mito” e não devia se render ao pedido de nenhum “bandido”, termos também em destaque. As cinco *hashtags* mais ativas dentro dos comentários são de apoio a Bolsonaro, sendo a principal #b17, com 1,5 mil menções.

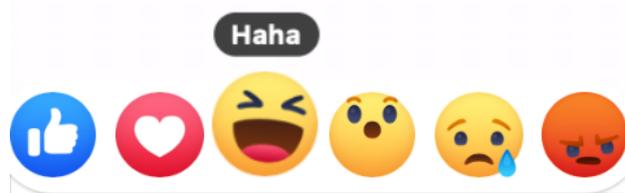
⁶¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4TpagrgHRoY>>. Acesso em 22 de julho de 2019.

5.4.4 – REAÇÕES ‘HAHA’

As interações de reação (‘amei’, ‘haha’, ‘uau’, ‘triste’, ‘gr’) exigem que o usuário passe o cursor em cima do botão ‘curtir’ para vê-las e assim clicar na que preferir. Demanda mais interesse em interagir, já que os botões não estão lá à primeira vista, mas só após passar o mouse no botão de curtida, sem clicar no mesmo, já que assim a interação seria apenas ‘curtir’ e não outra opção de reação. O design da plataforma reflete diretamente no uso da mesma, e apesar das interações de reação serem simples como a interação de curtida, não exigindo mais tomadas de decisões (como com o compartilhamento), nem comentários, o número de cliques é menor do que o dessas interações mais complexas.

Partindo de uma leitura ocidental, da esquerda para a direita, depois da reação ‘curtir’, a seguinte seria a ‘amei’. Porém, no nosso estudo, essa ordem não prevaleceu, e a reação com mais interações foi a ‘haha’. A mesma é sinalizada por um emoji dando risada.

Reações essas que também acabam se convertendo em enormes quantidades de dados, que se transformarão em informações e ajudarão marcas anunciantes a tomar decisões na hora de segmentar suas campanhas nessas plataformas. Ao reunir dados de seus usuários nas duas mídias, o Facebook pode aumentar ainda mais sua capacidade de interpretar momentos, situações e ocasiões pelas quais as pessoas estão passando, para gerar conexões entre as marcas e seus públicos nas suas plataformas – e muito disso vem das reações provocadas por emoções e sentimentos produzidos, processados, organizados e interpretados a partir das interações dentro dessas plataformas.



1º lugar: O Globo



O Globo

31 de agosto de 2018 · 🌐



Marcelo Adnet estreia a série "Tutorial dos Candidatos" mostrando como se imita o candidato pelo PSL, Jair Bolsonaro. Na série, Adnet fará imitações de políticos que disputam a presidência e o governo do estado do Rio de Janeiro.



😂👍❤️ 90 m 24 mil comentários 70 mil compartilhamentos 3 mi visualizações

A postagem⁶² que recebeu mais reações de haha (43.173 cliques) também foi a que mais somou interações no total da base: 187.416 cliques. A publicação feita antes das eleições, em agosto, trouxe o texto “Marcelo Adnet estreia a série "Tutorial dos Candidatos" mostrando como se imita o candidato pelo PSL, Jair Bolsonaro. Na série, Adnet fará imitações de políticos que disputam a presidência e o governo do estado do Rio de Janeiro.”, acompanhado do vídeo em que o humorista Marcelo Adnet imita Jair Bolsonaro. O vídeo com pouco mais de três minutos somou 3.016.960 visualizações e satiriza o então candidato, enfatizando preconceitos com negros, indígenas e o movimento LGBT. As reações ‘haha’ superaram até mesmo as curtidas, mostrando que o público aprovou o tom de piada e ironia, o que acompanha um posicionamento de oposição ao candidato. Interessante também o fato de que um conteúdo de humor foi o que mais recebeu interações no estudo, dentre todas as notícias coletadas.

62

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1632498593525825&id=115230991849922

2º lugar: Sensacionalista



O Site de notícias e mídia que se define como “Um jornal isento de verdade” soma 3.2 milhões de assinantes. Fundado em 2009, é um site de humor com notícias fictícias, bem diferente dos outros veículos analisados, mas que fez parte desse estudo por conta de sua categoria no Facebook, e por contribuir com 163 publicações sobre as eleições, sendo seis delas as que mais receberam reação ‘haha’.

A primeira delas foi publicada durante as eleições, antes do segundo turno, e recebeu 35.543 reações de risada. Diferente da maioria dos *posts* analisados, o conteúdo⁶³ não foi sobre os presidentiáveis, mas trouxe uma piada sobre o candidato a governador de São Paulo, João Doria (PSDB). No mesmo dia da publicação, um vídeo em que Doria supostamente aparece em uma orgia passou

63

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2139343836108472&id=108175739225302

a circular nas redes sociais⁶⁴. O candidato negou a participação no vídeo, e antes da votação do segundo turno, veículos de notícia se dividiram para mostrar se o mesmo era verdadeiro⁶⁵ ou falso⁶⁶. O texto da página dizia “Candidato promete tomar medidas duras mas ninguém acredita” e trazia *link* para matéria⁶⁷ do próprio site com o título “Após vídeo, Doria pode sair do PSDB e fundar partido nanico”. A imagem do *post* trazia um *frame* do vídeo viralizado, com o candidato supostamente despido, ao lado de uma fotografia de Doria de terno.

3º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 1 de dezembro de 2018 · 🌐

Que período da história é esse que o Brasil já foi socialista? A gente perdeu essa aula aqui.



EXAME.ABRIL.COM.BR

Nunca mais seremos um país socialista, diz Eduardo Bolsonaro
O deputado disse ainda que o futuro governo, assim como fez Donald...

😂👍😞 64 mil 7,9 mil comentários 19 mil compartilhamentos

⁶⁴ Fonte: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/doria-nega-autenticidade-de-video-contrata-perito-e-diz-que-acionara-justica.shtml>>. Acesso em 22 de julho de 2019.

⁶⁵ Fonte: <<https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2018/novo-laudo-aponta-que-video-intimo-de-joao-doria-e-verdadeiro>>. Acesso em 22 de julho de 2019.

⁶⁶ Fonte: <<https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2018-10-24/video-de-joao-doria-pericia.html>>. Acesso em 22 de julho de 2019.

⁶⁷ <https://www.sensacionalista.com.br/2018/10/23/apos-video-doria-pode-sair-do-psdb-e-fundar-partido-nanico/>

O texto do ‘Quebrando o Tabu’⁶⁸ “Que período da história é esse que o Brasil já foi socialista? A gente perdeu essa aula aqui.”, sobre a declaração de Eduardo Bolsonaro, rendeu 35.405 reações ‘haha’. Já com o resultado das eleições definido, a página trouxe *link* para matéria⁶⁹ do portal da revista Exame que dizia “Nunca mais seremos um país socialista, diz Eduardo Bolsonaro”.

Segundo o Google Trends, os brasileiros procuraram saber mais sobre política, e entre as pesquisas que se iniciaram com ‘O que é?’ em 2018, a primeira pergunta mais realizada foi ‘O que é fascismo?’, seguida de ‘O que é intervenção militar?’.

4º lugar: Sensacionalista

 **Sensacionalista** 3 de dezembro de 2018 · 🌐



SENSACIONALISTA.COM.BR

Bolsonaro vai colostomizado a jogo e prova que estádio é mais seguro que debate

😂👍❤️ 67 mil 4,3 mil comentários 26 mil compartilhamentos

⁶⁸

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2269016803154694&id=165205036869225

⁶⁹ <https://exame.abril.com.br/brasil/nunca-mais-seremos-um-pais-socialista-diz-eduardo-bolsonaro/>

Na publicação⁷⁰ de dezembro, pós-eleições, o site de humor enviou apenas o *link* da matéria⁷¹ de título “Bolsonaro vai colostomizado a jogo e prova que estádio é mais seguro que debate” do próprio site. O *post* rendeu 34.236 reações ‘haha’ e foi feito no dia seguinte em que o candidato esteve no estádio do Palmeiras. Na foto, o presidente eleito ergue a taça do Campeonato Brasileiro com jogadores do clube de São Paulo, mesmo limitado pela bolsa de colostomia que carregava⁷² por conta do ataque que sofreu em setembro⁷³.

5º lugar: Sensacionalista

 **Sensacionalista**
23 de outubro de 2018 · 🌐

"Já adverti o garoto", disse Bolsonaro sobre declarações do filho.



SENSACIONALISTA.COM.BR

Bolsonaro quer aumentar maioria penal para 34 anos
O candidato Jair Bolsonaro fará alterações em seu projeto sobre a...

👍❤️ 53 mil 2,8 mil comentários 17 mil compartilhamentos

⁷⁰

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2196590397050482&id=108175739225302

⁷¹ <https://www.sensacionalista.com.br/2018/12/03/bolsonaro-vai-colostomizado-a-jogo-e-prova-que-estadio-e-mais-seguro-que-debate/>

⁷² Fonte: < https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/03/deportes/1543877645_183293.html > .

⁷³ Fonte: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml> >

Durantes as eleições, antes do segundo turno, a página de humor ironizou a fala de Jair Bolsonaro sobre o filho ““Já adverti o garoto”, disse Bolsonaro sobre declarações do filho.” com uma matéria⁷⁴ em seu site de título “Bolsonaro quer aumentar maioria penal para 34 anos”, idade de Eduardo Bolsonaro. O *post*⁷⁵ foi publicado um dia depois da fala do então candidato, em relação ao vídeo que circulou nas redes sociais em que seu filho afirmava que “bastaria apenas um soldado e um cabo para fechar o Supremo Tribunal Federal (STF)”⁷⁶.

