



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Julia Fatima de Jesus Cruz

**“O Bigstate também é tiktok”: O jornal O
Estado de S. Paulo nas redes sociais Instagram e
Tiktok e a produção de um jornalismo plataformizado**

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Comunicação da PUC-Rio como requisito parcial
para obtenção do grau de Doutor em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Leonel Aguiar

Rio de Janeiro
Abril de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Julia Fatima de Jesus Cruz

“O Bigstate também é tiktok”: O jornal O Estado de S. Paulo nas redes sociais Instagram e Tiktok e a produção de um jornalismo plataformizado

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Dr. Leonel Azevedo de Aguiar

Orientador

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Dr. Arthur Cezar de Araujo Ituassu Filho

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Dr. Alexandre Augusto Freire Carauta

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Dr. Ana Paula Goulart de Andrade

UFRRJ e UFF

Prof. Dr. Roberto José Marinho Falcão

FACHA

Rio de Janeiro, 16 de abril de 2025

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

Julia Fatima de Jesus Cruz

Julia Fatima de Jesus Cruz, Mestre em Comunicação Social pela PUC-Rio (2020), graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal Fluminense (1986), e pós-graduada em Especialização de Tecnologias no Ensino Superior, pela PUC-Rio (2014). Especialização na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação e Infotainment, principalmente em jornalismo.

Ficha Catalográfica

Cruz, Julia Fatima de Jesus

“O Bigstate também é tiktok”: o jornal O Estado de S. Paulo nas redes sociais Instagram e Tiktok e a produção de um jornalismo plataformizado / Julia Fatima de Jesus Cruz; orientador: Leonel Aguiar. – 2025.

299 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação, 2025.

Inclui bibliografia

1. Comunicação – Teses. 2. Jornalismo de plataforma. 3. Plataformização. 4. Infotainment. 5. Redes sociais digitais. 6. Teorias do Jornalismo. I. Aguiar, Leonel Azevedo de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação. III. Título.

CDD: 302.23

Aos Milheiros, mãe, irmã, filhos e netos

Agradecimentos

A minha família, que me deu todo o suporte e tranquilidade, principalmente na reta final.

Ao meu orientador, Leonel Azevedo de Aguiar, que prontamente abraçou a ideia do projeto de pesquisa com entusiasmo.

Ao professor Arthur Ituassu, diretor do Departamento de Comunicação, pela generosidade com que contribuiu imensamente com a pesquisa.

Aos professores Ana Paula Goulart de Andrade, Aline da Silva Novaes, Alexandre Carauta, Marialva Barbosa e Roberto Falcão, que aceitaram compor a banca examinadora.

Ao professor Andre Lacombe, pelas várias dicas e conversas que enriqueceram a pesquisa e a formação da Tese.

A Bebel Nepomuceno, colega nas duas profissões – jornalista e professora -, amiga e incentivadora, por todo suporte para a pesquisa, desde as conversas iniciais ao acolhimento nas incursões por Sampa, e o ombro acolhedor nos momentos desesperadores do isolamento de quem está na reta final de um doutorado.

Aos colegas do Estadão, com destaque para Mônica Paula Silva, minha chefe eterna que mora em meu coração e que foi fundamental para abrir os caminhos da redação, e Sergio Caldas, meu contato precioso para retornar à redação em 2024; aos queridos jornalistas da redação cuja convivência foi fundamental para que esta pesquisa pudesse ter corpo – Gabriel Pinheiro, Ítalo Reis, Viviane Bittencourt, João Abel, Larissa Bucharth, Carla Menezes e Simião Castro.

Aos colegas discentes de PPGCom, que demonstraram sempre muito interesse na pesquisa e que acompanharam essa jornada em tantas salas de aula compartilhadas.

Aos professores do Departamento de Comunicação da PUC-Rio, pelas aulas que tanto colaboraram para sustentar esta pesquisa.

Aos funcionários do Departamento de Comunicação da PUC-Rio, com um carinho especial a Juliana Leta, que está sempre pronta a ajudar.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo:

Cruz, Julia Fatima de Jesus; Aguiar, Leonel. **“O Bigstate também é tiktok”. O jornal o Estado de S. Paulo nas redes sociais Instagram e Tiktok e a produção de um jornalismo plataformizado**. Rio de Janeiro, 2005. 195p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Nossa pesquisa busca entender o desafio que jornais brasileiros tradicionalmente impressos vêm enfrentando para se adaptarem às lógicas de produção, circulação e consumo das plataformas de redes sociais digitais. Aplicamos a metodologia de Estudo de Caso (Yin, 2001) para analisar de que forma o jornal *O Estado de S. Paulo* – centenário e de referência no jornalismo impresso – transpôs sua produção jornalística impressa há 150 anos para duas plataformas em especial, Instagram e TikTok. Um dos objetivos de nossa pesquisa foi investigar se tal processo comprometeu fundamentos normativos do jornalismo ou se representou uma ressignificação das práticas jornalísticas de outrora, uma vez que essas duas plataformas possuem regras próprias que regem a entrega da informação por meio de algoritmos e métricas de engajamento. Além dessas peculiaridades, nos dois ambientes digitais há um predomínio dos formatos audiovisuais, cuja produção destoa das rotinas do jornalismo impresso. A tese pretende contribuir para o debate acadêmico sobre a reconfiguração do ethos do jornalista na era da plataformização e espera incentivar o desenvolvimento de novas classificações e abordagens teóricas para compreensão da produção jornalística nativa de redes sociais digitais.

Palavras-chave: Jornalismo de plataforma; plataformização; infotenimento; redes sociais digitais; mídias sociais; teorias do jornalismo.

Abstract

Cruz, Julia Fatima de Jesus; Aguiar, Leonel. **“The Bigstate is also a tiktoker”. The newspaper O Estado de S. Paulo on social media Instagram and Tiktok and the production of platformed journalism.** Rio de Janeiro, 2005. 295p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação. Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Our research seeks to understand the challenges faced by Brazilian newspapers traditionally published in print as they adapt to the logics of production, circulation, and consumption of digital social media platforms. Based on a case study (Yin, 2001), we analyzed how *O Estado de S. Paulo*—a century-old newspaper and a reference in Brazilian print journalism—has transposed its 150 years of print news production to two platforms in particular: Instagram and TikTok. One of the objectives of our research was to investigate whether this process compromised the normative foundations of journalism or represented a re-signification of the profession’s traditional practices, given that these two platforms have their own rules that govern the delivery of information through algorithms and engagement metrics. In addition to these specificities, both digital environments are dominated by audiovisual formats, whose production differs significantly from the routines of print journalism. This thesis aims to contribute to the academic debate on the reconfiguration of the journalist’s ethos in the era of platformization and seeks to encourage the development of new classifications and theoretical approaches to better understand native journalistic production on digital social media platforms.

Keywords: Platform journalism; platformization; infotainment; social networks; social media; journalism theories.

SUMÁRIO

Introdução.....	12
1. “Testemunha ocular” da História da imprensa brasileira.....	26
1.1 Primórdios: jornal A Província de S. Paulo.....	27
1.2 A Dinastia Mesquita.....	34
1.3 Marcas do Estadão na história da imprensa paulista.....	36
1.4 Estadão no movimento político de São Paulo.....	38
1.5 Ditadura e Imprensa, do amor ao ódio: ‘a imprensa disse sim’.....	44
1.6 O divórcio entre imprensa e ditadura e a Redemocratização.....	48
2. Internet e a crise do jornalismo.....	54
2.1 Impressos na internet.....	57
2.2 As fases do jornalismo na internet.....	61
2.3 Big techs e as redes sociais digitais.....	71
2.4 O jornalismo nas redes sociais digitais.....	79
2.5 O campo e o ethos jornalístico.....	85
2.6 O estado do digital no Brasil em 2024.....	93
3. Estadão no Instagram e TikTok: a pesquisa e sua metodologia..	105
3.1 Observação direta na redação.....	112
3.2 Trajetória da Editoria de Redes Sociais do Estadão.....	114
3.3 #EstadãoDrops - primeiro produto original para Instagram.....	122
3.4 O sucesso de um “tiktokker” sesquicentenário.....	127
3.5 Rotinas produtivas da editoria e autonomia dos jornalistas.....	141
3.6 2023: ano de mudanças na redação.....	153
3.7 Estadão Blue Studio – o modelo de negócios.....	159
4. Publicações do Estadão nas redes sociais.....	170
4.1 Publicações formatadas especialmente para Instagram e TikTok.....	175
4.2 Resultados da estratégia analítica sobre as publicações.....	188
Considerações Finais.....	204
Referências Bibliográficas.....	218
Apêndices (A a Y)	229

Lista de Ilustrações

Fig. 1 A criação da Faculdade de Direito impulsionou a cidade de São Paulo	30
Fig. 2 Uma corneta chamava atenção para as notícias nas ruas de São Paulo.....	33
Fig. 3 Quadro com a qualificação profissional dos integrantes do núcleo de vídeo do <i>Estadão</i>	118
Fig. 4 Quadro com Roteiro do vídeo Novo RG no Brasil.....	137
Fig. 5 e 6 O apresentador Simião Castro em postagens destoantes da imagem austera do <i>Estadão</i>	151
Fig. 7 A turma do Porta dos Fundos comparece à premiação fantasiada de pênis.....	153
Fig. 8 Quadro com seleção de vídeos postados.....	179
Fig. 9 Gráfico sobre posts jornalísticos e publicitários do <i>Estadão</i>	189
Fig.10 Gráfico informativo sobre o total de publicações patrocinadas.....	190
Fig. 11 Gráfico mostra percentuais por temas ou editorias.....	191
Fig. 12 Gráfico sobre classificação dos gêneros jornalísticos.....	192
Fig. 13 Gráfico sobre formatos usados nas publicações.....	195
Fig. 14 Gráfico com os núcleos e produtos do Grupo Estado.....	196
Fig. 15 Gráfico objetivos da publicação.....	198
Fig. 16 Gráfico sobre conteúdo destinado às redes sociais.....	201
Fig.17 Gráfico sobre origem das produções destinadas às redes sociais.....	203

Qual será o meio de civilizar o nosso policial fardado, e de lhe transformar os ímpetos nativos em ações de prudência e de respeito alheio e próprio? Por que processos conseguiu a Inglaterra aquela sua polícia modelar, que infunde a nacionais e estrangeiros, quer estes vivam na sua capital a vida inteira, quer lhe atravessem em um dia apenas as suas ruas tumultuosas, uma tamanha confiança na justiça das autoridades e na ordem da sociedade? Em que mão estará fechado o segredo da nossa tranquilidade de cidadãos? Tudo isso tem resposta imediata: a educação do povo, de que saiu o soldado analfabeto; o espírito de ordem nos superiores, que não é apanágio de raça e se adquire pelo domínio da razão e da boa disciplina; o respeito à lei, o amor da humanidade, e a imitação dos meios que aperfeiçoaram classes idênticas em outros países mais cultos.

Julia Lopes de Almeida - *Dois Dedos de Prosa* (1909)

Introdução

As décadas de 1980, 1990 e 2000 foram de grande expansão do jornalismo impresso, com o lançamento de novos títulos dedicados a públicos específicos. O espaço conquistado pela imprensa no Brasil após o fim da ditadura militar, na década de 1980, gerou um forte otimismo entre os empresários do setor da comunicação, que investiram no crescimento do alcance do jornalismo e apostaram em novos meios, como TV por assinatura e o formato *all News* para rádio e televisão. O jornalismo vivia a euforia da redemocratização diante de uma população ávida por notícias. No entanto, apesar da aproximação com a tecnologia, os veículos impressos não previram a revolução digital que se aproximava. Paralelamente, o ambiente virtual – que começava a se estruturar a partir da popularização da internet no Brasil, em 1995 – crescia quase que imperceptível diante de tantos novos lançamentos jornalísticos que mantinham os seculares modelos de produção e de sustentabilidade. Grande parte das empresas jornalísticas deu sinais de que não previram a magnitude das transformações tecnológicas que estavam a caminho.

O início do século XXI foi marcado por avanços tecnológicos significativos que modificaram a forma como a informação é consumida, produzida e distribuída. Os novos modelos comunicacionais propostos pela evolução tecnológica tornaram-se um espaço central na mediação das informações, colocando em xeque a função precípua do jornalismo e todo o seu modelo de negócio. A partir de 2010, o cenário mundial é de grande aderência à conectividade, principalmente em redes. As mídias sociais rapidamente conquistaram protagonismo e passaram a ser, para um grande segmento da sociedade, o principal meio para o consumo de informações, sejam notícias ou não. A praticidade na produção de conteúdo informativo no meio digital com a predominância das redes digitais na mediação social impôs desafios profundos à indústria jornalística, exigindo mudanças estruturais e estratégicas para garantir não só a sobrevivência, mas manter uma expansão rumo a leitores de gerações mais novas.

Dados mostram a força das redes sociais digitais entre os hábitos do brasileiro e, ainda, o quanto elas foram escolhidas por gerações mais jovens como fontes de informação preferidas. Não à toa, a população brasileira é a segunda no mundo em tempo médio gasto no aplicativo do Instagram por mês, com o Brasil

aparecendo com a marca de 22 horas e 27 minutos, enquanto a média mundial é de 15 horas e 50 minutos (Global Overview Report, 2024). Nesse mesmo diapasão, dos 187,9 milhões de usuários de internet no Brasil no início de 2024 com idades entre 16 e 64 anos, 52,7% declararam confiar nessas plataformas como fonte de notícia, ante média mundial de 34,2%.

Nesse contexto, é importante lembrar que a decisão pelo Brexit, na Inglaterra (2016), a primeira vitória de Donald Trump nos EUA (2016) e a eleição de Jair Bolsonaro no Brasil (2018) foram campanhas icônicas que apostaram em comunicações por meio das plataformas preferidas de cada público e cujo êxito foi embasado na ascensão das redes sociais digitais como veículos de comunicação contemporâneos. Um detalhe significativo para nossa reflexão sobre o peso das redes sociais como praças públicas virtuais está na vitória do presidente Jair Bolsonaro com 55,13% dos votos válidos, sem participar sequer de um debate televisivo, fato inimaginável no Brasil de outrora, cuja população era altamente condicionada a assistir televisão. A esses três episódios, o cientista político Arthur Ituassu (2024) acrescenta a eleição do presidente de El Salvador, Nayib Bukele, em 2019, a ascensão do empresário Rodolfo Hernández, na Colômbia, em 2022, e a de Javier Milei, na Argentina, em 2023, cujo crescimento político foi impulsionado principalmente pela presença no TikTok.

O jornalismo brasileiro tem atravessado uma inflexão histórica que passa pela reconfiguração dos suportes técnicos e transformações nos fundamentos epistemológicos e normativos. O fato de as redes sociais digitais terem alcançado instâncias de mediação social impôs novas lógicas ao sistema comunicacional e à circulação da notícia, o que vem desafiando os critérios clássicos de produção, validação e disseminação do conhecimento. A ascensão das redes sociais digitais como espaços de debate público deslocou o papel dos jornais na mediação das informações, tornando o jornalismo cada vez mais dependente das plataformas tecnológicas.

Se por um lado as redes sociais digitais oferecem ao jornalismo clássico a oportunidade de conexão com gerações mais jovens e de conquista de mais público leitor, por outro lado, torna o jornalismo refém de novas lógicas produtivas que obrigam a uma reorganização das práticas operacionais, dos valores e da forma de endereçamento à audiência refém de uma performance de engajamento baseada em preferências do consumidor da informação. Os preceitos de visibilidade propostos

nas redes sociais digitais, como Instagram e TikTok, obrigam os veículos jornalísticos impressos a adotar linguagens, formatos e tempos de produção que, por vezes, interferem na lógica produtiva que historicamente caracteriza o ethos jornalístico.

O propósito desta pesquisa foi o de analisar como o esforço do jornal *O Estado de São Paulo* para consolidar sua presença nas redes sociais Instagram e TikTok, adaptando o jornalismo produzido pelo impresso de 150 anos às lógicas de produção e circulação dessas plataformas, compromete os fundamentos normativos do jornalismo praticado no Brasil ou, se, por outro lado, representa uma ressignificação das práticas jornalísticas de outrora. Desejamos compreender de que forma essa migração afeta os fundamentos normativos do jornalismo como campo profissional.

A escolha do *Estadão* como objeto de estudo justifica-se por sua longa trajetória histórica no jornalismo impresso nacional, seu posicionamento como veículo de referência e, mais recentemente, sua notável atuação em plataformas digitais de forte apelo audiovisual. Faz parte do escopo do trabalho investigar de que forma o sesquicentenário veículo paulista se inseriu nas redes sociais digitais¹ e como conseguiu estabelecer um modelo de negócios casado com a veiculação de notícias adaptadas para as plataformas virtuais. Buscou-se, a princípio, apreender de que forma o jornal faz uso das ferramentas da plataforma Instagram, o que foi estendido, posteriormente, também ao TikTok, para levar a narrativa jornalística a um público muito diferente do “antigo” leitor da versão impressa, e como a notícia pode ser afetada por essas narrativas.

Estabelecemos algumas hipóteses a serem investigadas:

a) O jornal, ao se submeter à lógica de visibilidade das redes - que integra a relação do algoritmo com o usuário, os formatos e funcionalidades específicos de cada plataforma e os temas, músicas, trilhas, vídeos que estão em alta em cada momento - compondo as chamadas "trends", perde parte de sua capacidade de

¹ Usaremos neste trabalho o termo redes sociais digitais, como definido por Luís Mauro de Sá Martinho em *Teorias das Mídias Digitais*, como grupamentos sociais em que há a existência de laços firmados a partir de interesses comuns que geram interações que abrangem informações, ideia e materiais, compartilham conhecimentos e permitem toda forma de engajamento em ambiente online/virtual unidos por uma conexão em redes mundiais de computadores. Entendemos como mídia digital um conceito mais abrangente que inclui toda a forma de distribuir informações por meios digitais - sites, blogs, e-mails. Para efeito de nossa pesquisa, redes sociais digitais referem-se às plataformas de relacionamentos tais como Facebook, Instagram, Twitter e TikTok. Martinho, Luís Mauro de Sá. *Teorias das Mídias Digitais*. Petrópolis (R.J): Vozes Editora, 2015, p.58.

definir a própria pauta de modo soberano, ajustando-se a dinâmicas de *performance* digital que muitas vezes se chocam com os valores de interesse público e relevância social.

b) A adoção dos formatos nativos de cada plataforma de redes sociais, que incluem vídeos, memes, o forte apelo emocional e visual, além da inserção de elementos visuais para expressar emoções, ações ou ideias (stickers) que completam o universo do infotimento, é capaz de diluir os critérios tradicionais de noticiabilidade em favor das métricas de engajamento.

c) Para estabelecer uma comunicação com segmentos antes incomuns do público tradicional, como as gerações Z e Alpha, reconfigura as formas de endereçamento e afunila o tipo de conteúdo entregue.

d) a lógica das redes sociais digitais reconfigura a seleção de notícias implicando no critério de noticiabilidade e o formato restrito à circulação nas redes sociais transforma as tradicionais classificações de gêneros e formatos do jornalismo.

e) Produzir jornalismo especificamente para as redes sociais pode configurar uma saída para a crise do jornalismo mediante a exploração de um novo modelo de negócios, mas essa reconfiguração exige uma redefinição da identidade do jornalista, deslocando seu papel de mediador social para o de criador de conteúdo sob a curadoria dos algoritmos e limites criativos da plataforma, modificando seu ethos profissional.

Tais questões surgiram no decorrer da nossa investigação, ao mesmo tempo em que observávamos o desempenho positivo do *Estadão* perante um público diferente, em termos de idade e posicionamento político, dos leitores da versão impressa. Nossa primeira inquietação residiu em refletir - ao observar a *performance* do *Estadão* em duas redes sociais especialmente voltadas para gerações mais jovens, Instagram e TikTok -, se estaríamos testemunhando a formação de novos formatos do jornalismo ou se seria apenas uma acomodação a um novo meio de difusão, como aconteceu com a chegada do rádio e da televisão ao Brasil.

O *Estadão* surgiu ainda no Brasil da Monarquia, em 1875. Viveu quase 130 anos da mesma forma, até penetrar no mundo das redes sociais. O que nos intrigou foi exatamente isso: o jornal conservador, tradicionalmente impresso por mais de um século, que foi ator e testemunha da história do jornalismo e disputou espaço no

ranking de circulação de impressos no país, nos anos 2000 assume a vanguarda da presença jornalística no Instagram e TikTok. Significa dizer que a redação precisou se adaptar a outro modo produtivo jornalístico.

Muito embora o jornal já tivesse sido levado a se adaptar ao meio digital com a criação de um site e deixado de produzir exclusivamente em “impresso” quando a internet se popularizou, o novo desafio implicava abraçar também o formato audiovisual, quesito quase obrigatório para conquistar público nas duas redes estudadas. Porém, o audiovisual não está no DNA histórico do veículo secular e, por isso, essa guinada do arcaico jornal de referência nos intrigou.

O jornal sustentou-se na liderança entre os veículos impressos ao longo dos seus 150 anos, comemorados em 4 de janeiro de 2025 - ano de apresentação deste trabalho de pesquisa -, tendo como mercadoria a notícia impressa no papel, a partir de fundamentos jornalísticos característicos de cada época, um negócio sustentado pela venda de espaços publicitários nas edições impressas. A empresa foi capaz de atravessar várias transformações sociais, econômicas, políticas e, principalmente, mudanças no campo do jornalismo, resistindo às diversas “ameaças” de extinção diante de avanços tecnológicos que davam mais agilidade à circulação das notícias, como a chegada do rádio e da TV. Até que, num passado recente, a internet, e mais agressivamente as plataformas de serviço, se consolidaram como o centro das relações político-sociais e econômicas, afetando o ecossistema produtivo do jornalismo.

O desafio para o jornal de referência *O Estado de S. Paulo*, agora, oficialmente, *Estadão*, se torna ainda mais visceral ao escolhermos observar o comportamento da empresa jornalística no Instagram e no TikTok, por serem estas plataformas pautadas fortemente no audiovisual. O TikTok, inclusive, já nasceu como uma rede social destinada a escoar vídeos com produções caseiras e individuais. Por isso, a proposta é lançar um olhar acadêmico sobre como essa mídia com tradição no meio impresso do jornalismo - *O Estado de S. Paulo* – consegue fazer uso das ferramentas existentes nas plataformas Instagram e TikTok para uma narrativa jornalística. Dessa forma, pretendemos contribuir para o debate acadêmico sobre os desafios que o campo do jornalismo enfrenta diante da hegemonia das redes sociais no cenário midiático e sobre possíveis perspectivas futuras da profissão.

Sem dúvida, abordar temas áridos ou densos nos dois canais, como o noticiário do cotidiano brasileiro, é um desafio enfrentado por empresas de comunicação acostumadas a serem os canais comunicacionais de referência e, agora, reféns de regras e algoritmos que ditam a audiência. Principalmente para os jornais impressos, que agora precisam se inserir em um ambiente diverso do vivenciado em um recente passado de glória pautado nas narrativas das letras sobre o papel. A reconfiguração dos processos comunicacionais, com a hegemonia de redes sociais digitais em território brasileiro, obrigou o jornalismo do país a se adaptar, tarefa ainda mais árdua para jornais de referência, acostumados a serem os hegemônicos por meio de impressos. O sesquicentenário *Estadão*, o mais antigo produtor de jornalismo impresso ainda em funcionamento, precisou se imbuir das características próprias do audiovisual, um modelo de transmitir notícia que nunca foi habitual na redação do Bairro do Limão (SP), atual sede do jornal, muito menos nas sedes anteriores desse noticioso.

Diante desses fatos, o objetivo deste trabalho é compreender como um veículo centenário e tradicional pôde se adaptar à realidade digital e disputar a atenção de um público que já nasceu conectado e digital, como as gerações Y, Z e até a Alpha. Não basta mais ter notícia fresquinha para vender mais, parodiando a velha publicidade do biscoito Tostines, é preciso muito mais; nem mesmo vender mais impressos diários. A antiga fórmula em que os jornais impressos tinham leitores fiéis e, dessa forma, adquiriam mais valor entre os anunciantes, perdeu o sentido em tempos de convivência com as redes sociais digitais.

Com a economia e a comunicação plataformizadas (van Dijck, Poell & de Waal, 2018), novos atores surgem como veículos da publicidade, os *influencers*, que roubam boa parte do volume de negócios do jornalismo. Além disso, a nova configuração da comunicação eliminou o mediador entre o consumidor e as marcas, abrindo vários canais de comunicação direta entre o anunciante e o comprador. A marca pode prescindir do jornal impresso como intermediário, ela pode ter seu próprio perfil nas redes sociais digitais e anunciar seus produtos diretamente ao consumidor, com direito a obter um *feedback* imediato.

Como modelo de negócio, os jornais centenários já não conseguem se sustentar, e tampouco como meio de comunicação, diante da alavancada tecnológica dos últimos 40 anos. Há uma redução significativa de anunciantes por conta da mudança nos meios para consumir a notícia, o que provoca a perda de

audiência. Empresas jornalísticas enfrentam um outro desafio dentro do modelo de negócio praticado até então. O anunciante, principal fonte de receita, tem a liberdade de entrar em contato com seu público sem a mediação dos jornais. Todos se imbricaram pelas redes sociais digitais e abocanharam a proposta de uma liberdade de expressão em linha direta com o consumidor, sem intermediários.

A promessa de liberdade na escolha por onde caminhar e buscar informações na rede mundial de computadores traz uma sensação de democracia das ações comunicacionais tanto para consumir quanto para a produção da informação. Mas os vários caminhos que democratizam também escravizam o usuário, ocultando a atuação das novas forças dominantes que detêm os dados do consumidor e o direciona por meio de algoritmos. Michel Foucault (2013, p. 9) assegura que “em toda sociedade, a produção do discurso é, ao mesmo tempo, controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes”.

Diversos foram os fatores que provocaram a crise do jornalismo impresso, tais como custo de impressão, perda de leitores e a perda da credibilidade no jornalismo como um dos mediadores da sociedade moderna. O monopólio do trânsito da informação, antes dominado pela indústria cultural e de notícias, foi transferido para os dispositivos que dão acesso ao mundo das “big techs” por meio de uma promessa de independência para o cidadão, que se transforma em repórter e editor de suas próprias notícias e as veicula em canais individuais. A fonte primária abandona a mediação do jornalista e se relaciona diretamente com o público consumidor da notícia.

O grande volume de informações disponíveis atualmente requer um relato que se diferencie, atraia e envolva. Caso contrário, não receberá atenção. É preciso voltar a anunciar os fatos do dia por meio do grito em praça pública (Barbosa, 2015), só que, desta vez, a praça pública é virtual. A crise trouxe vários questionamentos ao meio jornalístico: como manter o compromisso com a informação e o público entre dispositivos, formatos e algoritmos impostos pela programação que fundamenta a existência das redes sociais digitais? Como recuperar renda dentro das novas plataformas cumprindo regras, requisitos e formatos que não fazem parte da esteira de produção da indústria jornalística?

O “fazer jornalismo” tem seus próprios critérios, formas de operações e instrumentos que determinam e moldam a produção de notícias (Traquina, 2012;

Kunczik, 2002). Por outro lado, as redes sociais digitais são plataformas que impõem aos veículos de referência regras tecnológicas que alteram os processos de rotinização e padronização das práticas produtivas. Na busca por audiência, o resultado é um processo de negociação das tensões entre as práticas nos dois campos, que hibridiza a produção e acaba com a antes tradicional divisão no jornalismo entre escrito (jornal), áudio (radiojornalismo) e audiovisual (telejornalismo).

Adotamos como metodologia o Estudo de Caso (Yin, 2001) e, compreendendo a divisão apresentada pelo autor (2001, p. 62 e 63), que classifica os estudos de caso em quatro tipos básicos de projetos, optamos pelo projeto de caso único com unidade múltipla de análise. O estudo sobre fenômeno, no que tange à veiculação de notícias por meio do perfil do *Estadão* em duas redes sociais – Instagram e TikTok –, para além de representar uma importante contribuição ao estudo do jornalismo e a investigações futuras dentro do campo, representa um caso inovador e extremo diante da grande popularidade da atuação jornalística do *Estadão* nessas plataformas. Trata-se de uma “oportunidade de observar e analisar um fenômeno até então inacessível à investigação científica” (Yin, 2001, p. 63).

Entre nossas expectativas estava a possibilidade de registrar o processo vivido pelo jornalismo com o foco direcionado para o caso em particular do *Estadão*, uma empresa sesquicentenária em busca de uma saída para a crise contemporânea do jornalismo. Dentro do escopo, como parte intrínseca da coleta de evidências, optamos pela combinação das seguintes estratégias: observação direta no local em que o processo se realiza, no caso de nosso estudo, a redação do jornal *Estadão*, no bairro do Limão, na capital de São Paulo; entrevistas realizadas durante a observação direta, obtidas também por meio de interações com os envolvidos no processo produtivo, questionando o modo de condução dos conteúdos jornalísticos; pesquisa em documentação e registros em arquivos (para efeito de levantamento da história do *Estadão*); e micro-história da criação e desenvolvimento da Editoria das Redes sociais, além do tabulamento das publicações realizadas pela empresa durante o período de estudo.

Como complemento à nossa pesquisa, acrescentamos uma estratégia analítica quantitativa e qualitativa sobre as publicações do *Estadão* nas redes sociais digitais em períodos correlacionados à observação direta. Para tal, geramos um banco de dados reunindo o material veiculado pelos perfis do jornal no

Instagram e no TikTok para uma análise secundária, conforme descrito por Yin. “A análise dos dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas, ou, do contrário, recombina as evidências tendo em vista proposições iniciais de um estudo” (Yin, 2001, p. 131). Seguimos as orientações propostas para o Estudo de Caso, sobre a possibilidade de combinar várias técnicas dentro da estratégia analítica e, assim, buscamos “criar uma matriz de categorias e dispor as evidências dentro dessas categorias; criar modos de apresentação dos dados - fluxogramas e outro métodos - para examinar os dados; classificar em tabelas a frequência de eventos diferentes e examinar a complexidade dessas classificações e sua relação calculando números de segunda ordem, como médias e variâncias” (Yin, 2001, p. 131).

Para melhor compreensão da temporalidade do presente estudo e como o tema nos motivou, consideramos importante recorrer ao detalhamento dos momentos históricos que permeiam o objeto do estudo, o jornal *O Estado de S. Paulo*. As trajetórias do jornal sesquicentenário, criado em 1875, e a do jornalismo no Brasil são interligadas e concomitantes, salvo pelo breve momento entre 1808, quando a imprensa surge, e 1874, ano em que o *Estadão* não havia ainda nascido. O resgate histórico tem por objetivo realçar a importância do olhar acadêmico para o fenômeno da adaptação das práticas jornalísticas às propriedades produtivas que regem o sucesso do consumo da informação em cada rede social.

O jornalismo surgiu apenas no impresso e, no Brasil, com um atraso em relação aos demais países, por sermos, então, colônia de Portugal. Em nossa terra, a prática jornalística foi exercida apenas na modalidade impressa em papel jornal até 1922, quando chegou a transmissão radiofônica. Nos anos seguintes, a presença do rádio, e mais tarde da TV, provocaram mudanças e adaptações, mas o lugar e a importância do jornal impresso se mantiveram. O jornalismo foi se remodelando, mas as empresas jornalísticas e o modelo de negócios contemplavam jornais impressos como meio de fazer jornalismo. O jornalismo impresso convivia com noticiários radiofônicos e audiovisuais, e cada um demarcou o seu espaço.

Foram anos muito distintos dos da atualidade e, por isso, a importância de lembrarmos esses períodos que antecederam as rupturas que estamos testemunhando na contemporaneidade e que correspondem aos desafios das redações jornalísticas. O advento da internet no Brasil, em 1995, tampouco foi suficiente para eliminar o impresso e abalar seu modelo de negócios. Mas, a

valorização das redes sociais digitais como meio para obter informações e a facilidade em se ter acesso ao mundo virtual na palma das mãos foram determinantes para o declínio da prática de leitura dos jornais no formato original. Vale lembrar que o Brasil lidera vários rankings que indicam as tendências de consumo do digital no mundo, sendo o segundo país que, por dia, gasta mais tempo na internet, perdendo apenas para a África do Sul, dispensando 9h13m na internet a cada dia, ante uma média global de 6h40m.

O *Estadão* desenvolveu um produto exclusivo para o Instagram que funciona como um newsletter diário, veiculado no fim do dia, adaptado à ferramenta *Story* do Instagram. Chamada #EstadãoDrops, são pílulas de informações em audiovisual apresentadas em sequência que resumem os fatos do dia. Os posts recorrem às *trends* e emojis em alta no dia e usam recursos de blogueiros para manter a atenção dos seguidores/leitores. Os assuntos mais áridos recebem tratamento diferenciado, com apresentação de um dos repórteres especialmente destacados para o Drops. Assim, o *Estadão* se tornou o primeiro jornal impresso a criar um produto jornalístico exclusivamente pensado nas lógicas de uma rede social. O pioneirismo se faz presente em outros momentos da trajetória do *Estadão*, como foi o caso do envio do escritor Euclides da Cunha a Canudos, em 1897, inaugurando o ofício de repórter de guerra, e a entrada na rede social chinesa TikTok. Hoje, é o jornal de referência com mais seguidores nessa rede social.

Para apresentar nossa pesquisa, optamos por dispor o conteúdo num formato didático, concatenando os capítulos de forma a conduzir o leitor a uma reflexão sobre os questionamentos presentes no campo do jornalismo na contemporaneidade por meio de uma linha do tempo capaz de rememorar a história da imprensa no Brasil, tendo o jornal *O Estado de S. Paulo* como narrador com propriedade sobre o assunto. Com a proposta de democratizar ao máximo o nosso trabalho, nos preocupamos em explicar e detalhar, quando possível, os termos e as questões específicas do campo da comunicação e, mais particularmente, do jornalismo.

Nossa intenção foi tornar a leitura palatável também para pesquisadores de outros campos, mas, principalmente, para não pesquisadores que, na qualidade de cidadãos, são igualmente afetados pelas questões que nossa pesquisa aborda. Como jornalistas pesquisadores mantivemos nossa fidelidade à preocupação fundamental do jornalista, a missão de levar a mensagem ao maior e mais diversificado número de leitores possível. Dessa forma, esperamos contribuir para estimular mais debates

na academia sobre os desafios que o jornalismo enfrenta na contemporaneidade, que inclusive afeta toda a sociedade e crucialmente a democracia brasileira e mundial. A imprensa representa um dos pilares da democracia e, ao ser arrastada pelo fenômeno da plataformação (van Dijck, Poell & de Waal, 2018), por tabela afeta o equilíbrio das forças democráticas.

Para início das discussões, apresentamos no Capítulo I, intitulado **“Testemunha ocular” da História da Imprensa Brasileira**, a trajetória do jornal *O Estado de S. Paulo*, acompanhando a linha do tempo da própria história do jornalismo brasileiro, tal como um contador de histórias pessoais. O texto traz uma retrospectiva da história da imprensa brasileira, destacando o papel do *Estadão* como testemunha e protagonista de passagens memoráveis, principalmente, tendo a cidade de São Paulo como palco.

Para tal, recorremos a obras consagradas de Oscar Pilagallo sobre a imprensa paulista; de Nelson Werneck Sodré; Marialva Barbosa; Juarez Batista; Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca; Richard Romancini e Cláudia Lago, que alinhavam o percurso do jornalismo e da imprensa no Brasil, e aos autores que se debruçaram especialmente sobre a história do *Estadão*, como Maria Helena Capelato e Maria Lígia Prado, Mylton Severiano e Maria Aparecida de Aquino. Criado em 1875, o jornal passou por diversas transformações, acompanhando o desenvolvimento político e econômico do Brasil, mas, principalmente, da Província de São Paulo, outrora pouco valorizada. A modernização, o crescimento da influência política e a pujança econômica foram fases que a capital paulista e o jornal vivenciaram concomitantemente.

O capítulo faz também uma contextualização da imprensa nos anos 1980, 1990 e 2000 e discute a trajetória do *Estadão* perante as diversas mudanças no jornalismo a partir da redemocratização. A proposta do capítulo é refletir sobre os caminhos do jornalismo que, após a redemocratização, ganha um importante impulso com o fim da censura e conquista muitos leitores em uma onda de grande credibilidade da imprensa entre os brasileiros. A cobertura jornalística da campanha pelas Diretas Já e da transição para a democracia resultou no aumento do consumo de notícias, impulsionado pelo fim da censura militar.

No Capítulo 2 - **Internet e a crise do jornalismo** -, analisamos esta questão contemporânea que envolve a internet e a crise do jornalismo, passando pelas fases históricas relacionadas ao fenômeno desde o momento em que os impressos

aderiram à grande rede mundial, adquirindo um endereço eletrônico e veiculando cópias em PDF das versões das edições diárias dos jornais impressos, até chegarmos a 2020 quando o jornalismo retoma, temporariamente, o papel central de mediador das notícias com a cobertura sobre a pandemia mundial de covid-19. Para tal, destacamos nesse capítulo a presença dos Impressos na Internet, as fases de desenvolvimento do jornalismo na internet, o surgimento das big techs e das redes sociais e como o campo do jornalismo e o ethos jornalístico foram afetados por elas. Por fim, ainda neste capítulo, incluímos os resultados do relatório “O estado do digital no Brasil em 2024”, que mostra como as “big techs” facilitaram a ascensão da figura dos influenciadores digitais, novos atores na comunicação, competindo diretamente com os veículos tradicionais pela conquista de público e receita publicitária. Van Dijck, Poell e de Waal, autores de “The Platform Society: Public Values in a Connective World” (2018), lembram que a Sociedade de Plataformas interfere e molda as estruturas societárias e os meios como os seres se relacionam, a ponto de eliminar a separação entre um mundo digital e o real. Van Dijck alerta ainda que, “gradualmente, devido às nossas dependências em relação a determinadas infraestruturas, esses mecanismos começam a estruturar nossas vidas inteiras” (Dijck, 2019, n.p.).

Além dessa reflexão, o Capítulo 2 apresenta aos leitores as especificidades do campo jornalístico, os códigos deontológicos que constituem o ethos do jornalista, as práticas presentes nas narrativas jornalísticas como o uso do *lead*, do *sublead* e da pirâmide invertida, passando pelos conceitos de jornalismo (Michael Kunczik, 1988) a discussões sobre os critérios de noticiabilidade e valor-notícia (Nelson Traquina, 2012; Mauro Wolf, 1990; Gislene Silva, 2014; Leonel Aguiar, 2014), gêneros e formatos do texto jornalístico (Marques de Melo e Francisco de Assis, 2020) e as Teorias do Jornalismo que cercam a produção da notícia. Trazemos os conceitos das Teorias do Espelho, Gatekeeper (White, 1950), Agenda-Setting, Organizacional (Warren Breed, 2012), da Ação Política (Herman e Chomsky, 2012), Construcionistas, Estruturalistas e Interacionistas ou transorganizacionais (Nelson Traquina, 2012) e acrescentamos ao debate os conceitos de sociedade em redes (Castells, 2013) e a produção do noticiário diante da construção social da realidade (Berger e Luckmann, 2014), as críticas de Pierre Bourdieu (1997) à lógica da profissão que faz o jornalista ter uma visão própria e

individual do mundo e as contribuições de Gaye Tuchman (1993) sobre o conceito de “news judgement” (percepção profissional) do jornalista.

No Capítulo 3, **O Estadão nas plataformas das redes sociais digitais**, apresentamos os resultados da observação direta realizada em meados dos anos de 2022 e 2024, a história de criação dos perfis do *Estadão* nas redes sociais e o surgimento de uma editoria dedicada a esse conteúdo. O pioneirismo na criação do produto exclusivo para o Instagram chamado #EstadãoDrops e a ousadia de ser o primeiro jornal de referência a entrar para a plataforma TikTok. Nossa pesquisa observou que *O Estadão* manteve uma equipe de jornalistas dedicada a alimentar e fomentar as redes sociais digitais, além de destinar atenção diferenciada da equipe de marketing digital para essa editoria.

O jornal criou perfis nas plataformas de redes sociais mais populares no mundo, Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram e TikTok, estrutura que teve início em 2007, quando o *Estadão* abriu um perfil no Twitter. Foi a primeira rede social do impresso. Mas, somente dois anos depois, em 2009, a direção do jornal destacou um jornalista para trabalhar exclusivamente o conteúdo postado na rede social. Em 2013, durante as manifestações da Jornada de Junho, foi o perfil de jornal de referência com maior engajamento público, segundo pesquisa realizada pela Universidade Federal do Espírito Santo.

Neste capítulo, trazemos a surpresa da primeira visita, ao encontrar uma equipe organizada, unida, com engrenagens azeitadas e horários respeitados, mas a admiração maior recaiu sobre a autonomia de criação dada aos profissionais de redes sociais.

O quarto e último capítulo - **2023: o ano da virada e fim da liberdade** - descreve os resultados da segunda etapa da observação direta realizada em 2024, em que encontramos as editorias de Redes Sociais e Homepage remodeladas e parte da equipe remanejada para atender aos novos objetivos e propósitos da empresa que, agora sim, demonstrava ter um plano empresarial de ocupação das redes sociais.

Os resultados da análise de conteúdo são apresentados com base na categorização dos conteúdos veiculados nos perfis do *Estadão* em gênero e formatos jornalísticos de acordo com as classificações de José Marques de Melo e Francisco Assis. O objetivo desse ponto era verificar se *Estadão* mantém as características dos produtos jornalísticos nas redes sociais ou se teria se rendido às

sedutoras apelações por audiência das redes sociais, alterando os critérios de noticiabilidade e as narrativas do jornalismo.

Essas análises propiciaram respostas às indagações sobre o que acontece com a notícia quando ela é trabalhada nas redes sociais e o uso do infotenimento como ingrediente fundamental para a sobrevivência e alcance da matéria jornalística nessas plataformas. A investigação rendeu também um mapeamento do novo formato do modelo de negócios do *Estadão* para a mídia digital por meio do *branded content*, produzido por um braço da empresa chamado “Blue Studio”.

Esta espécie de agência de comunicação oferece uma gama de serviços que vão muito além do tradicional formato do modelo de negócios que perdurou por pelo menos um século na empresa *O Estado de S. Paulo*. Depois de passar por toda a linha dorsal da empresa de 150 anos *Estadão* chegamos ao ponto que mais instigou a pesquisa: como poderiam ser classificados os diversos vídeos atraentes que estavam despertando a atenção de jovens leitores da faixa etária dos alunos universitários da PUC-Rio?

Eram criações especialmente pensadas para as plataformas, continham o infotenimento e não poderiam ser classificadas como matérias do jornalismo televisivo porque havia diferenças em enquadramento e edição. Mas, poderiam ser classificados como narrativas jornalísticas? As respostas a esses questionamentos enriqueceram as conclusões da nossa pesquisa sobre o “tiktokker” de 150 anos, o “BigState”.

1. “Testemunha ocular” da História da imprensa brasileira

Pioneiro já no século XIX, ao instituir a prática da venda avulsa de exemplares em terras brasileiras, bem como no século XXI, ao marcar presença nas redes sociais com a criação de produtos específicos de grande audiência para as plataformas *Instagram* e *TikTok*, e sem deixar de ser alcoviteiro, sempre tramando nos bastidores da política para desviar o curso a favor dos interesses do empresariado cafeeiro, o jornal *O Estado de S. Paulo*, o *Estadão*, como se tornou conhecido, é um idoso que completa 150 anos em 2025.

O sobrevivente às intempéries de um país de formação jovem e trajetória turbulenta é também uma testemunha ocular da própria história da Imprensa no Brasil. Na contramão do natural envelhecimento dos veículos impressos, que se tornaram praticamente obsoletos a partir da expansão da internet e do surgimento das mídias sociais, a centenária publicação diária arrisca uma saída para a crise do jornalismo impresso se espelhando no mito da Fênix.

Assim como a ave mitológica, que ressurge das cinzas e representa os ciclos da vida com um recomeço dotado de esperança em futuros melhores, o *Estadão* investe atualmente em uma produção distante daquela do seu começo, em 1875. O jornal, que surgiu e vive há 150 anos, diariamente, exclusivamente na/da modalidade impressa, vem adotando mudanças para se adequar aos novos leitores e seus hábitos de leitura e dar uma resposta à crise que se instalou na imprensa, mais acentuadamente sobre os impressos.

Como parte dessas mudanças, recentemente, a 17 de outubro de 2021, abandonou o padrão de tamanho *standard*², trocando-o pelo *berliner*³, sob o argumento de que o modelo já é amplamente usado por tradicionais jornais europeus e norte-americanos, e priorizou a produção de matérias elaboradas para a versão digital do periódico em detrimento da versão impressa em papel. No que pode ser visto como uma inversão de papéis, o foco da redação se voltou, exclusivamente, para a veiculação de notícias pela *homepage* do jornal, tornando os editores da versão impressa dependentes dessa produção, pois precisam peneirar

² O formato padrão de jornal, no Brasil e em Portugal, é chamado de *standard* e tem cerca de 55 cm. É o maior formato de jornal e, em outros idiomas, é chamado de *broadsheet*.

³ O formato *Berliner* é um padrão de jornal com páginas de 31,5 cm por 47 cm. (12,4 pol × 18,5 pol). O formato *Berliner*, ou “midi”, é mais alto e marginalmente mais largo do que o formato *tabloide*, e mais estreito e mais curto do que o formato *standard*.

no site o conteúdo que será destinado a preencher as páginas que passarão pela rotativa.

Outro aspecto relevante se configura num investimento na celeridade da produção e na pressão para a divulgação imediata dos fatos por meio da internet. Em 2020, a editoria de redes sociais, que podemos chamar de recém-criada quando comparada à idade do jornal, crescia em número de jornalistas e de iniciativas que buscavam dar mais visibilidade ao intenso trabalho diário da redação veiculado por meio do endereço eletrônico www.estadao.com.br, do portal Estadão. Ao mesmo tempo, as potentes rotativas foram desacelerando e cederam espaço para a produção audiovisual com recursos bastante joviais. Em 2024, o digital ganhou mais atenção da direção do jornal e o foco recaiu nas produções audiovisuais para as redes sociais, um lugar bem distante daquele do início do veículo impresso nascido em 1875 sob o nome de *A Província de S. Paulo*.

1.1 Primórdios: jornal A Província de S. Paulo

Naquele ano de 1875, o Brasil vivia um período de amadurecimento como nação em meio a uma ebulição de fatores que desaguarão no declínio da monarquia e a passagem para o regime republicano. O avanço tecnológico, fruto do protagonismo mundial que o país adquiriu com a figura do monarca Dom Pedro II, contrastava com a supremacia econômica e política dos cafeicultores e agropecuaristas da época. Havia um incentivado florescimento das artes e todas as suas representações entre os aristocratas e uma numerosa população de escravos e uma ainda maior de livres e libertos marginalizados que sofriam literalmente na pele o domínio do homem pelo homem.

A valorizada capital política e cultural do país – o Rio de Janeiro – igualmente contrastava com uma província que, mesmo com pouca estrutura, já insinuava a pujança política e econômica de uma cidade que, anos mais tarde, concentraria a maior fatia do PIB nacional: São Paulo. A jovem província de São Paulo alcançara os anos 1870 em ritmo de modernização e crescimento acelerado, promovido pela chegada das linhas de ferrovia.

Sob a batuta de João Teodoro Xavier (presidente da Província entre 1872 e 1875), em rápidos passos, para a época, deixou de ser uma vila de casas de taipa para se transformar em uma cidade dotada de casarões que se destacavam no

conjunto arquitetônico, com o fim de acolher o movimento migratório das famílias dos fazendeiros para a capital na década de 1870 (Assunção, 2006). Em 1872, chegam à cidade os bondes de tração animal da Cia Carris de Ferro e os serviços de esgoto, abastecimento de água e iluminação a gás.⁴

Entre os diversos melhoramentos urbanos ocorridos até 1875 estava o investimento no calçamento da cidade, inclusive com a participação ativa da sociedade. Moradores das ruas centrais foram instados a melhorar as fachadas das casas, os muros e as calçadas. Não era um movimento voluntário e opcional, havia um prazo determinado: 90 dias. A capital da Província se remodelava e se afastava da descrição feita pelo escritor e jornalista Álvares de Azevedo na peça teatral “Macário”, em que o homônimo protagonista provoca o diabo dizendo: “Essa cidade deveria ter o teu nome”. Ao que Satã responde: “Tem o de um santo: é quase o mesmo. Não é o hábito que faz o monge. Demais, essa terra é devassa como uma cidade, insípida como uma vila, e pobre como uma aldeia” (ALESP, 2004, n.p.).

Muitos detalhes corroboram a fala do personagem Macário na peça teatral de Álvares de Azevedo, mas um deles nos interessa em particular. Embora a imprensa já existisse desde 1808 no Rio de Janeiro⁵, nascida a partir da chegada de uma prensa ao solo brasileiro nas embarcações da corte portuguesa, em São Paulo, capital da província, o primeiro jornal impresso, *O Farol Paulistano*, só viria a existir em 1827. Pouco antes seria lançado o primeiro jornal da capital da província, que demonstrava bem o grande vale que separava São Paulo dos avanços da capital Rio de Janeiro. *O Paulista*, criado pelo professor Antônio Mariano de Azevedo Marques em 1823, foi escrito à mão por falta de tipografias locais ou nas proximidades.

O estudo “Memória gráfica paulistana: a tipografia em São Paulo no século XIX e início do século XX”, coordenado pela professora Priscila Lena Farias, do Departamento de Projeto da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da USP, revela que, desde 1823, um ano depois da Independência do Brasil, o governo paulistano reivindicava à corte de Dom Pedro I a instalação de oficinas tipográficas na capital da província, com o argumento de que era necessário disseminar atos oficiais, leis e relatórios da junta que governava a província. A falta de sensibilidade

⁴ Linha do tempo exibida no site saopaulo <https://cidadedesaopaulo.com/pgsp/linha-do-tempo-landing-page/?lang=pt>. Acessada em 6/2/2023.

⁵ A Imprensa Régia surgiu em maio de 1808 e quatro meses depois, em setembro, veio a público o jornal A Gazeta do Rio de Janeiro, órgão oficial do governo português.

da Coroa levou o advogado José da Costa Carvalho (1796-1860), marquês de Monte Alegre, a comprar na Inglaterra, em 1827, máquinas de tipografia, acabando com a recorrente súplica. E assim, a imprensa paulistana ganhou o primeiro sopro. Até 1840, 22 novos títulos foram publicados em São Paulo; outros novos 55 jornais apareceram entre 1851 e 1860; ao passo que entre 1881 e 1890 foram outros 273 periódicos (Queiroz, 2018).⁶

Nesse cenário de rebuliço rumo ao progresso, em uma cidade que não era a capital, mas coadjuvante nas alcovas políticas, nasceu esse senhor hoje sesquicentenário⁷. O jornal *O Estado de São Paulo* é batizado *A Província de São Paulo* enquanto a monarquia é o regime vigente, e, coerentemente, troca de nome quando as províncias se tornaram os estados que constituiriam os “Estados Unidos do Brasil”. As bandeiras de luta pela abolição da escravatura e pela adoção do regime republicano uniram seus partidários em torno da proposta de criar um veículo de comunicação contestador que, curiosamente, mostrava-se alinhado com o monarca Dom Pedro II na questão do fim da escravidão, mas jogava na posição de oponente quando o tema era o regime de comando do país.

Nos arquivos do núcleo de memória do *Estadão* consta o registro de que Manoel Ferraz de Campos Salles⁸ e Américo Brasiliense⁹ tiveram a iniciativa de reunir o grupo de fundadores do novo periódico. Entre os proprietários do jornal estavam também os veteranos na arte de “fazer jornalismo” Américo de Campos e

⁶ Os dados em questão integram o projeto financiado pela Faperj Memória gráfica paulistana: a tipografia em São Paulo no século XIX e início do século XX, coordenado pela professora Priscila Lena Farias, do Departamento de Projeto da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da USP. A pesquisadora estudou o período anterior à institucionalização do design no país, ocorrida a partir dos anos 1950, que revelou curiosidades sobre a cultura da impressão.

⁷ Em 4 de janeiro de 2025, o *Estadão* completou 150 anos.

⁸ Manuel Ferraz de Campos Salles era advogado. Exerceu mandato de deputado provinciano pelo Partido Liberal de São Paulo (1868-1869), vereador em Campinas (1872-1876 / 1882-1883 e 1888-1889) e deputado geral (1885). Foi ministro da Justiça do governo provisório (1889-1891) e senador por São Paulo à Assembleia Nacional Constituinte (1890-1891 e 1894-1895). Foi presidente do estado de São Paulo (1896-1897) e presidente da República (1898). Foi novamente senador por São Paulo (1909-1912) e assumiu o cargo de ministro plenipotenciário do Brasil na Argentina (1912). Morreu em Santos (1913). Fonte Arquivo Nacional. Centro de Referência de Acervos Presidenciais. <http://presidentes.an.gov.br/index.php/arquivo-nacional/60-servicos/registro-de-autoridade/89-campos-salles> consultado em 13/02/23

⁹ Advogado por formação, exerceu diversos cargos públicos durante a República. Foi governador do Estado de São Paulo. Foi também presidente das províncias da Paraíba e do Rio de Janeiro. Em São Paulo, foi vereador (1881/1882) e deputado provincial (entre 1868 e 1889). Nomeado terceiro governador de São Paulo, exerceu o cargo de 7 de março a 11 de junho de 1891. Continuou no poder como primeiro presidente do Estado, porque a Constituição de 1891 estabeleceu o título de Presidente para o chefe do Executivo. Presidiu o Estado até dezembro de 1891, quando abandonou o cargo antes de completar o mandato. Elaborou o primeiro projeto da Constituição federal de 1891 e morreu no Rio de Janeiro, então Distrito Federal, em 1896, como Ministro do Supremo Tribunal Federal. Wikipedia. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9rico_Brasiliense_\(pol%C3%ADtico\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9rico_Brasiliense_(pol%C3%ADtico)). Acessado em: 13 fev. 2023.

Francisco Rangel Pestana - este último havia fundado *O Timbira*, em 1862, e colaborado no periódico *Futuro*. A sede, instalada no centro de São Paulo (comumente hoje referido como centro velho ou histórico), era administrada por José Maria Lisboa, que morava com a família nos fundos do prédio.¹⁰ Lúcio de Mendonça era o encarregado de escrever as notícias e revisar as provas, e tinha como ajudantes Gaspar Da Silva e Joaquim Taques.

Nélson Werneck (1999) relata que, nos anos 1870, São Paulo, a despeito da grande extensão territorial, era uma aldeia com cerca de 20 mil habitantes que se constituía em um burgo de estudantes da Academia de Direito, criada em 11 de agosto de 1827 pela lei imperial de D. Pedro I com o objetivo de formar administradores públicos em terras brasileiras. Antes, os jovens de famílias nobres e/ou abastadas eram enviados para estudar em Coimbra (Portugal) e a criação da instituição era oportuna para corroborar com o propósito da independência. A Academia de Direito de São Paulo, hoje Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP), foi apelidada de "Arcadas" em alusão à sua arquitetura. No prédio em estilo barroco luso-brasileiro em que a Academia foi instalada havia funcionado um convento franciscano desde 1647 (Naspolini, 2008).

Fig. 1 – A criação da Faculdade de Direito impulsionou a cidade de São Paulo



Fonte: Acervo Histórico da ALESP

Pelos bancos da Academia de Direito passaram inúmeras personalidades da história nacional, tais como os presidentes da República: Prudente de Moraes (1894-

¹⁰ Acervo histórico do Estadão. https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm Acessado em 6 fev. 2023.

1898), Campos Sales (1898-1902), Rodrigues Alves (1902-1906), Afonso Pena (1906-1909), Venceslau Brás (1914-1918), Rodrigues Alves Delfim Moreira (1918-1919), Artur Bernardes (1922-1926), Washington Luís (1926-1930), Júlio Prestes (eleito em 1930, não tomou posse) e Jânio Quadros (1961); além dos abolicionistas Joaquim Nabuco, José Antônio Pimenta Bueno e Perdigão Malheiro; e o republicano Bernardino José de Campos Júnior. Na contemporaneidade, temos Franco Montoro, Ulysses Guimarães, Michel Temer, Fernando Haddad, Bruno Covas e Cláudio Lembo.

Entre os alunos que despontaram como literatos constam: Alphonsus de Guimaraens, Álvares de Azevedo, Antônio de Alcântara Machado, Augusto de Campos, Augusto de Lima, Bernardo Guimarães, Castro Alves, Fagundes Varela, Guilherme de Almeida, Haroldo de Campos, Hilda Hilst, Inglês de Sousa, José de Alencar, José de Mesquita, Lygia Fagundes Telles, Monteiro Lobato, Olavo Bilac, Pedro Luís Pereira de Sousa, Raduan Nassar, Raimundo Correia e Raul Pompéia (Naspolini, 2008).

Os nomes dão a dimensão do quanto a criação da instituição de Ensino Superior atuou como ponte alavancadora para que a cidade de São Paulo, então uma aldeia recatada, conseguisse alçar a uma postura de província. Em um movimento natural, a concentração de estudantes no papel de fomentadores das manifestações artísticas e intelectuais e, principalmente, das atividades jornalísticas, provocou o amadurecimento político, social e cultural da região. Havia uma efervescência no campo teatral, fazendo eclodir autores teatrais entre os estudantes. Esse foi outro fator que promoveria um avanço em São Paulo. A criação de espetáculos de teatro atraía visitantes e novos moradores à capital da província, bem como impulsionava o aumento de consumidores mais exigentes, promovendo uma busca por melhorias nos serviços.

Outro fenômeno estava relacionado à movimentação nas “Arcadas”: o grande volume de periódicos ali surgidos, que foram classificados em literários e acadêmicos, de tal forma tão importantes para esse movimento de amadurecimento da capital que Werneck (1999) reproduz o espanto com que Augusto Emílio Zaluar se referiu à produção de impressos da Academia de Direito: “Tirem a Academia de S. Paulo e esse grande centro morrerá inanido. Sem lavouras e sem indústrias montadas em grande escala, a capital da província, deixando de ser o que é, deixará de existir” (*apud* Werneck, 1999, p. 196).

Estão entre os títulos mais conhecidos, que resultaram da confabulação entre os aspirantes a advogados e jornalistas, o primeiro jornal impresso local, *O Farol Paulistano* (1827), o segundo jornal da capital, *O Observador Constitucional* (1829), criado por Líbero Badaró contra a monarquia, o primeiro jornal diário, *O Constitucional* (1853), e o *Correio Paulistano* (1854), primeiro grande jornal da imprensa paulistana. Além desses, também foram criadas as publicações: *Revista Mensal do Ensaio Filosófico*, *Ensaio Litterários do Atheneu Paulistano*, *Memórias do Culto à Ciência*, *Exercícios Literários do Clube Científicos*, *Esboços Literários*, *Revista Dramática*, *Murmúrios Juvenis do Amor à Ciência*, *Ensaio da Brasília*, *Caleidoscópio*, *O Lírio*, *Tymbira*, *A Legenda* e *Votante*. Em 1864 surgiu a *Imprensa Acadêmica*, e em 1865, *O Sete de Abril*.

Entre os egressos da Faculdade de Direito de São Paulo estavam os criadores do jornal *A Província de S. Paulo* - embora o foco da produção dos futuros advogados estivesse mais direcionado para produções literárias. Os 19 participantes da sociedade inicial eram oriundos da capital da Província, de Itu, Rio Claro e Araras, além de uma parte significativa oriunda de Campinas. A primeira edição do periódico saiu às 11h de 4 de janeiro de 1875, com tiragem de 2 mil exemplares para uma população estimada em 30 mil habitantes na capital paulista. A intenção era que o jornal estivesse nas ruas no dia 1º de janeiro, mas as condições precárias da primeira tipografia prejudicaram a agenda.

A imprensa do governo era ardorosa e disciplinada; sentia-se a necessidade de um jornal que, não sendo republicano extremado, viesse a discutir com serenidade os absorventes problemas do momento. Para esse fim, constitui-se uma sociedade em comandita, como “colossal empresa”, levantando 50 contos de réis de capital. A empresa tentou a compra do *Correio Paulistano*, sem resultado. Decidiu-se, então, pela aquisição de tipografia, que instalou à rua do Palácio, 14 (hoje do Tesouro), esquina da rua do Comércio (hoje Álvares Penteado). A oficina era um “compartimento de chão batido, com portas para o quintal. Alguns cavaletes com caixas de tipos, a mesa da paginação coberta de zinco e um prelo Alauzet movido a braços por negros forros recrutados ali perto, no largo da Misericórdia, ao pé do chafariz, ou na rua da Caixa d’Água, junto aos tanques formigantes de escravos”. A composição era feita à luz de velas de sebo, metidas em cartuchos de papel e espetadas na parte de cima das caixas. “Na hora de imprimir, Euclides Saturnino Siqueira ia bater à porta do gerente, que lhe entregava outras duas velas de sebo, para alumiar a tiragem” (Werneck, 1999, p. 225-226, grifos do autor).

Como a maioria dos periódicos da época, o jornal era mantido por meio da venda de espaço para anúncios - tais como de missas, falecimentos, casas comerciais, espetáculos de teatro ou, ainda, anúncios de negros fugidos - aliada à venda de assinaturas. Em 1876, uma excêntrica ação de marketing para estimular a venda avulsa ganhou ares de escândalo e foi ridicularizada pelos jornais concorrentes, para além de ser classificada como uma proposta que promoveria a “mercantilização da imprensa” (Werneck, 1999, p. 226). Não é exagero interpretar tal ação como o primeiro sinal do espírito de pioneirismo que, volta e meia, se materializa na história centenária da publicação. Mas, do que se tratava, afinal?

O francês Bernard Gregoire, ajudante de impressão, com um barrete branco na cabeça, passava a percorrer as ruas de São Paulo a cavalo, acionando uma buzina para anunciar a edição recém-impressa com notícias frescas, como um produto a ser imediatamente consumido, cena que se imortalizou ao ser incorporada ao *Ex-libris* da marca *O Estado de São Paulo*.

Fig. 2 – Uma corneta chamava atenção para as notícias nas ruas de São Paulo



Fonte: Acervo Estadão

Em 1884, o jornal passou a defender mais claramente em suas páginas o ideal republicano que já havia conquistado a imprensa brasileira (Werneck, 1999, p. 228). Em 1885, 11 anos depois de ser lançado, o jornal pulou para 4 mil unidades. Em 1888, um ano antes da Proclamação da República, o periódico - sob a direção de Júlio de Mesquita, contratado como redator em 1885 - chegou a 7.500 edições,

com dedicado empenho às campanhas pela Abolição e pela República, a ponto tal de “enviar um recado” à monarquia quando comemorou a abolição da escravatura.

A *Província de São Paulo* publicaria memorável editorial alusivo à Abolição e, no dia seguinte, emendaria com uma nota: “a pátria sem escravos ainda não é a pátria livre. Agora começa o trabalho de liberar os brancos, assentando a constituição política sobre bases mais largas e seguras para a felicidade do povo e glória nacional. Devemos ser hoje mais felizes que ontem, mas convém que amanhã o sejamos mais do que hoje”. Abria, assim, perspectivas para a reforma do regime, situando a Abolição como prelúdio da República (Werneck, 1999, pp. 240 e 241).

1.2 A Dinastia Mesquita

Em janeiro de 1890, já com o nome de *O Estado de S. Paulo*, a tiragem do jornal passava dos 8 mil exemplares, impressos em máquina Marinoni¹¹, um avanço em relação à máquina usada nos primeiros anos, a Alauzet manual, mas ainda muito aquém do que já vinha sendo usado na imprensa mundial, principalmente a europeia. A prensa Marioni estava em uso desde 1866, anos antes de o jornal *O Estado de S. Paulo* ser criado. Matías M. Molina, autor de “Os Melhores Jornais do Mundo”, de 1993, observa que, historicamente, o parque gráfico brasileiro sempre esteve aquém da demanda crescente pelos impressos e que ter máquinas consideradas obsoletas pelos demais países com imprensa desenvolvida é marca indelével da imprensa brasileira (Molina, 2011).

Vale, a esse propósito, destacar trecho do artigo publicado por Molina no site *Observatório da Imprensa*, o qual dá a dimensão do que foi o início de vida do jornal *O Estado de S. Paulo*, hoje chamado apenas de *Estadão*.

Se um impressor dos tempos de Gutenberg, em meados do século 15, fosse transplantado através do tempo às oficinas do jornal A *Província de São Paulo* na noite de 3 de janeiro de 1875, não teria grandes dificuldades para adaptar-se ao equipamento que estava imprimindo o primeiro número. O rústico prelo Alauzet manual, comprado no Rio de Janeiro de segunda mão, não era muito diferente das prensas que o impressor do século 15 conhecia. Era metálico e tinha uma enorme manivela, mas também era acionado à mão, imprimindo, de um lado do papel, a primeira e quarta páginas e depois, do outro lado, a segunda e a terceira.

¹¹ Em 1866, Hippolyte Marinoni havia inventado a rotativa, máquina que iria revolucionar o processo de impressão. Dispondo de apenas três operários tinha capacidade de imprimir 10.000 exemplares/hora. Uma das primeiras rotativas de Marinoni foi instalada, em 1866, no journal *Liberté* e depois no *Le petit journal*. Ver em: Museu da Imprensa. <http://www.museudaimprensa.pt/museuvirtpress/port/hist/1800/1800.html>. Acesso em 13 fev. 2023.

Como no século 15, o texto fora composto manualmente, letra por letra; a oficina estava pobremente iluminada por duas velas de sebo, cujo consumo era controlado com rigor pelo gerente. O que talvez ele achasse diferente seria a falta de preparo dos impressores – “alguns pretos livres”, como disse o paginador do primeiro número, pois o jornal se recusava a utilizar mão de obra escrava –, recrutados às pressas e com alguma dificuldade no Largo da Misericórdia e nas proximidades da Caixa d’Água, e colocados para trabalhar sem praticamente nenhum treinamento. O jornal deveria ter saído no dia 1º do ano, mas as condições do prelo não permitiram (Molina, 2011, n. p. grifos do autor).

Em 1891, Rangel Pestana é eleito para o Senado e Júlio de Mesquita assume a direção política da redação. Cerca de quatro anos depois, em 1895, a empresa proprietária da publicação foi vendida à J. Filinto & Cia. O jornal conquista espaço e, em 1896, a tiragem estaciona em 10 mil exemplares, decorrência da falta de maquinário moderno que permitisse ampliar a capacidade de impressão. A aquisição de uma nova máquina adviria de mais uma ação pioneira do jornal *O Estado de São Paulo*: o fenômeno da cobertura da Guerra de Canudos *in loco* fez a venda disparar para 18 mil exemplares por dia. As reportagens enviadas por Euclides da Cunha eram ansiosamente aguardadas pelo público leitor. O feito, obtido 22 anos após o surgimento do jornal, preparava o futuro longo da publicação. Alguns anos mais tarde, o pai de Júlio de Mesquita, Francisco, se associaria à J. Filinto & Cia e, em 1902, Júlio de Mesquita se tornaria o proprietário exclusivo do jornal *O Estado de S. Paulo*.

No início do século XX, o já rebatizado *O Estado de S. Paulo*, ao lado do *Jornal do Brasil* (1891) e do *Correio da Manhã* (1901), compunha o grupo de veículos que se tornariam grandes e marcariam presença na História da Imprensa Brasileira. Assim, os primeiros anos de 1900 foram de amadurecimento para a imprensa nacional. Consolidava-se o espírito empresarial entre os periódicos e começava o esboço do modelo de negócios que viria nortear a cadeia produtiva da notícia no Brasil. O ecossistema da imprensa brasileira começava a se formar com uma concepção empresarial que visava produtividade, consumo, sustentabilidade e lucro, ao contrário do passado recente em que jornais eram criados à medida que uma personalidade desejava ter um púlpito para defender seu posicionamento político.

1.3 Marcas do *Estadão* na história da imprensa paulista

De 1900 a 2000, os jornais impressos testemunharam, conviveram, enfrentaram e sobreviveram a diversos avanços tecnológicos, sempre anunciados como ameaçadores, e a mudanças políticas que mexeram com o campo jornalístico. De um lado, as mudanças tecnológicas ao longo do século impulsionaram a constante modernização dos parques gráficos e das redações e consolidaram o modelo de negócios. Impressoras mais ágeis possibilitaram o aumento da tiragem e um maior alcance. O tipógrafo, a linotipo, o telefone e a ligação ferroviária foram ingredientes fundamentais para a consolidação do modelo de negócio da venda da notícia impressa em papel no início do século XX.

Daguerreótipos, litografias, panoramas, cosmoramas, vistas, cartas de visitas, e, finalmente, cinematógrafos, multiplicavam os modos visuais do século XIX em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Belém, Recife e Salvador, entre outras, construindo um observador atento às possibilidades que as tecnologias do olhar ofereciam para a representação daquele mundo que rapidamente se transformava. Não apenas o espaço público, mas também os domínios privados (Barbosa, 2013, p.179).

Para além de uma vitória no quesito longevidade, que faz dele um sesquicentenário sobrevivente, nesses 150 anos o jornal dos Mesquitas foi mais do que testemunha “ocular” de momentos históricos da vida política nacional e, por vezes, assumiu o protagonismo. A partir do momento em que se tornou o jornal da família Mesquita, *O Estado de S. Paulo* se posicionou politicamente de forma clara, em editoriais, como um jornal liberal. Contudo, esse discurso se concentrava na economia, bem à moda brasileira, enquanto se mostrava conservador nos costumes sociais.

Em 1917, o veículo, existente desde a Monarquia, surpreendeu ao se posicionar a favor dos trabalhadores que paralisaram bairros industriais de São Paulo, mobilizados pela greve geral insuflada pela imprensa militante representada pela Confederação Operária do Brasil. O movimento foi considerado anarquista, mas o *Estadão*, na contramão da posição defendida por parte da imprensa paulista, discordou. Em editorial, o jornal, admitindo seu conservadorismo, explicou a posição tomada:

Somos essencialmente conservadores, [mas] ser conservador não é fechar os olhos ao movimento progressivo do espírito humano e erguer um dique, por sistema, a toda reforma que se anuncia. Isto não é ser conservador, mas cego e reacionário, (...) A

preocupação capital de todo o mundo civilizado é, nos dias que passam, resolver da melhor maneira possível a questão social (Capelato; Prado, 1980, p. 143).

Nesse episódio, em São Paulo, Júlio Mesquita atuou como mediador entre patrões e empregados. Para acabar com o conflito entre as partes, Júlio Mesquita realizou uma reunião na sede do jornal *O Estado de S. Paulo* com representantes da imprensa operária a fim de discutirem um meio de encerrar a disputa entre grevistas e autoridades.

Maria Helena Capelato e Maria Lígia Prado, autoras do livro *O bravo matutino. Imprensa e Ideologia: o jornal O Estado de S. Paulo* (1980), durante um ano analisaram os editoriais e artigos assinados por membros da família Mesquita ou subordinados próximos publicados nas páginas do *Estadão* entre 1927 e 1937. As professoras de História, em entrevista, reconhecem que *O Estadão* “sempre foi um jornal liberal que, a qualquer sintoma de abalo nas estruturas básicas da sociedade, recua e passa a defender as teses mais reacionárias”¹² (Severiano, 2012, p. 53).

Mylton Severiano observa que os dirigentes do *Estadão*, ao longo da história, se mostram “liberais, mas toleram a intervenção estatal no mercado quando se trata de socorrer o café, aceitam que um dos seus, contrariando a soberania popular, seja escolhido governador de São Paulo por simples nomeação e consideram a opinião pública uma massa de pinguins, que precisam ser amestrados, manipulados” (Severiano, 2012, p. 53).