6º lugar: Sensacionalista

 **Sensacionalista**
3 de dezembro de 2018 · 🌐



SENSACIONALISTA.COM.BR

Médico confirma que Bolsonaro sofre de incontinência de continências

😂👍❤️ 48 mil 2,7 mil comentários 9,7 mil compartilhamentos

⁷⁴ <https://www.sensacionalista.com.br/2018/10/23/bolsonaro-quer-aumentar-maioridade-penal-para-34-anos/>

⁷⁵

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2138880319488157&id=108175739225302

⁷⁶ Fonte: < <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,eu-ja-adverti-o-garoto-diz-bolsonaro-sobre-afirmacao-do-filho-sobre-o-stf,70002558359>>

Ainda sobre a aparição no jogo do Palmeiras, o site de humor fez uma matéria⁷⁷ com o trocadilho: “Médico confirma que Bolsonaro sofre de incontinência de continências”, recebendo 30.054 reações ‘haha’ no *post*⁷⁸. A imagem da saudação militar a um civil viralizou em formato de meme, como apontado em matéria do portal G1⁷⁹. ‘Jair Bolsonaro’ esteve na lista de memes mais buscados em 2018, segundo o Google Trends.

7º lugar: Sensacionalista

 **Sensacionalista** 14 de setembro de 2018 · 🌐

Serviço inestimável à humanidade



SENSACIONALISTA.COM.BR

Médico que proibiu Bolsonaro de falar é indicado ao prêmio Nobel de Medicina

   73 mil 3,6 mil comentários 19 mil compartilhamentos

⁷⁷ <https://www.sensacionalista.com.br/2018/12/03/medico-confirma-que-bolsonaro-sofre-de-incontinencia-de-continencias/>

⁷⁸

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2196643067045215&id=108175739225302

⁷⁹ Fonte: < <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2018/12/03/bolsonaro-presta-continencia-a-civis-entenda-o-que-o-gesto-significa.ghtml>>.

Uma semana após o ataque sofrido pelo então candidato Jair Bolsonaro, o ‘Sensacionalista’ publicou uma matéria⁸⁰ fictícia no próprio portal, sob o título “Médico que proibiu Bolsonaro de falar é indicado ao prêmio Nobel de Medicina”, além do texto irônico “Serviço inestimável à humanidade”. Ainda nos dias atuais, especula-se sobre o ataque⁸¹ e sobre as consequências da internação para a campanha⁸², principalmente no que diz respeito à presença do candidato nos debates e sabatinas⁸³. O *post*⁸⁴ com a imagem de Bolsonaro no hospital, fazendo um gesto como se estivesse armado, recebeu 29.941 reações de risada, e deu a entender que o candidato calado agrada mais aos fãs da página.

8º lugar: Sensacionalista



Sensacionalista 5 de outubro de 2018 · 🌐

Candidato não foi ao debate por estar doente, mas apareceu curado na Record

SENSACIONALISTA.COM.BR
Milagre de Edir Macedo cura Bolsonaro
 Brasileiros acompanham ontem o primeiro milagre de Edir Macedo...

😂👍😡 52 mil 5,8 mil comentários 18 mil compartilhamentos

⁸⁰ <https://www.sensacionalista.com.br/2018/09/14/medico-que-proibiu-bolsonaro-a-nao-falar-e-indicado-ao-premio-nobel-de-medicina/>

⁸¹ <https://veja.abril.com.br/politica/juiz-convida-bolsonaro-a-depor-sobre-facada/>

⁸² https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/13/politica/1536868392_822077.html

⁸³ <https://g1.globo.com/politica/blog/andreia-sadi/post/2018/09/13/mourao-diz-que-vai-propor-a-bolsonaro-substitui-lo-em-debates-ja-que-nova-cirurgia-adiara-retorno-a-campanha.ghtml>

⁸⁴ http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2088549681187888&id=108175739225302

Em mais uma ironia da página, dois dias antes da votação do primeiro turno, a publicação⁸⁵ trazia o texto “Candidato não foi ao debate por estar doente, mas apareceu curado na Record”, com *link* para a matéria⁸⁶ fictícia do próprio site, de manchete “Milagre de Edir Macedo cura Bolsonaro”. O *post* recebeu 29.883 reações de risada e trouxe a imagem de Jair Bolsonaro em sua primeira entrevista após alta médica, depois do atentado que sofreu em setembro, para o Jornal da Record⁸⁷, exibida no dia anterior da data do *post*. Na mesma data, aconteceu o debate presidencial da Rede Globo, marcado pela ausência do líder nas pesquisas de intensão de voto⁸⁸, daí a ironia do ‘Sensacionalista’.

9º lugar: G1 – O Portal de Notícias da Globo

G1 - O Portal de Notícias da Globo 18 de outubro de 2018 · 🌐

Pedido é baseado em reportagem de jornal sobre empresas que supostamente compraram pacotes de mensagens contra o PT. Candidato do PSL nega irregularidades ==> <https://glo.bo/2AhS46B> #G1 #Eleições2018

ELEIÇÕES 2018

G1.GLOBO.COM

PT pede ao TSE para declarar Jair Bolsonaro inelegível por 8 anos

🤔👍❤️ 43 mil 12 mil comentários 5,4 mil compartilhamentos

⁸⁵

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2114518641924325&id=108175739225302

⁸⁶ <https://www.sensacionalista.com.br/2018/10/05/milagre-de-edir-macedo-cura-bolsonaro/>

⁸⁷ <https://noticias.r7.com/eleicoes-2018/bolsonaro-fala-com-exclusividade-ao-jornal-da-record-as-22h-04102018>

⁸⁸ <https://exame.abril.com.br/brasil/acompanhe-ao-vivo-o-debate-presidencial-na-tv-globo/>

No caminho oposto de todas as publicações analisadas acima que ironizaram Jair Bolsonaro, com exceção da piada com João Doria, a publicação⁸⁹ do G1, feita durante as eleições, entre turnos, trouxe reações de riso do eleitor do candidato do PSL à manchete da matéria⁹⁰ do portal G1 “PT pede ao TSE para declarar Jair Bolsonaro inelegível por 8 anos”. Foram 25.503 ‘hahas’ para a postagem que trouxe o texto “Pedido é baseado em reportagem de jornal sobre empresas que supostamente compraram pacotes de mensagens contra o PT. Candidato do PSL nega irregularidades”, além da URL para a notícia e as *hashtags* de cobertura #G1 e #Eleições2018.

10º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu
Publicação · há 7 meses

Sabe em qual país é assim? Venezuela.

Bolsonaro terá o próprio programa para ser entrevistado apenas por apoiadores

Sabatina é resposta à repercussão negativa da participação do deputado no 'Roda Viva'
OGLOBO.GLOBO.COM

Noticiosos

21096 554 0 0 24174 624 1108 5684 0,381873 Engajamento

Curtir 4978 Comentários 12193 Compartilhamentos

Esta será a última postagem que foi deletada no Facebook a ser analisada. A publicação do ‘Quebrando o Tabu’ feita pós-eleições, no dia 27 de dezembro de 2018, recebeu 24.174 reações ‘haha’ com o texto “Sabe em qual país é assim? Venezuela.”. O *hiperlink* é para matéria⁹¹ do jornal ‘O Globo’ de agosto, antes das eleições, com o título “Bolsonaro terá o próprio programa para ser entrevistado apenas por apoiadores”. O *post* pode ter sido deletado pela

⁸⁹

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2439874002731337&id=180562885329138

⁹⁰ <https://glo.bo/2AhS46B>

⁹¹ <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-tera-proprio-programa-para-ser-entrevistado- apenas-por-apoiadores-22942488>

idade da notícia vinculada. Erbolato define que “a notícia deve ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público”. (ERBOLATO, 1991, p.55)

5.4.5 – REAÇÕES ‘AMEI’

‘Amei’ foi a segunda reação mais clicada. A mesma é sinalizada por um ícone de coração. Flusser (2013) lembra que a forma é condicionada pela conteúdo, além de também condicioná-lo, e nesse caso, o meio – Facebook - também faz parte da mensagem.



1º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 27 de outubro de 2018 · 🌐

😊



WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR

Roger Waters protesta contra Bolsonaro a 30 segundos de limite proibido; veja vídeo

👍❤️😂 80 mil 3,7 mil comentários 6,5 mil compartilhamentos

O conteúdo mais amado somou 26.249 reações de amor, além de ter se destacado também entre os *posts* com mais curtidas, como já analisado. A publicação feita um dia antes da votação do segundo turno agradou os seguidores do ‘Quebrando o Tabu’ que ‘amaram’ a atitude do artista Roger Waters em protesto contra Bolsonaro.

2º lugar: Quebrando o Tabu



A publicação⁹² feita em dezembro trouxe uma retrospectiva do ano, citando no texto o momento das eleições: “Retrospectiva ~good vibes~ 2018. Porque apesar de TUDO, apesar de todo caos da eleição, nesse ano tivemos muita coisa boa pra comemorar! Pode vir, 2019, já estamo(s) preparados! ❤️👊”, recebendo 24.233 reações ‘amei’. O vídeo produzido pela página que se posicionou durante todo o ano como oposição de Jair Bolsonaro, destacou as manifestações e campanhas contra o presidente eleito, unidas pela *hashtag* #EleNão. A imagem

92

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=307381383232419&id=165205036869225

destacada na publicação mostra a cantora Jojo Maronttinni, destaque no ano com a música 'Que tiro foi esse?', que de acordo com o Google Trends foi a segunda música mais pesquisada em 2018, além do meme mais buscado no site.

3º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 30 de agosto de 2018 · 🌐

"Das mulheres, que representam 52,5% dos 147,3 milhões de eleitores brasileiros, apenas 13% votariam no Bolsonaro, enquanto 43% dizem que nunca o fariam"

As mulheres vão salvar o mundo!! ❤️



EXAME.ABRIL.COM.BR

Mulheres são a principal frente de resistência contra Bolsonaro
Das mulheres, que representam 52,5% dos 147,3 milhões de eleitores...

👍❤️😂 72 mil 7,3 mil comentários 15 mil compartilhamentos

O conteúdo somou 22.945 reações de amor, além de ter se destacado também entre os *posts* com mais curtidas, como já visto. O conteúdo da postagem que traz o símbolo de coração depois da frase “As mulheres vão mudar o mundo!!” é correspondido com muitos cliques de ‘coração’ da oposição de Bolsonaro.