Sem se dar conta, mais tarde o *Estadão* estaria no centro da organização de um movimento histórico na imprensa paulistana. Jovens redatores do jornal se embrenharam em uma aventura: reunir esforços para criar o vespertino *Folha da Noite*, destinado a ocupar o lugar vazio deixado pelo vespertino da empresa de *O Estado de S. Paulo*, chamado *Estadinho*. A proposta era manter um veículo que se aproximasse mais do público - funcionários públicos e pequenos comerciantes - repercutindo suas dores, com ênfase nos problemas locais. A linguagem igualmente se aproximava desse público, sendo menos erudita, menos requintada, menos rebuscada.

¹² Entrevista constante em Severiano, Mylton. *Nascidos para perder*. Florianópolis: Insular, 2012. Ver em especial a página 53.

A equipe era liderada por Olívio Olavo de Olival Costa e Pedro Cunha, com a ajuda de Júlio Mesquita Filho. Todos trabalhavam de graça e o jornal era impresso nas rotativas de *O Estado de S. Paulo* mediante um acordo de financiamento selado entre os redatores e Armando de Salles Oliveira, diretor-superintendente do matutino: o *Folha da Noite* tinha 15 dias para pagar a dívida, mas caso o jornal não se sustentasse, a dívida seria amortizada em parcelas mensais debitadas do salário dos aventureiros. Os jovens redatores não previram que estavam criando ali aquele que seria o grande concorrente do *O Estado de S. Paulo*. Anos mais tarde, em 1960, a empresa Folha uniria os jornais *Folha da Noite*, *Folha da Manhã* e *Folha da Tarde* para lançar o principal concorrente do *Estadão*: a *Folha de S. Paulo*.

1.4 Estadão no movimento político de São Paulo

O apoio ao Levante do Forte de Copacabana e ao movimento tenentista nas primeiras horas, em 1922, rendeu ao jornal uma experiência com a repressão que se repetiria outras vezes mais tarde. Ao fim da revolta, em 1924, o jornal foi suspenso por ordem do presidente Artur Bernardes e proibido de circular por 12 dias. Mesmo o periódico ressaltando que, apesar de apoiar as críticas dos revoltosos, que exigiam moralidade na administração pública, repudiava a sublevação dos militares, Júlio Mesquita ficou preso no Hospital do Exército, no Rio de Janeiro.

Mas a atitude dos executivos do *Estadão* frente aos atos governamentais não se limitava à redação de editoriais inflamados publicados nas páginas de um dos veículos de imprensa mais antigos do país. De acordo com Mylton Severiano, em *Nascidos para perder: História do Estadão, jornal da família que tentou tomar o poder pelo poder das palavras - e das armas* (2012), os mandatários do jornal se envolveram fisicamente em disputas políticas, a ponto de participar da conspiração por uma contrarrevolução ao governo de Getúlio Vargas, lutando nas trincheiras e com transporte de armas, além de imprimir panfletos classificados pelo DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda - de “proclamações subversivas”.

O protagonismo público dos Mesquitas na “Revolução de 1932” - ou Movimento Constitucionalista - começou em 25 de janeiro de 1932, após uma comemoração pelo aniversário da cidade de São Paulo na Praça da Sé, embora diga-se que a participação na alcova tenha começado bem antes. Uma multidão de senhores da classe média e da elite cafeeira e industrial paulistana se aglomerou

diante da sede do jornal da família, à época na rua Boa Vista, para ouvir o discurso de Júlio de Mesquita Filho da sacada do prédio: “O império da lei e da justiça só poderá ser restabelecido no dia em que, tomado o fio de nossa evolução, São Paulo voltar ao seu lugar de líder insubstituível da nação” (Pilagallo, 2012, p. 97).

Em 9 de julho estoura a revolução, com o empenho dos irmãos Mesquita. No registro do Acervo Estadão, o jornal confirma a participação presencial dos donos no *front* da luta armada, para além da contribuição intelectual na organização do movimento e dos manifestos escritos. “Uma das épocas mais difíceis para o jornal. Inconformados com o autoritarismo e o tratamento hostil de Getúlio Vargas e os “tenentes” a São Paulo, o Estado e o Partido Democrático se indispõem com a ditadura e formam uma aliança com alguns setores do PRP contra o governo federal. No dia 9 de julho eclode a revolução constitucionalista em defesa de eleições livres e de uma constituição. Francisco Mesquita vai para a frente de batalha, enquanto Júlio de Mesquita Filho permanece em São Paulo na liderança civil do movimento. Ambos seriam presos e posteriormente exilados em Lisboa” (Acervo Estadão, data, n.p. Grifos do autor).

Durante o período em que os donos estiveram exilados, o *Estadão* foi administrado por Armando de Salles de Oliveira. Em 1934 os irmãos retornaram de Portugal e logo cravaram o sobrenome Mesquita em outro marco histórico para o Estado de São Paulo. Júlio de Mesquita Filho se ocupava, no exílio, de visitar universidades em Coimbra, França e Roma, e idealizou uma proposta de uma estadual para São Paulo. Armando de Salles Oliveira, seu cunhado, até então administrador do jornal, foi nomeado interventor do Estado e baixou o Decreto 6.283, em 25 de janeiro de 1934, criando a Universidade de São Paulo (USP), cujos docentes foram escolhidos com a anuência de Mesquita Filho. Curioso lembrar que a USP surgiu com a união de faculdades públicas existentes na capital, entre as quais a Faculdade de Direito e suas ‘arcadas’, de onde saíram os criadores do jornal *O Estado de S. Paulo* (Acervo Estadão, n. p).

Em 1940, Getúlio Vargas investe contra *O Estado de S. Paulo* e decreta intervenção do governo federal na administração e edição do jornal. Getúlio desenvolveu uma forma muito peculiar de lidar com a imprensa, fazendo jus ao ditado “aos amigos, tudo; aos inimigos, a lei”. A perseguição aos jornais que não apoiavam o ‘Pai do Pobres’ foi sendo cada vez mais aprimorada desde os primeiros dias de Vargas no poder, mas, a partir do Estado Novo, houve um endurecimento.

Aos que não criticavam o governo, Vargas concedia benefícios fiscais e financeiros, ao passo que os opositores eram submetidos ao rigor da lei, impondo a censura ou sufocando financeiramente as empresas, impossibilitando a importação de papéis ou cassando os registros dos veículos.

O episódio de 25 de março de 1940 é objeto de controvérsias. O Acervo de Memórias do *Estadão* registra a “versão oficial” da família Mesquita, tratando a revista policial e a descoberta de armas no forro da redação como uma farsa plantada pela própria polícia para incriminar o jornal. Essa versão sustenta ainda que toda a trama tinha a conivência e o apoio institucional do aqui-inimigo da família Mesquita, o interventor de São Paulo nomeado por Getúlio, Adhemar de Barros.¹³

Soldados invadem a redação do Estado sob a falsa acusação de conspiração armada. Armas são colocadas no forro do prédio pela própria polícia para forjar provas. O jornal é acusado de armazenar metralhadoras para derrubar o governo. Francisco Mesquita é preso e levado para o Rio de Janeiro onde fica por 40 dias. Nada provado contra ele, é solto. Entretanto, ficou impedido de reassumir suas funções no jornal, que passou a ser gerido pela ditadura. Getúlio Vargas percebeu que melhor do que fechar o jornal, era confiscá-lo e colocá-lo a serviço de sua propaganda. O nome indicado pelo regime para comandar o jornal durante a intervenção foi do jornalista Abner Mourão (Acervo Estadão, n.p.).

A reação repressiva aos atos subversivos atribuídos aos mandatários do jornal resulta na prisão de 41 pessoas, entre parentes dos Mesquita, sócios ou diretores da empresa jornalística e amigos da família, definidos, de acordo com relatório policial, como seguidores e comandados de Armando Salles, os “armandistas”, que se aliavam politicamente às diretrizes políticas do “chefe” (Severiano, 2012, p.85). Por meio de um decreto de 1º de abril, foi criado o

¹³Adhemar Pereira de Barros (Piracicaba, 22 de abril de 1901 — Paris, 12 de março de 1969) foi aviador, médico, empresário e influente político brasileiro de 1930 a 1960. Deputado estadual em São Paulo (1935–1937); nomeado interventor federal em São Paulo (1938–1941) por Getúlio Vargas diante da indicação de Filinto Müller; governador de São Paulo (1947–1951 e 1963–1966) e prefeito de São Paulo (1957–1961); concorreu à Presidência da República em 1955 e em 1960, sendo derrotado. Se alia aos governadores Carlos Lacerda (da Guanabara) e Magalhães Pinto (de Minas Gerais) a serviço da conspiração que culminou no golpe militar de 1964. Tornou-se um dos principais apoiadores do governo militar, até o Ato Institucional nº 2 (1965), que estabelece eleições indiretas para presidente e governadores. Inconformado, Adhemar passa a conspirar abertamente contra o governo militar e é cassado em junho de 1966. Foi proprietário de empresas como Lacta e Rádio Bandeirantes. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ademar_de_Barros; https://www.ebiografia.com/ademar_barros/; <https://neamp.pucsp.br/liderancas/ademar-pereira-de-barros>; <https://educacao.uol.com.br/biografias/adhemar-de-barros.htm>. Acessados em 8 ago. 2023.

Conselho Nacional de Imprensa, que escolheu Abner Mourão, ex-redator-chefe do *Correio Paulistano*, para diretor de *O Estado de S. Paulo*.

Entretanto, o argumento de “farsa” dos Mesquita é contestado por algumas figuras da época, como consta da pesquisa de Severiano que deu origem ao já citado livro *Nascidos para perder* (2012). A *Gazeta*, um dos grandes jornais de São Paulo à época, traz o seguinte registro sobre a diligência policial:

A polícia de São Paulo vinha, há algum tempo, observando a atividade de certos elementos pertencentes à antiga política dominante naquele Estado e, após demoradas diligências, apurou com segurança que tramaram uma ação revolucionária contra o regime e a ordem legal. Apurou mais que as reuniões eram realizadas não só na residência dos conspiradores como também na sede do jornal *O Estado de S. Paulo*, que assim se tornou centro das atividades subversivas (...) Prosseguindo nas diligências iniciadas, a polícia paulista apreende recentemente, enterradas em terrenos da chácara de um dos detidos, 45 metralhadoras de mão e uma caixa de granadas. Em diligência posterior, foram apreendidas mais 12 metralhadoras (Severiano, 2012, p. 63).

Os cinco anos de intervenção foram explicados em poucas linhas nas memórias institucionais, de forma muito resumida: o governo tomou e depois devolveu. Mas, na prática, paira no ar como, juridicamente, teria ocorrido a troca de comando. Um dia antes de morrer vítima de um enfisema, em 1980, Samuel Wainer¹⁴ revelou ao colega Hamilton Almeida Filho: “a intervenção foi provocada pelo Estadão, porque o doutor Julinho não tinha saída. Sempre foi um jornal poderoso, da oligarquia, quando veio o Estado Novo já tinha 60 anos e estava cheio de inimigos. Tramaram contra Getúlio desde 1930. Em 1937, já não havia mais como confrontar forças. Precisaram armar uma saída de cena” (Severiano, 2012, p. 75).

Uma entrevista de Ruy Mesquita, filho de Júlio, ao programa “Roda Viva”, da *TV Cultura*, em 5 de abril de 2004, reforça a tese de que a intervenção foi uma salvação para as finanças de *O Estado de S. Paulo*. “Os anos de intervenção foram a fase mais próspera do jornal, porque a gestão financeira da ditadura na empresa

¹⁴ Samuel Wainer foi um jornalista e empresário russo-brasileiro, fundador, editor-chefe e diretor do jornal *Última Hora* e da revista *Diretrizes* (1934). Firmou-se como repórter ao trabalhar no *O Jornal*, de Assis Chateaubriand, no qual deu vários “furos”. Foi o único jornalista brasileiro e da América Latina a cobrir o Julgamento de Nuremberg. Ver em: SAMUEL WAINER. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Samuel_Wainer&oldid=68666464>. Acesso em: 21 set. 2024.

foi muito boa. Os homens que o Getúlio pôs lá para gerir a parte comercial e financeira do jornal nada tinham de políticos, tanto que foram mantidos lá por meu tio, Francisco Mesquita, que era diretor de administração do jornal” (Pilagallo, 2012, p. 123).

A história registrada em cartório dá conta de uma escritura de venda lavrada no 2º Tabelionato de Notas, na qual a empresa S/A O Estado de São Paulo é vendida por seus acionistas à Fazenda do Estado de São Paulo (governo estadual), que pagou 10 mil contos (dinheiro da época) e assumiu dívidas relacionadas e avaliadas em 20 mil contos. Sob a gestão de Abner Mourão, o interventor convidado a assumir a gerência da redação e acompanhar toda a movimentação financeira, a S/A O Estado de São Paulo conseguiu sanear as finanças e saltou para a prosperidade (Severiano, 2012, p. 91).

A escritura pública de cessão e transferência de ações lavrada no 2º Tabelionato, situado no Largo do Arouche, em que a Fazenda do Estado de São Paulo revende as ações da empresa S/A O Estado de São Paulo para a família Mesquita tem como base o Decreto nº 15.273, de 6 de dezembro de 1945, assinado pelo então interventor de São Paulo, Macedo Soares. O decreto estipulou ainda o valor de recompra das ações, fixado em Cr\$ 12.389.087,50, e mais Cr\$ 903.336,00 sobre elevação de dividendos. Assim, a empresa S/A O Estado de São Paulo retornou, em 7 de dezembro de 1945, aos antigos proprietários, a família Mesquita, sob a liderança do sócio majoritário Júlio de Mesquita Filho.

A linha do tempo do acervo histórico do *Estadão* destaca essa ruptura que existiu entre 7 de abril de 1940, primeira edição após a intervenção do governo no Estadão, e dezembro de 1945, quando o jornal foi devolvido aos donos. No período de intervenção, as edições traziam o nome do interventor Abner Mourão no alto da primeira página, lugar antes ocupado pelo nome do então diretor Francisco Mesquita. As memórias do *Estadão* classificam a ocupação como censura ao jornal e acrescentam uma alfinetada ao período: “Somente o título do jornal não teve alteração. O conteúdo, por sua vez, tornou-se mais um boletim elogioso ao governo” (Acervo Estadão). A direção do jornal *O Estado de S. Paulo* tomou a decisão de não reconhecer os cinco anos em que o veículo esteve sob intervenção, de forma que a publicação, ao retornar aos antigos donos, recomeça a contagem a partir da edição nº 21.649, na qual havia aparecido pela última vez o nome de um Mesquita no alto da página. Assim, a edição 21.650 foi às bancas em 6 de dezembro,

com Júlio de Mesquita Filho no cabeçalho como diretor, ao lado de Plínio Barreto. Foi determinado que “esse período não entra na história do jornal” (Acervo Estadão).

A participação política fez parte do DNA dos dirigentes de *O Estado de S. Paulo* desde os primórdios. Júlio Mesquita foi eleito deputado estadual em 1891 e, em seguida, em 1892, federal. Conciliou a vida política com a direção do jornal quando ainda não era seu proprietário. A proximidade com o poder e o posicionamento político permearam desde sempre a história do *Estadão*. Fundado a partir da união de representantes da elite cafeeira paulista, *O Estado de S. Paulo* articulou a defesa pública da política liberal nas páginas impressas simultaneamente às atuações nas coxias do palco político.

No fim do século XIX, era o maior jornal de São Paulo. Criou a função de repórter de guerra ou enviado especial ao colocar o escritor Euclides da Cunha no *front* durante a Guerra de Canudos (1896), o que lhe rendeu um considerável aumento de vendas, a ponto de precisar comprar novo maquinário para dar conta do aumento na tiragem. Na primeira metade da década de 1960, o jornal *O Estado de S. Paulo* já havia se tornado uma referência para a opinião pública paulista e paulistana, era líder em circulação e gozava de uma situação financeira estável.

A militância favorável ao golpe militar de 1964 não é um posicionamento contraditório à trajetória do jornal *Estadão*, uma vez que, desde sua criação, o periódico sempre deixou claro em seus editoriais sua essência favorável ao pensamento conservador brasileiro e a defesa dos princípios do liberalismo econômico aos moldes estadunidenses. Portanto, era plausível que o *Estadão* se engajasse na luta anticomunista pré-golpe de 64. A cada nuance de um rumo político desinteressante ao modo de ver do jornal, haveria uma ação de igual ou maior intensidade no sentido de combater o inimigo de seus interesses e suas políticas. Soma-se a essa tradição conservadora o combate ao comunismo fruto da Guerra Fria, que seria abraçado pela linha editorial do *Estadão*, o que também é coerente com a posição liberal do veículo jornalístico.

O governo de Jânio Quadros começou com um golpe financeiro nos jornais impressos. Pouco depois da posse, em 1961, Jânio cortou os subsídios para a importação de papel jornal - prática criada por Getúlio Vargas para premiar veículos favoráveis ao governo. A medida consolida uma antipatia ao novo presidente, que

duraria pouco no comando da nação. Sete meses depois, os jornais confabularam contra a posse do vice de Jânio, João Goulart.

Assim como outras publicações, o *Estadão* tinha proximidade com a UDN (União Democrática Nacional) e, como bom representante do udenismo, transpirava em suas páginas o temor ao comunismo, a defesa do moralismo, as críticas ao populismo e a defesa do capital estrangeiro contra a política estatizante. Nesse sentido, comungava do posicionamento dos demais jornais tradicionais paulistas pró UDN - contra a política estatizante, o populismo e a proximidade com países socialistas e comunistas e, por outro lado, favoráveis ao capital estrangeiro.

Os registros históricos do período ditatorial de 1964 mostram a complexidade das relações entre a imprensa e o poder à época. Uma relação multifacetada mediante as transformações ideológicas, as pressões políticas e as estratégias de resistência que moldaram a postura dos veículos de comunicação ante o regime militar no Brasil. A abordagem traz, em especial, a controversa relação entre o jornal *O Estado de S. Paulo* (*Estadão*) e o regime militar no Brasil.

Inicialmente, diversos veículos de comunicação, incluindo o *Estadão*, apoiaram ativamente o golpe de 1964, expressando entusiasmo pela mudança política. Contudo, ao longo do tempo, divergências ideológicas, questões políticas internas e a crescente sanha repressora do regime levaram a imprensa, inclusive o *Estadão*, a distanciar-se do apoio inicial aos militares.

1.5 Ditadura e Imprensa, do amor ao ódio: ‘a imprensa disse sim’

A manchete do jornal *O Estado de S. Paulo* de 2 de abril de 1964 sintetiza o posicionamento da maioria da imprensa em relação ao golpe de 1964: “Vitorioso o movimento democrático”. O editorial do jornal *O Globo*, também de 2 de abril, segue a mesma orientação editorial: “Ressurge a democracia!”. No dia seguinte, 3 de abril, o popular jornal carioca *O Dia* anunciava na capa: “Fabulosa demonstração de repulsa ao comunismo” (Magalhães, 2014, n. p.). Esses são alguns exemplos que materializam a frase de efeito “a imprensa disse sim ao golpe de 1964” e evidenciam não só a aderência à mudança nos rumos do país, como a prévia participação ativa nos incentivos e coberturas das manifestações civis a favor dos militares.

Um bom exemplo dessa realidade é a série de artigos especiais veiculados pelo jornal *O Globo*, com a capacidade de aguçar no imaginário popular a

associação da figura do escritor Francisco Julião aos crimes do cangaço, “como um advogado radical, orientador das Ligas Camponesas que mobilizava os trabalhadores rurais em seus ultimatos aos poderes públicos com o propósito de subverter a ordem” (Teixeirensen, 2022 [2017], p. 146)¹⁵. Em 4 de novembro de 1959, cinco anos antes de o golpe de 1964 ocorrer, *O Globo* noticiara “Ameaça Pernambuco com um ‘banho de sangue’”, voltando à carga em 10 de junho de 1959: “Comunistas prontos na diretoria da Liga Camponesa”. No pós-golpe, em outubro de 1964, *O Globo* reforçou matéria publicada no *Jornal do Commercio* de Pernambuco, a qual denunciava a união de Julião a um bandoleiro, “Chapéu de Couro”, que praticava crimes semelhantes aos de Lampião no interior do estado (Teixeirensen, 2022 [2017], p. 146).

Outra amostra do engajamento da imprensa a favor da ditadura se apresenta na rivalidade entre os jornais *Tribuna da Imprensa* e *Última Hora* - herança da Era Getúlio Vargas, quando os periódicos pertenciam, respectivamente, a Carlos Lacerda e Samuel Wainer. Nos momentos pré e pós 64 os dois jornais se colocaram em trincheiras opostas na disputa histórica. Fiel aos antecedentes trabalhistas, o jornal *Última Hora* cumpriu uma política editorial em defesa do governo de João Goulart, enquanto a *Tribuna da Imprensa* recebia a influência de Carlos Lacerda, então governador da Guanabara, que, mesmo não sendo mais proprietário do periódico, mantinha laços de amizade com Hélio Fernandes, novo proprietário da *Tribuna da Imprensa*. Em 31 de março de 1964, o periódico endossou o movimento militar que depôs o presidente Goulart.

Em “Ditadura e corrupção”, Diego Knack (2018) argumenta que as bases do imaginário popular já haviam sido gestadas desde a Era Vargas, com base num discurso anticorrupção cujo pontapé inicial foi a CPI que investigava o favorecimento do Banco do Brasil a três veículos de comunicação e a seus proprietários: Samuel Weiner, Roberto Marinho e Assis Chateaubriand. Desde então, a pauta anticorrupção se tornou constante no debate popular sobre a política nacional.

Os significados políticos do moralismo que animou a iniciativa do golpe já estavam traçados e compunham, havia muito, o centro da vida política nacional. Depois do golpe, o moralismo

¹⁵ Versão on-line do livro e a tese de doutorado que deu origem a este, ganhadora do Prêmio de Pesquisa Memórias Reveladas, do Arquivo Nacional, podem ser encontradas online em: <http://objdig.ufrj.br/34/teses/855395.pdf> e https://www.gov.br/arquivonacional/pt-br/servicos/publicacoes/invencao_do_inimigo.pdf

voltado para a política esteve nos discursos de entusiastas da autointitulada “revolução” e deu forma a políticas de Estado. A análise da construção do imaginário social sobre a corrupção no Brasil ajuda a entender como se elaborou historicamente o argumento da necessidade da solução autoritária defendida pelos golpistas. Nesse sentido, o golpe começou muito antes de 31 de março de 1964 (Knack, 2018, p 25).

Para Knack (2018), a questão da construção do imaginário popular é frequentemente atribuída à atuação da imprensa e de empresas de comunicação, mas o autor considera ser um pouco exagerado acreditar nessa hipótese, principalmente quando pensamos nos pressupostos apresentados por Jesús Martín-Barbero (2015), que analisa o fenômeno da comunicação a partir de uma mediação que inclui o receptor da mensagem. É preciso considerar que há também uma aderência do receptor à mensagem da imprensa, que acaba por pautar o debate do dia na sociedade. À medida que uma mensagem é repetidamente exposta tende a se tornar uma realidade no imaginário popular. Essa perspectiva mostra a fundamental atuação da imprensa em prol do golpe de 1964.

O apoio da imprensa, por meio da veiculação de notícias que valorizavam princípios defendidos pelos apoiadores do golpe, proporcionava dois ingredientes essenciais para o reforço do golpe civil-militar e sua manutenção. Em primeiro, criava e alimentava um julgamento popular entre os civis contra aqueles classificados pela ditadura como “subversivos” ou “nocivos à pátria”. O segundo ponto é que produzia insumos para os dossiês montados pelos órgãos de informação que justificaram medidas de repressão contra indivíduos crucificados pela imprensa.

Evidencia-se a permanência de recursos retóricos de incriminação, cujo objetivo principal consiste em outorgar aos inimigos do Estado características desabonadoras. Esses recursos seriam traços característicos do processo de montagem dos arquivos do sistema de repressão e informações da ditadura militar brasileira sobre a trajetória de Francisco Julião (Teixeirense, 2022, pp. 146-147).

Em 2013, o jornal *O Globo*, em *mea-culpa* pública, reconheceu que apoiou o golpe de 1964 e apresentou uma espécie de pedido de desculpas. O texto era também uma confirmação do apoio de outros veículos ao golpe, sob a narrativa do entendimento da imprensa de que seria uma ação passageira que levaria a uma convocação de eleições em 1966.

A lembrança é sempre um incômodo para o jornal, mas não há como refutá-la. É História. O GLOBO, de fato, à época, concordou com a intervenção dos militares, ao lado de outros grandes jornais, como “O Estado de S. Paulo”, “Folha de S. Paulo”, “Jornal do Brasil” e o “Correio da Manhã”, para citar apenas alguns. Fez o mesmo parcela importante da população, um apoio expresso em manifestações e passeatas organizadas em Rio, São Paulo e outras capitais. (...) Naquele contexto, o golpe, chamado de “Revolução”, termo adotado pelo GLOBO durante muito tempo, era visto pelo jornal como a única alternativa para manter no Brasil uma democracia. Os militares prometiam uma intervenção passageira, cirúrgica. Na justificativa das Forças Armadas para a sua intervenção, ultrapassado o perigo de um golpe à esquerda, o poder voltaria aos civis. Tanto que, como prometido, foram mantidas, num primeiro momento, as eleições presidenciais de 1966 (Memória O Globo, grifos do original).¹⁶

Notadamente, a lembrança da atuação dos jornais no golpe de 1964 tornou-se ainda incômoda no decorrer do governo de Jair Bolsonaro (2019-2022). O historiador João Teófilo, autor do livro “Nem tudo era censura”, afirma, em entrevista ao site *The Intercept Brasil* (julho de 2020), que a imprensa prefere ressignificar a memória da atuação durante o regime militar por meio das lembranças da resistência à censura e a adesão à campanha das Diretas Já e reduzir o peso sobre o apoio dado nos primeiros momentos do golpe.

Há tempos se estuda a relação da imprensa com a ditadura militar. Há jornalistas e jornais, principalmente ligados à imprensa alternativa, que se opuseram ao regime, como bem mostrou o jornalista Bernardo Kucinski no livro “Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa” – O Pasquim é um exemplo clássico. Mas, salvo essas exceções importantes, a grande imprensa não foi apenas entusiasta do golpe de 1964, que derrubou João Goulart [1919-1976], mas também da própria ditadura. Em vários estados, os principais jornais da época compuseram a aliança civil-militar que ajudou a implantar a ditadura. Foi notório o apoio dos jornais O Globo, Folha e Estadão, no Sudeste; Zero Hora e Correio do Povo, no sul; e O Povo, no Nordeste. Mas a memória que essa imprensa construiu sobre si é bastante curiosa: além do silêncio sobre questões incômodas, o que marca essa memória é uma narrativa carregada de resistência, como se todos estivessem na oposição ao regime o tempo todo. Virou lugar-comum, por exemplo, a lembrança dos poemas de Camões que ocuparam páginas censuradas. Ou seja, joga-se muita luz sobre os casos de censura, enquanto o apoio rotineiro desses jornais acaba ficando na penumbra. A censura também atingiu apoiadores da ditadura, sobretudo na fase mais repressiva do regime. O problema é o

¹⁶ Disponível em <https://memoria.oglobo.globo.com/erros-e-acusacoes-falsas/apoio-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-12695226>. Acessado em 10 jan. 2024.

superdimensionamento dessa resistência, forjando uma leitura do passado que não corresponde à realidade (Teófilo, 2020, n.p).

Estudos desenvolvidos por Capelato e Prado (1980) mostram que o posicionamento do jornal admitia o uso de medidas mais duras por parte do governo caso o combate fosse contra o perigo vermelho representado pelo comunismo. A bandeira do anticomunismo se fazia presente nos editoriais do Estadão muito antes do golpe de 1964. Vejamos, por exemplo, o editorial de 5 de dezembro de 1935:

Tão grandes são os entraves que o liberalismo da Constituição opõe à votação da lei, realmente asseguradora das instituições e da ordem social, que se o comunismo não for, agora, definitivamente aniquilado, haverá necessidade, talvez, de se provocar a emenda de vários textos constitucionais. Se for preciso ir até lá, vamos sem hesitação. A salvação pública a tudo sobreleva. Se ela impuser, além de outros, o sacrifício de princípios doutrinários, que a tornam incerta e precária, façamos esse sacrifício (Capelato e Prado, 1980, p. 59).

Em 1962, dentre a imprensa, Jango tinha o apoio fiel apenas do jornal *Última Hora*, herdeiro do trabalhismo de Getúlio Vargas. Os demais veículos tramaram pela derrubada do presidente e a implantação da ditadura militar. Nesse cenário, o *Estadão* foi novamente protagonista. Em resposta ao pedido de apoio do general Ernesto Geisel, Júlio Mesquita Filho escreve uma carta, intitulada “Roteiro da revolução”, na qual, como conta Oscar Pilagallo em *História da Imprensa Paulista* (2012), ele recomenda “uma limpeza radical nos quadros da Justiça” e a decretação de estado de sítio, além de indicar nomes para contribuir para o “novo governo”. No ano seguinte ao envio da carta, Júlio de Mesquita Filho preparou, com a ajuda do jurista Vicente Rao, o esboço do ato institucional do futuro governo provisório. Esse rascunho foi encontrado pelo repórter José Stacchini “no fundo de uma gaveta da escrivaninha” de Mesquita (Pilagallo, 2012, p. 163).

1.6 O divórcio entre imprensa e ditadura e a Redemocratização

Impulsionados por questões particulares, veículos da imprensa, cada um em seu momento bem particular e peculiar, abandonaram o lugar de sustentação ao governo e passaram paulatinamente para a oposição. A mudança de percurso ocorreu muito em função de questões próprias, e não coletivas da sociedade ou de solidariedade aos demais veículos jornalísticos. A base da reflexão envolve

registros históricos presentes em livros e pesquisas realizadas após o trabalho desenvolvido pela Comissão da Verdade, com o foco direcionado para o jornal *O Estado de S. Paulo*, o *Estadão*.

A possibilidade de concorrer nas eleições que, hipoteticamente, ocorreriam após o golpe militar era uma espécie de “cereja do bolo” para o apoio do jornalista e político Carlos Lacerda à ação militar, associada à raivosa oposição aos “comunistas”, consolidada após se tornar inimigo do Partido Comunista Brasileiro (PCB). Pedro Ivo Teixeirense (2022) relata que, inclusive Carlos Lacerda, quando partiu para a oposição ao Regime Militar, foi enquadrado como subversivo a partir do momento em que anunciou que comandaria uma Frente Popular ampla que aglutinaria os opositores ao governo Costa e Silva (1967-1969).

O então chefe do Serviço Nacional de Informações (SNI), general Emílio Garrastazu Médici, chamou a atenção para o passado de militância comunista de Carlos Lacerda durante a juventude no PCB para cancelar a ideia de que a palavra “Frente” carregava todo o simbolismo da terminologia político-ideológica das organizações subversivas. “A lua de mel entre Carlos Lacerda e a ditadura, que havia se encerrado desde o cancelamento das eleições presidenciais de 1964, se transformou em ‘divórcio litigioso’; acrescentava-se um novo elemento na definição do perfil do mais recente subversivo marxista-leninista” (Teixeirense, 2022, pp. 138-139).

Também a candidatura de Hélio Fernandes a deputado federal pelo Movimento Democrático Brasileiro (MDB) do Rio de Janeiro foi impugnada, e o jornalista ainda foi proibido de escrever no próprio jornal. A oposição da *Tribuna da Imprensa* ao governo gradualmente se intensificou, levando o jornal a apoiar a Frente Ampla mobilizada por Carlos Lacerda, então afastado do poder pelos militares, com o objetivo de unir políticos como Juscelino Kubitschek e o próprio João Goulart contra o governo Castelo Branco (1964-1967).

Houve momentos cruciais, como a censura prévia nas redações, que evidenciam a tentativa do regime militar de controlar a narrativa e reprimir vozes consideradas contrárias aos seus interesses. O *Estadão*, mesmo sendo inicialmente um forte apoiador do golpe, enfrentou momentos de tensão com o governo, culminando na suspensão de sua circulação, em 1968, e na adoção de estratégias criativas, tais como a publicação de trechos de “Os Lusíadas” para driblar a censura. O episódio ilustra as nuances do papel desempenhado pela imprensa durante o

regime militar, oscilando entre o apoio entusiástico, a resistência criativa à censura e, eventualmente, a oposição mais explícita.

A censura à imprensa foi uma das estratégias da ditadura para controlar a narrativa e reprimir vozes consideradas contrárias aos interesses do governo antes mesmo da promulgação do AI-5, em dezembro de 1968. No panorama traçado por Sandra Reimão (2011), havia uma produção cultural e intelectual de esquerda que criticava o regime em cinemas, teatros, shows e livrarias, de certa forma livres, sem a intervenção dos militares.

O cerco à produção intelectual e cultural que promovesse reflexão crítica à forma de governo ditatorial e militar instaurada pelo golpe de 1964 foi mais incisivamente perseguida a partir da edição do AI-5. Mas a autora salienta que o crescimento de publicações de oposição entre as editoras de livros não representava uma prova de liberdade de expressão, ao contrário, foi um período "marcado por uma atuação confusa e multifacetada e pela ausência de critérios, mesclando batidas policiais, apreensões, confiscos e correção física" (Reimão, 2011, p. 20).

Para além da perseguição aos “subversivos”, a ditadura investiu gradualmente na repressão dos pensamentos veiculados na imprensa que, paulatinamente, deixava de apoiar o golpe militar.

A censura nos pós 1968 recrudescceu e se tornou mais organizada com a centralização da atividade de censura como atividade do governo federal determinada na Constituição de 1967. Quando o AI-5 foi decretado, a censura já era uma realidade, mas se tornou mais dura. mas foi o início oficial do período chamado de anos de chumbo em que o país vivenciou o mais longo e duro período de censura do Brasil independente (Reimão, 2011, p. 28).

Flamarion Maués (2013) afirma que a produção editorial de livros conseguiu ter um sucesso no plano da oposição por não ter sido um alvo direto do sistema no início do golpe militar e nos anos que antecederam a instituição do AI-5. Já vigorava a prática repressora para cinema, televisão, teatro, espetáculos públicos, música e rádio, e em várias revistas e jornais impressos. A censura foi estendida ao mercado editorial depois da centralização do Serviço de Censura e Diversões Públicas (SCDP) em Brasília. A censura prévia para livros foi regulamentada pelo Decreto-Lei 1.077/70.

Após o AI-5, decretado em dezembro de 1968, e suas consequências políticas restritivas, foi em janeiro de 1970 que o setor livreiro sentiu mais de perto os efeitos do fechamento político, com a edição, no dia 26 daquele mês, do Decreto-Lei no

1.077, que estendia a censura prévia aos livros. O decreto estabelecia, no artigo 1º, que: "Não serão toleradas as publicações e exteriorizações contrárias à moral e aos bons costumes quaisquer que sejam os meios de comunicação"; e no artigo 2º dava poderes ao Ministério da Justiça, por meio do Departamento de Polícia Federal, para "verificar, quando julgar necessário, antes da divulgação de livros e periódicos, a existência de matéria infringente da proibição enunciada no artigo anterior", salientando, em suas considerações iniciais, que "O emprego desses meios de comunicação obedece a um plano subversivo, que põe em risco a segurança nacional". Ainda que o decreto estabelecesse que a censura deveria se limitar a temas referentes a sexo, moralidade pública e bons costumes, as leis de exceção a que o País estava submetido às quais se juntava o próprio decreto - alargaram sobremaneira o entendimento do que poderia ser considerado, para o poder ditatorial, adequado em relação a esses temas (Maués, 2013, pp. 51-52).

Sinais de alerta foram emitidos por alguns jornais através de mensagens sugestivas cujo objetivo era, de forma velada, marcar a presença da censura prévia nas redações. Assim, falsas previsões do tempo anunciando “tempo fechado” ou a chegada de “fortes ventos”, como os publicados pelo *Jornal do Brasil*, desejavam indicar que a censura atuaria de modo ferrenho contra o jornal. Muitas vezes, um ato de censura de última hora tinha a capacidade de desorganizar uma página inteira já diagramada para a edição do dia seguinte. A censura chegou a proibir que páginas ficassem em branco, determinando que os espaços fossem preenchidos por outras matérias.

O notório episódio envolvendo a reprodução dos poemas de Camões ocorreu com o jornal *O Estado de S. Paulo* que, como já visto, foi forte apoiador de primeira hora do golpe militar. O primeiro indício de uma narrativa direcionada para o esquecimento está claro no acervo digital que discorre sobre a história do Grupo Estado. No ano destinado à narração de 1964, o *Estadão* lança o seu *mea culpa* sob o título “1964 - OPOSIÇÃO aos militares” (grifo nosso): “O Estado apoia o movimento militar que depôs o presidente João Goulart, ao constatar que ele já não tinha autoridade para governar. Defendeu uma intervenção militar transitória. Porém, ao perceber que os radicais de extrema direita aumentavam sua influência e queriam a perpetuação dos militares no poder, o jornal retira seu apoio e passa a fazer oposição” (Acervo Estadão).

O uso da palavra OPOSIÇÃO relacionada ao ano de 1964 apresenta uma ideia oposta à realidade. A relação entre o jornal e o regime militar teve altos e

baixos e houve momentos em que o *Estadão* adotou uma postura mais crítica em relação ao governo, enfrentando, assim, a censura. A oposição do jornal *Estadão* à ditadura militar só ocorreu anos mais tarde, já na iminência da decretação do AI-5, como consta no acervo histórico do jornal. Em 1968, o governo militar impediu a circulação do jornal *O Estado de S. Paulo* como ato de censura ao editorial escrito por seu proprietário Júlio de Mesquita Filho, intitulado “Instituições em frangalhos”¹⁷. A partir daí, a censura prévia foi instituída presencialmente nas redações do *Estado* e do *Jornal da Tarde*.

Sob censura mais acirrada desde a promulgação do Ato Institucional nº 5 (AI-5), em 13 de dezembro de 1968, *O Estadão* notabilizou-se por confrontar os censores publicando trechos de “Os Lusíadas”, obra épica do escritor português Luís de Camões, nos espaços cujas matérias haviam sido vetadas. O vespertino *Jornal da Tarde*, da mesma empresa, adotou artifício semelhante, divulgando receitas culinárias como forma de driblar a censura.

Essa estratégia criativa visava informar os leitores sobre a proibição de veiculação de determinadas notícias, que feriam as orientações dos militares. No total, a censura vetou mais de 1.100 matérias de cunho político, especialmente sobre a repressão. Para cobrir esses espaços vazios, o jornal publicou duas vezes os 8.116 versos do poema quinhentista de Luís de Camões, entre dezembro de 1969 e janeiro de 1975, quando foi suspensa a atuação da censura prévia.

Os anos 1980 foram de muita agitação e de crescimento dos grandes jornais de referência, como a *Folha de S. Paulo*, que conseguiu, em 1982, desbancar a liderança do *Estadão* como jornal paulista com maior circulação no país. Em 1983, a então nova sede do *Estadão*, no bairro do Limão, viraria notícia nas páginas dos demais concorrentes depois que uma bomba explodiu dentro de um carro estacionado na porta do jornal. Era mais uma de tantas bombas que sinalizavam o descontentamento dos militares linha-dura com o processo de abertura política em curso durante o governo do general João Figueiredo (1979 – 1985).

Quando o clamor pelas Diretas Já lotou as ruas das principais capitais do país, tornou-se praticamente impossível ignorar o movimento. À medida que a campanha ganhava mais adeptos entre celebridades políticas, famosos da televisão e pessoas comuns, ficava impossível estar no campo jornalístico e não publicar

¹⁷ O editorial em questão foi publicado na edição de *O Estado de São Paulo* de 13 de dezembro de 1968.

fotos incríveis da adesão popular. Assim os jornais entraram em 1984, o que inclui o *Estado* - que já havia criado, desde 1970, a *Agência Estado*, cujo propósito era o de centralizar a produção e distribuição de material fotográfico e jornalístico dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*.

A partir de 1985, o Brasil viveu o clima da redemocratização. Uma virada política com grande engajamento da população, que foi às ruas pedir o retorno das eleições livres e diretas para a Presidência da República. A imprensa promoveu uma ampla cobertura da votação da emenda constitucional apresentada pelo deputado Dante de Oliveira (PMDB). A extinção da censura militar e o grande engajamento da população incentivaram o aumento do consumo de notícias por meio de jornais, TVs e rádios e impulsionaram, entre os anos de 1990 e a primeira década de 2000, o grande crescimento de títulos de periódicos: jornais diários, tabloides, revistas semanais, mensais, de nicho. O jornalismo ganhou público, notoriedade e força nesse período, em que o modelo de negócio baseado se consolidou na venda de espaço publicitário cujo preço era impactado pelo poder de alcance apresentado por cada mídia.

Depois vieram os investimentos da mídia em formatos *all news* para rádio e TV. Seguindo a tendência de crescimento que as empresas de jornais impressos vivenciaram no período, a *Agência Estado*, da mesma empresa do jornal *O Estado de S. Paulo*, comprou, em 1991, a *Broadcast Teleinformática*¹⁸ e passou a oferecer um novo produto para assinantes: cotações de ações e *commodities* ao mercado financeiro em tempo real. Era um sinal da diversificação dos produtos da empresa com base na tecnologia. Mesmo com a aproximação com a tecnologia, não parecia estar no horizonte dos empresários do ramo o “tsunami” de mudanças que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) imporiam ao jornalismo em um futuro muito próximo.

¹⁸ “A fim de atender a essa necessidade do mercado, em 1991 a Agência Estado adquiriu a Broadcast Teleinformática, empresa que transmitia cotações das bolsas nacionais e internacionais. Mesmo mantendo a marca, o conceito do produto foi totalmente modificado, o sistema foi redesenhado para agregar valor ao produto e, além das cotações, os clientes começaram a receber, em tempo real, informações e análises que tinham impacto direto sobre a lucratividade dos seus negócios. A base de terminais instalados desde a aquisição cresceu de 200 para cerca de 15 mil, fazendo do atual AE Broadcast, o serviço líder de mercado no setor de informações financeiras online e em tempo real”. Texto original de apresentação da Agência Estado disponível no site: https://www.ae.com.br/institucional/pag_historia_continuacao.php

2. Internet e a crise do jornalismo

A primeira transmissão de rádio no Brasil, em 1922, durante as comemorações do centenário da independência, e a inauguração da primeira emissora de TV, a Tupi, em 1950, pelas mãos de Assis Chateaubriand, vieram acompanhadas de sentenças pessimistas e fatalistas acerca dos impressos. Mas os registros históricos mostram a acomodação dos três meios - impresso, áudio e audiovisual - em hábitos de consumo distintos que comungavam com os hábitos sociais das épocas que seguiram, a ponto de coexistirem cada um com seu pico de audiência e sua função própria na divulgação da notícia.

Em passado bem próximo, antes do advento da internet, o rádio era a companhia das atividades solitárias enquanto a televisão era o ponto de encontro familiar ao fim do dia. Pela manhã cedo, os impressos davam conta das notícias do dia anterior com mais detalhes. O rádio se incumbia da tarefa de alardear os fatos e a TV era uma “testemunha ocular”, o olho do público no fato, trazendo imagens que “atestariam a verdade”. As novidades tecnológicas de 1922 e de 1950 se acomodaram com os ancestrais jornais impressos e todos dividiram a atenção dos consumidores. No Brasil, o cenário de convivência interacional entre as mídias impressas, de áudios e audiovisual foi fortalecido no período de redemocratização da sociedade em que leitores, ouvintes e espectadores estavam ávidos por notícias, informações e entretenimentos. Até a chegada da internet, base da Terceira Revolução Industrial, também classificada como Revolução Técnico-Científica ou Revolução Digital. Apesar de ser um movimento em curso desde os anos 1970, o jornalismo no Brasil só sentiria seus efeitos a partir de 1995, quando a grande rede de computadores mundial foi aberta para empresas. Empresas brasileiras vislumbraram a necessidade de adotar um endereço eletrônico e os jornais impressos logo aderiram à novidade e requisitaram um registro para ocupar um espaço no mundo digital. Em 2007, surgiu o iPhone¹⁹, que representará um

¹⁹ Símbolo da convergência digital, o iPhone é uma série de smartphones produzidos pela Apple Inc., que combinam tecnologias de telefonia móvel, câmera digital, tocador de música e computação pessoal. O aparelho, dotado de interface multissensor sensível ao toque (touchscreen) e com o uso do sistema operacional exclusivo da Apple, o iOS, é capaz de fazer fotografias, navegar na internet, enviar e-mails, mensagens de texto e imagem, reproduzir música e vídeos, além de permitir download de aplicativos. Após mais de dois anos de desenvolvimento, o dispositivo foi lançado pela primeira vez nos Estados Unidos em 2007. O iPhone foi posteriormente lançado na Europa, ainda em 2007, e na Ásia, em 2008.

Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2012/02/o-que-e-iphone.shtml> e <https://www.britannica.com/technology/smartphone>. Acessado em 13 mar. 2023.

importante fator de mudança no comportamento social no quesito do hábito de consumo e de produção da informação.

As mudanças nas relações comunicacionais da sociedade, mediante os avanços tecnológicos advindos da Terceira Revolução Industrial, nos últimos 70 anos, transformaram as relações sociais de forma mais rápida e avassaladora do que toda a trajetória da comunicação desde a invenção dos tipos móveis de Gutenberg, por volta de 1400. Marshall McLuhan (1962, 1964, 1967) adverte que a invenção de Gutenberg foi capaz de modificar a forma comunicacional a ponto de interferir no modo de pensar do ser social. A partir daquele instante, a comunicação social saiu da oralidade coletiva e da memória para se transformar em uma comunicação de massa que afetaria os sentidos por meio do registro, da padronização, da visualidade e da fixação. Para McLuhan os meios comunicacionais, ou as tecnologias da linguagem, inferem, por meio das sensações produzidas, um ambiente cognitivo que reconfigura as heranças culturais de uma sociedade.

Contrariando estudos que observam apenas o conteúdo da mensagem, McLuhan suscita reflexões sobre os efeitos dos meios em si sobre a cultura de uma sociedade, antecipando as discussões sobre materialidade da comunicação. A tecnologia, para McLuhan, não é neutra, pelo contrário, molda comportamentos e pensamentos dos usuários. O filósofo e educador canadense sugere que o meio de comunicação é a própria mensagem como um aforismo para enfatizar que a tecnologia envolvida na transmissão é capaz de produzir sensações que alteram a cognição do receptor. Seus pensamentos sobre comunicação se estendem a pensar que cada tecnologia se molda ao ser social como uma extensão dos membros e dos sentidos, reforçando a ideia de que os meios têm, igualmente à mensagem veiculada, capacidade de interferir no comportamento humano e na cultura social. Em "A Galáxia de Gutenberg", McLuhan apresenta uma reflexão visionária ao provocar uma reflexão sobre os efeitos da tipografia sobre a cultura ocidental que é bastante atual para entendermos as questões que tramitam em torno da crise do jornalismo e a ascensão das redes sociais com foco informativo noticioso da sociedade brasileira.

A abertura da internet, a criação do computador pessoal, a globalização da comunicação e a popularização dos smartphones coadunam com os pensamentos de McLuhan. O iPhone é um exemplo contemporâneo das materialidades previstas por McLuhan. A lógica funcional do iPhone – congrega, na palma da mão dos

usuários, o poder de conexão, pesquisa, registro e transmissão - se expandiu para outras fábricas de aparelhos de telefonia móvel, que popularizaram o uso do smartphone ao longo dos anos seguintes. A facilidade ao alcance da palma das mãos modificou o padrão de consumo da sociedade contemporânea em vários níveis: influenciou e ainda influencia a veiculação da informação, a opção pela oralidade na comunicação interpessoal, o desejo pelo registro visual e provocou uma contradição social a respeito das relações pessoais em meio à solidão.

António Fidalgo e João Canavilhas (2009) observam que uma das vantagens de o jornalismo estar nos smartphones é ter o poder de alcançar as pessoas em qualquer lugar a qualquer hora, em que elas poderão estar paradas ou em movimento, não havendo mais com isso momentos mortos ou lugares inacessíveis ao noticiário. Termina a fase que o indivíduo social precisava estar a postos para consumir o noticiário, em um momento de dedicação exclusiva a essa tarefa. Os autores também observam que haverá a sobreposição de um filtro causado pela ação do GPS incorporado ao celular que potencialmente influi sobre o direcionamento da notícia de acordo com a localidade do receptor e seu aparelho móvel. Em 2009, Fidalgo e Canavilhas pontuavam que, dotado de um aparelho e recepção como de emissão, “de toda parte e de qualquer altura, as pessoas poderão entrar ativamente no fluxo informativo”, consolidando a mudança de paradigma do fluxo informativo que partia de um ponto produtor para muitos receptores para um modelo de partilha, no qual quem consome também produz, formando o *citizen journalism*.

A ideia de uma maior participação jornalística dos cidadãos que o *citizen journalism* proclama ganhará mais consistência com a Internet móvel. As atrás referidas aplicações de iphone, que permitem ao usuário do celular fazer upload de uma notícia, são disso um exemplo. O celular permite não só uma maior informação do indivíduo, mas também o capacita mais e melhor para um papel ativo no processo noticiosos dentro da sociedade. (Fidalgo e Canavilhas, 2009, p.117)

Para efeito de nosso estudo, é necessário destacar que, diante das mudanças provocadas pela Revolução digital, nos importa ver que o hábito de ler a notícia impressa entrou em declínio e uma nova moda entrou em curso: o uso das redes sociais digitais como potencial meio de comunicação e informação. Por meio das redes, os consumidores passaram a obter e compartilhar notícias, publicidade e opiniões, com a possibilidade de interação imediata. O novo dispositivo tecnológico, o smartphone, representou um forte apoio para a consolidação de uma

sociedade em rede (van Dijck, 1991; Castells, 1996), para estabelecer as bases da Sociedade da Informação (Castells, 1996, 2000), e foi também o início do que posteriormente evoluiu para a Sociedade de Plataforma (van Dijck, 2019).

2.1 Impressos na Internet

Na virada para o novo século XXI, o consumo da notícia por meio dos impressos ainda estava em alta, apesar de diversos avanços tecnológicos - das TVs por assinatura, das rádios *all news* e da popularização da internet, a partir de 1995 - com a abertura do acesso à rede de conexão internacional entre computadores para além das universidades e núcleos militares. A possibilidade de registro de domínios para empresas, terminados em **.com**, e o surgimento do Personal Computer (PC), ou seja, computadores portáteis e de fácil manuseio, não passaram despercebidos à imprensa.

Em meados da década de 1980, os computadores começaram a ser introduzidos nas redações no lugar das máquinas de escrever, reduzindo o barulho e os custos com as laudas²⁰ e os carbonos que as acompanhavam e permitiam a proliferação de cópias pelas mesas das chefias nas redações de jornais. Em 1985, toma força o processo de informatização das redações com conexões entre os aparelhos em rede, possibilitando a troca de informações digitalmente, ainda que rudimentar quando comparamos com a situação atual. A *Folha de S. Paulo* foi o primeiro jornal a modernizar a redação com computadores (1982/1983) e o Estadão, o último.

Percebendo que estava perdendo espaço entre os leitores para a *Folha de S. Paulo*, o *Estadão* decide contratar o jornalista Augusto Nunes como diretor de redação. Consta que o jornalista aceitou sem hesitar, “porque achava que seria o jornal mais fácil de mudar, já que tinha ficado muito ruim” (Pilagallo, 2012, p. 247). Uma das primeiras providências do novo diretor foi informatizar a redação. Nunes afirmou que “abriria mão de qualquer outra reivindicação para dar prioridade à informatização” (Pilagallo, 2012, 248), afinal, a concorrência, leia-se *Folha de S.*

²⁰ Folha padronizada, própria para redação de matérias para qualquer veículo impresso ou audiovisual. A lauda padronizada surgiu como decorrência das necessidades de agilizar e racionalizar o processamento industrial da informação escrita impressa com informações básicas e com traçados de referência para o texto. Dicionário da Comunicação. Disponível em https://www.academia.edu/28561275/Dicion%C3%A1rio_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_5a_Edi%C3%A7%C3%A3o_Carlos_Alberto_Raba%C3%A7a. Último acesso: 05/11/2023

Paulo, já havia instalado computadores na redação cinco anos antes. Na esteira das reformulações, o *Estado de S. Paulo* adotou um novo projeto gráfico e incluiu a publicação de cadernos, além de passar a ter edições às segundas-feiras com os resultados dos jogos de fim de semana - que antes eram divulgados somente nas edições de terça-feira²¹. Essa modernização ocorreu somente entre 1999 e 2000.

Cinco anos antes, em maio de 1995, havia começado o uso comercial da web no Brasil e o carioca *Jornal do Brasil*, em maio daquele ano, lançou o *JB Online*, uma espécie de portal de notícias. Os passos da virtualização foram seguidos pelo *O Globo*, com a exposição de uma versão eletrônica da edição em papel (Ferrari, 2003, p. 25). Apesar de criar, ao mesmo tempo, um departamento exclusivo para desenvolver a presença do veículo na internet, o produto apresentado ao leitor era somente a transcrição de conteúdo da versão impressa do *Jornal do Brasil* para o ambiente online.

Ainda em 1995, o *Estado de S. Paulo* lançou seu site, com a reprodução do conteúdo do impresso - feito que está registrado no alto do site do jornal logo abaixo da logomarca - “Fundado em 1875, online desde 1995”. A novidade é registrada oficialmente pelo site da *Agência Estado* como pioneira, ao contrário do que alguns livros registram. “Em fevereiro de 1995, a Agência Estado tornou-se a primeira empresa jornalística brasileira na Web” (Acervo Estadão, n. p.). Em 1996, é a vez de o Grupo Folha lançar o site *UOL*, primeiro portal jornalístico online em tempo real, muito próximo do modelo que temos hoje. Em 2000, surgiu o Portal *IG*, primeiro jornal online produzido exclusivamente para a internet, com aplicação de técnicas próprias para a mídia digital. Na mesma época, foram criados também os portais *AOL*, *MSN* e *Yahoo!*.

Apesar de a estreia do jornalismo na internet ter acompanhado a tendência e mostrar que os veículos estavam “antenados” com a modernidade, nos anos seguintes não houve uma aposta substancial na presença online dos jornais de referência da grande imprensa. Aos poucos, os jornais que ocuparam a vanguarda do movimento na web pararam de empregar esforços no modelo virtual com a mesma intensidade do momento inicial.

Pelo contrário, entre 1995 e 2005, a disputa pela liderança em circulação e hegemonia, mediante a conquista de novos leitores, ainda era preponderante no

²¹ A edição das segundas-feiras havia sido suspensa em 12 julho de 1927 devido a uma lei municipal publicada na época, que proibia o trabalho aos domingos.

pensamento empresarial dos conglomerados jornalísticos impressos. A matéria publicada pela *Folha de S. Paulo* em 15 de junho de 2000, de autoria da jornalista Cristina Grillo, sob o título “Jornais do país crescem 69% nos anos 90”, dá a dimensão da grande força do impresso no período de redemocratização política no Brasil. A circulação média dos jornais brasileiros, com base em dados apurados pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC), em 1990, foi de 4.276.000 exemplares por dia. Em 1999, essa média passou para 7.245.000 exemplares por dia no país. “De 1990 a 1998, o investimento em publicidade no país, medido em dólar, cresceu 251,6%” (Grillo, 2000, n.p.). O consumo de papel para impressão de jornais é outro dado importante para a reflexão deste trabalho. As empresas consumiram, no fim dos anos 80, 360 mil toneladas, e, em 1995, esse número praticamente dobrou, aumentando para 701 mil toneladas de papel.

Outro dado promissor foi o fato de que empresas jornalísticas de São Paulo, Rio, Porto Alegre, Curitiba, Manaus e Vitória estarem solicitando aumento de suas cotas de papel para garantir um suprimento extra até 2001. No final dos anos 80, a indústria jornalística brasileira consumia 360 mil toneladas de papel por ano. Em 1995, o total chegou a 701 mil toneladas. Em 1999, o consumo final foi de 590 mil toneladas (60% desse papel é importado). De acordo com Mesquita Neto, a redução no volume de papel pode ser atribuída a medidas racionalizadoras de gastos, como por exemplo a redução na largura dos jornais efetuada ano passado (Grillo, 2000, n. p.).

Paralelamente ao grande crescimento da venda de jornais impressos ocorrido nos anos 1990 e ao surgimento de novos produtos impressos mais populares que fizeram muito sucesso - tais como *Meia-Hora* e *Extra*, no Rio de Janeiro, e o popular mineiro *Super Notícia*, do grupo O Tempo -, a evolução tecnológica encurtava distâncias, promovia encontros e acelerava a comunicação globalizada. A melhoria na capacidade do tráfego de informações, com um aumento de velocidade, implementou uma capacidade interativa com a notícia online. E o jornalismo se depararia, mais tarde, com uma realidade distante da euforia dos jornais impressos no pós-ditadura militar, durante o processo de transição para a redemocratização política.

Ainda sob a mesma temática que norteou a matéria da *Folha de S. Paulo* de 15 de julho de 2000, o portal *Poder 360*, em 2023, mostrava a realidade decadente da circulação de jornais impressos no Brasil. Com base no mesmo Instituto Verificador de Comunicação (IVC), a matéria apresenta o título: “Jornais

impressos: circulação despenca 16,1% em 2022”. Se, em 1999, a média de circulação de jornais impressos alcançou a marca de 7.245.000 exemplares diários, em 2022 o IVC registrou uma média de 394.130 exemplares. Segundo a mesma fonte, em 2018 essa marca era de 843.231 exemplares em média circulando pelo país (Yahya, 2023, n. p.).

Ainda que houvesse uma curva crescente de leitores de jornais tradicionalmente impressos nas décadas de 1990 e 2000, o jornalismo online se desenvolveu e adotou a convergência de mídias, na qual fotos, vídeos, infográficos, tabelas, podcasts, gifs e outros recursos visuais passaram a ser obrigatórios no webjornalismo. O texto ganhou *hiperlinks* que levam o leitor para fora dos limites do jornal com facilidade. O *JB Online* chegou a criar uma editoria chamada “Tempo Real”, com a promessa de publicar as notícias com velocidade e atualidade, que dava a exata dimensão do que se tornou sinônimo da velocidade do jornalismo na internet. Crescia uma acirrada disputa pelo furo²² de reportagem imediato, sob o risco de a pressa na busca pelo ineditismo levar o jornal ao erro.

Isso foi o que aconteceu, por exemplo, com a *Agência Estado*, do Grupo *Estado de S. Paulo*, em 1999, ao anunciar, erroneamente, a morte do jornalista Zuenir Ventura, cometendo uma “barriga” jornalística, ou seja, de acordo com o jargão jornalístico, a divulgação de uma notícia falsa sem a verificação devida.²³ Consta que não houve uma apuração mais aprofundada e que a notícia foi veiculada na internet rapidamente para que ficasse registrado o ineditismo da notícia sobre o veículo concorrente *Folha de S. Paulo*.

A procedência da “notícia” teve um quê de ironia. Ela teria se originado na nova proprietária de uma linha de telefone que por muitos anos fora da casa de Zuenir Ventura. Cansada de receber ligações destinadas, na verdade, ao jornalista, ela, ao atender por telefone um repórter da redação do *Estadão* à busca do escritor, fingiu ser a empregada de Zuenir e, simulando um choro desesperado, “informou”

²² Definição do termo furo, atribuído ao furo de reportagem, um jargão jornalístico. Furo (jn) Notícia importante publicada em primeira mão por um jornal ou por qualquer outro meio de comunicação de massa. Ver em RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo G. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo. Elsevier, 2002. Disponível: https://www.academia.edu/28561275/Dicion%C3%A1rio_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_5a_Edi%C3%A7%C3%A3o_Carlos_Alberto_Raba%C3%A7a. Acesso em 1 jan. 2024.

²³ Episódio citado no livro **Jornalismo Digital**, de Pollyana Ferrari, no blog do jornalista Eduardo Lamas, disponível em <https://eduardolamas.blogspot.com/2021/05/a-corrida-da-morte-no-jornalismo.html>, e na dissertação de mestrado **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo**, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo, de José Afonso da Silva Junior, em especial a p. 166. Disponível em: https://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2000_silvajr_dissertacao.pdf

que o patrão havia sofrido um acidente de carro e estava morto. Algumas horas depois de a falsa notícia se espalhar, causando um corre-corre no meio jornalístico, no qual também trabalhavam os jornalistas Mauro Ventura, filho de Zuenir, e Adriana Ferreira, sua ex-nora, o “morto” foi encontrado bem vivo ao lado do então presidente Fernando Henrique Cardoso, na cerimônia de inauguração do Instituto Moreira Salles, na Gávea do Rio de Janeiro. Ressalta-se que nesse período em que o uso de celulares era ainda incipiente.

Aos poucos, quase que sorrateiramente, a troca de informações (não necessariamente jornalísticas) ganhou força e adeptos na versão online, tornando-se uma das formas preferidas da população para obter quaisquer tipos de informação, jornalística ou não, em especial para os jovens. Muitos dos brasileiros que já nasceram na era da internet nem sequer sabem o que é ler um jornal impresso, principalmente após os anos 2007. O anúncio de uma novidade da tecnologia, o iPhone, revolucionou o modo como o cidadão, notadamente o brasileiro, passaria a consumir informação, moldar sua opinião e a se inserir na sociedade a partir daquele momento.

Manter versões virtuais dos jornais impressos e portais de notícias é, atualmente, uma forma de circulação consolidada pelos veículos de referências, sejam impressos, de áudio ou audiovisuais. Mas os avanços de tecnologia, combinados ao nascimento e crescimento de novas gerações, e a valorização dos sistemas comunicacionais em redes de aproximação social requereram dos jornais de referência investimentos maiores para se inserirem entre os hábitos e costumes do público leitor que vivencia a sociedade em tribos virtuais.

2.2 As fases do jornalismo na internet

Palacios e Machado (2003) e Franciscato (2005) se debruçam nas pesquisas sobre as transformações do jornalismo diante do advento da evolução da internet e concluíram que é possível dividir essa fase em três etapas distintas. A primeira, de 1990 até 1999, intitulada Inicial por Franciscato e Transposição por Palácios e Machado, caracterizou-se exatamente pela transposição do conteúdo do impresso para a web. O movimento para ocupar um espaço na internet com endereço e cópias diárias do material impresso foi preponderantemente dos jornais impressos. Não havia interatividade, a linguagem era a tradicionalmente usada nos impressos, com

o objetivo de manter uma presença online, o que descartava a preocupação com atualizações constantes.

Os autores consideram que a segunda etapa, Apropriação para Palácios e Machado e Transição para Franciscato, de 2000 a 2005, foi marcada por experimentações com novas linguagens e narrativas, que resultavam da procura por um formato ideal diante da adaptação dos conteúdos para o meio digital. Havia uma preocupação em entender as novas narrativas e um esforço por aumentar a frequência com que se atualizavam os sites.

A terceira fase começa em 2006 e perdura até os dias atuais. Para Palácios e Machado estamos na etapa da Consolidação, já para Franciscato, a fase deve ser chamada de Inovação. As duas nomenclaturas são bem representativas da fase atual em que o jornalismo, como um todo, e não mais apenas o produzido para os jornais impressos, mantém estruturas próprias para o webjornalismo com o uso pleno dos recursos de hipertextualidade, interatividade e multimídia. A atualização ocorre em tempo real, há a integração com banco de dados, e tanto site quanto conteúdos buscam a personalização e permitem a participação do usuário.

Mas, até 2007, telefone era telefone e o acesso às redes sociais digitais, aos portais de notícias, e-mails e a outros meios de comunicação digitais ocorria por meio dos computadores, às vezes por *tablets* (o uso deste não foi tão intenso e nem tão duradouro). Para registrar cenas, usava-se ainda câmeras, que apesar de digitais, leves e portáteis, eram aparelhos separados dos celulares. Para ouvir música, havia também outros dispositivos em separado.

Em 2007, Steve Jobs, fundador, presidente e diretor executivo da Apple Inc., apresentou ao mundo o iPhone, um moderno celular que promovia a integração entre câmera, computador, iPod e o teclado virtual com o *touchscreen*. O formato revolucionou a relação do ser humano com o telefone e o computador e muda a forma de consumir informação de todos os tipos. Com a novidade, o celular dominou o centro das atenções, abocanhando todos os dispositivos comunicacionais, se tornando mais uma tecnologia adotada como uma extensão do corpo humano, corroborando com as críticas de Marshall McLuhan, que já havia conceituado a relação humana

com os dispositivos tecnológicos como “próteses técnicas”, citado no livro *Os meios de comunicação como extensões dos homens*²⁴.

No livro, publicado originalmente em 1964, McLuhan reflete sobre a questão de que os meios ocupam a função de extensões dos sentidos de nossas capacidades humanas. A proposta, inclusive, é ter um olhar abrangente para os chamados "meios". Para o autor, meios são artefatos que vão além dos meios de comunicação como os entendemos na atualidade. Para melhor reflexão, os meios, para McLuhan, abrangem os avanços tecnológicos que assumem o papel de "próteses técnicas". Exemplo: Roda é uma extensão dos pés e da capacidade de locomoção; Telefone é a ampliação da fala; Pinça é a extensão da mão que confere maior precisão; e Carro é a extensão do corpo. Os dispositivos ocupam o papel de um prolongamento dos sentidos humanos e cada ferramenta ou técnica permite que o corpo humano estenda suas capacidades. Para além de uma crítica simplista sobre o bem ou mal dos dispositivos, McLuhan convida a uma reflexão em torno do impacto das tecnologias em diferentes momentos históricos e como elas interferiram na dinâmica social e nas relações interpessoais.

A novidade anunciada por Steve Jobs rapidamente foi copiada por outras indústrias de aparelhos celulares e, desde então, o mundo cabe na palma da mão e todas as funcionalidades também. Isto afetou sensivelmente o campo do jornalismo, desde o momento em que o consumidor de notícia se habituou a ter acesso de forma prática a todas as formas de comunicação, inclusive as que eliminam a necessidade de um veículo de comunicação como intermediador entre fonte e público. Passou a ser possível registrar um fato em vídeo ou em fotografia e passar imediatamente adiante, transformando o antes simples leitor em um produtor de noticiário.

Quando da chegada do iPhone já estavam em vigor as plataformas de redes sociais digitais LinkedIn, Facebook (2004) e Twitter (2006). Já haviam declinado o MSN (1999), ICQ (1996) e o Orkut (2004). Logo surgiria o WhatsApp (2009), um aplicativo super conveniente para o recém-lançado aparelho celular, e, no ano

²⁴ Publicado originalmente em inglês, em 1964, sob o título *Understanding Media: The Extensions of Man*. London; N. York: McGraw-Hill, 1964.

seguinte, seria a vez do Instagram (2010). Em 2016, chega o TikTok, da Byte Dance²⁵, para rivalizar com os empreendimentos de Mark Zuckerberg.

O sistema econômico em desenvolvimento foi nomeado pelo professor de economia digital do King's College (Londres), Nick Srnicek, como Capitalismo de Plataforma. O conceito refere-se à etapa contemporânea do capitalismo, dominado hegemonicamente pelas empresas do Vale do Silício, que obtiveram sucesso rápido transitando por esse novo meio de acúmulo de capital com base na economia digital. Entre as companhias mais poderosas estão Microsoft (1975), Amazon (1994), Apple (1997), Google/Alphabet (1998) e META (Facebook - 2004), que mais tarde ganharam a companhia de outras poderosas plataformas, tais como Airbnb (2008), Uber (2009) e as chinesas Alibaba (1999) e Byte Dance/TikTok (2012), entre outras. O sistema de acúmulo de capital com base na manipulação de dados, base de sustento das plataformas, afetaria profundamente a decadente vida do jornalismo impresso brasileiro e, não distante, abalaria, com a mesma intensidade, o jornalismo veiculado em rádios e TVs.

Após 2016, três campanhas políticas saíram-se vitoriosas ao abordarem seus eleitores com o uso de mensagens por aplicativos: a decisão pelo Brexit, na Inglaterra, a vitória de Donald Trump, nos EUA, e a eleição de Jair Bolsonaro, no Brasil. O êxito dessas estratégias, em parte, é oriundo de um forte declínio de leitores de veículos impressos e da ascensão de redes sociais digitais como veículos de comunicação contemporâneos. Em 2018, Jair Bolsonaro foi eleito presidente do Brasil com 55% dos votos sem participar sequer de um debate televisivo, atividade que, no passado, poderia ser decisiva para a conquista do voto de um eleitor indeciso.

O cientista político professor Arthur Ituassu, em artigo publicado na Revista Interesse Nacional "As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo" (2024) ressalta que esses fenômenos eleitorais marcantes, ocorridos a partir de 2016 no campo da comunicação política, foram calcados no sucesso de audiência da comunicação com eleitores por meio de redes sociais. A esses três episódios, ele acrescenta a eleição do presidente de El Salvador, Nayib Bukele, em 2019, a ascensão do empresário Rodolfo Hernández, na Colômbia,

²⁵ Criada em 2012, a ByteDance é uma empresa de origem chinesa que administra produtos de plataformas em 150 países, entre os quais o TikTok, Vigo, Toutiao e TopBuzz. site da empresa: <https://jobs.bytedance.com/en/>

em 2022, e de Javier Milei, na Argentina, em 2023, cujo crescimento político foi impulsionado principalmente pela presença no TikTok.

O que há de comum em todos esses casos? Todos são políticos não tradicionais, antissistema e com forte presença nas mídias digitais. Aí está uma das consequências relacionadas com as mídias digitais que os pesquisadores de comunicação política procuram compreender: a capacidade dessas mídias de “equalizar” os contextos eleitorais em favor desses políticos, dando-lhes o potencial de atingir um grande público sem a necessidade de muitos recursos e com mensagens que não precisam mais passar pelos filtros restritos do jornalismo tradicional. (Ituassu, 2024, p.24).

No artigo, Ituassu aponta que a política e a democracia são profundamente afetadas por três consequências relacionadas ao cenário comunicacional a partir da existência das mídias digitais: a desinformação, a segmentação e a radicalização. É de importante reflexão para nossa pesquisa a transformação histórica ainda em curso da mídia destacada por Ituassu e a posição do jornalismo em meio a esta. O jornalismo moderno se consolidou sendo o centro moderador, exercendo o monopólio de toda produção noticiosa, e conseqüentemente, da informação política, controlando hegemonicamente quais fatos seriam merecedores de captar a atenção pública, mediante uma audiência passiva. O atual contexto comunicador retirou o jornalismo da zona de conforto de décadas como referência e pulverizou a produção e escoamento das notícias. A internet pulverizou os canais de comunicação e as mensagens “abrindo espaço para uma leva de novos atores midiáticos” (Ituassu, 2024, p. 26).

O jornalismo tradicional passou a ter desafiantes de sua posição hegemônica com relação à informação política e a tendência de se buscar o centro e o campo majoritário se diluiu, à medida que grupos específicos passaram a se tornar alvos de comunicação segmentada. Nesse contexto, o sistema se “democratizou”, do ponto de vista da comunicação, mas perdeu sua moderação, com a abertura de rotas alternativas para públicos específicos que possibilitam a midiatização de discursos mais extremados ou radicais, voltados para grupos demandantes desses posicionamentos (Ituassu, 2024, p. 26).

Em 2020, quando a pandemia provocada pela disseminação do Coronavírus afetou o ecossistema econômico mundial, aprofundando ainda mais as crises econômicas dos países em desenvolvimento, as medidas de isolamento social aceleraram o crescimento do uso de aplicativos para uma variedade de finalidades. A nova realidade estimulou o aumento do consumo via internet, fato

que alavancou alguns setores em detrimento de outros, e mudou os hábitos de algumas famílias brasileiras nos grandes centros urbanos.