4º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 5 de dezembro de 2018 · 🌐

❤️



WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR

Tite se recusa a encontrar Bolsonaro antes da disputa da Copa América

👍❤️😂 57 mil 3,7 mil comentários 3,1 mil compartilhamentos

Mais uma vez o ‘coração’ da página ‘Quebrando o Tabu’ foi correspondido. Com *link* para a matéria da ‘Folha de São Paulo’ de manchete “Tite se recusa a encontrar Bolsonaro antes da disputa da Copa América”, os que se identificaram com a atitude do técnico da seleção brasileira de futebol clicaram 20.905 vezes no botão de coração do Facebook.

5º lugar: Quebrando o Tabu



A publicação feita em novembro, pós resultado das eleições, além de ser a mais curtida do estudo recebeu 20.510 reações de amor no *post* que também se destacou na soma total de interações. Oposição ou não, os usuários do Facebook que interagiram no conteúdo aprovaram a atitude do presidente em manter os ministérios da Agricultura e do Meio Ambiente separados.

6º lugar: UOL



UOL

26 de setembro de 2018 · 🌐



A jornalista Débora Bergamasco, do SBT, questionou o candidato Cabo Daciolo (Patriota) sobre cotas raciais nas universidades. O candidato defendeu as cotas de forma efusiva.

Acompanhe o Debate UOL, Folha de S. Paulo e SBT #UOLnasUrnas

<https://trib.al/gin7mhl>



14 mil comentários 44 mil compartilhamentos 2,9 mi visualizações

Foram 19.476 reações de amor para o conteúdo que também se destacou entre os *posts* com maior soma de interações: 128.189 cliques. A publicação de setembro, antes das eleições, traz um vídeo com *link* da própria rede, com pouco mais de dois minutos, e com a descrição “A jornalista Débora Bergamasco, do SBT, questionou o candidato Cabo Daciolo (Patriota) sobre cotas raciais nas universidades. O candidato defendeu as cotas de forma efusiva. Acompanhe o Debate UOL, Folha de S. Paulo e SBT”, seguida da *hashtag* de cobertura #UOLnasUrnas e a URL que leva à análise minuto a minuto do debate no portal do UOL. Apesar de ser motivo de piadas e memes⁹³ durante as eleições, a resposta do candidato emocionou internautas que fizeram questão de retribuir com a interação ‘amei’ na rede.

⁹³ https://www.huffpostbrasil.com/2018/08/09/cabo-daciolo-as-6-perolas-do-candidato-a-presidencia-pelo-patriotas_a_23499590

7º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

17 de outubro de 2018 · 🌐

Eleições 2018 na rima do [Fabio Brazza](#)

Foda!!



7,6 mil comentários 99 mil compartilhamentos 2,8 mi visualizações

O *post* já apareceu na lista de compartilhamentos, e aqui se destaca com 19.328 reações de amor. As palavras do artista Fabio Brazza receberam a identificação do público que visualizou o conteúdo no 'Quebrando o Tabu'.

8º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 7 de outubro de 2018 · 🌐

Fabiano Contarato foi eleito hoje e será o primeiro senador gay do Espírito Santo 🇺🇸👏🏳️‍🌈
(ele é o da esquerda na foto)

 **fabianocontarato**



 43 mil 1,5 mil comentários 4,2 mil compartilhamentos

No dia da votação do primeiro turno, a página comemorou a eleição do primeiro senador homossexual do Espírito Santo. “Fabiano Contarato foi eleito hoje e será o primeiro senador gay do Espírito Santo 🇺🇸👏🏳️‍🌈 (ele é o da esquerda na foto)” foi o texto que acompanhou a foto do senador eleito, recebendo 18.625 reações ‘amei’. Mais uma vez, o conteúdo da página fez uso do símbolo de coração, tendo como principal resposta este mesmo símbolo, por meio do botão de coração do Facebook.

9º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 28 de outubro de 2018 · 🌐

Família tradicional é aquela onde um se preocupa de verdade com o outro.



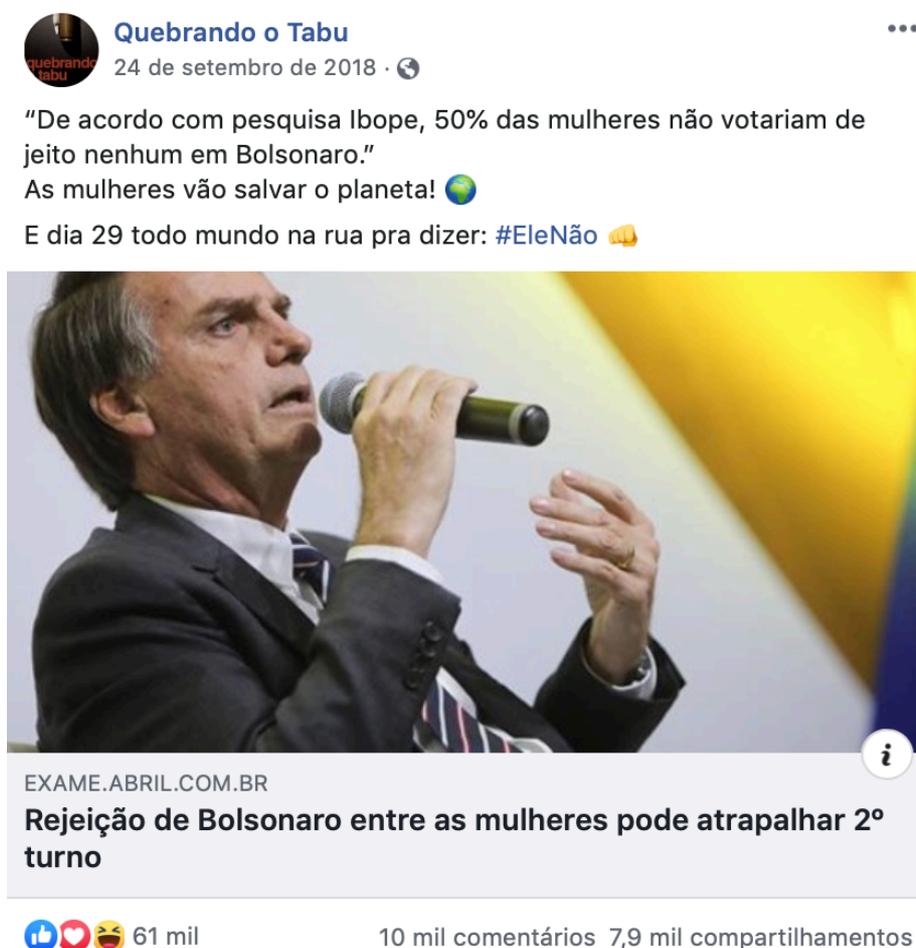
TVEFAMOSOS.UOL.COM.BR 

Gretchen declara voto em Haddad: "Pela vida do meu filho Thammy"

   64 mil 2,6 mil comentários 5,4 mil compartilhamentos

Mais uma vez uma pauta LGBT trouxe interações de ‘amei’. A publicação feita no dia da votação do segundo turno trouxe *link* para a coluna de notícias da TV e famosos do portal UOL, de título “Gretchen declara voto em Haddad: “Pela vida do meu filho Thammy”. As 17.907 reações de amor mostraram identificação com a afirmação da página: “Família tradicional é aquela onde um se preocupa de verdade com o outro.”, além de aprovação à declaração da artista. ‘Fernando Haddad’ foi o oitavo termo mais buscado pelos brasileiros em 2018 segundo o Google Trends.

10º lugar: Quebrando o Tabu



Com conteúdo parecido com o terceiro lugar desta lista de *posts* com mais reações ‘amei’, a publicação feita em setembro, antes das eleições, trouxe *link* para o portal da revista Exame – assim como aconteceu com a publicação que ficou em terceiro – sobre a rejeição que Bolsonaro teria entre as eleitoras. A matéria de título “Rejeição de Bolsonaro entre as mulheres pode atrapalhar 2º turno”, além do texto da página “De acordo com pesquisa Ibope, 50% das mulheres não votariam de jeito nenhum em Bolsonaro.” As mulheres vão salvar o planeta! 🌍 E dia 29 todo mundo na rua pra dizer: #EleNão 🙌” recebeu 17.468 reações de amor, em aprovação às eleitoras. A página ainda incentivou a participação na manifestação que aconteceria cinco dias depois, considerada histórica no país, por se tratar do maior protesto de mulheres no Brasil⁹⁴.

⁹⁴ <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>

5.4.6 – REAÇÕES ‘GRR’

Mais uma vez, partindo de uma leitura ocidental, da esquerda para a direita, a reação ‘grr’ seria a última opção do usuário. Porém, no nosso estudo, é a terceira reação com mais interações. ‘Grr’ seria a representação de uma onomatopeia significando um rosnado, uma expressão de raiva. Na versão em inglês do Facebook, a reação é chamada de ‘anger’, cuja tradução é ‘raiva’. A mesma é sinalizada por um emoji de cor avermelhada, com semblante de raiva determinado pela cor, sobrancelhas franzidas e cantos da boca para baixo, em desaprovação.

A fúria [Wut] no sentido empático é mais do que um estado afetivo. Ela é uma capacidade de interromper um estado existente e permitir que um novo estado comece Também o amor está atado à tensão negativa do ódio. Assim ele habita a mesma ordem que o verdadeiro e o falso ou que o bem e o mal. (Han, 2018). Algumas emoções, como raiva ou ansiedade, são de alta excitação. Quando estamos com raiva, gritamos com os funcionários do atendimento ao cliente. Berger 2014 p.90



1º lugar: Quebrando o Tabu



A publicação feita pré-eleições, em setembro, recebeu 23.421 reações de raiva, sendo o conteúdo do estudo que mais gerou esse sentimento nos usuários. O texto é longo, bem diferente da maioria das notícias: “(🚩 Importante: a foto não foi tirada pelo filho do candidato, ele ‘apenas’ postou a foto. A foto foi feita por um artista em apoio ao movimento #EleNão - Agora, o que Carlos Bolsonaro quis dizer com essa postagem, fica pela interpretação de cada um... 🚩) Isso é passar de todos os limites! O filho do Bolsonaro postou no Instagram uma foto (feita por um fotógrafo com a intenção de protesto contra Bolsonaro) com a representação de um jovem sendo torturado com o escrito #elenão no corpo e a frase "sobre pais que choram no chuveiro", em alusão a "piada" de que pais de filhos homossexuais choram de vergonha. Repetindo: a imagem mostra a representação um apoiador da manifestação #EleNão sendo torturado. Em tom de brincadeira. Isso não é política, não tem a ver com direita ou com esquerda, é o direito universal à vida. Não é possível que é isso que a gente quer pro Brasil. Isso é passar de todos os limites! Isso é puro ódio!”. A imagem é um *print* do perfil de Carlos Bolsonaro, filho de Jair Bolsonaro, no

Instagram, que utilizou a foto de um artista apoiador do movimento #EleNÃO, contra seu pai, junto à legenda "sobre pais que choram no chuveiro", em tom de ironia. O conteúdo deixou os seguidores de 'Quebrando o Tabu' com raiva, mais uma vez em oposição ao então candidato do PSL.

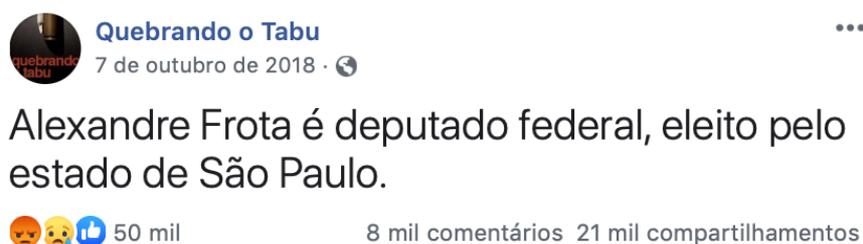
2º lugar: VEJA



No dia da votação do primeiro turno, as reações de raiva foram numerosas no *post* da página da revista VEJA, que trouxe a notícia “Aécio Neves é eleito deputado federal em Minas Gerais”: 21.223 cliques na reação. A publicação traz em texto uma marcação – quando uma outra página do Facebook é mencionada com *link* para a mesma – para o blog Radar, da própria revista, além da *hashtag* #VEJAColunistas. A notícia desagradou principalmente pelo fato do deputado eleito ser um dos investigados da operação Lava Jato⁹⁵.

⁹⁵ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/aecio-renan-jader-e-mais-33-alvos-da-lava-jato-se-elegem.shtml>

3º lugar: Quebrando o Tabu



A publicação acima é uma das duas únicas que se destacaram usando apenas texto, sem recursos de hipermídia, como emojis, imagens, vídeos ou *hiperlinks*. O ‘Quebrando o Tabu’ trouxe um fato, sem fontes e também sem nenhuma opinião explícita, e apenas com esse fato “Alexandre Frota é deputado federal, eleito pelo estado de São Paulo.” recebeu 19.137 reações ‘gr’. O desapontamento com a eleição do eator foi demonstrado a partir da reação do público da página, possivelmente por conta de sua trajetória política⁹⁶.

4º lugar: Quebrando o Tabu



⁹⁶ https://www.huffpostbrasil.com/2018/10/07/alexandre-frota-e-eleito-deputado-federal-em-sao-paulo_a_23552412/

Diferente da maioria dos *hiperlinks* de veículos tradicionais que o 'Quebrando o Tabu' utilizou nas publicações analisadas, o *post* acima, feito em novembro, traz a matéria "Deputado cogita propor lei que proíbe beijo gay em público no Brasil" do site de humor e notícias voltado para o público LGBT, Põe na Roda. O texto "Judiciário recebendo 39 mil reais/mês. Amazônia desmatada. Miséria progredindo. Bolsas de pesquisa cortadas. Hospitais fechados. A polícia que mais mata e mais morre. Políticos preocupados com:" trouxe fatos graves da realidade brasileira, sem fontes, para reforçar uma possível inversão de valores dos políticos eleitos em 2018. O *post* somou 16.997 reações de raiva à situação.

5º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

6 de novembro de 2018 · 🌐



"O SBT começou a exibir hoje uma série de vinhetas de tom nacionalista, em apoio ao presidente eleito Jair Bolsonaro. Em uma delas, depois de apresentar imagens de pontos turísticos do Brasil, anuncia ao fim do comercial: "Brasil, ame-o ou deixe-o". O resgate da frase, que se tornou popular durante a Ditadura Militar (1964-1985), chocou boa parte do público."

Porra, Silvio!! Ver a ditadura de dentro da mansão é fácil né...



NOTICIASDATV.UOL.COM.BR

Por Bolsonaro, SBT resgata slogan da ditadura: 'Brasil, ame-o ou deixe-o'

🤔👍😞 37 mil

6,8 mil comentários 7,1 mil compartilhamentos

A matéria do portal de notícias da televisão do UOL “Por Bolsonaro, SBT resgata slogan da ditadura: ‘Brasil, ame-o ou deixe-o’” teve *link* na publicação feita em novembro para criticar a ação da emissora. Com o texto que citou a primeira parte da matéria original “O SBT começou a exibir hoje uma série de vinhetas de tom nacionalista, em apoio ao presidente eleito Jair Bolsonaro. Em uma delas, depois de apresentar imagens de pontos turísticos do Brasil, anuncia ao fim do comercial: “Brasil, ame-o ou deixe-o”. O resgate da frase, que se tornou popular durante a Ditadura Militar (1964-1985), chocou boa parte do público.”, além da ironia da página “Porra, Silvio!! Ver a ditadura de dentro da mansão é fácil né...”, a postagem recebeu 16.019 reações de raiva, mostrando uma posição contrária à atitude de Silvio Santos.

6º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

5 de outubro de 2018 · 🌐



Propostas para a educação: "Segundo o deputado, esse tipo de metodologia pode ajudar a combater o "marxismo" nas escolas. Para Bolsonaro, o aluno poderia ir às escolas apenas para fazer provas e aulas práticas."

E os alunos sem condição de pagar internet, computador, de acompanhar vídeo aula?



OGLOBO.GLOBO.COM

Bolsonaro defende educação à distância desde o ensino fundamental

👎👍👎 38 mil

7,3 mil comentários 16 mil compartilhamentos

Dois dias antes das eleições do primeiro turno, a publicação do 'Quebrando o Tabu' trouxe *link* do jornal 'O Globo' da matéria "Bolsonaro defende educação à distância desde o ensino fundamental" junto ao texto "Propostas para a educação: "Segundo o deputado, esse tipo de metodologia pode ajudar a combater o "marxismo" nas escolas. Para Bolsonaro, o aluno poderia ir às escolas apenas para fazer provas e aulas práticas." E os alunos sem condição de pagar internet, computador, de acompanhar vídeo aula?". Os seguidores da página não gostaram da declaração do então candidato e reagiram com 14.635 cliques de 'grr'.

7º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

26 de outubro de 2018 · 🌐



Para a atriz, declarações consideradas homofóbicas e racistas do candidato são fruto de um 'humor brincalhão', "quando conheci o Bolsonaro pessoalmente, encontrei um cara doce, um homem dos anos 1950, como meu pai, e que faz brincadeiras homofóbicas, mas é da boca pra fora, um jeito masculino que vem desde Monteiro Lobato, que chamava o brasileiro de preguiçoso e que dizia que lugar de negro é na cozinha."

REGINA, EU NÃO SEI NEM O QUE TE DIZER!!!



POLITICA.ESTADAO.COM.BR

'Homofobia de Bolsonaro é da boca para fora', diz Regina Duarte - Política - Estadão



28 mil

9,2 mil comentários 4,7 mil compartilhamentos

A publicação feita dois dias antes do segundo turno trouxe *link* para matéria da coluna de política do Estadão “Homofobia de Bolsonaro é da boca para fora”, diz Regina Duarte”. A página acrescentou ao conteúdo parte da declaração da atriz, além de opinião inconformada com a postura de Regina: “Para a atriz, declarações consideradas homofóbicas e racistas do candidato são fruto de um 'humor brincalhão', "quando conheci o Bolsonaro pessoalmente, encontrei um cara doce, um homem dos anos 1950, como meu pai, e que faz brincadeiras homofóbicas, mas é da boca pra fora, um jeito masculino que vem desde Monteiro Lobato, que chamava o brasileiro de preguiçoso e que dizia que lugar de negro é na cozinha." REGINA, EU NÃO SEI NEM O QUE TE DIZER!!!!”. Os usuários do Facebook demonstraram descontentamento à fala da atriz com 14.057 reações ‘gr’.

8º lugar: G1 – O Portal de Notícias da Globo



G1 - O Portal de Notícias da Globo 6 de outubro de 2018 · 🌐

'Olha, meu neto é um cara bonito, viu ali? Branqueamento da raça', disse candidato a vice de Bolsonaro, segundo o jornal 'O Globo' #G1

G1.GLOBO.COM

Candidato a vice de Bolsonaro, Mourão cita 'branqueamento da raça' ao elogiar neto

👍👎😞 31 mil 11 mil comentários 13 mil compartilhamentos

Mais uma declaração vista como preconceituosa, feita por candidatos, desagradou, desta vez no conteúdo da página do portal G1. A matéria do próprio portal “Candidato a vice de Bolsonaro, Mourão cita ‘branqueamento da raça’ ao

elogiar neto” teve *link* na publicação feita um dia após a eleição do primeiro turno, com o texto “‘Olha, meu neto é um cara bonito, viu ali? Branqueamento da raça’, disse candidato a vice de Bolsonaro, segundo o jornal ‘O Globo’”, com a *hashtag* do portal #G1. O *post* recebeu 13.905 reações de raiva sobre a fala de Hamilton Mourão.