O uso dos recursos do mundo virtual foi intensificado e todas as forças empresariais, de diferentes setores econômicos, se voltaram para investimentos no digital para vendas, campanhas de marketing ou repassar informações. O campo da comunicação, especialmente o jornalismo, já sofria com os efeitos das mudanças para o digital desde antes da epidemia, que se consolidaram com o fomento por uma sociedade virtualmente constituída.

Os dados do Global Overview Report 2024 - relatório que acompanha o “estado do digital” no mundo e nos países - mostram que a população brasileira é a segunda no mundo em tempo médio gasto no aplicativo do Instagram por mês. O Brasil aparece com a marca de 22 horas e 27 minutos, enquanto a média mundial é de 15 horas e 50 minutos. A Turquia lidera esse ranking com 32 horas e 41 minutos. O mesmo relatório revela que, em janeiro de 2024, os números publicados nas ferramentas de publicidade do Meta indicam que o Instagram tinha 134,6 milhões de usuários no Brasil²⁶.

Ainda sobre o uso digital no Brasil, o DataReportal aponta que, no início de 2024, a população brasileira era composta por 217 milhões de pessoas e, destas, 187,9 milhões eram usuárias de internet no Brasil, e havia 210,3 milhões de conexões de telefonia celular ativas no país, o que equivale a 96,9% da população total. Vale levar em consideração nesses resultados que parte dos usuários de celulares no país podem ter mais de uma linha telefônica (conexão). O país tinha 144 milhões de usuários de mídia social, o que equivale a 66,3% da população total. O relatório concluiu que, “de forma mais ampla, 76,6% da base total de usuários de internet do Brasil (independentemente da idade) usou pelo menos uma plataforma de mídia social em janeiro de 2024” (Digital Global, 2024)²⁷.

²⁶ O relatório ressalta que os usuários de mídias sociais podem não representar indivíduos únicos, pois a mesma pessoa pode ter mais de uma inscrição na mesma rede social.

²⁷ O Relatório Digital Global 2024 é divulgado na plataforma DataReportal (<https://datareportal.com/>), realizado com o apoio de parceria com as empresas Meltwater (soluções de inteligência de mídia e monitoramento de mídia online, fundada em 2001); We are social (agência de marketing digital global especializada em mídias sociais); e a Hootsuite (ferramenta de gerenciamento de mídias sociais). O relatório apresenta um raio-X sobre o mundo digital que inclui informações como crescimento de cada rede social, tempo gasto na internet, usuários de redes sociais digitais, sites mais visitados, buscas na internet. Dados que são aplicados ao crescimento da população mundial e número de dispositivos móveis no planeta. O relatório apresenta dados específicos de cada país também. Disponível em <https://datareportal.com/> e <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acessado em 23 nov. 2024.

As redes sociais digitais, no Brasil, principalmente Facebook, Twitter e Instagram, tornaram-se as praças virtuais contemporâneas de debates. O espaço de livre manifestação de ideias e opiniões, fundamentais para sociedades democráticas, saiu das antigas praças públicas para um mundo virtual e “mundializado” (Bourdieu, 1998). Luís Mauro Sá Martino conceitua Esfera Pública e Opinião Pública à luz de Jürgen Habermas, filósofo alemão que aborda esses quesitos no livro *Mudanças estruturais da Esfera Pública* (1962). Martino delimita a Esfera Pública, evocando Habermas, como um espaço abstrato onde se travam debates sobre aquilo que interessa à vida pública e que formam a “opinião pública”.

Não por acaso, Habermas entende que a Esfera Pública está diretamente ligada à democracia. Um de seus fundamentos é o livre debate de ideias entre os cidadãos. A Esfera Pública, nesse sentido, é o espaço abstrato de deliberação a respeito de assuntos diversos de interesse de um público. A troca de ideias e a livre participação dos interessados são elementos fundamentais para a constituição de uma Esfera Pública. Qualquer local de discussão de ideias é, a princípio, parte disso (Martino, 2014, p.91).

Martino destaca que, dentre outras características, a “opinião pública” é mais do que a “opinião do público”, como o nome sugere, mas, principalmente, o conjunto de opiniões discutidas em público, colocadas ao alcance do maior número de interessados possível. Em tese, caberia ao ciberespaço a democratização do acesso ao livre espaço das manifestações das ideias. Em grande parte do mundo, a esfera pública virtual poderia garantir esse espaço democrático da livre troca de pensamentos. De fato, hoje, a tradicional praça pública se instalou no ambiente virtual.

Na contemporaneidade, a sociedade experimenta a intensa aproximação entre interlocutores que vencem as barreiras da distância e transmitem experiências por meio virtual. O uso das tecnologias aproximou multidões, tornou os indivíduos íntimos mesmo que estejam a quilômetros de distância, intensificou as trocas culturais, aprofundou a dialética cultural. Se lembrarmos da análise de Mikhail Bakhtin em *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais* (1987), em cujo conteúdo Rabelais revela a representação das festas populares e dos desfechos em praças

públicas, identificamos a presença desses encontros de forma virtual nas redes sociais digitais, que viraram grandes campos de batalha política, econômica, social e festivas. A representação simbólica da cultura popular mantém sua representatividade presente em ambiente virtual nas redes sociais digitais.

Esse pensamento, contudo, é contestado por van Dijck, Poell e de Waal, autores de *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (2018). O estudo dos autores atualiza a contextualização sobre o mundo digital e a interação social contemporânea. Diante de uma Sociedade de Plataformas, não há mais uma separação entre dois mundos, o digital e o real, uma vez que o sistema de plataformas interfere e molda as estruturas societárias e a forma como os seres se relacionam.

Em *Cultura de Massas no Século XX*, Edgar Morin (2011) traça uma definição sobre o produto cultural criado a partir dos anos 30. O objeto de estudo de Morin é a produção cultural, como um advento industrial, nascida principalmente nos EUA, delimitando-se ao que ele chama de cultura industrial. Trata-se do produto cultural que é fruto de uma segunda industrialização, a do espírito, e de uma segunda colonização: a da alma. Morin analisa as diversas facetas dessa produção cultural que engloba desde a informação até o entretenimento e o lazer dos fins de semana, feriados e férias, em que o trabalhador assume novos personagens, como o atleta e o montanhista. Neste quesito, Morin define o lazer moderno como algo em que o homem, no horário criado fora do horário de trabalho, busca formas de satisfazer o consumo de produtos culturais baseado no autoconsumo da vida individual, pessoal, como produto privado.

As redes sociais digitais abocanharam a produção e distribuição de produtos culturais em sociedades organizadas em torno da dependência das Plataformas e moldam as culturas locais. Van Dijck alerta que, “gradualmente, devido às nossas dependências em relação a determinadas infraestruturas, esses mecanismos começam a estruturar nossas vidas inteiras” (Dijck, 2019, n. p.). Há de ressaltar que a base de sucesso do Capitalismo de Plataforma é o crescimento exponencial em rede, ou seja, o aumento de adeptos infinitamente.

Cabe aqui incluir também as reflexões de Jonathan Crary (2016) sobre o estágio do Capitalismo que rouba o sono. Crary observa que os dispositivos tecnológicos que promovem e estimulam o consumo ininterrupto, o isolamento

social e a impotência política são fruto de investimentos bilionários em instrumentos dedicados a reduzir o tempo de tomadas de decisões e a eliminar o tempo de “reflexão e contemplação”. “Essa é a forma do progresso contemporâneo - o encarceramento e o controle implacáveis do tempo e da experiência” (Crary, 2016, p. 49).

O 24/7 [significando 24 horas sete dias na semana] anuncia um tempo sem tempo, um tempo sem demarcação material ou identificável, sem sequência nem recorrência. Implacavelmente redutor, celebra a alucinação da presença, de uma permanência inalterável, composta de operações incessantes e automáticas. (...) Se, por um lado, o 24/7 incita o indivíduo a adquirir, ter, ganhar, desejar ardentemente, desperdiçar e desprezar, por outro se entremeia a mecanismos de controle que tornam supérfluo e impotente o sujeito submetido a suas demandas (Crary. 2016, pp. 39, 41).

Nessa reflexão sobre o cenário de hábitos e costumes comunicacionais da sociedade contemporânea que abalou diversos campos, nos interessa ter o foco em particular sobre nossa área de estudo que é o campo jornalístico. A forte presença de uma nova fórmula comunicacional oferecida pela globalização, ou “mundialização”²⁸, deslocou o eixo da mediação na produção de conteúdo noticioso tradicionalmente delegada a um profissional especializado, o jornalista. Hoje, a fonte primária da informação tem espaço para um contato direto com o receptor final da mensagem, seja esta informação real, necessária e útil à sociedade ou produzida artificialmente para uma finalidade persuasiva ou obscura. A facilidade de comunicação por meios virtuais promoveu, ainda que talvez não propositalmente, o declínio do papel mediador do jornalismo e dos jornalistas entre as fontes e o público.

A pesquisadora holandesa José van Dijck, professora da Universidade de Utrecht, Holanda, coautora do *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (2018), juntamente com Thomas Poell e Martijn de Waal, ressaltam que o jornalismo foi afetado profundamente pelo fenômeno da plataformação, a nova etapa da produção capitalista em que a coleta, concentração e sistematização de dados se traduz na força motriz capaz de

²⁸ Termo destacado por Pierre Bourdieu no livro **Contrafogos** – táticas para enfrentar a invasão neoliberal (1998, p. 33) para classificar a globalização como um dispositivo de poder sobre os países menos ricos com o intuito de retornar ao capitalismo selvagem sob a nomenclatura de neoliberalismo. Termo também utilizado por Jesús Martín-Barbero em **Dos Meios às Mediações** (2009).

garantir a lucratividade das empresas líderes do Capitalismo de Plataforma (Srnicek, 2016).

Plataforma é definida por Nick Srnicek (2016) como um novo tipo de poderosa empresa que monopoliza, extrai, analisa e usa quantidades cada vez maiores de dados dentro desse novo modelo de negócios do Capitalismo que lida com os dados como matéria-prima. “Agora, esse modelo se expandiu pela economia, à medida que várias empresas incorporam plataformas: poderosas empresas de tecnologia (Google, Facebook e Amazon), startups dinâmicas (Uber, Airbnb), líderes industriais (GE, Siemens) e potências agrícolas (John Deere, Monsanto), para citar apenas alguns” (Srnicek, 2016, p. 29). O autor destaca que essas empresas se tornam ainda mais poderosas porque “são muito mais do que empresas de Internet ou de tecnologia, pois podem operar em qualquer lugar, onde quer que ocorra a interação digital” (Srnicek, 2016, p. 30). Mas essas empresas alimentam e são dependentes de “efeitos de rede”, o que as tornam cada vez mais valiosas à medida que agregam cada vez mais usuários (Srnicek, 2016)²⁹.

A reflexão da professora holandesa José van Dijck revela um cenário que as empresas jornalísticas brasileiras já experimentam: a plataformização da economia subtraiu tanto o modelo de negócios que sustentou o jornalismo desde o início do século XX, quanto abalou os “valores e normas em cima dos quais o jornalismo é construído: independência, precisão e responsabilidade” (Dijck, 2019, n. p.).³⁰ Dijck observa que as empresas jornalísticas estão cada vez mais dependentes das plataformas, “dos mecanismos de distribuição online possuídos e operados por Facebook e Google” (2019, n.p.).

A plataformização da sociedade refere-se à inextricável relação entre plataformas online e estruturas societárias. Muitos dos nossos setores sociais, seja transporte, saúde, educação ou jornalismo, têm se tornado quase inteiramente dependentes das infraestruturas digitais providenciadas pelas cinco grandes empresas de plataformas dos Estados Unidos: Google (Alphabet), Amazon, Facebook, Apple e Microsoft. Eles arquitetaram suas infraestruturas de acordo com os mecanismos de plataforma que nós definimos como dataficação, mercantilização e seleção algorítmica. Gradualmente, devido às

²⁹ SRNICEK, Nick. Platform capitalism. Cambridge, UK; Malden, MA : Polity Press, 2016.

³⁰ Entrevista concedida à Revista do Laboratório de Pesquisa /Digilabor Universidade de Toronto, cujo foco concentra-se nos estudos de plataformas e inteligência artificial. Disponível em: <https://digilabour.com.br/pt/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acesso em: 17 dez. 2024.

nossas dependências em relação a determinadas infraestruturas, esses mecanismos começam a estruturar nossas vidas inteiras. (...) A arquitetura imposta pela plataforma também acarreta grandes repercussões na organização do trabalho jornalístico: assim como a Uber tem motoristas que “não são seus”, os jornalistas estão cada vez mais separados das organizações midiáticas. As empresas de plataforma preferem contornar as instituições, promovendo a conectividade entre indivíduos e consumidores privados, minando, desta forma, a coletividade e os valores públicos (Van Dijck, 2019, n. p.).

Pressionados por esta realidade virtual, os veículos de comunicação de referência foram naturalmente empurrados para uma súbita inserção nas redes sociais digitais. O mundo comunicacional passou a conviver e a depender mais fortemente de dois conglomerados internacionais de tecnologia e comunicação: Google (da empresa Alphabet, que engloba o Youtube) e Meta (empresa gestora do Facebook, Instagram, WhatsApp e Messenger).

De acordo com Michel Foucault (2013, p. 9), “em toda a sociedade, a produção do discurso é, ao mesmo tempo, controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes”. Foucault nos adverte que não existe, na sociedade organizada e limitada por meios produtivos o direito a dizer tudo sob qualquer circunstância e que o lugar do discurso oculta a relação com o desejo e o poder. “O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos querem apoderar” (Foucault, 2013, p. 10).

2.3 Big techs e as redes sociais digitais

A liberdade na escolha por onde caminhar e buscar informações na rede mundial de computadores permitiu, por um lado, a democratização das ações comunicacionais tanto para o consumo quanto para a produção da informação. Por outro lado, afunilou a o monopólio das comunicações com o surgimento de novos oligopólios transnacionais na área, que detêm os dados do consumidor e direcionam o consumo midiático por meio de algoritmos. Van Dijck cita a datificação e a mercantilização como elementos de lucratividade dessas empresas de plataformas e salienta que “os dados são recursos transformados em mercadorias pelo processamento algorítmico” (van Dijck, 2019, n. p.).

Google (que engloba o Youtube) e Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp e Messenger) lideravam o mercado midiático até recentemente, quando outra empresa de tecnologia surgiu para disputar audiência: o TikTok, da empresa chinesa ByteDance.³¹ Google, Meta e ByteDance fazem parte das empresas de tecnologia chamadas de “Big Techs”, que desenvolveram serviços inovadores e dominam a sobrevivência do mundo tecnológico ocidental. A ascensão rápida com inovação e a atuação disruptiva são características marcantes das “Big Techs”, indústrias hegemônicas cuja lucratividade se baseia na extração e manipulação de dados (Dijck, 2019).

Fundada em 1998, por Larry Page e Sergey Brin, dois estudantes de doutorado da Universidade de Stanford, a empresa Google³² é a líder no segmento de mecanismo de pesquisa, além de atuar no desenvolvimento dos sistemas Android no Google Chrome, no Waze e Maps, e deter o comando do YouTube, maior plataforma de vídeos do mundo. A Meta, criada originalmente como plataforma Facebook por Mark Zuckerberg, em 2004, chegou ao Brasil em 2007. A empresa é proprietária dos aplicativos WhatsApp e Instagram (Zimmermann, 2021, n.p.).

Relatório de pesquisa do Tow Center for Digital Journalism (2017), da Columbia Journalism School, alertava que Facebook, Google e Twitter tomaram o lugar dos veículos de comunicação de referência, nos quais incluem-se os impressos, canais de televisão e de rádio, construindo uma nova geração de leitores com o hábito de receber informações por redes sociais digitais. Os autores do relatório³³, lançado 10 anos após o anúncio do iPhone (Bell *et al*, 2017), ressaltam que essas plataformas “não exercem apenas o papel de canal de

³¹ Criado em 2016 pela empresa chinesa ByteDance, o TikTok tinha a proposta de compartilhamento de vídeos curtos com ênfase em música e dança, além de sátiras e situações de comédia. A proposta conquistou os mais jovens, principalmente menores de 18 anos. Na primeira versão, o aplicativo era chamado de Douyin, depois, em 2017, para o mercado internacional, o nome mudou para TikTok. Em 2018 a empresa fez uma fusão do TikTok com o aplicativo musical.ly, que já detinha certa popularidade nos EUA entre os jovens, o que expandiu a rede de usuários da então novidade entre os aplicativos. Fonte: Tecnoblog. Disponível em: <https://encurtador.com.br/T0io2>. Acesso 05 dez. 2024.

³² Google é uma subsidiária da empresa Alphabet, criada em outubro de 2015 pelos cofundadores da Google, Larry Page e Sergey Brin, como parte de uma reestruturação estratégica da marca. “Segundo a dupla, o nome tem um significado duplo: além de o alfabeto ser uma união de letras, representadas pelas empresas, o termo em inglês pode ser separado em “Alpha” e “bet” — aposta no Alfa, termo do mercado financeiro relacionado ao retorno obtido por investimentos”. Fonte: Tecmundo. disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/211767-alphabet-tudo-sabemos-empresa-dona-google.htm>

³³ Intitulado *A Imprensa nas plataformas: como o vale do silêncio reestruturou o jornalismo*.

distribuição – mas determinam o que o público vê, quem é remunerado por essa audiência e até qual formato e gênero de jornalismo emplacam” (Bell *et al*, 2017, n.p.).

Outra interessante conclusão do relatório é a de que a mídia tradicional perdeu o controle sobre o público leitor ou televisivo. Em 2015, Google e Facebook já tinham reunido condições para abocanhar o espaço antes ocupado pelos meios tradicionais abocanhando, respectivamente, 38% e 43% dos acessos diários aos 400 maiores sites de notícias do mundo, segundo pesquisa de Aguiar e Barsotti (2015). Somente o Facebook já registrava 6 bilhões de visualizações diárias e um bilhão de visitante únicos por mês (Barsotti e Aguiar, 2018).

O Relatório #Digital 2021 Global Overview Report³⁴, que compila dados sobre o uso de meios digitais no mundo, mostra que, no Brasil, o número de usuários de mídias sociais aumentou em 10 milhões (+ 7,1%) entre 2020 e 2021 e era equivalente a 70,3% da população total em janeiro de 2021. Fazendo um recorte englobando apenas usuários de internet com idades entre 16 e 64 anos que movimentaram as redes sociais digitais no mês anterior à pesquisa, o relatório aponta que o YouTube foi a rede social com maior percentual de usuários, chegando a 96,4% desse público específico. O segundo lugar ficou com o WhatsApp, com 91,7%, seguido pelo Facebook, em terceiro, com 89,8%.

O Instagram aparece em quarto lugar, com 86,3%, e, na sequência, aparecem o Messenger from Facebook (68,5%), Twitter (51,6%), TikTok (47,9%), Pinterest (47,1%), LinkedIn (42,6%) e Telegram (29,4%). O relatório de 2024 mostra a mudança entre as redes/mídias sociais mais usadas pelos brasileiros em 2023: WhatsApp (93,4%), Instagram (91,2%), Facebook (83,3%), TikTok (65,1%), Facebook Messenger (60,8%), Telegram (56,5%), Pinterest (46,7%), Kuaishou - INC. Kwai & Snac vídeo (46,1%), X - Twitter (44,4%) e LinkedIn (37,2%). A plataforma WhatsApp conquistou a liderança, seguida do Instagram, que também subiu de quarto, em 2021, para segundo, em 2024, na pesquisa. O TikTok ganhou mais adeptos, enquanto o X (ex-Twitter) perdeu público.

³⁴ Hootsuite & We Are Social (2020), “Digital 2020 Global Digital Overview”, obtido em <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>. Plataforma DataReportal, produzida por Simon Kemp e a equipe da Kepios, em parceria com o site Hootsuite e We Are Social. O DataReportal foi projetado para ajudar pessoas e organizações em todo o mundo a encontrar os dados, percepções e tendências de que precisam para tomar decisões mais informadas. Disponível em: <https://datareportal.com/about>. Acessado em 12 de jun. 2021.

Um outro dado importante para esta reflexão está no estudo de Adriana Barsotti em *Uma História da Primeira Página: do grito ao silêncio no jornalismo em rede*³⁵ (2017) com o qual a autora mostra como a capa dos impressos perdeu a função de porta de entrada para a leitura diária do noticiário e as redes sociais digitais ocuparam esse espaço. Em outra publicação, Barsotti e Aguiar (2018) descrevem, em artigo, sobre a decadência no uso da *homepage* como norte da leitura das notícias diárias, a nova forma de acessar conteúdos informativos com as redes sociais digitais como compartilhadoras e difusoras das notícias, com algoritmos cumprindo o papel de “editores”, indicando e propagando o que deve ser lido pelos usuários.

As primeiras páginas dos jornais impressos viveram um longo apogeu até o hábito de leitura diária das notícias migrar do impresso para o meio digital, e mesmo a busca nas *homepages* foi diluída pela navegação via redes sociais digitais. O cenário em que esta prática se concretiza tem 72% dos brasileiros consumindo notícias via redes sociais digitais. O Google é a outra porta de entrada para o conteúdo noticioso. Dados apresentados por Barsotti e Aguiar mostram a grande penetração (77,8%) das mídias sociais, via smartphone, no cotidiano da população brasileira.

Os celulares ampliaram exponencialmente a penetração mundial da web, de modo que existem hoje mais acessos por dispositivos móveis do que por computadores no planeta – e também no Brasil. Na esteira do crescimento dos smartphones, assistiu-se a um boom das mídias sociais: os usuários declaram preferir acessar as redes sociais digitais pelo celular do que pelo desktop. Hoje, estima-se que 31% da população mundial é ativa nessas redes. No Brasil, entre os usuários de internet, a penetração das mídias sociais atinge o expressivo índice de 77,8% (Barsotti e Aguiar, 2018, p. 122).

Um novo modelo de negócio dentro da indústria da comunicação, informação e entretenimento vem se construindo e se firmando com a vivência virtual em plataformas. Um forte indicador dessa apropriação dos meios de movimentação financeira por meio das novas tecnologias de informação é o surgimento de um novo ator nessa relação, o influenciador digital, um anônimo

³⁵ O livro de Adriana Barsotti, publicado pela editora Insular, em 2018, resulta de sua tese de Doutorado, defendida, em 2017, no PPGCOM PUC-Rio, com o título *Primeira página: Do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede*. Disponível em: https://www.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1313724_2017_completo.pdf. Acessado em 12 jun. 2021.

que ganha fama repentina e rapidamente e constrói um império de popstar com base em conselhos de consumo. Dupas (2001) refere-se aos dispositivos contemporâneos como símbolos da felicidade, a tal ponto de identificar-se com heróis contemporâneos da mídia eletrônica, que se tornam as próprias mercadorias ou marcas comercializadas. “Essa relação atinge momentos de excitação fervorosa, de transe religioso e de submissão, como o observar encantado do brilho intenso e das propriedades mágicas de um celular ou de um herói da TV” (Dupas, 2001, p. 61).

Essa nova celebridade passa a ditar a moda e os costumes a partir de marcas que teriam sido adotadas por ele como “preferidas”. Seus seguidores, literalmente, tendem a adotar as mesmas práticas e a adquirir os produtos por ele indicados. O influenciador digital é uma releitura do “velho” garoto propaganda. A nova roupagem carrega um valor agregado da naturalidade. Ele não reproduz um texto escrito para vender aquele produto. O influenciador digital passa para o seguidor a vivência daquele produto. As marcas assediam o influenciador digital por ser um meio da prática de relações públicas mais eficaz dentro de um segmento determinado.

A produção da mercadoria audiência depende da existência de uma complexa estrutura de atores, incluídos anunciantes, publicitárias, institutos de pesquisa, que formam todo um campo, onde as contradições e alianças intercapitalistas se mostram até nos debates mais aparentemente objetivos sobre definições de categorias e métodos estatísticos (Bolaño e Brittos, 2007, pp. 54 e 55).

Um caso divulgado na mídia confirma essa tendência e acende o sinal vermelho para essa questão diante de uma importante reflexão. O canal de Youtube *Ryan ToysReview*, em 2017, tinha mais de 17 milhões de seguidores e o vídeo campeão do canal à época alcançou mais de 1 bilhão de visualizações. A estrela do canal, o pequeno Ryan, de 7 anos, recebe cerca de 19 milhões de euros por ano. O *Ryan ToysReview* foi um dos 10 canais mais bem pagos de 2017 no YouTube, segundo a revista Forbes (MENINO..., 2018, n.p.). Trata-se de uma mistura de vlog pessoal com o tipo unboxing (com abertura de caixas de produtos e uma análise rápida de primeiras impressões sobre o produto exposto no vídeo). A uma primeira impressão, a apresentação se assemelha a uma superexposição inocente de brincadeiras de crianças diante de um brinquedo novo.

Sem roteiro fixo, sem muitas palavras, o menino aparece ao lado do pai. Os dois, maravilhados com um brinquedo - muito possivelmente enviado pela indústria fabricante ou pelo seu representante comercial na forma de “presentinho” -, se divertem e interagem, como famílias tradicionalmente fariam com as crianças. Uma superexposição da imagem de uma criança para a captação e acumulação múltipla de capital com a cumplicidade dos pais. Possivelmente, a captação de recursos ocorre em negociação direta com empresa que deseja ver seu produto em evidência e, diante da grande audiência, há uma recompensa pela presença de comerciais, via pagamento do Youtube. O que seria isso se não o uso da imagem da criança para vender o produto a outra criança, que se resume em publicidade veiculada em um meio para o qual há pouca ou nenhuma regulação?

O retorno financeiro dentro das redes obedece a uma lógica fomentada pelos algoritmos que dispensa a forma como outrora era negociada a publicidade em veículos impressos ou audiovisuais. A venda de produtos e serviços ocorre de comunicador para consumidor e a rentabilidade dos canais/comunicadores é medida pela moeda da popularidade nas redes, o que envolve uma métrica de audiência correlacionada a cliques, visualizações e seguidores, cuja navegação na plataforma é orientada por algoritmos. Essa possibilidade de interação direta entre marcas e consumidores, ou mesmo por meio de influenciadores, cujo nome já apresenta a proposta comercial de uma marca, também contribuiu para o declínio dos jornais impressos. Com menos demanda por publicidade em meios tradicionais, principalmente nos impressos, o jornalismo diário experimentou uma escassez de verbas publicitárias essenciais para movimentar o modelo de negócios vigente até então nas empresas jornalísticas.

Barsotti e Aguiar (2018) ressaltam que, na sociedade contemporânea, o debate sobre o ambiente das comunicações, seus usos e processos, precisa considerar que autor e leitor, produtor e editor têm papéis embaralhados e que a distribuição das mensagens, antes atreladas aos meios de comunicação, hoje é monopólio das multinacionais de tecnologia. Quando foi realizado o estudo, eles apontavam duas dessas empresas hegemônicas: Google e Facebook, que utilizam algoritmos para manipular os critérios de exibição e de ocultar informações, passando ao largo da função de mediador dos meios jornalísticos, que contemplam os quesitos relevância social e atualidade como critérios de noticiabilidade. No

caminho, os critérios de escolha são determinados por algoritmos que se encarregam de cruzar dados e fazer escolhas com base nas ações dos leitores.

Diferentemente dos critérios jornalísticos, como a relevância social e a atualidade, os algoritmos cruzam as preferências individuais dos usuários e reduzem o espaço para a diversidade de pontos de vista e a alteridade. A escolha do que será mostrado ao leitor nos seus resultados de busca ou no seu feed de notícias do Facebook (e também de outras redes sociais digitais) depende de fatores como popularidade, leituras prévias e o comportamento de amigos na rede (Barsotti e Aguiar, 2018, p. 126).

Marialva Barbosa (2013) atenta para a facilidade com que a tecnologia permite que usuários promovam “a mobilidade de textos, independentemente dos originais e dos autores, levando à retificação dos conteúdos, a perdas de referência, mas, também, à reutilização e a sua transformação em novos escritos” (Barbosa, 2013, p. 344). Outro ponto está em jogo, alerta Barbosa. O ato de guardar arquivos, selecionados entre os milhões a que usuários têm acesso – e usuários aqui são também produtores de informação – envolve o poder de decisão entre o que vale e o que não vale ser resguardado, colocando em destaque o poder de quem pode realizar o ato de produzir memória (e esquecimento) para o futuro.

Ao analisarmos os dados apresentados pelo relatório do *Digital 2024 Global Overview Report* sobre o Brasil vemos a grande influência das “Big Techs” no cotidiano da população. Para navegar, mais de 75% dos internautas brasileiros usam o Chrome, um produto criado pelo Google que basicamente trafega dados. Entre os brasileiros, as principais razões para o uso das mídias e redes sociais digitais são:

- 59,9% usam para manter contato com parentes e amigos
- **52,7% buscam informações novas**
- 43,2% buscam produtos para comprar
- 42,4% usam para ocupar o tempo livre
- 41,6% buscam conteúdos em artigos e vídeos
- 41,3% procuram inspiração de produtos para comprar
- 34% querem saber os assuntos quentes do momento
- 30% acompanham conteúdos esportivos
- 29,3% procuram fazer novos contatos
- 29,1% têm FOMO - medo de ficar de fora das novidades

- 28,7% acompanham e compartilham as discussões
- 28,4% estão nas redes a trabalho ou por relação de trabalho
- 26,8% assistem transmissões ao vivo
- 24,8% seguem celebridades ou autoridades
- 24,6% acompanham conteúdo das marcas favoritas

Ainda segundo o relatório, que congrega os hábitos de uso da internet no mundo e apresenta dados de cada país, entre as redes sociais digitais preferidas dos brasileiros o Instagram conquista o primeiro lugar, com 35,9%, seguido do WhatsApp, em segundo, com 33,6%; em terceiro lugar, com grande desvantagem, aparece o TikTok (8%) e, em quarto, em uma posição bem próxima do anterior, está o Facebook (7,7%). Depois, vêm: 5º - Kuaishou - INC. Kwai & Snac vídeo (4,6%), 6º - X - Twitter (2,8%), 7º - Pinterest (1,9%), 8º - Telegram (1,5%), 9º - Discord (0,9%) e 10º - LinkedIn (0,7%). Mas, os preferidos nem sempre são os que ocupam a atenção do consumidor. Em relação ao tempo médio mensal gasto pelo brasileiro com redes sociais digitais, o *Digital 2024 Global Overview Report* aponta o TikTok como o líder (30 horas e 10 minutos), seguido do WhatsApp (24h14m), Youtube (22h38m), Instagram (22h27m), Facebook (12h19m) e X-Twitter (3h58m).

Outro sinal a merecer atenção de nosso estudo: os jovens estão aderindo às redes sociais digitais e à vida plataformizada cada vez mais cedo, muitos ainda quando crianças. De acordo com os dados da pesquisa *TIC Kids Online Brasil 2022* (Cetic.br, s/d)³⁶, publicada pela revista *Mobile Time*³⁷, 92% dos brasileiros entre 9 e 17 anos são usuários de internet, o que corresponde a 24 milhões de crianças e adolescentes. Destes, 86% possuem perfis em redes sociais digitais (Butcher, 2023).

São 21 milhões de pessoas nessa faixa etária, sendo que 78% responderam que usam o WhatsApp, 64% o Instagram e 60% o TikTok. A pesquisa revelou também que a rede mais frequentada na faixa entre 9 e 12 anos é o TikTok,

³⁶ Pesquisa desenvolvida pelo CGI.br (Comitê Gestor da Internet) e conduzida pelo Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação) e do NIC.br (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR). Acesso em 22 dez. 2024.

³⁷ *Mobile Time* é uma plataforma de conteúdo sobre a indústria móvel e o setor de robôs de conversação, com a produção de notícias, pesquisas e eventos. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/03/05/2023/86-de-criancas-e-adolescentes-usuarios-de-internet-possuem-perfil-em-redes-sociais/acesso> em 22 dez. 2024.

enquanto o Instagram é o preferido dos que têm entre 13 e 17 anos. Outro dado relevante é que o telefone móvel é o principal dispositivo usado para o acesso às plataformas, mas, para 56% deste público, o celular é o único meio de acesso.³⁸ No ano seguinte, 2023, os dados da mesma pesquisa apontaram a tendência de crescimento desse hábito, com 95% da população de 9 a 17 no Brasil usando a internet, o que representa 25 milhões de crianças e adolescentes. Destes, 88% têm perfil em redes sociais digitais e 24% revelaram que começaram a se conectar antes dos 6 anos de vida. Em 2015, no mesmo estudo, esse índice era de 11%.³⁹

2.4 O jornalismo nas redes sociais digitais

Há pouco mais de uma década, o hábito de consumir notícias por meio de jornais impressos entrou em decadência, com tendência ao desuso. Em paralelo, forças midiáticas digitais cresceram e abocanharam o setor de comunicação virtual, abalando a forma de produção do conteúdo informativo jornalístico. Os leitores dos impressos estão cada vez mais escassos e, por outro lado, a adesão às plataformas, principalmente as de redes sociais digitais, seduz um público cada vez mais jovem. Pressionados por essa realidade virtual, os veículos de comunicação de referência foram naturalmente empurrados para uma súbita inserção nas redes sociais digitais em busca do público leitor.

Mas o campo de atuação dentro das plataformas exige do jornalismo de referência mais esforço para despertar a assiduidade e/ou fidelidade do leitor, convertido agora em “seguidor”. Inserido nas plataformas, os jornais de referência não têm exclusividade naquele meio de veiculação, pelo contrário, há uma concorrência acirrada com fragmentos da vida perfeita que invadem a *timeline* em redes como Instagram ou a diversão em forma de vídeos curtos que preenchem o TikTok.

Com a característica de ser um espaço de interatividade com base em boas imagens e vídeos de engajamento, aplicativos como Instagram e TikTok

³⁸ A metodologia da 9ª edição da pesquisa *TIC Kids Online Brasil* envolveu entrevistas presenciais com 2.604 crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos e 2.604 pais ou responsáveis, em todo País. As entrevistas aconteceram entre junho de 2022 e outubro de 2022. O estudo está alinhado com o referencial metodológico do projeto Global Kids Online, coordenado pelo Unicef, e com a rede Kids Online América Latina. Acesso em 22 dez. 2024.

³⁹ Dados coletados na matéria da Revista *nic.br*, intitulada “88% das crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos possuem perfil nas redes sociais digitais”, publicada em 25/10/2023. Disponível em: <https://www.nic.br/noticia/na-midia/88-das-criancas-e-adolescentes-entre-9-e-17-possuem-perfil-nas-redes-sociais/>. Acesso em 22 dez. 2024.

inicialmente ganharam força com o propósito de manter o usuário em uma espécie de parque de lazer e, para tal, a beleza e a perfeição das imagens mantêm um peso maior para atrair seguidores. A alegria, a felicidade e a diversão são pontos fortes nessas plataformas. Inicialmente, principalmente no Instagram, a beleza, a alegria e o ser bem-sucedido imperavam como impulsionadores das sensações despertadas por esse ambiente virtual e mantendo como base o relacionamento social em grupos. Pequenas doses de espetáculo cativavam a atenção do usuário.

Douglas Kellner (2001) debate a transformação do lazer e diversão em formas de culturas que objetivam o aumento da audiência e a consequente obtenção de lucro, transformando a informação e o entretenimento em mercadoria de uma cultura não mais social ou midiática, mas comercial, determinante de padrões sociais e de convivência cultural.

Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade. O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente. A cultura da mídia também fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de “nós” e “eles”. Ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. As narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje (Kellner, 2001, p.9).

Levando essa discussão para um campo mais amplo que envolve todos os meios de comunicação, Kellner destaca que a cultura do espetáculo já foi incorporada às formas contemporâneas de entretenimento, produzindo novas formas de cultura espetaculares, tais como o ciberespaço, a multimídia e a realidade virtual (Kellner, 1995), assim como também é o lugar de disputas pelo controle hegemônico da sociedade.

Em *Vigiar e Punir*, Michel Foucault (2004) fala sobre a sociedade do espetáculo. “As pessoas iam a lugares como este apenas para fazer parte de um ‘show’, para estarem incluídas no meio social e mostrarem que entendem de determinados assuntos” (Foucault, 2004, p. 243, grifo do autor). É o controle por

meio de dispositivos presentes em forma de distinção. São as ações, as vestes, as palavras do indivíduo social que serão a chancela para a entrada e permanência em um nicho social.