9º lugar: Quebrando o Tabu



A página ‘Quebrando o Tabu’ pediu para seus seguidores “Cancelem os memes...” em publicação seis dias antes da eleição do primeiro turno, para que o público não fizesse mais brincadeiras com o candidato a presidente Cabo Daciolo. A partir da matéria⁹⁷ do portal Estado de Minas “‘O homossexual está na mesma categoria que o bandido’, diz cabo Daciolo”, a página entendeu que o mesmo não mereceria mais ter destaque nas redes sociais e seus seguidores concordaram, respondendo à declaração do candidato com 13.820 cliques de raiva.

⁹⁷ https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/09/30/interna_politica,993017/o-homossexual-esta-na-mesma-categoria-que-o-bandido-diz-daciolo.shtml

Um dos memes mais compartilhados sobre o candidato foi sobre a URSAL⁹⁸, União da República Socialista Latino Americana. Em debate para a TV Band, Daciolo afirmou que seria um plano de conhecimento do candidato Ciro Gomes, para tirar as fronteiras da América do Sul. O fato fez com que a pergunta ‘O que é Ursal?’ fosse a quarta mais realizada em 2018, segundo o Google Trends.

10º lugar: Quebrando o Tabu



Em setembro, antes das eleições, a página ironizou as falas de Jair Bolsonaro sobre ‘família’ com o texto “Isso que é “defender a família”? 🤔”, acompanhado do emoji de ‘dúvida’. A publicação trouxe *link* para a matéria da revista ‘Veja’ de título “Bolsonaro defendeu redução da licença maternidade”, recebendo 13.630 reações ‘grr’.

⁹⁸ <http://www.museudememes.com.br/sermons/ursal/>

5.4.7 – REAÇÕES ‘TRISTE’

A reação ‘triste’ pode ser entendida também como ‘sinto muito’, já que na versão em inglês ela não é chamada de ‘sad’, mas de ‘sorry’. A mesma é sinalizada por um emoji com semblante triste, cantos da boca para baixo, sobrancelhas caídas e uma lágrima nos olhos.



1º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 29 de junho de 2018 · 🌐

O candidato em primeiro lugar nas pesquisas para presidente do Brasil diz, publicamente, que "filho gay é falta de porrada".



METROPOLES.COM 

Garoto é torturado e morto após dizer que gostava "de meninos"

   62 mil 2,9 mil comentários 12 mil compartilhamentos

A publicação com maior volume de reações tristes foi feita em junho, antes das eleições, trazendo o texto “O candidato em primeiro lugar nas pesquisas para presidente do Brasil diz, publicamente, que “filho gay é falta de porrada”.”. Foram 35.266 manifestações de tristeza no conteúdo direcionado para a matéria

do portal Metr p les, sob a manchete “Garoto   torturado e morto após dizer que gostava “de meninos””. Além da tragédia noticiada, a foto do pequeno garoto ajuda a produzir o sentimento negativo. Mais uma vez a página reforça os preconceitos do então candidato   presidência, Jair Bolsonaro.

2  lugar: Quebrando o Tabu



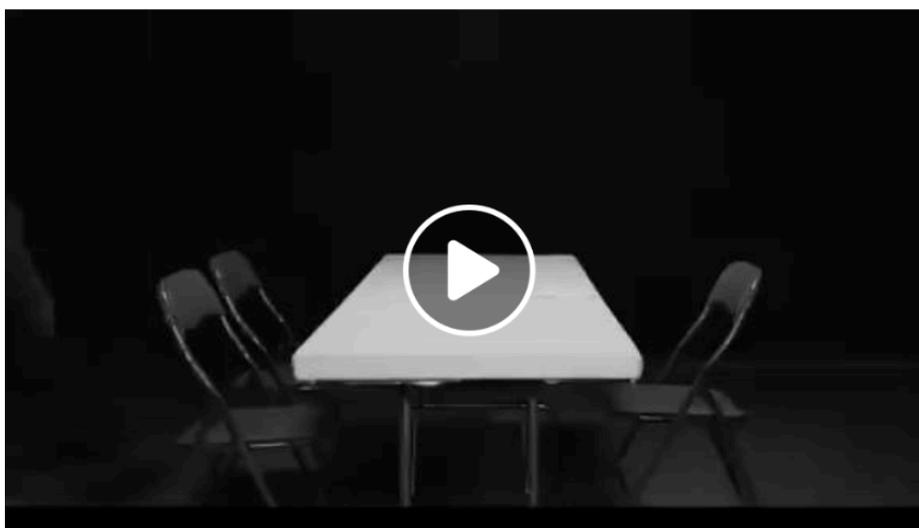
Quebrando o Tabu

21 de outubro de 2018 ·  



Você teria coragem de ler as frases deste candidato em voz alta?

Que vídeo forte!!



11 mil comentários 58 mil compartilhamentos 1,9 mi visualizações

O vídeo de título “O candidato”, publicado na página durante as eleições, dias antes do segundo turno, recebeu 1.950.517 visualizações. Com duração de mais de três minutos, a produção reuniu pessoas para lerem algumas declarações do então candidato Jair Bolsonaro, sobre homossexuais, negros e mulheres, e para representantes desses mesmos grupos. O vídeo mostra o desconforto dos que leram, seguido de pedidos de desculpas e   encerrado com a frase “Vote com o coração”. O texto da página trouxe a pergunta “Você teria coragem de ler as frases deste candidato em voz alta?”, além da constatação “Que vídeo forte!!”. A publicação emocionou os 27.383 usuários do Facebook que clicaram na reação ‘triste’.

3º lugar: Quebrando o Tabu



Em julho, mencionando os resultados das pesquisas eleitorais, que já traziam Jair Bolsonaro como preferido na disputa presidencial, a página fez uma relação com a tragédia de suicídio reportada pelo jornal ‘O Globo’: “Adolescente cristã se mata por medo de contar aos pais que é lésbica”. Com o texto ““Ter filho gay é falta de porrada”, disse o primeiro colocado nas pesquisas eleitorais para presidente do Brasil.”, a publicação recebeu 26.738 cliques lamentando a situação.

4º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 14 de novembro de 2018 · 🌐

Cuba atribui sua saída a "declarações ameaçadoras e depreciativas" do presidente eleito Jair Bolsonaro, que prometeu expulsar os médicos cubanos do Brasil. Em 5 anos de trabalho, cerca de 20 mil médicos cubanos atenderam mais de 113 milhões de pacientes em mais de 3,6 mil municípios. Cubanos constituíam 80 por cento de todos os médicos participantes do programa. Mais de 700 municípios tiveram um médico pela primeira vez na história. Distritos indígenas, regiões amazônicas, sertão nordestino e favelas eram as principais áreas de atuação.



G1.GLOBO.COM
Cuba decide deixar programa Mais Médicos no Brasil
 País enviava profissionais para atuar no Brasil desde o início do...

👍👎👏 46 mil 11 mil comentários 27 mil compartilhamentos

A publicação de novembro gerou 25.722 reações de tristeza à notícia⁹⁹ divulgada no portal G1, com o título “Cuba decide deixar programa Mais Médicos no Brasil”. O ‘Quebrando o Tabu’ contribuiu com o texto “Cuba atribui sua saída a "declarações ameaçadoras e depreciativas" do presidente eleito Jair Bolsonaro, que prometeu expulsar os médicos cubanos do Brasil. Em 5 anos de trabalho, cerca de 20 mil médicos cubanos atenderam mais de 113 milhões de pacientes em mais de 3,6 mil municípios. Cubanos constituíam 80 por cento de todos os médicos participantes do programa. Mais de 700 municípios tiveram um médico pela primeira vez na história. Distritos indígenas, regiões amazônicas,

⁹⁹ <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/11/14/cuba-decide-deixar-programa-mais-medicos-no-brasil.ghtml>

sertão nordestino e favelas eram as principais áreas de atuação.”, demonstrando lamento à decisão, assim como seus seguidores o fizeram ao interagir no *post*.

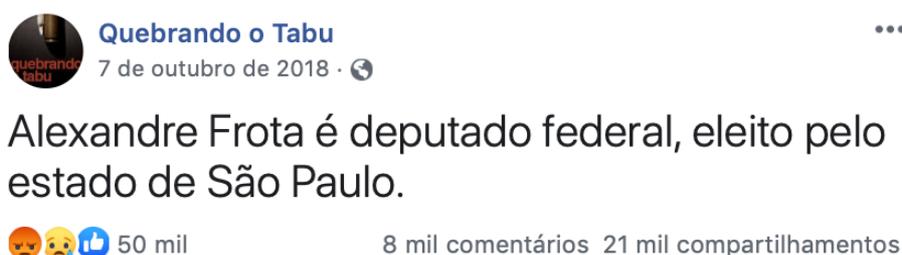
5º lugar: Quebrando o Tabu



O *post* que apareceu na lista de reações de raiva, também entrou para o ranking de reações 'triste', com 16.883 interações. O candidato que até então era visto como um personagem bem humorado, provocando muitas risadas dos internautas¹⁰⁰, trouxe tristeza a partir da comparação entre homossexual e bandido.

¹⁰⁰ <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,cabo-daciolo-pela-honra-e-gloria-dos-memes,70002535890>

6º lugar: Quebrando o Tabu



A publicação com texto curto e sem outros formatos de comunicação, além de entrar na lista de reações de raiva, também entrou para o ranking de reações de tristeza, com 16.571 interações. O descontentamento do público da página com a eleição de Alexandre Frota foi demonstrado.

7º lugar: Quebrando o Tabu



O *post* do 'Quebrando o Tabu' que apareceu na lista de reações 'grr', também entrou como destaque das reações 'triste', com 15.956 cliques. Não foi a primeira vez que o sentimento de tristeza se destacou em conjunto com o sentimento de raiva nas publicações analisadas, mostrando um padrão da rede.

8º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 22 de julho de 2018 · 🌐

Frases do primeiro colocado nas pesquisas eleitorais pra presidente da república. 😞



28 mil
3 mil comentários 39 mil compartilhamentos

Acima, a página ‘Quebrando o Tabu’ traz um álbum de cinco imagens com casos de tragédias relacionadas à sexualidade de crianças e adolescentes. Além das fotos das vítimas e as descrições de cada caso, citações homofóbicas atribuídas a Jair Bolsonaro são destacadas, além da *hashtag* #NossoAmorExiste. Com o texto “Frases do primeiro colocado nas pesquisas eleitorais pra presidente da república. 😞”, finalizado com o emoji ‘triste’, a publicação foi retribuída com 14.742 reações de tristeza dos internautas.

9º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 6 de setembro de 2018 · 🌐

Muito muito muito errado!!!
 Não é assim que uma democracia funciona. Não é assim que se vence alguém. Muito triste isso.



POLITICA.ESTADAO.COM.BR

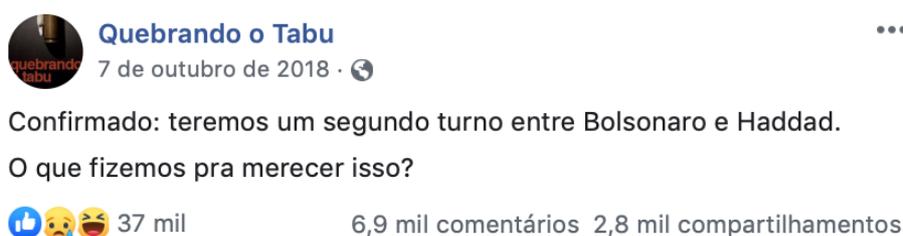
Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha em MG - Política - Estadão

👍🥰😱 67 mil 13 mil comentários 35 mil compartilhamentos

A publicação foi feita em setembro, antes das eleições, no dia do ocorrido noticiado na coluna de política do Estadão: “Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha em MG”. O texto do ‘Quebrando o Tabu’ é de lamentação: “Muito muito muito errado!!! Não é assim que uma democracia funciona. Não é assim que se vence alguém. Muito triste isso.”, e trouxe dos usuários o mesmo sentimento, recebendo 14.405 reações ‘triste’.

A visibilidade pública estimula o boca a boca. Quanto mais fácil de ver uma coisa, mais as pessoas falam dela. (Berger, 2014, p.112)

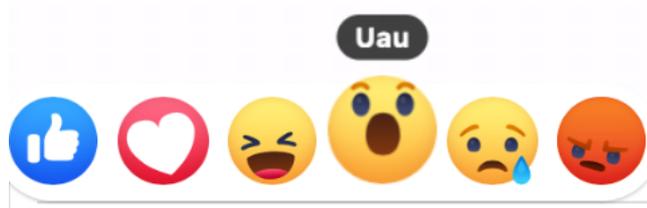
10º lugar: Quebrando o Tabu



O segundo conteúdo entre os dois únicos analisados que usou apenas texto na publicação do Facebook lamentou o resultado do primeiro turno que levou Jair Bolsonaro e Haddad para a decisão final das eleições presidenciais. “Confirmado: teremos um segundo turno entre Bolsonaro e Haddad. O que fizemos pra merecer isso?”: a pergunta da página fez com que os seguidores respondessem com reação de tristeza, em 14.160 cliques.

5.4.8 – REAÇÕES ‘UAU’

A interação menos utilizada entre todas foi a ‘uau’. Ela é sinalizada por um emoji com semblante de surpresa, olhos levantados e boca bem aberta. A reação em questão é de difícil análise, uma vez que o sentimento de surpresa ou espanto pode ser tanto positivo como negativo. Isso pode ser observado na lista abaixo que traz tanto conteúdo que apareceu na lista das reações de tristeza, como na de reações de amor. Histórias evocam emoções como surpresa ou espanto: Berger, 2014 p.20.



1º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 6 de setembro de 2018 · 🌐

Muito muito muito errado!!!
Não é assim que uma democracia funciona. Não é assim que se vence alguém. Muito triste isso.



POLITICA.ESTADAO.COM.BR

Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha em MG - Política - Estadão

   67 mil 13 mil comentários 35 mil compartilhamentos

O *post* que apareceu na lista de reações de tristeza, também entrou para o ranking de reações de surpresa, com 4.541 interações. A publicação trouxe choque e inconformismo ao ataque, por parte da página, e dos internautas que reagiram com ‘uau’, no sentido negativo da reação, uma vez que o sentimento ‘triste’ também se destacou.

2º lugar: Quebrando o Tabu

 **Quebrando o Tabu** 14 de março de 2018 · 🌐

Que entrevista **S E N S A C I O N A L !**

“Você acha que os políticos não sabem como resolver o problema da violência? Sabem que isso exige um investimento em educação e políticas sociais que não têm retorno na urna, no curto prazo, mas que é algo para daqui a dez ou 15 anos. A preocupação maior é o mandato, não é resolver nada. (...) Além de investir em educação, se você quer acabar com o tráfico você precisa legalizar as drogas. Quer tirar todo o poder do traficante? É só legalizar”



EL PAÍS

BRASIL.ELPAIS.COM

Nem da Rocinha: “Não me arrependo de ter sido traficante. O que você faria no meu lugar?”

   52 mil

7,2 mil comentários 22 mil compartilhamentos

Bem antes das campanhas eleitorais, em março, uma publicação divulgando a entrevista com o ex-traficante Nem da Rocinha ganhou destaque no estudo por conta de parte de sua declaração que afirmava que “investimento em educação e políticas sociais não têm retorno na urna”. O ‘Quebrando o Tabu’ elogiou: “Que entrevista **S E N S A C I O N A L !** “Você acha que os políticos não sabem como resolver o problema da violência? Sabem que isso exige um investimento em educação e políticas sociais que não têm retorno na urna, no curto prazo, mas que é algo para daqui a dez ou 15 anos. A preocupação maior é o mandato, não é resolver nada. (...) Além de investir em educação, se você quer acabar com o tráfico você precisa legalizar as drogas. Quer tirar todo o

poder do traficante? É só legalizar””, e o público retribuiu surpreso com 3.086 cliques.

3º lugar: Estadão



Atualmente com 3.7 milhões de seguidores, a página do jornal ‘Estadão’ se define como “um espaço para participação e debate” e entra na categoria de Site de notícias e mídia no Facebook. Neste estudo, a página contribuiu com 907 publicações, e apenas a publicação acima, feita na pré-campanha eleitoral em setembro, teve destaque.

A notícia que surpreendeu foi: “Bolsonaro é esfaqueado durante campanha em MG”, veiculada na coluna de política do jornal. Ela recebeu o complemento da página “Agenda do presidencial é cancelada”, com a *hashtag* oficial do veículo #estadao. Foram 2.807 cliques mostrando o choque do público em cima do ocorrido.

4º lugar: Quebrando o Tabu



Quebrando o Tabu

17 de outubro de 2018 · 🌐

Eleições 2018 na rima do Fabio Brazza

Foda!!



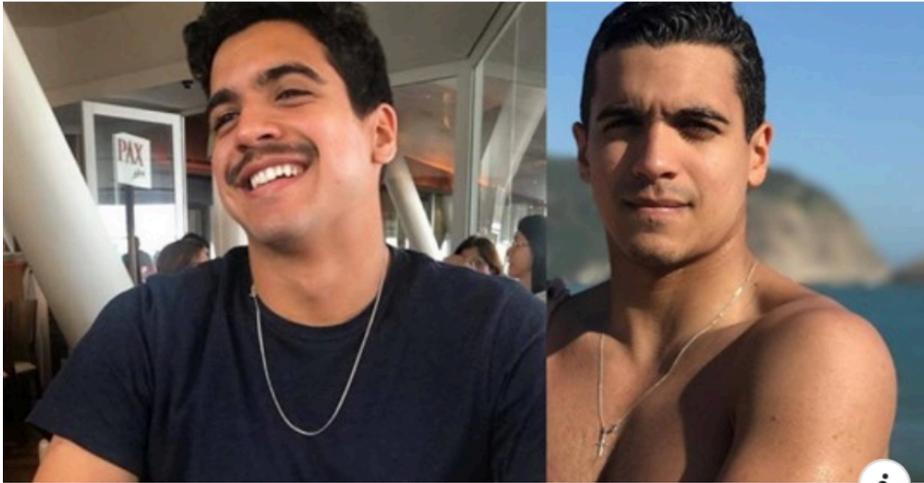
7,6 mil comentários 99 mil compartilhamentos 2,8 mi visualizações

O *post* que apareceu nas listas de soma de interações, compartilhamentos, e reações de amor, também recebeu destaque nas reações 'uau': 2.494 cliques. O texto de Fabio Brazza foi notório no despertar de várias emoções do público, e isso se comprova na análise de volume das interações no Facebook.

5º lugar: Jornal Extra

 **Jornal Extra** 28 de setembro de 2018 · 🌐

Glória a Deus! <https://glo.bo/2R7G5PC> #JornalExtra



EXTRA.GLOBO.COM

Irmão de Cabo Daciolo, de 22 anos, chama atenção na internet pela beleza

👍😂😱 18 mil 5,7 mil comentários 5,2 mil compartilhamentos

Distante do perfil das notícias analisado até então, a matéria “Irmão de Cabo Daciolo, de 22 anos, chama atenção na internet pela beleza” foi responsável pelas 2.406 reações ‘uau’. A página do ‘Jornal Extra’ ainda brincou ao usar a frase que fez o candidato citado ser lembrado “Glória a Deus!”, com o *link* para a matéria no próprio portal e a *hashtag* oficial do veículo #JornalExtra.

6º lugar: UOL

**UOL**

26 de setembro de 2018 · 🌐



A jornalista Débora Bergamasco, do SBT, questionou o candidato Cabo Daciolo (Patriota) sobre cotas raciais nas universidades. O candidato defendeu as cotas de forma efusiva.