Acrescentamos a essa reflexão a função do entretenimento como meio de atrair atenção do público para a informação. Algo que caminha entre o sensacionalismo, o despertar de sensações nos gritos dos vendedores, das manchetes dos tabloides, nas ilustrações e caricaturas (Barbosa, 2013) e o neologismo Infotenimento (informação com entretenimento), tema presente nos estudos desenvolvidos por Aguiar (2009). O entretenimento sempre foi o principal campo do espetáculo, mas, na atual sociedade do *infoentretenimento*, entretenimento e espetáculo entraram pelos domínios da economia, política, sociedade e vida cotidiana por meio de formas inovadoras e importantes que perpassam pelo campo do jornalismo.

Kellner (2004) vê a questão do Infotenimento como uma prática muito presente no cotidiano midiático da sociedade contemporânea, principalmente com a vivência sociocultural mediada por aplicativos em smartphones. Se hoje temos uma praça pública instalada em um mundo virtual, em que o entretenimento se conjuga com a informação nos mais variados formatos, desde fotos da vida de celebridades a memes com críticas a posições políticas, vale recordar que, na história da imprensa, há várias passagens em que o entretenimento se une com a informação e aflora nos veículos de comunicação com o objetivo de aumentar o público.

Conquistar mais público é meta de um modelo de negócio que comunga com o desejo de ampliar o raio de alcance da informação, seja para atender aos princípios fundamentais da função do jornalismo, ou para saciar o objetivo de conquistar a liderança em audiência, motivo primordial das metas liberalistas. Na história da imprensa, temos exemplos do uso recorrente do Infotenimento.

Os periódicos chamados de *penny press*, jornais tabloides mais populares e mais acessíveis, tanto pelo preço baixo quanto pela linguagem, são um exemplo. Adriana Barsotti (2018) rememora as profundas e lentas transformações, entre 1875 e 1925, quando, no Brasil, passou-se do jornalismo de opinião para o jornalismo de informação no país. Nessa mudança, o acontecimento passou a ter mais peso do que a opinião e a primeira página passou a ser estratégica para atrair leitores. A capa, que cumpria a função de vitrine, com elementos de entretenimento que despertavam

sensações nos leitores, como fotos, charges, ilustrações e as próprias manchetes, se mostra como o referencial simbólico do flerte do jornalismo com o entretenimento.

Michael Kunczik (2002) nos lembra que os estudos de Bosshart com jornalistas suíços demonstraram resultados positivos no uso do entretenimento como forma de “estímulo emocional e vivacidade intelectual”. Na pesquisa, profissionais apontaram para o entretenimento televisivo como o resultado da mistura entre diversão e informação. “O objetivo principal é a manipulação positiva dos receptores no sentido da educação subconsciente” (Kunczik, 2002, p.108), afirma ele, que não vê antagonismo ou oposição entre os dois conceitos. “Não há como fazer essa oposição entre informação e entretenimento” (Kunczik, 2002, p. 108). Ou seja, o contrário do entretenimento não é a informação para os receptores, porque não há como fazer essa oposição entre informação e entretenimento, como se fossem opositores, dentro de um programa de diversão, na visão de espectadores. Há como promover a hibridização desses conceitos sem prejuízo do objetivo no ato de informar.

Para o receptor, o entretenimento é simplesmente aquilo que entretém, vale dizer, a ausência de tédio. (...) Para eles, o oposto da mensagem de entretenimento dos meios de comunicação não é o conhecimento informativo, mas o conteúdo que não lhes agrada. [...] Em geral deve-se admitir que existem grandes diferenças entre os jornalistas de entretenimento de um país para outro e de um meio de comunicação para outro. Mas a atitude pessimista com relação à cultura, que se nega a reconhecer a legitimidade da necessidade de entretenimento e de se utilizar seu potencial positivo, será inadequada tanto para o jornalista quanto para o público (Kunczik, 2002, pp. 106 e 108).

No texto *O meio é a mensagem* (2008), o jornalista e sociólogo Claudio Camargo discorre sobre a impasse que a grande mídia do Brasil vive na blogosfera, em que se vê obrigada a utilizar cada vez mais o “mix entre informação e diversão”, alcunhada pelo sociólogo Emir Sader como a “cultura da diversão”, na qual há a união entre reportagem e entretenimento, “com o comprometimento com um tipo de consumo, com um estilo de vida, com seus personagens e com os valores que ela divulga” (Sader, 1998, p. 127 *apud* Camargo, 2013, p.283). A nova fórmula é tratada pelos apocalípticos como reflexo de uma sociedade do espetáculo, enquanto outros críticos a enxergam de

forma positiva a ponto de a considerarem “a única maneira de levar a informação a uma massa alienada e anestesiada” (Camargo, 2013, p. 284).

Os defensores da integração lembram que programas de entretenimentos de qualidade também informam e produzem grandes reportagens, como acontece muitas vezes no Fantástico e no Programa do Jô, só para citar dois exemplos. Ressaltam que o jornalismo se rendeu ao poder do entretenimento, que não há caminho de volta e que tudo isso pode inclusive resultar num jornalismo mais criativo (Camargo, 2013, p.284).

A pesquisadora Fábria A. Dejavitte (2007), referência nos estudos sobre Infotainment no Brasil, recorda que o uso do entretenimento como meio de despertar o interesse pela notícia é um artifício antigo na história do jornalismo. Desde os primórdios da Imprensa, informação e entretenimento dividem espaço nas páginas dos impressos, com o uso de charges, fotos, projetos gráficos, a própria disposição de conceitos gráficos na capa dos jornais e, mais recentemente, nas páginas principais (*home*) dos portais de notícia (Aguilar, 2008).

Na concepção de Sá, “a narrativa humorística reafirma seu objetivo de fazer o leitor recuperar sua capacidade crítica enquanto se diverte. Afinal, o aprendizado também está embutido no lúdico divertimento” (Sá, 2005, p 45, *apud* Rossetti, 2012, p. 71). Kunczik (2002) ressalta que proporcionar o conhecimento sobre o cotidiano é uma das atribuições dos meios de comunicação, mas que, em certos produtos, não está dissociada de outras funções como eliminar o tédio, entreter, servir de passatempo, estimular a imaginação. Em particular, é impossível em muitos casos distinguir claramente entre informação e entretenimento (Kunczik, 2002, p. 292).

Esse é o ponto em que o marketing digital, fenômeno das redes sociais digitais, pressiona e ressignifica as relações comunicacionais na mídia digital. Jornais de referência são atropelados pelas audiências astronômicas que utilizam as práticas de marketing digital, como blogueiros, que igualmente registram um modelo de negócio com vultosas cifras para conquistar mais cliques, mais audiência, mais público e, conseqüentemente, ser uma referência de leitura jornalística também no mundo digital e reconquistar suas posições anteriormente consolidadas no meio impresso.

Marialva Barbosa (2013) analisa que se, de um lado, a facilidade no acesso às informações oferecida pela internet facilita o trabalho jornalístico,

porque há a possibilidade de colher dados com mais rapidez e há uma conexão contínua com as notícias do mundo, por outro lado, esta mesma facilidade propicia uma profusão de informações que permite igualmente o acesso à desinformação.

Abordar temas áridos ou densos nos aplicativos de redes sociais digitais é um desafio enfrentado por empresas de comunicação acostumadas a serem os canais comunicacionais de referência e, agora, reféns de regras e algoritmos que ditam a audiência em um ambiente diametralmente oposto ao do passado de glória. Não basta mais ser fresquinho para vender mais, como alardeava a antiga publicidade sobre a qualidade dos biscoitos da marca Tostines, é preciso muito mais. A presença dos veículos jornalísticos de referência nas plataformas de redes sociais digitais aposta na união do jornalismo com o entretenimento, o Infotainment - uma arma para conquistar um público específico, aquele que não cultua a tradição de ler jornais em papel e sequer tem o costume de buscar a informação nos noticiários ou portais de notícias.

O desafio imposto aos grandes jornais de referência tem sido, além de manter o público cativo existente, pertencente a duas gerações detalhadas pelo marketing digital como “Geração Baby Boomers” (nascidos entre 1940 e 1960, hoje com idades entre 60 e 80 anos) e “Geração X” (nascidos entre 1960 e 1980, que têm, atualmente, de 40 a 60 anos), conquistar e fidelizar um público jovem da “Geração Y” ou *millennials* (nascidos entre 1980 e 1995, com 25 a 40 anos) e da “Geração Z” (nascidos entre 1995 e 2010, cujas idades variam de 10 a 25 anos).

Como se relacionar e fidelizar esse público diante de uma realidade que foge ao sistema hegemônico de outrora, intimamente conhecido pelos grandes conglomerados de comunicação há mais de um século? Quais estratégias são possíveis para disputar e cativar a atenção de um público que já nasceu e está crescendo em paralelo em uma realidade virtual com foco em mundos isolados em redes sociais digitais de aproximação? Marcar presença nas redes é, sem dúvida, um meio necessário para conquistar as gerações Y e Z.

O desafio do fazer jornalismo é conciliar o objetivo preponderante da profissão que é o de informar, seja notícia agradável ou não, com a proposta de sensações e sentidos próprias das comunicações por meio de redes sociais digitais. De que forma o jornalismo desempenha seu papel no Instagram, uma plataforma com regras próprias, para recuperar o eixo de mediador na realidade

contemporaneidade brasileira de conexão a redes sociais digitais? Um público que recebe a informação pelas telas fotográficas das redes sociais digitais; um público que, segundo Adriana Barsotti (2018), não procura por um apanhado geral sobre as notícias do dia ou de um momento. Ao contrário, ele deseja ser servido com pequenas doses e ser levado por notificações enviadas via redes sociais digitais. Trata-se de um público que já nasceu em meio à crise de credibilidade e quebra da hegemonia dos grandes conglomerados comunicacionais brasileiros; que já nasceu com a cultura da informação na palma das mãos e não dispõe apenas de um telefone celular, mas um microcomputador dotado de câmera, conectado com o mundo em tempo real. Como manter-se fiel aos pressupostos jornalísticos e, ao mesmo tempo, seguir as regras ditadas pelas plataformas de relacionamento em rede?

2.5 O campo e o ethos jornalístico

O jornalismo é um campo que suscita estudos científicos há alguns anos nas mais diversas áreas do saber, tais como a Sociologia, Psicologia, Antropologia, Filosofia e, mais recentemente, a Comunicação. As investigações delinearam as subjetividades do campo jornalístico e apontaram desde os códigos deontológicos do jornalismo como profissão, que constituem o ethos do jornalista, até as teorias que cercam a produção da notícia. A socióloga norte-americana Gaye Tuchman destaca que o objetivo do jornalismo, como fornecedor de relatos dos acontecimentos, parece claro a princípio, mas, quando pesquisado, revela-se um fenômeno “inextricavelmente complexo” (Traquina, 2005, p. 148). Em função disso, para melhor entendimento das discussões que embasam esta pesquisa e para realçar sua relevância, trazemos uma breve abordagem sobre o campo jornalístico, as teorias que fundamentam o modo de fazer jornalismo - como os fatos se tornam notícias - e o ethos jornalístico.

Em agosto de 1941 o *Repórter Esso*, programa jornalístico de grande sucesso na Rádio Nacional (durou até 1968), que posteriormente foi adaptado para a televisão (de 1952 a 1970), lançou os slogans “Testemunha ocular da História” e “Primeiro a dar as últimas”. As duas máximas retratavam, até há bem pouco tempo, os pressupostos do jornalismo praticado no Brasil: a proposta de ser o primeiro a propagar os fatos ocorridos em todos os setores da sociedade e, dessa forma, ser também a testemunha fiel do ocorrido. A peça publicitária que

marcou a “era de ouro” do Radiojornalismo por meio do Repórter Esso contribuiria para corroborar a hoje superada Teoria do Espelho.

Essa teoria percebe as notícias como um produto que reflete fidedignamente a realidade, como se fosse uma imagem no espelho, tal qual uma máquina fotográfica. À luz dos estudos culturais, outros pesquisadores formularam Teorias do Jornalismo mais adequadas para responder à pergunta “porque as notícias⁴⁰ são como são”? (Traquina, 2012). São teorias que se complementam e propõem reflexões sobre o campo de atuação dos jornalistas, em contraponto à atuação de outros profissionais da comunicação, como o relações públicas e os publicitários.

Central à teoria é a ideia-chave de que o jornalista é um *comunicador desinteressado*, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar, procurar a verdade*, contar o que aconteceu, *doa a quem doer* (Traquina, 2012, p. 149 e 148, grifos do autor).

Traquina ressalta que os fundamentos da proposta da Teoria do Espelho têm como base rupturas históricas do campo jornalístico promovidas com a comercialização do jornalismo e a separação entre opinião e fatos, baseado em um *ethos* profissional que define o jornalista como um “observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais” (Traquina, 2012, p. 149). O novo jornalismo, surgido nos EUA em meados do século XIX, mas que chega ao Brasil mais tardiamente, apresenta essa proposta de divisão clara entre comunicar os fatos e opinar sobre eles. Soma-se a esse fator a adoção do conceito de objetividade ao valor profissional do jornalismo, representado, entre outros dispositivos e práticas profissionais, pelo uso do *lead* e da pirâmide invertida⁴¹.

⁴⁰ Rabaça, Carlos Alberto; Barbosa, Gustavo G. *Dicionário de comunicação*. São Paulo. Elsevier, 2002. Definição de Notícia: (jn) 1. Relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público. “O que é matéria-prima do jornalista não é palavra, é notícia: esta é a matéria-prima com que se constrói o jornal” (Celso Kelly). É em busca da notícia que se desenvolve toda a atividade jornalística. Segundo Fraser Bond, “a notícia não é um acontecimento, ainda que assombroso, mas a narração desse acontecimento”. Para Charles Dana, “é algo que interessa a uma grande parte da comunidade e nunca tenha sido levado à sua atenção”.

⁴¹ Lead, ou, em português, lide, é o primeiro parágrafo do texto jornalístico que apresenta as principais e mais importantes informações do fato, respondendo a seis perguntas objetivas: o quê, quem, quando, onde, como e por quê? Pirâmide invertida é a prática presente na redação jornalística objetiva que consiste em contar a história sobre o fato em ordem não cronológica, ou seja, a partir do desfecho do ocorrido, partindo do ponto mais importante e atual para os pontos menos importantes e mais antigos na ordem dos acontecimentos. Disponível em <https://pt.scribd.com/doc/60730731/Dicionario-de-Comunicacao-Carlos-Alberto-Rabaca>.

Gaye Tuchman (1993) argumenta que, para jornalistas, o conceito de objetividade, associado à imparcialidade, opera como um pilar fundamental no ambiente profissional. Tuchman identifica quatro procedimentos estratégicos, além da verificação dos fatos, que os jornalistas utilizam como salvaguardas da objetividade: a apresentação de possibilidades conflitantes, ou seja, os dois lados envolvidos na notícia; a inclusão de provas auxiliares, como fatos adicionais que sustentam uma afirmação; o uso criterioso de aspas, que consiste em atribuir opiniões diretamente às falas dos entrevistados e não ao texto do jornalista; e a organização da informação em uma sequência lógica, geralmente por meio da estrutura da pirâmide invertida e do *lead*.

Além desses procedimentos, Tuchman (1993) destaca que os jornalistas recorrem ao conceito de “news judgement” (percepção profissional) para assegurar a objetividade. Essa habilidade permite identificar e selecionar fatos relevantes e de interesse público, evitando julgamentos de valor e, assim, reforçando a imparcialidade no jornalismo. No contexto da defesa de que o processo produtivo jornalístico segue normas de imparcialidade, a socióloga norte-americana exemplifica relatando a resposta de um editor a uma pergunta sobre a diferença existente entre “notícia objetiva” e “notícia de análise”. Refletindo os valores da cultura profissional dos jornalistas, o editor afirma que a “notícia de análise” contém juízos de valor, enquanto a “notícia objetiva” deve se abster de qualquer tipo de julgamento.

A objetividade ou, o que se aceita como seu oposto, a parcialidade, são conceitos que a maioria dos cidadãos associa ao papel do jornalismo e que são consagrados nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos órgãos de comunicação social, em particular do setor público. Estão presentes, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas e estão no centro de toda uma mitologia que coloca os jornalistas no papel de “servidor do público” que procura a verdade, no papel de “cão de guarda” que protege os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de contrapoder que atua do lado de quem doer, no papel de “herói” do sistema democrático (Ungaro, 1992, *apud* Traquina, 2012, p.163, grifo do autor).

Tomando como exemplo o trabalho realizado por Patrick Champagne em *La Misère du monde* - sobre como as misérias do subúrbio são relatadas por jornalistas -, Pierre Bourdieu (1997) faz críticas à forma como o jornalismo delibera sobre a escolha dos fatos que irão compor os noticiários. A ênfase

maior das críticas do sociólogo repousa sobre o dispositivo Televisão e a veiculação de notícias por meio do audiovisual. Para Bourdieu, “por propensões inerentes à profissão”, o jornalista tem uma visão própria e individual do mundo, moldada pela lógica da profissão. Acerca dessa reflexão, ele formulou uma metáfora em que o olhar do jornalista é dotados de óculos especiais.

A metáfora mais comumente empregada pelos professores para explicar essa noção de categoria, isto é, essas estruturas invisíveis que organizam o percebido, determinando o que se vê e o que não se vê, é a dos óculos. Essas categorias são produto de nossa educação, da história etc. Os jornalistas têm óculos especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado (Bourdieu, 1997, p. 25).

Há uma tendência inerente à profissão de dar mais destaque para aspectos particulares sob a ótica de uma realidade particular em função de categorias de percepção que são próprias dos jornalistas quando atuantes no jornalismo. Bourdieu salienta que o princípio de seleção das notícias a serem divulgadas, para os jornalistas, é a busca do sensacional, do espetacular, e os compara a pessoas que têm capacidade de iludir espectadores, tais como mágicos ou ilusionistas. “Variedades também são notícias que distraem” (Bourdieu, 1997, p. 22).

Pierre Bourdieu destaca a existência de mecanismos ocultos, anônimos e invisíveis que são utilizados como normas durante o processo produtivo do profissional que atua no jornalismo e que provocam, ainda que não conscientemente, o exercício da prática da censura, elevando o dispositivo televisão, somado a seu conteúdo veiculado, a “um formidável instrumento de manutenção da ordem simbólica” (1997, p. 20). Ele considera que quanto melhor se entende como funciona a máquina de produção de noticiários televisivos mais se compreende também que os profissionais de jornalismo participam dessa engrenagem em duas situações distintas, tanto como cúmplices da manipulação quanto como manipulados pelos superiores. “Manipulam mesmo tanto melhor, bem frequentemente, quanto mais manipulados são eles próprios e mais inconscientes de sê-lo” (Bourdieu, 1997, pp. 20 e 21).

Os também sociólogos Peter Berger e Thomas Luckmann (2014) apontam que a realidade é construída socialmente com base em dois fatores: o “fato real” -

fruto de fenômenos independentes da organização social - e “conhecimento” - que darão ao ser comum ou “homem da rua” a certeza de que o fenômeno é real com base em seus pré-conceitos absorvidos pela vivência em sociedade. O fato é conhecido, absorvido, moldado com base nos conhecimentos e devolvido como realidade ao convívio social. Múltiplos são os fatores que influenciam essa percepção da realidade e esses fatores são resultado da própria vivência em sociedade, tais como a linguagem e os costumes.

Segundo Michel Foucault (2013), cada sociedade produz seu próprio regime de verdade, a que ele chama de “política da verdade”, ou seja, a verdade é a representação de uma série de discursos que a sociedade, na qual o indivíduo está ligado pela cultura, seja ela uma representação da tradição ou dos costumes, toma como verdadeiros. A partir da escola de Frankfurt, estabelecida em meados de 1920, a ideia de verdade nunca mais foi a mesma. Bourdieu (1997, p.26) assinala o poder contido nas palavras dos apresentadores de telejornais em criar “fantasias, medos, fobias ou, simplesmente, representações falsas”.

O teórico americano James W. Carey (2022), em sua teoria ritual da comunicação, apresenta uma reflexão crítica sobre o papel da imprensa, mais especificamente o jornal, comparando-o a uma grande encenação simbólica do mundo, onde ritualmente o cotidiano é relatado com a intenção de produzir sentido, moldar a realidade, ao construir versões públicas dos acontecimentos. A transmissão de notícias pela imprensa representa uma prática cultural que reafirma valores da sociedade, suas crenças, promovendo uma coesão cultural. As reflexões de Carey vão ao encontro de algumas Teorias do Jornalismo com relação à noção de que o jornalismo não reflete a realidade, com um espelho, mas constrói versões públicas dos acontecimentos; sobre o jornalismo ditar a agenda do dia da sociedade, determinar o espaço e os eventos mediante a oferta de uma leitura ritualizada.

O campo de pesquisa do jornalismo apresenta outras teorias que contemplam a questão da vivência do profissional jornalista em seu campo como um fator propenso a moldar e transformar fatos em notícias na forma como são apresentadas. Ainda que consideremos a verdade como atributo indissolúvel da notícia (Marques de Melo; Assis, 2020), as teorias do jornalismo explicam as várias influências que o processo produtivo impõe sobre o produto principal das empresas jornalísticas, a notícia. Isso posto, vamos a uma síntese das principais teorias.

- Teoria do *Gatekeeper* (Guardião do Portão): Em 1950, o sociólogo norte-americano David Manning White aplicou o conceito formulado pelo psicólogo social, também norte-americano, Kurt Lewin (1947), sobre o fluxo de escolhas das notícias, considerado por ele como arbitrário e subjetivo, dotado de um juízo de valor cuja base são as experiências individuais do profissional envolvido. Essa teoria argumenta que jornalistas nas redações seriam guardiões dos portões - uma metáfora que representa os obstáculos impostos pelas subjetividades jornalísticas que avaliam se um fato tem ou não valor-notícia para ser transformado em matéria⁴². Editores, redatores, repórteres atuam no controle das notícias que chegam ao público. Eles trabalham como "guardiões" que decidem quais histórias são dignas de serem publicadas.
- Teoria da Agenda-Setting: Por essa teoria, o jornalismo é responsável por pautar as principais discussões e debates priorizados pela sociedade no cotidiano. Dessa forma, os meios de comunicação, mais especificamente os jornalísticos, têm o poder de influenciar a agenda pública ao determinar quais temas e questões se tornam prioridade na opinião pública.
- Teoria Organizacional: A prioridade na escolha das notícias é pautada pela cultura organizacional, que valoriza os interesses da empresa ou da comunidade organizacional na qual o jornalista está inserido, e não uma cultura profissional, que atenderia a valores intrínsecos à profissão. Essa teoria reflete que sobre as notícias recai o peso burocrático existente nas organizações em que os jornalistas trabalham. O sociólogo norte-americano Warren Breed (1955) ressalta o peso dos constrangimentos organizacionais sobre os profissionais, que culmina com o jornalista conformado com a política editorial da empresa em detrimento de suas opiniões ou certezas

⁴² Rabaça, Carlos Alberto; Barbosa, Gustavo G. *Dicionário de comunicação*. São Paulo. Elsevier, 2002. Definição do termo matéria para a linguagem jornalística: (jn) Tudo o que é publicado, ou feito para ser publicado, por um jornal, revista, radiojornal ou telejornal, incluindo textos e ilustrações (visuais ou sonoras). Tanto o original de qualquer notícia, artigo, crônica, nota etc., quanto a sua forma impressa recebem, genericamente, o nome de matéria. (ed) 1. Qualquer tipo de original (textos, ilustrações etc.) que integra uma publicação. 2. Qualquer elemento da composição tipográfica. Disponível em https://www.academia.edu/28561275/Dicion%C3%A1rio_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_5a_Edi%C3%A7%C3%A3o_Carlos_Alberto_Raba%C3%A7a

peçoais. Breed percebeu que há um modo sutil de convencimento do jornalista por meio de punições ou favorecimento na determinação das pautas⁴³ pelas chefias.

- Teoria da Ação Política - Nessa teoria, a imparcialidade, como sinônimo de objetividade, é questionada, e o jornalismo observado como um poder instrumentalizado. Pesquisadores defendem que tanto a classe jornalística quanto o profissional como indivíduo possuem posicionamentos políticos intrínsecos capazes de influenciar o relato do fato e, dessa forma, distanciar-se de uma imparcialidade. Outras correntes afirmam que o jornalismo, como indústria que produz a notícia, está sempre a serviço da manutenção do sistema vigente. Herman e Chomsky (1989) destacam a alta concentração de empresas jornalísticas e a forte relação com o poder econômico como fator importante para a seleção das notícias a serem divulgadas ao público. Eles lembram que as empresas são dependentes de publicidade e que essa relação também afeta a decisão sobre certos temas sensíveis aos anunciantes.
- Teorias Construcionistas: A partir de 1970, as investigações sobre o campo do jornalismo passam a abordar a notícia como uma construção social dotada de uma dimensão cultural, uma vez que o profissional que produz o noticiário é também um ser social que vive dentro de um sistema cultural imbuído de signos, significados, linguagem. As notícias não são o espelho da realidade, mas um processo construído que participa da criação dessa realidade.
- Teorias Estruturalistas e Interacionistas: Partilham da mesma premissa de que a notícia é resultado de uma construção social que molda uma realidade e que recebe influência dos processos de interação social. Mapas culturais

⁴³ Rabaça, Carlos Alberto; Barbosa, Gustavo G. *Dicionário de comunicação*. São Paulo. Elsevier, 2002. Definição do termo pauta: Pauta (jn) 1. Agenda ou roteiro dos principais assuntos a serem noticiados em uma edição de jornal ou revista, programa de rádio ou tv etc. Súmula das matérias a serem feitas em uma determinada edição. 2. Planejamento esquematizado dos ângulos a serem focalizados numa reportagem, com um resumo dos assuntos (no caso de suíte) e a indicação ou sugestão de como o tema deve ser tratado. A pauta não é normativa, não estipula uma linha de ação a ser obrigatoriamente seguida: é uma tentativa de orientar e dirigir metodicamente o trabalho do repórter, dentro dos parâmetros que possam ser previstos.

do mundo social afetam a imparcialidade das notícias. Essas teorias aprofundam as argumentações de Breed na Teoria Organizacional e defendem que as influências que distorcem a notícia vão além dos ambientes da redação para constrangimentos aplicados em toda a comunidade profissional, o que Traquina assinala como “transorganizacionais” (2012, p.175) A seleção e produção das notícias sofrem influência do próprio processo produtivo e suas pressões, tais como limitação de espaço ou de tempo para elaboração das matérias.

A partir das investigações sobre o jornalismo como um campo de pesquisa científica, foi possível compreender e classificar a cultura profissional da comunidade jornalística. Traquina afirma que “jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por efeito, na construção da realidade” (2012, p. 26). O autor apresenta também duas definições sobre jornalismo que se mostram importantes para as análises do material colhido para nossa pesquisa. Ele sublinha a tensão entre as duas definições como polos em disputa dentro do campo jornalístico. De um lado, o jornalismo como um serviço público essencial para a solidificação do sistema democrático, fornecendo aos cidadãos as notícias necessárias a um posicionamento político. No polo oposto está o jornalismo como um negócio, cuja mercadoria é a notícia e o objetivo é ter um balanço contábil lucrativo (Traquina, 2012, p. 27).

O nosso objeto de estudo, como já evidenciado, se enquadra nesta última categoria, ou seja, trata-se de uma empresa cujo ramo de negócio é a venda de notícias. O produto dessa indústria em questão é fruto das distensões próprias do campo jornalístico descritas nesta subseção. Porém, as novas rotinas tecnológicas abalaram a hegemonia do jornalismo, que cumpria antes o papel de “testemunha ocular dos fatos” ou o olho do leitor no fato. Um dos propósitos desta pesquisa é verificar como todo esse mecanismo do campo jornalístico, que foi azeitado por décadas, está sendo afetado pelos novos hábitos sociais que valorizam a busca por informações no mundo digital. Para tal, é pertinente darmos uma olhada nos números da sociedade no mundo digital até 2024.

2.6 O estado do digital no Brasil em 2024

Em 2013, um novo ingrediente passa a abastecer a fogueira da crise de credibilidade do jornalismo. O Movimento Passe Livre (MPL), cuja bandeira mais visível até então era a luta contra o aumento das passagens nos ônibus municipais, tomou o país, tornando-se um marco para o ciberativismo. Diferentemente de outros movimentos populares do passado, a população era convocada para os atos públicos, que ficaram conhecidos como “Jornadas de Junho”, por meio das redes sociais digitais, caracterizando o uso marcante da internet.

A cobertura era facilitada pelo Midiativismo, que deu origem ao Mídia Ninja, um veículo que já nasceu totalmente virtual, inclusive com transmissão exclusiva por meio da plataforma de rede social Instagram (Rodrigues, 2018). O movimento cresceu e incorporou outras reivindicações e bandeiras de luta, entre as quais a que pregava a deslegitimação parcial e temporária das grandes instituições, Executivo, Legislativo, Judiciário, Grande Imprensa, Polícia e Fifa.

O MPL construiu um ciberespaço de discussão, de informação, de contrainformação e de divulgação de materiais que mostravam outras versões dos fatos, muitas vezes divergentes daqueles veiculados na grande mídia. A postura do MPL, favorável às novas mídias para construção de sua luta, é comprovada pela sua própria carta de princípios. Nela afirma que o movimento “deve utilizar mídias alternativas para a divulgação de ações e fomentar a criação e expansão destes meios. Já o contato com a mídia corporativa deve ser cauteloso, entendendo que estes meios estão diretamente atrelados às oligarquias do transporte e do Poder Público.” (Espírito Santo; Diniz; Ribeiro, 2016, p. 141, grifo dos autores).

O veículo Mídia Ninja ganhou peso como a melhor opção da imprensa alternativa na cobertura das manifestações, que se espalharam por todas as capitais brasileiras. Os profissionais que trabalhavam para a grande imprensa eram hostilizados nas manifestações, e muitos jornalistas sofreram represálias por parte dos manifestantes e saíram até feridos das coberturas. A repressão policial e as respostas dos manifestantes tornaram o ambiente cada vez mais violento.

No dia 6 de fevereiro de 2014, o repórter cinematográfico Santiago Ilídio Andrade foi atingido por um rojão na cabeça e morreu três dias depois, aos 49 anos. De junho de 2013 a fevereiro de 2014, um total de 126 jornalistas foram agredidos durante as manifestações, segundo balanço apresentado ao então ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, em reunião realizada em Brasília pelos

representantes das empresas de comunicação brasileiras no dia seguinte à morte do cinegrafista (DESDE..., 2014, n. p.).

Inicialmente, o movimento começou em São Paulo com manifestações de rua contra o reajuste da tarifa do ônibus, que à época, aumentaria 20 centavos. Rapidamente os protestos se espalharam por outras cidades do país, dando vazão a uma ampla insatisfação popular com outras demandas, como a revolta pela realização da Copa do Mundo em 2014, as denúncias de corrupção na política e o governo de Dilma Rousseff (PT). Depois dos atos de junho de 2013, que expuseram um descontentamento generalizado com a classe política, vieram a Operação Lava Jato, o impeachment de Dilma, a popularização de Bolsonaro e o fortalecimento da extrema-direita no país (Coelho; Wanderley, 2023, n. p.).

A jornalista Claudia Rodrigues, autora do livro *Mídia Ninja narrativas jornalísticas em disputa*, de 2018, revelou a criação, formação e fomento do Canal Mídia Ninja, uma proposta de canal alternativo - em repúdio à atuação da grande Imprensa - que marcou época no período do ciberativismo. Rodrigues apresenta um farto material, fruto de uma pesquisa etnográfica no centro produtivo do Canal, e já alertava para o momento de reconfiguração e alargamento do campo profissional que o jornalismo vivia desde 2013, provocados pelas facilidades tecnológicas.

Na world wide web, um sem-número de contadores de histórias disputa a primazia das narrativas sobre os acontecimentos. A internet absorveu e reformatou os veículos de comunicação (...) O leitor foi convidado a participar da produção com apoio de dispositivos. Em última análise, o cidadão ou ativista, resolveu tornar-se o produtor da notícia distribuída em sites, blogs ou plataformas como Facebook, Twitter, YouTube ou Telegram (Rodrigues, 2018, p. 210).

A revolução tecnológica percebida após a popularização da internet e dos dispositivos a serviço do Capitalismo de Plataformas promoveu, e continua promovendo continuamente, uma disputa no campo do jornalismo com atores que se apropriam de novas formas de narrar os fatos, distantes das premissas utilizadas pelos jornalistas. Soma-se a isso a crise de credibilidade também instigada pelo uso das novas tecnologias, que amplifica e intensifica as antigas críticas à atuação da grande imprensa e que se tornaram palavras de ordem de setores antidemocráticos. O resultado é uma grande crise econômica dos jornais de referência, cujo modelo de negócios inclui a entrega de um produto final impresso em papel jornal.

Os jornais impressos perderam público para outros meios de informação e, na mesma intensidade, perderam receita publicitária. Os impressos entraram, a partir de 2010, em uma rota de queda sem volta, embora até 2006 ainda houvesse uma expectativa no mercado pela recuperação dos jornais impressos. Em 8 de janeiro de 2007, o *Observatório da Imprensa* publicou matéria comemorando o crescimento de 10% na circulação mundial de jornais entre 2000 e 2005 (CIRCULAÇÃO..., 2007, n. p.). No Brasil, dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) referentes a 2006 apontavam um crescimento de 6,5% na circulação diária de jornais, totalizando, na época, 7.230.285 de exemplares vendidos diariamente. A mesma matéria ressalta que o resultado positivo mostrava uma recuperação de mercado dos jornais diários a partir de 2004, depois de três anos de declínio. Em 2005, a média diária foi de 6,789 milhões de exemplares.

Contudo, o hábito de ler jornais no formato impresso trilhou um caminho inversamente proporcional ao crescimento da população brasileira após os anos 2010. De acordo com o relatório DataReportal (2024)⁴⁴ sobre a adoção e uso digital no Brasil, em 2015 a população do Brasil era de 204 milhões de indivíduos, dos quais 110 milhões eram usuários de internet, ou seja, 54% da população total. Havia 276 milhões de números de telefone celular e 96 milhões de usuários de redes sociais digitais. O relatório apontava um crescimento de 10% no número de habitantes e de 12% no número de pessoas que usavam redes sociais digitais. Em 2024, o relatório revelou que a população brasileira saltara a 217 milhões de pessoas e que, destas, 187,9 milhões eram usuárias de internet (86,6% da população); 144 milhões eram usuárias de redes sociais digitais (66,3% do total da população) e havia 210 milhões de números de celulares ativos (96,9 % da população).

A redução do consumo de jornal impresso, queda na verba de publicidade, introdução dos smartphones na rotina social e o crescimento do mundo digital por meio das plataformas foram fenômenos que ocorreram simultaneamente. Um cenário que afetou os valores intangíveis do produto notícia: credibilidade,

⁴⁴ Relatório Digital Global 2024 é divulgado na plataforma DataReportal (<https://datareportal.com/>), realizado com o apoio de parceria com as empresas Meltwater (soluções de inteligência de mídia e monitoramento de mídia online, fundada em 2001), We are social (agência de marketing digital global que se especializa em mídias sociais) e a Hootsuite (ferramenta de gerenciamento de mídias sociais). O relatório apresenta um raio-X sobre o mundo digital, que inclui informações como crescimento de cada rede social, tempo gasto na internet, usuários de redes sociais digitais, sites mais visitados, buscas na internet. Dados que são aplicados ao crescimento da população mundial e número de dispositivos móveis no planeta. O relatório apresenta dados específicos de cada país também. Disponível em <https://datareportal.com/>. Último acesso em 7/1/2024.

prestígio, projeção e influência. Com menos popularidade, ou seja, menos vendas, os jornais perdem verba publicitária e receita. Menos verba equivale a um produto com menos investimento e, conseqüentemente, uma qualidade inferior em relação à originalmente prometida ao longo da história daquele impresso. As rotinas produtivas são impactadas por questões financeiras e obrigações com anunciantes, que vão, ao fim do processo, contaminar a matéria, questão sublinhada por Warren Breed na Teoria Organizacional. Em suma, menos trabalhadores, com tempo mais curto para finalizar a edição, afeta diretamente a notícia.