Acompanhe o Debate UOL, Folha de S. Paulo e SBT [#UOLnasUrnas](#)

<https://trib.al/gin7mhl>



👍❤️😲 14 mil comentários 44 mil compartilhamentos 2,9 mi visualizações

A publicação recebeu 2.336 reações 'uau' no conteúdo que se destacou também na lista de reações de amor e de soma de interações. O sentimento de surpresa em relação às respostas de Cabo Daciolo é positivo neste caso, atrelado à reação 'amei'.

7º lugar: UOL Notícias

UOL Notícias 28 de outubro de 2018 · 🌐

#UOLnasUrnas #InformacaocontraoAchismo - <https://goo.gl/3z7mzA>



NOTÍCIAS.UOL.COM.BR

Dois mesários sofrem infarto e morrem durante eleição no Rio

👍🥰🤔 11 mil 690 comentários 3,1 mil compartilhamentos

Uma tragédia noticiada no dia de eleição do segundo turno pelo ‘UOL Notícias’ trouxe espanto do público. A matéria trazia: “Dois mesários sofrem infarto e morrem durante eleição no Rio”. Além do *hiperlink*, a página trouxe as *hashtags* da cobertura #UOLnasUrnas e #InformacaocontraoAchismo. Foram 2.309 cliques em reação de surpresa negativa ao conteúdo.

8º lugar: Portal R7

 **Portal R7**
3 de outubro de 2018 · 🌐

URGENTE:



NOTÍCIAS.R7.COM 

Candidato ao Governo de SP sofre atentado a tiros, diz polícia

   12 mil 1,1 mil comentários 6,4 mil compartilhamentos

Mais uma notícia de atentado trouxe surpresa negativa do público: “Candidato ao Governo de SP sofre atentado a tiros, diz (polícia)”. Poucos dias antes do primeiro turno do processo eleitoral, a página do ‘Portal R7’ alertou em caixa alta: “URGENTE”, recebendo 2.283 reações ‘uau’ na publicação.

9º lugar: Exame

 **Exame**
29 de outubro de 2018 · 🌐

Problema pode cair no colo de Jair Bolsonaro, eleito ontem #EXAME



EXAME.ABRIL.COM.BR

Um dia após eleição, país enfrenta nova greve dos caminhoneiros

   22 mil 4,2 mil comentários 7,6 mil compartilhamentos

A página da revista 'Exame' conta atualmente com mais de quatro milhões de assinantes, se define como “principal fonte online de informações sobre negócios, economia, carreira, tecnologia, empreendedorismo e finanças pessoais no Brasil”, pertencendo à categoria Site de notícias e mídia no Facebook. Neste recorte, a página trouxe 676 publicações, sendo destacada apenas a publicação acima.

No dia seguinte ao resultado final do segundo turno, o conteúdo que recebeu 2.128 reações 'uau' trouxe a matéria “Um dia após eleição, país enfrenta nova greve dos caminhoneiros” do portal da revista. O texto da página dizia: “Problema pode cair no colo de Jair Bolsonaro, eleito ontem”, seguido da *hashtag* oficial do veículo #EXAME. ‘Greve dos caminhoneiros’ foi a sexta busca mais realizada no Brasil em 2018, segundo o Google Trends, e ‘Como fazer gasolina’ foi a terceira pergunta iniciada por ‘Como fazer’ mais feita no buscador.

10º lugar: G1 – O Portal de Notícias da Globo

 **G1 - O Portal de Notícias da Globo** 25 de outubro de 2018 · 🌐

Polícia investiga o caso: <https://glo.bo/2EMokTT> #G1



G1.GLOBO.COM

Após ser impedido de votar por estar 'morto', comerciante descobre certidão de óbito e túmulo em seu nome

   8,4 mil

376 comentários 1 mil compartilhamentos

A matéria “Após ser impedido de votar por estar ‘morto’, comerciante descobre certidão de óbito e túmulo em seu nome” com *link* na publicação da página do ‘G1’ com o texto “Polícia investiga o caso”, rendeu 2.040 reações ‘uau’. O conteúdo foi postado três dias antes da votação para o segundo turno e surpreendeu pela situação particular noticiada.

5.5 – CONSIDERAÇÕES DA ANÁLISE

Para a análise desse estudo, utilizamos um método misto, constituído de técnicas da abordagem de análise de redes em conjunto com técnicas da análise de conteúdo. São técnicas destinadas a estudar textos, imagens e outros conteúdos, de modo a extrair algum tipo de sentido, utilizando análises qualitativas e quantitativas. A base que une essas técnicas está constituída de procedimentos de classificação e categorização, a partir de similaridades e dissimilaridades nos dados. Mais do que simplesmente descrever os dados, o

objetivo é inferir elementos destes dados. A análise sistemática dos dados, constituída de descrição, interpretação e inferência sobre os mesmos, além da análise da presença e ausência de determinados elementos no conjunto oferece pistas das construções discursivas associadas a determinados tópicos na mídia social (Silva, 2018). São métodos mistos, baseados em elementos qualitativos e quantitativos, com tratamento informático, e análise direcionada para conversações obtidas em mídia social. Este tipo de análise necessita de ferramentas computacionais, sendo difícil que possa ser constituída em uma observação apenas (Ferrari, 2016, p.47-50).

Algumas classificações importantes que podemos ressaltar a partir da análise dessas 69 postagens são:

- Bolsonaro foi tema de 50 dos 69 conteúdos analisados;
- 30 publicações foram realizadas antes das eleições, 26 entre os dias sete e 28 de outubro, entre turnos, e 13 depois dos resultados;
- 24 publicações tinham *link* para portal próprio, 21 para outro portal, sendo todas do 'Quebrando o Tabu';
- 18 publicações continham vídeos para assistir no próprio Facebook (sem *link* externo), sendo sete deles ao vivo;
- Quatro publicações traziam uma imagem ou um álbum de imagens dentro do próprio Facebook (sem *link* externo);
- Apenas duas publicações, ambas do 'Quebrando o Tabu', tinham como conteúdo apenas texto, sem *links*, imagens ou vídeos;
- 21 publicações usaram hahshtags, quase todas do próprio veículo. As únicas temáticas foram #EagoraTSE, #LavaZap, #Caixa2DoBolsonaro e #B17, sobre a coletiva de Imprensa do TSE, utilizadas apenas pela página 'Jornalistas Livres'. O 'Quebrando o Tabu' usou a hashtag #EleNão em um dos *posts*;
- Onze publicações usaram emojis, sendo todas do 'Quebrando o Tabu'. Dessas, sete foram as que mais receberam reação 'amei'.

Transmissões ao vivo renderam mais comentários, já que a participação ao vivo gera notoriedade da página e de todos os outros usuários no que se está falando. Todos os olhares estão ali naquele momento. É a profunda demanda

existencial do ser humano pelo reconhecimento e pelo autoconhecimento (Han, 2018), e é também a sociedade do espetáculo.

A valorização estética que o Facebook promove nos posts que divulgam conteúdos externos, se deve muito mais ao uso ostensivo de imagens e vídeos associados à uma chamada, do que ao hyperlink ou ao texto propriamente dito. O jornalista passa a agir como um produtor de teasers visuais, onde a composição estética dos posts a serem usados e suas formas de publicação, são tarefas que demandam tempo e precisam ser pensadas como parte da estratégia de divulgação daquele conteúdo. (Ferrari, 20 p.121)

Mesmo nos dias dos panfletos e dos primeiros jornais, era possível achar uma câmara de eco que refletisse posições específicas (ZUCKERMAN, 2017). Os indivíduos que se juntam em um enxame não desenvolvem nenhum Nós. O enxame digital, diferentemente da massa, não é em si mesmo coerente. Ele não se externa como uma voz. Também falta ao Shitstorm a uma voz. Por isso ele é percebido como barulho. (Han, 2018)

Quando digo que fazer X tornará uma ideia mais viral, por exemplo, quero dizer que será mais provável que se propague de uma pessoa para outra, independentemente de que isso vá por fim gerar uma cadeia longa ou “infectar” uma população inteira. Esses são os seis princípios do contágio: produtos ou ideias que contenham Moeda Social, dotados de Gatilhos e Emoção, sendo também Públicos, com Valor Prático e envolvidos por Histórias (Berger, 2014, p.24). Coisas notáveis são definidas como incomuns, extraordinárias ou dignas de nota e atenção. Algo pode ser notável porque é original, surpreendente, mirabolante ou apenas interessante. Mas o aspecto mais importante das coisas notáveis é que são dignas de nota. Dignas de menção. (Berger, 2014, p.35)

Na análise de consumo de conteúdo e participação do público, Flusser (2013) ensina que o espectador é determinado pela história, além de atuar nela, e que quando assume um papel dentro de determinada história, ele já não está mais interessado por ela, mas na possibilidade de combinar várias histórias, fazendo desse processo um jogo. Quando um usuário do Facebook está em sua timeline, rolando o botão à procura de novas informações, ele busca participar

da história, da mesma forma que faz quando vai a um espaço público, como uma praça, igreja ou mercado. Flusser (2013) diz que a intenção de cada indivíduo é procurar publicações e que as mesmas exigem sua crítica e ainda coloca a originalidade do conteúdo como critério para toda crítica da informação: “Quanto mais difícil de se integrar uma publicação nas informações acumuladas, mais original ela é, ou seja, mais interessante. E quanto menos original ela for, mais confortavelmente poderá ser incorporada.”