Desde 2009, o Brasil registra o fechamento de jornais de referência que encerraram as atividades por questões financeiras ou tornaram-se exclusivamente virtuais para manter a marca ainda viva. Entre os títulos de maior notoriedade em capitais e grandes centros que encerraram as atividades podemos citar: Gazeta Mercantil - São Paulo (2009); O Estado do Paraná - Paraná (2011); Jornal da Tarde - São Paulo - pertencia ao Grupo Estado (2012); Diário do Povo - Campinas (2012); Diário do Comércio - São Paulo (2014); O Sul - Porto Alegre (2014); e Brasil Econômico - Rio e São Paulo (2015), além dos menos conhecidos Diário Popular, de Pelotas, (2024); Jornal de Londrina, do grupo Paraense de Comunicação (2015); e Diário Comércio Indústria & Serviços (DCI) – São Paulo (2019) (Pacete, 2015, n. p.).

Um exemplo significativo dessa derrocada é o *Jornal do Brasil*, que se tornou exclusivamente digital em 2010 e hoje sobrevive com uma “equipe” composta por um único jornalista, Marcio Gomes. Embora esse periódico não seja objeto desta pesquisa, é impossível não se debruçar brevemente sobre seu lamentável destino dada sua importância no contexto jornalístico brasileiro e por ter sido um dos grandes a primeiro sucumbir. Nas palavras da professora da PUC-RJ, Itala Maduell Vieira, “o jornal de um homem só” é produzido em sistema de *home office* no bairro do Ingá em Niterói (Vieira, 2020, p. 296).

O *Jornal do Brasil* é um contemporâneo do *Estadão*, podemos mesmo classificá-lo como “colega de jornada” do periódico paulista. Fundado em 1891, o popularmente apelidado “JB” foi, assim como o *Estadão*, uma “testemunha ocular” da história do jornalismo brasileiro: sobreviveu, igualmente, às pressões sobre os impressos exercida por Getúlio Vargas; enfrentou a censura nos anos de chumbo da ditadura militar; e desempenhou papel fundamental na retomada da democracia durante a Campanha das Diretas Já.

Criado pelo monarquista Rodolfo de Souza Dantas, ex-ministro do império, para ser uma voz de oposição ao regime republicano, o “Jornal do Brasil” (grafado com Z) surgiu dois anos após a Proclamação da República, ocorrida em 1889, mas durou pouco na oposição à época. Não demorou a ser “empastelado”⁴⁵. Diante das pressões políticas, Rodolfo Dantas abandonou a direção do jornal que, tempos depois, passou às mãos de Rui Barbosa, o qual, entre outras medidas modernizadoras, adotou o “S” na grafia de Brasil (Vieira, 2020).

O jornal figurou entre os primeiros no país a adotar o telégrafo para receber informações, a incluir imagens e caricaturas em suas páginas e a contratar correspondentes internacionais. Entre as marcas históricas do *Jornal do Brasil* está o uso dos Classificados como fonte de renda principal da empresa. O artifício foi o eixo fundamental de sobrevivência financeira do jornal, a tal ponto que figurou na capa do jornal até a histórica reforma gráfica e editorial realizada pelo veículo nas décadas de 1950 e 1960. A reforma, inclusive, inspirou os demais veículos da época (Vieira, 2020).

Iniciada em 1956, a reforma foi um marco na modernização da imprensa brasileira. Comandada pela condessa Pereira Carneiro e pelo jornalista Odylo Costa Filho, a mudança incluiu a divisão em editorias, o uso de texto objetivo e conciso, melhor exposição das imagens, com destaque para fotos na capa do jornal, e a criação de uma identidade visual do *JB*. O sucesso levou o jornal à liderança de circulação no Rio de Janeiro nos anos seguintes. Em 1959, foi criado o icônico Caderno B, que valorizou a literatura e outras manifestações artísticas e culturais. Pela redação do *JB* passaram renomados poetas, escritores, jornalistas, chargistas e repórteres fotográficos, como Bruno Liberati, Evandro Teixeira, Fichel David Chargel, Jânio de Freitas, Ferreira Goulart, Renato Maurício Prado, Alberto Dines, Zuenir Ventura, Sérgio Noronha, Tereza Cruvinel, Cecília Meireles, José Lins do Rego, Lígia Fagundes Teles e Carlos Drummond de Andrade, entre outros (Vieira, 2020).

Fornecido esse panorama, foquemos na outra ponta da crise: o Capitalismo de Plataforma avança em território brasileiro e estimula o consumo de informações, produtos culturais e de entretenimento via redes sociais digitais. O relatório

⁴⁵ Jargão jornalístico para que pode significar “Amontoar confusamente (caracteres tipográficos) inutilizando a composição” e, em sentido figurado, “Depredar, destruir as instalações de um jornal, revista etc., por motivos políticos, ou pessoais. Dicio. Dicionário online de Português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/empastelado/>. Acesso em 7 jan. 2025.

DataReportal apresenta dados que mostram o quanto o brasileiro detém posição de liderança no uso das redes sociais digitais. O Brasil é o terceiro colocado no ranking mundial quanto aos usuários de redes sociais digitais com idades entre 16 e 64 anos. Esse público confessa seguir influenciadores, com 41% da população ativa em redes sociais digitais, praticamente o dobro da média mundial, que é de 22%. Dos 187,9 milhões de usuários de internet com que o Brasil contava no início de 2024, considerando-se a mesma faixa etária, 52,7% declararam confiar nessas plataformas como fonte de notícia, ante a média mundial de apenas 34,2%.

Em relação à conectividade, no Brasil, em janeiro de 2024, havia 210,3 milhões de conexões de telefonia celular ativas, o que equivale a 96,9% da população total, que era de 217 milhões no período. A taxa de penetração da internet no Brasil era de 86,6% da população total no início de 2024. A análise da empresa de consultoria Kepios⁴⁶ indica que os usuários de internet no Brasil aumentaram em 6,1 milhões (+3,3%) em apenas um ano, entre janeiro de 2023 e janeiro de 2024. Dados da GSMA Intelligence, que contribui para o relatório DataReportal, mostram que havia 210,3 milhões de conexões de telefonia celular no Brasil, no início de 2024, o que equivale a 96,9% da população total na época.

Os números do DataReportal mostram ainda que havia 144 milhões de identidades de usuários ativos de mídia social no Brasil em janeiro de 2024. Segundo a Kepios, o número de usuários de mídia social no país aumentou em 2 milhões (+1,4%) entre o início de 2023 e o início de 2024 e representava 66,3% da população total. Com base em dados obtidos pelas ferramentas de planejamento de anúncios das principais plataformas de mídia social, o relatório DataReportal indica que havia 128,6 milhões de usuários com 18 anos ou mais inscritos nas redes sociais digitais no Brasil no início de 2024, o que equivalia a 78% da população total com 18 anos ou mais na época. Se o cálculo não levar em consideração a idade, 76,6% da base total de usuários de internet do Brasil usou pelo menos uma plataforma de mídia social em janeiro de 2024.

Ainda de acordo com o relatório DataReportal, o Instagram somava 134,6 milhões de usuários no Brasil no início de 2024. Com base nas ferramentas de anúncio da Meta, o alcance dos anúncios do Instagram no Brasil, no início de 2024,

⁴⁶ Kepios é uma empresa de consultoria, sediada em Cingapura, que oferece serviço de capacitação de empresas para o uso de tecnologias digitais com base em análises sobre dados digitais sobre tendências de consumo e uso do online.

era equivalente a 71,6% da base de usuários locais da internet (independentemente da idade). Um outro dado mostra que 74,8% das pessoas com 13 anos ou mais, no Brasil, usavam o Instagram em 2024. O alcance potencial de anúncios do Instagram no Brasil aumentou em 21 milhões (+18,6%) entre janeiro de 2023 e janeiro de 2024. Somente nos últimos três meses de 2024, o tamanho do público de anúncios do Instagram no país aumentou em 12 milhões (+9,5%).

Sobre o tamanho do público usuário da plataforma TikTok no Brasil em 2024, o relatório DataReportal, com base nos dados publicados nos recursos de publicidade da ByteDance, revela que o TikTok tinha 98,59 milhões de usuários com 18 anos ou mais no país no início de 2024. Os números da ByteDance indicam também que os anúncios do TikTok alcançaram 59,8% de todos os adultos com 18 anos ou mais no Brasil no início de 2024. Mas se os dados forem aplicados ao público elegível do TikTok, ou seja, maiores de 13 anos, essa porcentagem caía para 52,5% da base de usuários locais da internet no início do ano passado, independentemente da idade. Houve um aumento de 19,9% dos usuários da plataforma entre 2023 e 2024 no Brasil, com um acréscimo de 16 milhões de pessoas na base de inscritos na plataforma entre o início de 2023 e o início de 2024. Entre outubro de 2023 e janeiro de 2024, a base de usuários ganhou mais 3,6 milhões de pessoas, um crescimento de 3,8%.

O Brasil lidera vários rankings que apontam as tendências de consumo do digital no mundo. Dados do relatório de janeiro de 2024 mostram que o Brasil é o segundo país que, por dia, gasta mais tempo na internet no mundo, superado apenas pela África do Sul. Os brasileiros passam 9 horas e 13 minutos na internet a cada dia, enquanto a média global é de 6 horas e 40 minutos. No quesito celular com acesso à internet, o Brasil ocupa o quarto lugar entre os países do mundo, com 98,5% dos aparelhos conectados à internet, ante a média mundial de 96,5%. Em termos de tempo gasto na internet via dispositivos móveis (celulares), o Brasil está em segundo, com 5 horas e 19 minutos, cerca de duas horas a mais do que a média global, que é de 3 horas e 50 minutos. Sobre o tempo médio gasto diariamente com mídias sociais, entre os usuários de internet com idades entre 16 e 64 anos, o Brasil é o terceiro do pódio, com 3 horas e 37 minutos, ao passo que a média global é de 2 horas e 23 minutos.

Nem tudo, porém, são flores. Cabe chamar a atenção para resultado de levantamento da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

(OCDE), conduzido em 21 países, visando apurar a acurácia das pessoas na identificação de *fake news*. Os brasileiros se mostraram os piores, segundo o estudo, em identificar notícia falsa. Enquanto a média mundial de pessoas que confiam muito nas informações das mídias sociais é de 9%, no Brasil esse percentual bate nos 20%. (RELATÓRIO..., 2024, n. p.)

Traquina (2012) elenca os valores objetividade, verdade, rigor, exatidão e honestidade como códigos deontológicos intrínsecos do jornalismo e a liberdade como conceito que está no núcleo da indissolúvel relação simbiótica entre jornalismo e democracia, que deu sustentação ao mito do “Quarto Poder”. O mito do “Quarto Poder” surge no momento em que a imprensa abandona a função fornecedora de opiniões para oferecer ao leitor os fatos que, segundo Traquina, ocorre quando o campo jornalístico é composto por dois polos, “o econômico e o intelectual” (Traquina, 2012, p.127).

Tocqueville escreveu que a soberania do povo e a liberdade de expressão eram coisas absolutamente inseparáveis e que a censura não podia coexistir com o voto universal. Thomas Jefferson afirmou: “Não há democracia sem liberdade de imprensa” (Traquina, 2012, p. 133, grifos do autor).

O mito do “Quarto Poder” atribuiu ao jornalismo o papel de “guardião do poder” e estabeleceu a necessidade de um distanciamento e independência de instituições representativas do poder político, tais como Executivo, Legislativo e Judiciário, suficientemente capazes de denunciar atos de abusos de poder ou desmandos (Traquina, 2012, p.131). Michael Kunczik (2002), ao discutir conceitos de jornalismo, promove uma reflexão sobre a autoimagem dos jornalistas em que inclui o estereótipo do profissional como um paladino da sociedade, ao mesmo tempo em que apresenta o jornalista como professor ou guia e também um mediador necessário à sociedade democrática.

Segundo Wolfgang Langenbucher (1974), a mediação em uma sociedade democrática é o principal papel do jornalista, e a tarefa dos jornalistas é facilitar a mútua comunicação entre os diferentes grupos da sociedade. Atribui-se aos meios de comunicação a função precípua de facilitar a comunicação entre todos os grupos que participam na formação da vontade política, criando assim a opinião pública dirigida (Kunczik, 2002, p.100).

Com a popularização do acesso à internet e a disseminação do uso das mídias digitais como veículos massivos de comunicação, o papel de mediador da

sociedade democrática mudou do campo jornalístico para o mundo digital, pulverizado em diversas camadas da sociedade em redes digitais (Castells, 1996; van Dijck, 1991). Um exemplo já citado na seção anterior, mas que vale a pena ser retomado, é o caso das eleições presidenciais no Brasil em 2018, que culminaram na eleição do então candidato Jair Bolsonaro. Em especial no caso desse candidato, apostou-se fortemente num grande investimento em comunicação com o eleitorado via redes sociais e, em contraponto, a ausência do candidato nos debates eleitorais. Outro exemplo surgiu nas eleições municipais de 2024 à Prefeitura de São Paulo, em que um nome até então desconhecido nos meios políticos, Pablo Marçal (PRTB), mas com capital social conquistado a partir de uma atuação duvidosa e milionária como *coach* de cursos de desenvolvimento pessoal, entrou inesperadamente na disputa em busca de obter capital político. Utilizando as lógicas midiáticas digitais, sua candidatura repentina chegou a ameaçar velhos candidatos conhecidos.

O professor Arthur Ituassu, dedicado pesquisador com estudos em torno das influências que as mídias digitais exercem sobre os processos eleitorais e a democracia no Brasil, destaca as eleições presidenciais de 2010 no país como marca para o aumento sistemático do uso de mídias sociais nas campanhas eleitorais, visto que a legislação vigente em 2009 permitia o uso das redes sociais para campanhas eleitorais. Em uma análise sobre as eleições vitoriosas de Donald Trump, nos Estados Unidos, e de Jair Bolsonaro, no Brasil, Ituassu contextualizou a força da comunicação política por meio das mídias digitais a partir do conceito de "propaganda computacional, sugerido por Woolley e Howard (2019), como uma prática comunicacional que se utiliza de algoritmos, automação e curadoria humana para deliberadamente gerenciar e disseminar desinformação nas mídias digitais" (Ituassu *et al*, 2019, p. 3).

Arthur Ituassu *et al* relembram que, em um passado recente, o meio de comunicação televisão exercia grande impacto moderador na comunicação política de campanhas eleitorais, papel esse, em sua opinião, que migrou para as mídias digitais, ambiente em que as estratégias comunicacionais de campanha segmentam a comunicação para cada grupo específico, utilizando uma lógica de nicho, com pautas específicas e discursos forjados para o nicho que conseguem capitanear a "economia da atenção nas mídias digitais". O modelo de comunicação moderna estava consolidado no sistema de *broadcasting*:

Hoje, o perigo vem menos da política seguir as maiorias do que da capacidade de certos agentes políticos de criar suas próprias minorias, por meio da comunicação política digital e direcionada. Basicamente, não importa que a maior parte da população seja contra a desregulamentação das armas, por exemplo, o importante é que, no fim, o político reúna um grande número de minorias ao seu redor no momento do pleito. Dessa forma, é possível reunir aqueles interessados na preservação dos valores da família com aqueles que apoiam a desregulamentação das armas, aqueles ultraliberais na economia com aqueles contrários ao politicamente correto, às políticas de gênero progressistas ou mesmo ao discurso de preservação do meio ambiente. Com relação à democracia, a ameaça hoje não é mais da tirania da maioria. O perigo hoje vem da tirania das minorias construídas por meio da comunicação política digital (Ituassu, 2019, n. p.).

O grupo de pesquisas Comunicação Política, liderado pelo professor Ituassu na PUC-Rio, conduziu, no período das eleições municipais de 2020, um estudo sobre mídias digitais, eleições e democracia no Brasil, envolvendo 28 profissionais de campanha digital no país. Eles destacaram o peso que as *fake news* exerceram na disputa à prefeitura, principalmente em cidades menores desprovidas de grandes recursos midiáticos, concluindo que criar *fake news* bem-sucedidas requer um processo complexo de produção. Chama a atenção um trecho de entrevista transcrito em artigo publicado em 2023, que dá a dimensão da perda do papel de mediador que antes cabia ao jornalismo na sociedade.

As mídias digitais trouxeram proximidade. As pessoas, no digital, entendem que estão dando um bypass no jornalista, nos intermediários que falam pelos candidatos. Antes, as pessoas chegavam até o parlamentar e o candidato por meio das lideranças, hoje não. É esse movimento que agora influencia não somente a postura do candidato, mas também a forma como ele é cobrado e como as pessoas o veem (Ituassu *et al*, 2023, p. 11).

De fato, as plataformas promovem a aproximação entre interlocutores como uma linha reta que representa o caminho mais curto entre dois pontos e dispensam mediadores no trâmite comunicacional. Leitores, espectadores e ouvintes se tornaram produtores e distribuidores de notícias. Admiradores interagem com ídolos sem intermediários. Porém, a facilidade no processo de comunicação potencializou a criação de informações falsas e disseminou políticas negacionistas e preconceituosas. A sensação de liberdade prometida pelas plataformas aprisionou a atenção de consumidores de informações, que se afastaram da imprensa de referência. Paralelamente, a fábrica de notícias falsas completava o trabalho de

demonização da grande e pequena imprensa. O processo tinha o apoio do governo federal da época, representado pelo presidente Jair Bolsonaro.

Até que, em 2020, um vírus partiu da China e, em um movimento globalizado, instalou um sistema pandêmico de contaminação. O Coronavírus chacoalhou o mundo e devolveu o protagonismo do papel de mediador ao jornalismo. Não só tornou evidente a necessidade de retomada do papel do jornalismo como mediador da sociedade, como o elegeu a atividade qualificada para o ato de repassar dados e fatos científicos. A grande maioria dos brasileiros tomou o rumo inverso do verificado nas manifestações de 2013 e 2014 e buscou a imprensa como símbolo de veracidade e confiabilidade.

A pesquisa “Inside Vídeo: A (Re)descoberta”, encomendada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV, mostrou que houve um aumento de 30% do *share* de audiência do jornalismo televisivo na comparação entre abril de 2019 e abril de 2020. A pesquisa constatou que, entre os entrevistados, 82% afirmaram que acompanhavam o noticiário. Destes, 52% confirmaram que o formato facilitava o entendimento sobre a pandemia e sobre os recursos para evitar a contaminação, e 43% defenderam o telejornalismo como forma rápida e confiável para obter informações. Dentre os entrevistados, 77% afirmaram que acompanhar as notícias pela tela foi importante durante o período de pandemia.

A grande aderência da população ao jornalismo como fonte confiável para o combate ao avanço da pandemia provocou incômodo nos setores negacionistas e levou o governo federal a mudar os horários em que dados consolidados sobre casos de covid no Brasil eram divulgados pelo Ministério da Saúde. Como resposta a essa atitude do governo Bolsonaro e diante de dados inconsistentes nas estatísticas do Ministério da Saúde, a imprensa de referência se uniu em uma iniciativa inédita e formou um consórcio a partir de junho de 2020. Os veículos envolvidos divulgaram coletivamente matéria informando a decisão:

Jornalistas de G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL vão coletar nas secretarias de Saúde, e divulgar em conjunto, números sobre mortes e contaminados, em razão das limitações impostas pelo Ministério da Saúde. Em resposta à decisão do governo Jair Bolsonaro de restringir o acesso a dados sobre a pandemia de Covid-19, os veículos G1, O Globo, Extra, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e UOL decidiram formar uma parceria e trabalhar de forma colaborativa para buscar as informações necessárias nos 26 estados e no Distrito Federal VEÍCULOS...2020, n. p.).

O trabalho do consórcio terminou no dia 28 de janeiro de 2023, depois de 965 dias de trabalho, e foi fundamental para a democratização das informações sobre a pandemia, o avanço da contaminação e o combate ao Coronavírus no Brasil. Sem a mediação dos veículos de comunicação de massa, por meio de narrativas jornalísticas, a tarefa de informar os avanços nas descobertas sobre a pandemia teria sido bem mais difícil. A experiência demonstrou, na prática, o quanto é imprescindível ter um profissional habilitado para “traduzir” termos científicos e torná-los acessíveis para uma população tão diversa como a brasileira.

Essa reflexão teórica e o desenvolvimento histórico do jornalismo norteiam parte de nossa pesquisa. O pós-covid, a partir de 2022, marca o início da nossa investigação sobre o presente do jornalismo e nossa inquietação sobre o possível futuro deste campo do saber. Municados por essas premissas sobre o campo jornalístico tradicionalmente pesquisado pela academia e devidamente mapeado pelas Teorias do Jornalismo, partimos para nosso Estudo de Caso do Jornal *Estadão* como opção metodológica a fim de registrarmos a participação do jornalismo nas redes sociais digitais, por meio da observação direta na redação e a estratégia analítica quantitativa e qualitativa do material publicado pela empresa jornalística, sob a luz das práticas do exercício profissional e das teorias que norteiam o campo.

A mídia tradicional fundou o seu modelo de negócio na distribuição em escala de uma mesma mensagem para uma massa indiscriminada de pessoas. Um falando para muitos. A indústria jornalística demorou para entender que o cerne da atual crise de seu modelo reside no fato de que a notícia deixou de ser um produto fechado e acabado, e sua tendência é transformar-se em um processo. Isso muda tudo. As audiências deixaram de ser um ente distante e assumiram-se como parte do processo de construção da informação, quando não como interlocutores diretos de veículos e de jornalistas. Acima do discurso, o diálogo; em vez do consumo passivo da informação, a apropriação ativa, interativa. Esta é uma nova realidade que precisa ser absorvida pelas redações. (Egypto, 2012, n. p.).

3. O Estadão no Instagram e no TikTok: a pesquisa e sua metodologia

Nosso sesquicentenário objeto de pesquisa, como já enunciado em páginas anteriores deste trabalho, é um conservador, tanto no posicionamento político quanto em relação aos meios de produção e de modelo de negócios, afinal, viveu por cerca de 120 anos com foco no jornalismo impresso e na lucratividade por meio da venda de notícias para leitores pagantes e venda de espaço publicitário, alicerces cada vez mais abalados pela avassaladora experiência do digital. O jornal *Estadão*, nascido *A Província de São Paulo* e, posteriormente, em passado não muito distante, *O Estado de S. Paulo*, cumpriu o papel jornalístico de ser “testemunha ocular” da história do Brasil e do desenvolvimento do jornalismo no país.

O jornal paulistano foi, aliás, ao mesmo tempo, testemunha e personagem dessas histórias, ao vivenciar rupturas e avanços ao longo de três séculos diferentes e de distintas formas de governo e sistemas políticos - perpassou o Império, quatro Repúblicas, duas ditaduras e vários golpes -, assim como defrontou o nascimento do rádio, da televisão e da internet. Vivenciou todos os estágios em que o jornalismo se adaptou à internet, as denominações e estágios desse período, e, a partir dos anos 2000, o sesquicentenário jornal passou a ser afetado pela crise contemporânea do jornalismo, influenciada por questionamentos quanto à credibilidade, pela perda do monopólio e da hegemonia na distribuição de informações e pela inviabilidade do modelo de negócios praticado pelas empresas jornalísticas até então. O *Estadão* é hoje o representante mais antigo do ramo da indústria de notícias como se conheceu durante longos anos, aquele que entrega o produto vendável chamado de “notícia” sob a forma de :papel impresso.

Em razão desses antecedentes, elegemos aplicar a metodologia Estudo de Caso sobre o fenômeno em andamento no jornal *Estadão*, antigo Jornal *O Estado de São Paulo*. Robert K. Yin (2001) considera que o uso do estudo de caso é o método adequado para investigação de acontecimentos contemporâneos de fenômenos em que não há margem para manipulação, ou seja, em que o pesquisador não pode interferir em busca de um resultado ou resposta.

O estudo de caso conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas.

Novamente, embora os estudos de casos e as pesquisas históricas possam se sobrepor, o poder diferenciador do estudo é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações - além do que pode estar disponível no estudo histórico convencional. (...) faz-se uma questão do tipo 'como' ou 'por que' sobre um conjunto contemporâneo de acontecimento sobre o qual o pesquisador tem pouco ou nenhum controle (Yin, 2001, p. 27 e 28).

Faz-se muito importante, para a nossa pesquisa, alinhar duas dimensões: 1) o objeto de estudo, além de sesquicentenário, é um legítimo representante da indústria jornalística cujo modelo de negócios foi consolidado a partir do novo jornalismo, datado no mundo entre o século XIX e XX, mas que só foi implantado no Brasil nas primeiras décadas do século XX; 2) nosso objeto de estudo, a exemplo dos demais jornais de referência da chamada grande imprensa, foi afetado fortemente pelas mudanças nos modelos de produção e de obtenção do lucro diante dos avanços tecnológicos que reformularam os hábitos relacionados ao consumo e à transmissão da informação.

Ao optarmos por um estudo de caso com foco no processo produtivo cotidiano do jornalismo do *Estadão* para as redes sociais, que incluiu o comportamento profissional mediante as rotinas produtivas de seus jornalistas, buscamos evidenciar os rearranjos simbólicos e estruturais em curso no campo jornalístico brasileiro em face da plataformação midiática na distribuição da informação. A longa trajetória histórica do *Estadão* no jornalismo impresso nacional, o fato de ser um veículo de referência no país e a notável atuação em redes sociais digitais, traduzida em números de seguidores e de interações, justifica a escolha deste veículo para ser o protagonista de uma proposição teórica sobre a migração do jornalismo brasileiro para plataformas administradas por big techs e regidas por algoritmos.

A partir do caso estudado, desejamos inquirir se o ethos jornalístico é reconfigurado sob a lógica da plataformação? Se os critérios de noticiabilidade são moldados pelos algoritmos que levam à obrigatoriedade de uma performance midiática? Se a migração para mídias que não são controladas pelas empresas jornalísticas afeta os fundamentos normativos do jornalismo como campo profissional autônomo? E, até que ponto, o papel do jornalista como mediador da sociedade da informação foi abalado e o impacto que esse processo impõe sobre as formas de validação da notícia e a relação com os valores democráticos historicamente associados à existência da imprensa?.

Compreendendo a divisão apresentada por Yin (2001, p. 62 e 63), que classifica os estudos de caso em quatro tipos básicos de projetos, optamos pelo projeto de caso único com unidade múltipla de análise, em face de o estudo sobre fenômeno no que tange a veiculação de notícias por meio do perfil do *Estadão* em duas redes sociais – Instagram e TikTok –, para além de representar uma importante contribuição ao estudo do jornalismo e a investigações futuras dentro do campo, representa um caso inovador e extremo diante da grande popularidade da atuação jornalística do *Estadão* nessas plataformas. Trata-se de uma “oportunidade de observar e analisar um fenômeno até então inacessível à investigação científica” (Yin, 2001, p. 63).

Entre nossas expectativas estava a possibilidade de desvendar o processo vivido pelo jornalismo, com o foco direcionado para o caso em particular do *Estadão*, diante da necessidade do uso de plataformas gerenciadas por big techs sediadas em outros países, para alcançar os leitores. Uma empresa sesquicentenária do ramo da comunicação refém dos comandos algorítmicos cujo funcionamento atende a interesses econômicos e políticos estrangeiros. Atendendo a essa expectativa, como parte intrínseca da coleta de evidências, optamos pela combinação das seguintes estratégias:

- Observação direta: visita ao local do estudo de caso, a redação do jornal *Estadão*, no bairro do Limão, na capital de São Paulo. A estratégia de pesquisa buscava resultados qualitativos a partir do ato de vivenciar a manifestação do fenômeno in loco na redação do jornal sesquicentenário. O objetivo desta escolha foi a busca por evidências que corroborassem ou eliminassem nossas hipóteses iniciais ao observarmos o caso do jornal *O Estado de São Paulo*, que do alto dos seus 150 anos se lança nas redes sociais de maior popularidade no Brasil.
- Entrevistas: durante a observação direta foram estabelecidas interações com os envolvidos no processo produtivo com base em questionamentos relacionados ao modo de condução dos conteúdos jornalísticos, ao posicionamento político dos profissionais envolvidos com o processo, ao entendimento que cada um tinha sobre a posição que ocupavam naquela engrenagem e se havia igualmente compreensão do fenômeno em curso e o peso deste no jornalismo daquele momento. Incorporamos também

perguntas básicas apoiadas em um tripé sobre o fenômeno: o que o caracteriza, a evolução do fenômeno e como se comporta no momento atual.

- Documentação e registros em arquivos: para efeito de registro da história do *Estadão* e microhistória da criação e desenvolvimento da Editoria das Redes sociais e a presença do *Estadão* nas redes sociais. Foi essencial o acesso aos arquivos históricos do Jornal, fornecidos pelo núcleo de memória da empresa, bem como o material disponível por meio digital. Também integram o corpo de documentos o material recolhido de postagens nas redes sociais que fizeram parte da estratégia de análise quantitativa e qualitativa.

Como complemento à nossa pesquisa, acrescentamos uma estratégia analítica quantitativa e qualitativa sobre as publicações do *Estadão* nas redes sociais digitais em períodos correlacionados à observação direta. Para tal, geramos um banco de dados reunindo o material veiculado pelos perfis do jornal no Instagram e no TikTok para reforçar nossa pesquisa dentro das concepções descritas por Yin. “A análise dos dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas, ou, do contrário, recombinar as evidências tendo em vista proposições iniciais de um estudo” (Yin, 2001, p. 131). Seguimos as orientações proposta para o Estudo de Caso, sobre a possibilidade de combinar várias técnicas dentro da estratégia analítica e, assim, buscamos

criar uma matriz de categorias e dispor as evidências dentro dessas categorias; criar modos de apresentação dos dados - fluxogramas e outro métodos - para examinar os dados; classificar em tabelas a frequência de eventos diferentes e examinar a complexidade dessas classificações e sua relação calculando números de segunda ordem, como médias e variâncias (Yin, 2001, p. 131).

O objetivo foi aprofundar a observação de um fenômeno do campo jornalístico em movimento: a plataformização da imprensa brasileira. Nossa intenção em aplicar uma estratégia analítica quantitativa e qualitativa sobre a observação das peças veiculados pelo *Estadão* nas redes sociais digitais foi contribuir para o Estudo de Caso com a avaliação sobre como os pressupostos intrínsecos à produção de noticiários, que incluem as normas previstas para a

redação jornalística – uso do *lead* e a prática da pirâmide invertida – e os critérios de noticiabilidade, são (ou não) mantidos. Para tal, usamos como base os estudos fundamentais de José Marques de Melo e Francisco de Assis e aplicamos sobre as publicações no perfil do *Estadão* as classificações utilizadas por esses autores sobre gêneros e formatos específicos do jornalismo.

Optamos por separar os conteúdos em jornalísticos e publicitários, com subcategorias sobre gêneros e formatos jornalísticos, além de também abrir subcategorias para as peças publicitárias. Categorizamos as postagens em origem da produção, patrocinada ou não, a que editoria se referia e qual o objetivo – informar, promover ou desencadear uma ação. A intenção, com a escolha das categorias, foi avaliar se a presença do *Estadão* nas redes sociais mantém uma proximidade maior com o jornalismo ou com o marketing digital quanto ao objetivo final na plataforma.

O despertar de nossa proposta de pesquisa ocorreu com a observação da existência de um até então inédito uso jornalístico, entre os jornais de referência no Brasil, da ferramenta chamada *Story*⁴⁷, oferecida pela plataforma Instagram. Com exclusividade, o *Estadão* tornou-se vanguarda ao criar o produto #EstadãoDrops para ocupar jornalisticamente uma área específica da plataforma Instagram, o *Story*, em que podem ser veiculados vídeos ou fotos que ficam visíveis por apenas 24 horas. Os conteúdos destinados a essa área da plataforma podiam ser facilmente editados com o acréscimo de figuras, textos, memes e outros artifícios próprios do entretenimento presentes nessas redes digitais. Mais recentemente, o Instagram permitiu a inclusão de links, o que tornou o produto ainda mais útil para o objetivo inicial do *Estadão*, qual seja, captar leitores para o portal de notícias do jornal.

O inovador produto gerou engajamento dos jovens, como os alunos de Comunicação da PUC-Rio, que elogiavam a iniciativa. Movia nossa curiosidade inicial entender os objetivos do *Estadão* com o referido produto e se ele representava o início de uma adaptação dos centenários moldes jornalísticos às regras impostas pelas big tech no âmbito da comunicação jornalística. Diante disso, a proposta inicial era a de complementar a pesquisa de campo com a estratégia analítica quantitativa e qualitativa aplicada restritamente ao perfil *Estadão* existente na plataforma Instagram. Mas, a observação direta revelou questões mais amplas e

⁴⁷ Todas as publicações veiculadas nesse espaço são popularmente chamados no Brasil de *stories*.

me levou a ampliar a estratégia analítica quantitativa e qualitativa e incluir na pesquisa a participação do jornal de referência no TikTok.

Cabe aqui lembrar que a pesquisa envolve a controversa relação à volta do entretenimento como informação jornalística, denominado também de Jornalismo de Infotimento⁴⁸ (Dejavite, 2007), dado que as duas plataformas de redes sociais prezam pelas boas imagens da vida, valorizam a beleza e a alegria, e cuja proposta inicial é a diversão. O objetivo primordial do jornalismo não é a diversão, mas Dejavite reforça que não é novidade a presença de fatores de entretenimento entre artifícios gráficos ou em narrativas jornalísticas que chamam a atenção do leitor.

As matérias tidas classificadas como jornalismo de INFOtenimento satisfazem nossas curiosidades, estimulam nossas aspirações, possibilitam extravasar nossas frustrações e nutrem nossa imaginação. Os mais velhos (aqueles com mais de 30 anos, como a autora deste artigo) devem se lembrar da Zebrinha que anunciava os resultados dos jogos da Loteria Esportiva. Ao mesmo tempo em que eram divulgados os resultados da rodada futebolística no país, o público era brindado pelo bom humor do animalzinho (que ria quando um time tradicional perdia para um de menor destaque) (Dejavite, 2008, p.43).

A constituição do *corpus* da estratégia analítica quantitativa e qualitativa foi fundamentada a partir da observação direta, com o objetivo de amparar as experiências vividas nas duas visitas à redação do *Estadão*. A escolha do recorte de datas levou em consideração vários fatores e as especificidades de cada plataforma, além do histórico de desempenho do jornal em cada rede social digital. No perfil do *Estadão* na plataforma de redes sociais TikTok foram analisados os conteúdos veiculados nos anos de 2020, 2021, 2022 e 2023. Devido ao resultado da observação direta de 2024, decidimos incluir as postagens do mês de dezembro do citado ano na categorização. No Instagram, escolhemos categorizar a sequência de postagens veiculadas nos três primeiros meses de 2024, quando já havia sido finalizada a mudança de pares e de funções nas editorias responsáveis pelos conteúdos destinados às plataformas de redes sociais digitais, que para fins organizacionais do *Estadão* foi inserido o YouTube, embora não seja propriamente uma rede social⁴⁹.

⁴⁸ Termo presente no artigo de Dejavite, Fabia Angélica. A Notícia light e o jornalismo de infotimento, apresentado no **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Santos, setembro de 2007. Intercom.

Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf>. Acesso em 4/2/2024.