A cultura online pode estimular a polarização dos grupos, e a customização e personalização da comunicação promover uma fragmentação da sociedade. Ninguém se depara com informação que não buscou e cada um é capaz de ver apenas o que quer ver, se desejar. Além disso, não dá pra ignorarmos a ascensão do “egocasting”, principalmente com a criação dos Stories no Facebook, Instagram e Whatsapp. Ainda assim, Anderson (2006) acredita que o mundo de nichos e filtros de dados estimulam mais exploração e que cabe a cada um consultar fontes suficientes para chegar às próprias conclusões. Isso resultaria no “fim da ortodoxia inibidora e das instituições infalíveis, proporcionando ambiente fértil para a ascensão de mosaicos de informações heterogêneas que exigem – e recompensam – a investigação.”. Hoje temos as ferramentas necessárias para questionar a autoridade, mas ainda está em questão como usá-las. O autor ainda prevê que, apesar do declínio das instituições culturais dominantes poder transformar algumas pessoas em caixas de ressonância de opiniões semelhantes, o poder da curiosidade humana em conjunto com o maior acesso às informações, tornará as pessoas mais abertas.

Dubner e Levitt (2005) ensinam que o abismo entre as informações que publicamos e as que sabemos serem genuínas costuma ser grande a política é a maior prova disso. Trazem inclusive exemplos da política americana, quando na eleição para prefeitura de Nova York de 1989, um candidato negro venceu por uma pequena margem, contrariando as pesquisas que mostravam que ele venceria com folga, além de em 1990, um defensor da supremacia branca receber 20% de votos a mais do que o previsto, indicando que eleitores não quiseram admitir seus preconceitos, ou ainda seu apoio a uma campanha racista.

6 – CONCLUSÃO

Como ensina Ferrari (2016), estamos todos fazendo correlações e o tempo todo. Organizá-las para que façam sentido, a partir de uma capacidade de interpretar os dados é que torna um trabalho autoral. Não podemos deixar que o grande avanço das tecnologias de big data beneficiem apenas marcas, precisamos usar os dados em nosso favor, para ajudar “a encurtar o caminho” (Ferrari, 2016, p.38).

A era dos influenciadores digitais também está dando espaço para as várias vozes conectadas. Os influenciadores já não são mais tão importantes para as epidemias sociais, e Duncan Watts compara a mudança com incêndios na floresta: alguns se alastram mais que outros, mas não é possível afirmar que a proporção do incêndio depende da fagulha inicial. “Grandes incêndios florestais não são causados por grandes fagulhas. É preciso que muitas árvores peguem fogo e propaguem as chamas.” (Berger, 2014, p.166). Como vimos, até a mídia, de certa forma, se posicionou contra Bolsonaro, mas os eleitores o defenderam.

O Facebook anunciou recentemente que daria bolsas de pesquisa¹⁰¹ para acadêmicos que estudam o impacto das redes sociais nas eleições, como parte de um esforço para evitar a manipulação, depois de revelações sobre supostas interferências externas na campanha eleitoral de 2016 nos Estados Unidos e no referendo para o "Brexit" da União Europeia na Grã-Bretanha.

Jenkins (2008) já afirmava há uma década que os consumidores estavam gostando do poder de moldar o ambiente de mídia e estavam usando elementos da cultura popular para intermediar relações. Ainda afirmou que a integração entre política, cultura popular e vida cotidiana ajudaria a elevar a participação dos eleitores. Han (2018) foi ainda mais longe mais recentemente, ao prever que a internet logo substituirá o local de eleição. A mesma tela, a mesma esfera de

101

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/04/29/interna_tecnologia,752194/facebook-oferta-bolsas-de-estudo-sobre-impacto-de-redes-sociais-na-pol.shtml

consciência que o ambiente de consumo. “A era da biopolítica está, assim, terminada. Dirigimo-nos, hoje, à era da psicopolítica digital. [...] A nova massa é o enxame digital.”

A análise de comportamentos e tendências a partir do monitoramento das redes sociais digitais ainda é pouco debatida no contexto acadêmico. Um levantamento feito a partir dos anais do Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação (Intercom), entre 2008 e 2011, mostrou apenas quatro trabalhos voltados para o tema. Já uma pesquisa feita a partir dos anais do Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, no mesmo período, revela apenas uma oficina e uma mesa temática relacionada ao tema (Silva, 2012b).

“É preciso, assim, estudar não apenas a existência das conexões entre atores nas redes sociais mediadas pelo computador, mas, igualmente, estudar o conteúdo dessas conexões, através do estudo de suas interações e conversações. Esse conteúdo pode sim auxiliar a compreender também a qualidade dessas conexões de forma mais completa.” (Recuero, 2009, p.52)

7 – BIBLIOGRAFIA

ALDÉ, Alessandra. *A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa*. Do mercado de massa para o mercado de nicho. São Paulo: Campus, 2006.

BERGER, Jonah. *Contágio: porque as coisas pegam*. São Paulo: Leya, 2014.

CARVALHO, Cíntia; MONTARDO, Sandra. *Reputação: Monitoramento e Métricas*. In: SILVA, Tarcízio (Org.). *Para entender o Monitoramento de Mídias Sociais*. 2012. p. 19-33. Disponível em: <<http://misterkanu.com.br/wp-content/uploads/2012/11/Para-Entender-o-Monitoramento-de-Mídias-Sociais.pdf>>. Acesso em 1 fev. 2019.

CORTELLA, Mario Sergio et al. *Verdades e mentiras: Ética e democracia no Brasil*. Campinas: Papirus 7 Mares, 2016.

DUBNER, Stephen J., LEVITT, Steven D. *Freakonomics: o lado oculto e inesperado de tudo que nos afeta: as revelações de um economista original e politicamente incorreto*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo : Editora Ática, 1991. p.220.

FEIJÓ, Bruno Vieira. *A Revolução dos Dados*. Revista Exame PME – Pequenas e Médias Empresas, São Paulo, p. 30-43, set. 2013.

FERRARI, Pollyana . *A força da Mídia Social*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

FERRARI, Pollyana. *Comunicação digital na era da participação*. Porto Alegre, RS: Fi, 2016.

FERRARI, Pollyana (Org.). *Fluido, Fluxo: reflexões sobre as imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas*. Porto Alegre: Fi, 2018.

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

FRAGOSO, Suely, RECUERO, Raquel e AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Meridional/Sulina, 2011.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HAN, Byung-Chul. *No enxame: perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes, 2018

HARARI, Yuval Noah. *Homo Deus: uma breve história do amanhã*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HARARI, Yuval Noah. *21 lições para o século 21*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ISACA, *Big Data – Impactos e Benefícios*. 2013. Disponível em: <http://www.isaca.org/Knowledge-Center/Research/Documents/Big-Data_whp_Por_0413.pdf>. Acesso em 1 fev. 2019.

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

KNAFLIC, Cole Nussbaumer. *Storytelling com Dados*. Um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019

LIMA, Soraia Herrador Costa. *Yes, iTouch: a case study of the first Brazilian News media for tablets*. In: 12^o International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas, abril de 2011. Disponível em:

<<https://online.journalism.utexas.edu/2012/papers/Soraia.pdf>>.

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Multidão: Guerra e democracia na era do Império*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

NEY, Jillian. *Are Social Analysis Tools Holding Back Social Media Intelligence as a Market Research Method?*. ASC 2016. *Are We There Yet? Where Technological Innovation is Leading Research*. Edited by T. Macer et al. Association for Survey Computing, 2016.

PRIMO, Alex e SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus1. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/67/67>>

RECUERO, Raquel C. *Redes sociais na internet: diversidade cultural e tecnologias do poder*. 2. ed. rev. ampl. Porto Alegre, RS: Sulina, 2009.

ROMANINI, Maurício Guindani. *A internet como comunicação política*. Guaxupé, 2006. Disponível em: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/4b/Mauricio_Guindani_Romanini.pdf. Acesso em 1 fev. 2019.

SALUSTIANO, Sérgio. *Monitoramento de Redes Sociais: muito mais que uma análise de sentimentos*. 2010. Disponível em: <<http://softwarelivre.org/articles/0035/8366/monitoramento-de-redes-sociais.pdf>>. Acesso em 1 fev. 2019.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, Lucia ; Renata Lemos. *Redes Sociais Digitais. A cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, Lucia. *Sociotramas*. Estudos multitemáticos sobre redes digitais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Orgs.). *Cultura digital.br*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

SECOM. *Pesquisa Brasileira de Mídia*. 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>>. Acesso em: 16 set. 2017.

SILVA, Tarcízio. *Monitoramento de Marcas e Conversações*: alguns pontos para discussão.. In: SILVA, Tarcízio; DOURADO, Danila; CERQUEIRA, Renata; AYRES, Marcel. *#Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões*. Bookess, 2010.

SILVA, Tarcízio. *Usos e Percepções do monitoramento de mídias sociais*. Disponível em: <<http://tarciziosilva.com.br/blog/usos-e-percepcoes-do-monitoramento-de-midias-sociais/>> Acesso em 1 fev. 2019.

SILVA, Tarcízio; CERQUEIRA, Renata. *Mensuração em Mídia Sociais*: práticas em consolidação. 2011. Disponível em <<http://pt.slideshare.net/papercliq/mensuracao-em-midias-sociais-praticas-em-consolidacao-8322803>>. Acesso em 1 fev. 2019.

SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE, Jaqueline; ROGEDO, Pedro (Orgs.). *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. Brasília: IBPAD, 2018.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). *Monitoramento e pesquisa em mídias sociais*: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

SILVA, Tarcízio; FALCÃO, Thiago; RIBEIRO, José (Orgs.). *Mídias Sociais*: saberes e representações. Salvador: EDUFBA, 2012.

TAURION, C. *Big Data: nova fronteira em gerenciamento de dados*. 2011. Disponível em: <http://www.ibm.com/developerworks/mydeveloperworks/blogs/ctaurion/entry/big_data_no_va_frenteira_em_gerenciamento_de_dados>. Acesso em 1 fev. 2019.

TEIXEIRA, João de Fernandes. *Mentes e máquinas: uma introdução à ciência cognitiva*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

ZUCKERMAN, Ethan. *Redes sociais criam bolhas ideológicas inacessíveis a quem pensa diferente*. Folha de S. Paulo, São Paulo, 24 set. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/09/1920816-cada-macaco-no-seu-galho---zuckerman.shtml>>. Acesso em: 20 de julho de 2019.