⁴⁹ Não aprofundaremos essa discussão sobre a classificação da plataforma YouTube para não fugir ao nosso objetivo principal que é o jornalismo nas redes sociais Instagram e TikTok. Apenas

Como já mencionado, trata-se de pesquisa sobre um fenômeno em curso e que tem por objetivo refletir e contribuir para o debate sobre os rumos do jornalismo brasileiro diante da avassaladora plataformização da sociedade, mais ferozmente na comunicação, o que vem afetando diretamente o campo em estudo. Yin afirma que “os estudos de caso, da mesma forma que os experimentos, são generalizáveis a proposições teóricas, e não a populações ou universos. Nesse sentido, o estudo de caso, como o experimento, não representa uma ‘amostragem’, e o objetivo do pesquisador é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística)”(YIN, 2001, p.27). Com esse espírito, aprofundamos a pesquisa nesse Estudo de Caso do *Estadão* para propor expansão teórica sobre o fenômeno que está em andamento nas redações dos jornais impressos, qual seja, a adaptação de uma prática centenária de impressão da notícia para a notícia em audiovisual em redes sociais, que, por sua vez, reserva diferenças para o audiovisual televisivo.

Antes de apresentar as impressões obtidas com a observação direta e os resultados da estratégia analítica quantitativa e qualitativa do conteúdo veiculado nas redes sociais em questão, faço uma contextualização sobre os primórdios da produção de conteúdo para redes sociais no *Estadão*, a iniciativa da criação de editoria dedicada a esse conteúdo e como essas decisões desembocaram em uma total reforma de objetivos da empresa jornalística que comemorou 150 anos de existência em 4 de janeiro de 2025, dia em que veiculou a seguinte mensagem no Instagram (reproduzida na *homepage* do jornal), por meio de post no formato de carrossel, o que explicita o peso que as plataformas de redes sociais digitais ganharão, num futuro imediato, para suprir a proposta de modelo de negócios do *Estadão*:

Estadão mira investimentos em formatos e conteúdos para ampliar sua presença no País nos próximos anos. Em meio à transformação tecnológica e informacional que atinge a mídia no mundo inteiro, o jornal enxerga oportunidades para ampliar ainda mais sua presença na sociedade. Nos próximos anos, o **Estadão vai intensificar o investimento em conteúdos digitais**, com novos formatos e propostas, para levar jornalismo de qualidade a um número maior de pessoas. O jornal vai estar cada vez mais nas diversas plataformas de internet, como **Instagram, TikTok e YouTube, com produções alinhadas à linguagem de cada uma delas**. A intenção em 2025 é **intensificar conteúdos**

demarcamos que para o organograma de produção do *Estadão*, o YouTube está atualmente categorizado como parte dos canais que escoam a mesma produção das redes sociais.

que ajudem os usuários a tomar decisões - seja as ligadas à economia, educação e saúde, ou mesmo a escolha de um carro ou do melhor panetone. São mais materiais direcionados às diferentes plataformas digitais, com linguagem própria, mas **sem abrir mão do rigor do Estadão em divulgar informações**. Para garantir sua sustentabilidade digital, o **Estadão trabalha com dados e métricas** que permitem ao jornal entender **os interesses do usuário** - o que não era possível há alguns anos quando havia hegemonia do veículo impresso. Isso **não significa que o Estadão deixará de noticiar as discussões importantes para o País**, mesmo que elas resultem em pouca audiência ou assinaturas (Cafardo, 2025 n. p., grifo da postagem original).

3.1. Observação direta na redação

A observação direta, como estratégia de pesquisa no Estudo de Caso único, ocorreu em dois momentos distintos, durante três dias do mês de julho, nos anos de 2022 e 2024. A primeira etapa da pesquisa foi realizada de 26 a 28 de julho de 2022, nos dias em que havia o trabalho presencial na redação, ou seja, terça, quarta e quinta-feira. A segunda ocorreu entre os dias 2 e 4 de julho de 2024. O objetivo inicial era experimentar a vivência de uma editoria cuja função era muito nova nas redações e que jornalistas mais veteranos, assim como eu⁵⁰, talvez nunca tenham vivenciado anteriormente. A vivência possibilitou alcançar os objetivos centrais da pesquisa e delinear como as práticas jornalísticas vêm se adequando à comunicação por meio de plataformas de redes sociais digitais, bem como o que acontece com a notícia ao passar por essa adaptação.

Em julho de 2022, nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, as restrições impostas pela pandemia começaram a ser flexibilizadas. Naquele ano, as empresas implantaram o modelo híbrido de trabalho. Na redação do *Estadão* não foi diferente. Instituiu-se um revezamento entre as equipes com o fim de que não houvesse lotação plena na redação. Diante disso, os jornalistas exerciam as atividades em *home office* em dias pré-estabelecidos e, em outros, o trabalho era realizado presencialmente.

⁵⁰ Sou jornalista há 37 anos, com passagens pelas redações, no Rio de Janeiro, dos veículos impressos *Tribuna da Imprensa*, *Revista Visão*, *Jornal O Fluminense*, *Jornal do Brasil* e a sucursal do *Estadão*. A vivência nas redações foi intercalada com períodos de trabalho em assessorias de imprensa. Há 15 anos leciono disciplinas no curso de jornalismo da PUC-Rio e, em paralelo, mantenho uma atividade jornalística de divulgação de oportunidades culturais para crianças por meio do site *Dicas da Dinda* e das redes sociais vinculadas ao site.

A Editoria de Redes Sociais Digitais, por ter uma especificidade no tipo de atividade, trabalhava unida presencialmente às terças, quartas e quintas-feiras. Por conta da proximidade da natureza do trabalho, semelhante esquema era cumprido pela equipe que gerenciava a capa do portal *Estadão*, a Editoria da Primeira Página no digital. Na segunda fase, também em julho, porém em 2024, já não estávamos mais sob as condições da pandemia de covid, e medidas sanitárias obrigatórias, como a necessidade de isolamento social, já não estavam em vigor. Contudo, as rotinas de trabalho em relação ao *home office* permaneciam as mesmas, ou seja, as equipes trabalhavam presencialmente somente às terças, quartas e quintas-feiras, na redação situada no bairro do Limão, tal qual ocorrera em 2022.

Contudo, havia uma grande diferença na divisão das editorias. As atividades da antiga Editoria de Redes Sociais tinham sido incorporadas pela Editoria de Home Page, ou seja, da Primeira Página do portal *Estadão*. A maior parte dos jornalistas lotados na Editoria de Redes Sociais havia sido transferida para uma editoria chamada Núcleo de Vídeos, responsável por produzir conteúdo audiovisual para suprir as necessidades das plataformas digitais do *Estadão* – YouTube, TikTok e Instagram.

Em 2023, no intervalo entre uma visita e outra à redação, realizei uma incursão pelos prédios que fizeram parte da história do *Estadão*, começando pela Faculdade de Direito de São Paulo, no Largo de São Francisco, berço da imprensa paulista. O *Estadão* está entre as 10 empresas brasileiras com mais de 100 anos e, sem dúvida, a história de nosso estudo de caso se mistura à história da cidade de São Paulo, entre prédios históricos e lugares turísticos paulistanos. Nessa incursão, incluí visitas a pontos de São Paulo marcantes para a trajetória do jornal, como os sete antigos endereços que o jornal ocupou antes de se instalar nas grandiosas dependências do prédio próprio no bairro do Limão (zona norte da capital).

O *Estadão* começou sua história na Rua do Palácio nº. 14, antiga Rua das Casinhas, atualmente Rua do Tesouro, na esquina com a Rua do Comércio (atual Álvares Penteado), no Centro velho de São Paulo. Pouco tempo depois, em 1877, mudou-se para a Rua da Imperatriz 44, atual Rua XV de Novembro; de 1881 a 1906, funcionou na Rua João Brícola 53, esquina com a XV de Novembro, nas proximidades do Largo São Bento; de 1906 a 1929, na Praça Antônio Prado, no Palacete Martinico Prado, onde hoje funciona a Bolsa de Valores de São Paulo

(BM&F Bovespa). De 1929 a 1947, a redação ocupou sua quinta sede, na Rua Boa Vista, 30, esquina com a ladeira Porto Geral, apesar de as oficinas ficarem na rua Barão de Duprat interligadas por tubos pneumáticos. Entre 1947 e 1951, a redação e a administração funcionaram temporariamente na rua Barão de Duprat, até a sede na rua Major Quedinho 28 ficar pronta, na qual o *Estadão* funcionou de 1951 a 1976.

Percorrer as ruas nas quais o *Estadão* viveu antes de mudar-se, em 1976, para a atual sede na Avenida Engenheiro Caetano Álvares, 55, bairro do Limão, proporcionou, inclusive, uma experiência gastronômica com o famoso sanduíche de pernil do bar Estadão. O sanduíche de pernil é o item mais procurado do estabelecimento cujo nome, Estadão, foi “herdado”, obviamente, do jornalão paulista. Para atender a alta demanda pela iguaria, são assados diariamente cerca de 40 peças de pernil, com peso média entre 7kg e 8kg⁵¹.

O bar Estadão, localizado em uma esquina entre o Viaduto Nove de Julho e a rua Major Quedinho, ganhou notoriedade ao ser frequentado, dos anos 1950 a 1970, pelos jornalistas do *Estadão*, principalmente nos momentos de pescoção⁵², que consumiam o sanduíche de pernil, carro-chefe do bar. Entre os anos 1951 e 1976, a penúltima sede do *Estadão* ficava praticamente em frente ao bar, que ainda hoje ocupa o mesmo endereço desde que foi inaugurado em 1968.

Durante 150 anos *Estadão* foi, ao mesmo tempo, um ator da história paulistana e brasileira e o repositório de todas essas passagens históricas da cidade, do estado e do país. Visitar os lugares históricos de um jornal de referência com mais de 150 anos de existência proporcionou à pesquisa maior segurança a respeito da importância do *Estadão* enquanto objeto para o estudo de caso (Yin, 2001) sobre o fenômeno da plataformização da notícia.

3.2 Trajetória da Editoria de Redes Sociais do Estadão

Podemos considerar que a história da Editoria de Redes Sociais digitais do *Estadão*, nosso objeto de estudo, começa em 2007, ano em que é criado o perfil

⁵¹ Fonte: <https://www.estadaolanches.com.br>

⁵² De acordo com o **Dicionário de Comunicação**: Pescoção: (jn) Na gíria dos jornalistas, trabalho extra na redação para preparar mais de uma edição (geralmente as edições de sábado, domingo e segunda) ou para cumprir o prazo final do fechamento de uma revista, edição especial de jornal etc. Disponível em: https://www.academia.edu/28561275/Dicion%C3%A1rio_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_5a_Edi%C3%A7%C3%A3o_Carlos_Alberto_Raba%C3%A7a

oficial do Jornal *O Estado de S. Paulo* na plataforma de rede sociais Twitter. Este foi seu marco zero. Em 2009, o perfil ganhou um profissional com dedicação integral, o jornalista Rodrigo Martins, que, ao sair do *Estadão*, tornou-se gerente de marketing digital da Editora Abril, à época, responsável pela estratégia de *growth* e canais digitais de mais de 50 marcas da Abril, incluindo *Veja*, *Exame*, *HuffPost*, *Capricho*, *Superinteressante*, *Playboy*, *Claudia* e *Elle*. No texto de apresentação do profissional no LinkedIn, ele relembra a trajetória de iniciante no *Estadão*, tão iniciante quanto a presença dos jornais de referência nas redes sociais digitais.

Há vinte anos, como repórter do Estadão, cobria o surgimento de mídias sociais, blogs e YouTube, o que me deu bagagem para ser um dos pioneiros em estratégia de mídias sociais, implementando os canais do Estadão do zero e ganhando reconhecimentos nacional e internacional. Desde então, tive experiências desafiadoras em branding, performance e growth. Trabalhando com equipes multidisciplinares, de criativos até mídia paga, SEO, desenvolvimento e BI, liderei o crescimento digital na Editora Abril e o lançamento do primeiro seguro auto pago por uso do Brasil, o Pay Per Use, da Think Seg (LinkedIn - <https://www.linkedin.com/in/rodrmartins/>, acessado em 10/08/2023).

O perfil no LinkedIn de Rodrigo Martins aponta como a carreira do jornalista cresceu na mesma intensidade que a presença do periódico centenário nas redes sociais digitais, tal qual o crescimento interno da própria editoria de redes sociais do *Estadão*. Como competências, o jornalista graduado pela Universidade Metodista de São Paulo, destaca a capacidade de desenvolver Marketing Strategy, Growth Strategies, Media Strategy, Social Media Marketing e Search Engine Optimization (SEO). Em texto que transpira orgulho pelo feito, relata que foi pioneiro de mídias sociais no *Estadão* por ter composto uma equipe que, estrategicamente sob seu comando e sua estratégia, conseguiu, a partir do zero, fazer com que as mídias sociais fossem responsáveis por 50% das visitas ao site do jornal.

Em 2011, quando o perfil do Twitter do *Estadão* comemorou os primeiros 100 mil seguidores, o jornalista registrou uma foto com a equipe para comemorar e, anos mais tarde, compartilhou a foto acompanhada de um relato carinhoso de como foi o início dessa jornada. No mesmo ano, a Fundação Gabriel García Márquez destacou o trabalho pioneiro do *Estadão* como exemplo de boas práticas na América Latina. Rodrigo Martins contou, por meio de um texto emotivo veiculado na

plataforma de currículos, que foi convidado pelo jornalista Pedro Doria, hoje CEO do Canal Meio, para implementar do zero a estratégia de social media do jornal, que tinha apenas um perfil no Twitter com 6 mil seguidores. A iniciativa do *Estadão* ocorreu pouco tempo após o *The New York Times* ter contratado a primeira editora de mídias sociais, sendo ele também um dos primeiros a apostar nas redes. Reproduzimos, a seguir, parte do texto publicado no perfil do profissional na plataforma LinkedIn.

Sim, meus queridos. Eu peguei a conta do Estadão no Twitter com 6 mil seguidores. Sem Facebook, sem Instagram, sem LinkedIn, sem YouTube. Euzinho aqui liderei a criação de tudo do zero sem benchmark - e foi uma delícia. Não fazia ideia que esta foto aí seria histórica, pois mídias sociais tomaram uma proporção enorme com o passar do tempo. Meu primeiro liderado na vida foi o Marcio Claesen (obrigado pela paciência). Antes dele, o "time" era só eu mesmo. Aprendi a ler e escrever em velocidade turbo nesta época. E bem. Minha líder na época, a Gabriela Allegro, me ajudou a arregimentar ajudantes pra quando nem eu e nem ele estávamos na redação - não dava pra ser 24x7 em só duas pessoas: os maravilhosos Ana Beatriz Rodrigues, Eric Akita e Cido Coelho toparam o rojão, mesmo fazendo outras coisas no dia a dia. Começamos a crescer. Daí, o time foi crescendo. Vieram Tatiana Gerasimenko, Paula Carvalho, Gabriel Pinheiro, Ítalo Reis (e Nathália Nhan e Gheisa Lessa nos plantões do final de semana). Fora minha super nova líder, a Margot Pavan, que me empoderou ao máximo. Saímos de zero para 50% do tráfego do jornal em quatro anos - e, orgulhosamente, antes de eu sair, fomos apontados como os perfis com maior engajamento entre todos no Brasil durante os protestos históricos de Junho de 2013 pela Universidade Federal do Espírito Santo (Oficial). Mas esta foto aí mostra gente desbravadora que lutou muito para fazer decolar uma coisa que muita gente duvidava que daria certo até no próprio jornal. Muito da minha coragem em testar hipóteses vem desta época, onde aprendi a maioria do que sei sobre metodologia de growth. Orgulho disso aí (Rodrigo Martins [Página do LinkedIn]).

O trabalho da equipe de redes sociais digitais do *Estadão* foi reconhecido pela Universidade Federal do Espírito Santo, que avaliou os perfis do jornal como os de maior engajamento entre todos no Brasil durante os protestos históricos de junho de 2013. Quando Rodrigo Martins aceitou um convite da *Editora Abril*, também em 2013, o jornalista Gabriel Pinheiro assumiu a liderança da pequena equipe contendo dois jornalistas que atuavam como “social medias” do *Estadão*, onde ficou por 10 anos, até abril de 2023. Então, deixou a coordenação das redes sociais digitais e se tornou gerente do núcleo de vídeos, que compreende a *TV Estadão* e toda a produção de conteúdo audiovisual para as mídias sociais e site do

jornal *Estadão*.

Não foi surpresa constatar que a equipe era formada por jornalistas jovens, bem jovens. O mais velho, que seria o sênior⁵³ na linguagem corporativa contemporânea, tinha algo entre 30 e 35 anos e ocupava o cargo de Editor de Mídias Sociais, o comandante da editoria visitada. Na verdade, o cargo era ainda mais amplo. Desde setembro de 2017, o jornalista havia assumido as funções de Coordenador de Distribuição de Conteúdo na recém-criada área de Estratégias Digitais do jornal. O cargo de Editor de Mídias Sociais, que exercia desde setembro de 2013, havia sido incorporado à coordenação.

Havia ainda dois jornalistas mais maduros e com maior tempo de vivência em redação, com idades próximas à do chefe: Ítalo Reis, contemporâneo de Gabriel Pinheiro e colega no curso de graduação na Universidade São Judas Tadeu, concluída por ambos em 2009, e Simião, formado pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) em 2012. Os outros integrantes da equipe eram bem mais novinhos e se encaixariam na categoria corporativa de júnior⁵⁴, mas a maturidade com que lidavam com a mistura, até então impensável, da notícia com os artifícios próprios das plataformas de redes sociais digitais, conferia-lhes a postura digna da categoria sênior.

A destreza de Ítalo e Simião revelava o quanto os dois eram mestres e doutores na arte de reportar notícias por meio das redes sociais digitais. Gabriel Pinheiro era o maestro de uma sinfônica especialmente afinada. Outra característica dos jovens profissionais da equipe é o grau de qualificação para estar na editoria de redes sociais digitais. Todos são formados em jornalismo e possuem algum tipo de especialização, cursos ou experiências nas redes sociais digitais como meio de comunicação. Um exemplo de destaque é a repórter Larissa Burchard, que detém o título de mestre em Comunicação e Indústria Criativa pela Unipampa.

No Quadro 1, a seguir, é possível acompanhar o breve currículo apresentado

⁵³ Sênior é um profissional que já está pronto para assumir a liderança de equipes e projetos. Ele conta com uma carga de experiência bem variada e forte. É um profissional mais experiente, com mais de 10 anos de mercado de trabalho, tendo um alto nível de responsabilidade na empresa. Já sabem como atuar em qualquer empresa e possuem autonomia para tomar decisões. Em <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/junior-pleno-senior/> Acessado em 09 ago 2023.

⁵⁴ Júnior é uma pessoa recém-formada, que tem em média de 2 a 5 anos de experiência e está no início de uma carreira profissional. (...) Por enquanto, não tem autonomia para tomar decisões. Existe o intermediário que é chamado de pleno, profissional com experiência maior do que cinco anos. Tem mais maturidade e executa tarefas mais complexas, mas tem o poder de decisão limitado, já que a palavra final é do superior. Em <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/junior-pleno-senior/> , acessado em 09/08/2023.

por cada um dos integrantes no LinkedIn e ter uma ideia dos caminhos que jovens jornalistas percorrem para serem inseridos nesse recém-aberto campo de trabalho. Assim como ocorre com a plataforma de currículos Lattes, as descrições abaixo foram informadas e asseguradas pelos próprios jornalistas⁵⁵:

Fig. 3 Quadro com a qualificação profissional dos integrantes do núcleo de vídeo do *Estadão*

Nome	Formação	Especialização	Atuação profissional	Outros conhecimentos
Gabriel Pinheiro ⁵⁶	Jornalista/2009	MBA em Digital Business pela FIAP	editor de redes sociais	experiência em Inbound Marketing, análise de métricas e KPIs de negócios digitais
Ítalo Reis ⁵⁷	Jornalista/2009	Pós-graduação em Marketing associado com jornalismo	subeditor de redes sociais	Cursos: Descoberta de conteúdo e monitoramento com o CrowdTangle - Facebook Brasil - 2019; Facebook Journalism Project - Facebook Brasil - 2018; Gestão de Mídias Sociais e Monitoramento - ESPM - 2016; Métricas e Relatórios de Mídias Sociais - Udemy - 2018.
Simião Castro ⁵⁸	Jornalista/2013		editor assistente de redes sociais	Social Media no Cursinho Da Poli e Digital Content Producer na Ex-Libris Comunicação Integrada. Gestor de AdWords e Facebook Ads, produtor de conteúdo digital em vídeo (roteiro, captação, edição e finalização).
João	Jornalista/2018		redator/repórter	Escreveu o livro-

⁵⁵ A coleta de dados foi realizada em 2022, em um primeiro momento, e, em 2023, após as mudanças ocorridas na editoria de redes sociais, quando parte dos currículos foram atualizados.

⁵⁶ <https://www.linkedin.com/in/gabrielvpinhoero/> Acesso em 9 ago. 2023

⁵⁷ <https://www.linkedin.com/in/its-reis/> Acesso em 9 ago. 2023.

⁵⁸ <https://www.linkedin.com/in/simiaocastro/> Acesso em 9 ago. 2023.

Abel ⁵⁹			/social media	reportagem 'Bicha: homofobia estrutural no futebol' e é co-autor de 'O Contra-Ataque'
Larissa Burchard ⁶⁰	Jornalista/2019	mestrado em Comunicação e Indústria Criativa	redator/repórter /social media	Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa)
Carla Menezes ⁶¹	Jornalista/2017	Pós-graduação: Influência digital: estratégia e criação de conteúdo (PUCRS)	redator/repórter /social media	Bolsista do Santander Universidades - intercâmbio na Universidade NOVA de Lisboa em 2014/2015

Fonte: Elaborada pela autora

Após 2023, quando foi transferido para o Núcleo de Vídeos, o jornalista João Abel, por exemplo, atualizou seu perfil no LinkedIn e passou a se apresentar como repórter de vídeos no *Estadão*. Seu perfil descreve que ele é “repórter e editor de vídeos no *Estadão*, com foco na produção para Instagram, YouTube e TikTok”. Ele acrescenta, no currículo, que exerceu a função de “social media durante 4 anos, com o gerenciamento de conteúdo de todos os perfis do jornal”. Um forte sinal de que, agora, na percepção de João Abel, fazer parte do núcleo de produção audiovisual tem outra representatividade profissional e que a experiência atual o diferencia funcionalmente dentro da empresa em relação ao papel que ele desempenhava antes. Embora o modo de fazer e o resultado sejam os mesmos de anteriormente, conforme pude observar presencialmente na redação, o fato de não ser uma função exclusivamente dedicada a pensar pautas relevantes somente no âmbito das redes sociais, redefiniu seu papel dentro da empresa, ainda que seja, igualmente, na esfera do digital.

Antes, a descrição de atividades elencadas no LinkedIn do então “social media assistant” João Abel era a mais fidedigna em relação ao cotidiano dos profissionais da Editoria de Redes Sociais de 2022, conforme observado na investigação. O jornalista João Abel explicou o cotidiano da editoria com o seguinte

⁵⁹ <https://www.linkedin.com/in/joaabel/> Acesso em 9 ago. 2023.

⁶⁰ <https://www.linkedin.com/in/larissa-burchard/> acesso em 9/8/2023.

⁶¹ A jornalista estava de férias no período em que realizamos a observação direta.

texto: “Produção, edição e apresentação do DROPS, informativo diário nos stories do Instagram do *Estadão*; gerenciamento das redes sociais digitais do jornal (Twitter, TikTok, Instagram, LinkedIn e Facebook); Produção de conteúdo gráfico e em vídeo, em especial para o feed de Insta, TikTok e Twitter do jornal; Acompanhamento e leitura de métricas relacionadas às contas do *Estadão*; Cobertura de grandes eventos como eleições, carnaval de rua, Lollapalooza e Comic-Con Experience (CCXP) para redes sociais digitais e editorias do Jornal O Estado de S. Paulo”.

O período de observação direta trouxe à nossa pesquisa a percepção de que o trabalho desenvolvido na Editoria de Redes Sociais Digitais requer a mesma dedicação e comprometimento que caracterizam as demais editorias da redação. Além disso, os relatos coletados foram unânimes em defender o jornalismo nas redes sociais como uma proposta essencial para a evolução do campo, ao mesmo tempo em que se configura como uma alternativa promissora de inserção profissional para jornalistas, com a abertura cada vez maior de vagas nesses postos de trabalho.

Foi possível notar o profissionalismo com que a equipe tratava cada aspecto das postagens, desde a construção textual até a pontuação, refletindo o mesmo rigor esperado dos jornalistas na produção de matérias para os meios de comunicação tradicionalmente reconhecidos. Esse compromisso estendia-se à apuração rigorosa dos conteúdos, à seleção criteriosa das imagens e ao empenho dedicado à elaboração do material que seria liberado. Observou-se também a satisfação da equipe ao ver uma publicação alcançar ampla repercussão e um aumento significativo no número de visualizações.

A seriedade e a concentração foram aspectos predominantes ao longo da jornada de trabalho, evidenciando o comprometimento da equipe com a qualidade da informação veiculada. Em conversas, ao longo da jornada da observação direta, os profissionais revelaram um consenso quanto à relevância da presença do jornalismo nas redes sociais digitais e enfatizaram que a importância dessa presença não deve ser pautada pela busca das métricas de engajamento, mas sim como um espaço legítimo para a prática do jornalismo na atualidade.

Vale ressaltar que, quando os mais velhos da equipe se formaram jornalistas, em 2009, já existiam, desde 2004, o Facebook e o LinkedIn e, desde 2006, o Twitter. No mesmo ano de 2009 surgiu o WhatsApp. No ano seguinte, 2010, o Instagram.

Depois, surgiram o Telegram (2013), TikTok (2016) e o Clubhouse (2020). Os mais novos contratados da editoria, João Abel e Larissa Burchard, entraram para a profissão entre 2018 e 2020, quando os jornais de referência brasileiros já marcavam presença nas redes sociais digitais mais utilizadas no mundo. O mundo digital e suas funcionalidades no meio comunicacional é parte do cotidiano desses jovens desde tenra idade e não há, para eles, contradição em exercer a profissão de jornalista dentro desses meios. Não lhes incomoda – ao menos não tão profundamente quanto para outros jornalistas e pesquisadores do campo - a questão da hegemonia mundial das plataformas controladas por duas empresas. Há, neles, o impulso de enfrentar essa realidade e ultrapassar os bloqueios para que possam comunicar fatos, dar opiniões, manifestar posicionamentos, como acreditam que seja possível. Se mostram satisfeitos com as posições conquistadas no jornal entendendo-as como parte do reconhecimento de um avanço profissional.

Por outro lado, ao retornar à redação em 2024, percebi que os repórteres estavam mais inquietos com essa perspectiva de atuarem como produtores audiovisuais que mesclam entretenimento com informação, dentro do tradicional casamento que resulta no Infotainment. Mesmo depois de anos nessa posição, Carla Menezes⁶² confidenciou que, em algumas situações, já se sentiu confusa com a posição que ocupa. Uma dessas experiências ocorreu durante um encontro de criadores promovido pelo TikTok para apresentar as novidades da plataforma. A jornalista percebeu o quanto era equivocado ser rotulada como *creator*⁶³ no convite da plataforma, quando ela apenas representava um perfil.

A propriedade desse perfil pertence a uma empresa e, diante disso, lhe parecia muito incoerente atribuir a ela a mesma função de uma influencer ou criadora de conteúdo. Outro momento ocorreu em um encontro sobre marketing de influência em que, ao invés de ser apresentada como repórter do *Estadão*, como de costume, a jornalista foi apresentada como *creator* do *Estadão*. Nas palavras dela, “um triplex de dúvidas” abriu em sua cabeça sobre qual seria a correta denominação para a função profissional jornalística que exerce no *Estadão*: “creator-jornalista”, “jornalista-creator” ou “creator-repórter”? Carla Menezes admitia que a

⁶² Entrevista concedida durante a observação direta de 2024.

⁶³ Creator é um criador de conteúdo digital original, palavra mais utilizada para se referir a produtores de conteúdo em redes sociais. Mais detalhes em <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/arquivo/blog-do-pyr/creators-e-influencers-o-papel-de-cada-um-e-porque-ambos-importam>

denominação não estava totalmente errada e concordava em ser enquadrada como *creator*, uma vez que os vídeos produzidos pela jornalista sofriam influência das tendências de criação usadas pelas blogueiras ou influencers.

Apesar da raiz jornalística oriunda da formação acadêmica dos profissionais envolvidos, as reportagens para as redes sociais também contemplavam procedimentos e diretrizes que conferem às peças o sucesso esperado no meio digital. Carla Menezes, por exemplo, revelou que se preocupa em aplicar a tática de blogueiros, utilizada nas comunicações por vídeos, para capturar a atenção nos primeiros segundos de visualização.

Apesar da inquietações apresentadas, que giram em torno da nomenclatura mais adequada para designar a nova função do profissional que atua na produção jornalística em redes sociais, a equipe do *Estadão* observada durante julho de 2022 demonstrava um compromisso com os princípios do jornalismo, mantendo uma postura ética e alinhada aos códigos deontológicos da profissão. Além disso, a criatividade do grupo era notável, caracterizando-se por uma busca contínua por novos formatos e estratégias inovadoras capazes de adaptar o jornalismo às dinâmicas específicas das plataformas digitais. Assim nasceram iniciativas bem-sucedidas aplicadas ao perfil do *Estadão* no Instagram, tal qual o produto de vanguarda #EstadãoDrops, ou apenas #Drops, como comumente chamado.

3.3 #EstadãoDrops - primeiro produto original para Instagram

Em 2017, no papel de editor de redes sociais do *Estadão*, Gabriel Pinheiro participou da criação do #EstadãoDrops, o primeiro jornal diário produzido sob medida para ser veiculado por meio da ferramenta do Instagram chamada *Story*. O #EstadãoDrops é um recurso interativo que apresenta um resumo do noticiário. Como o nome diz, são “drops”, mensagens de curta duração, até 15 segundos, que podem contar com a narrativa ao em stand up de apresentadores, vídeos exibindo um fato ou fotos com textos. Os seguidores chamam cada unidade publicada pela ferramenta, que é apresentada em uma sequência como se fosse uma sequência de slides, de Story (o mesmo da ferramenta). Os conteúdos são personalizados um a um. Alguns recebem GIFs, textos coloridos com movimento, músicas, e, em outros, a equipe promove uma interação com o seguidor/leitor por meio de testes, enquetes ou perguntas.

O #EstadãoDrops sempre tem uma animação, pois esse é o propósito, informar de forma descontraída com os recursos de entretenimento mais usados na plataforma. Essa sequência lógica de apresentação de publicações no Story torna-se uma espécie de newsletter animada que permanece no recurso da plataforma Instagram por 24 horas e depois desaparece. Um newsletter que condensa, em uma apresentação de poucos minutos em audiovisual, as principais notícias do dia, cumprindo um papel semelhante ao que as capas de jornais ou de portais noticiosos se encarregavam de desempenhar. Todos os slides têm um link (funcionalidade possível na plataforma por meio de uma figurinha chamada de adesivo) que leva o seguidor do *Estadão* na plataforma Instagram ao site do jornal na página em que a matéria está disponível. Cada sequência diária do #Drops prevê ainda um *story* com a aparição do editor do dia aprofundando uma das notícias, em geral a mais “quente”.

Gabriel Pinheiro estava no cargo de coordenador de distribuição de conteúdo na nova área de Estratégias Digitais do Estadão e fazia parte da equipe o repórter de mídias sociais Murilo Busolin Rodrigues, graduado em jornalismo pela Universidade Metodista de Piracicaba. Em abril de 2006, Murilo havia sido contratado pelo *Estadão* para aplicar os conhecimentos adquiridos na graduação de jornalismo como social media. Como parte da proposta para a nova área de Estratégias Digitais do *Estadão*, à qual estavam subordinados, Gabriel Pinheiro e Murilo Busolin propuseram a criação do #EstadãoDrops. Busolin foi o primeiro editor e apresentador do inédito produto jornalístico no Brasil. Em seu currículo no LinkedIn consta que foi analista de redes sociais digitais do jornal @estadao. Dois anos depois da criação do produto #EstadãoDrops, o perfil do jornal no Instagram pulou de 500 mil, em 2017, para mais de 1 milhão de seguidores.

O objetivo inicial, que era atrair jovens para o perfil do jornal na plataforma de rede social digital, foi alcançado. Em 2023, o perfil @estadao acumulava 2 milhões e 300 mil seguidores, com 31.321 publicações. Em 2024, a marca era de 2 milhões e 4 mil seguidores, com 39.399 publicações. Em 2019, Murilo Busolin foi destacado para trabalhar em outro projeto digital do *Estadão*, o “Estadão Blue Studio”, e, em seu lugar, foi admitido para a equipe João Abel, um dos titulares, até 2023, do #EstadãoDrops - sucesso entre a juventude como meio de informação diária. Em 2019, dois anos após ter sido criado, o #EstadãoDrops já havia registrado 8,8 milhões de visualizações somente no mês de agosto, um aumento de 29% em

relação a julho. De janeiro a agosto, a iniciativa acumulou 65,8 milhões de visualizações.⁶⁴ As postagens na funcionalidade do Instagram chamada *story* ofereciam um link para as matérias publicadas no portal *Estadão*, cujo objetivo era converter as visualizações em leitura do *Estadão* Digital mediante a assinatura do jornal digital.

O sucesso do produto ganhou valor-notícia na casa e foi objeto de matéria.⁶⁵ As métricas mostravam, ao fim do primeiro mês, 3 milhões de visualizações na rede social. No ano em que foi criado, a meta era conquistar o público mais jovem que tinha, à época, entre 13 e 19 anos, e garantir uma fidelização desse público à marca “Estadão de jornalismo”. Os apresentadores do Drops, que acumulam as funções de redator e editor, são jovens e se vestem com roupas descontraídas, têm uma linguagem mais próxima dos jovens de até 25 anos, uma vez que eles também fazem parte da mesma faixa etária. Outro detalhe cativante e que segue uma regra do marketing digital para a rede social Instagram é mostrar proximidade com o seguidor. A editoria optou por mostrar a redação ao fundo e tentar contemplar um *making of* do trabalho dos repórteres e vale até mostrar os erros. Inclusive, nossa observação direta ficou registrada com uma imagem desta pesquisadora no fundo do estúdio acenando e rindo⁶⁶. E foi justamente a popularidade do #Drops entre os jovens que despertou nosso interesse para começar essa pesquisa.

Em matéria publicada a 12 de agosto de 2017⁶⁷ nas páginas do portal do *Estadão*, o editor de redes sociais digitais, Gabriel Pinheiro, afirma que “o Drops é um produto feito para o jornalismo móvel, produzido por e para smartphones”. Esse foi outro ponto fundamental para pensar sobre os meios produtivos do jornalismo. De fato, em 2022, o #EstadãoDrops era quase 100% preparado e finalizado no celular. Apenas a seleção das notícias que serão destaque na edição era realizada por meio do computador pessoal de cada bancada, porque para essa atividade era necessário que os editores/apresentadores/repórteres estivessem conectados à rede do *Estadão*, inclusive para recolher o material que servirá de base para o #Drops. Os apresentadores elaboram um roteiro da sequência de exibição dos slides (*stories*),

⁶⁴ Ver em: <https://www.estadao.com.br/link/drops-estadao-completa-2-anos-e-investe-em-interacao/> Acesso em 11 de ago. 2023.

⁶⁵ Ver em: <https://www.estadao.com.br/economia/estadao-drops-alcanca-3-milhoes-de-visualizacoes/> Acesso em 11 de ago. 2023.

⁶⁶ Obviamente que a pesquisadora não tinha ideia de que estariam gravando e fez uma gracinha o que acabou sendo bem apropriada para a ocasião.

⁶⁷ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/economia/estadao-drops-alcanca-3-milhoes-de-visualizacoes/> Acesso em 11 de ago. 2023.

decidem o formato adequado para cada notícia e o tipo de animação a ser aplicada a cada uma. Cabe aos apresentadores também escolher qual notícia será apresentada no formato *stand up*. Em geral, essa é uma espécie de manchete do #Drops. O resultado dessa seleção se assemelha a um espelho⁶⁸ de noticiário. É um roteiro básico do resumo da semana.

No fim do dia, o apresentador/repórter/editor grava com o smartphone nos estúdios da *TV Estadão*, com a redação ao fundo. Com o mesmo aparelho, ele edita as imagens, aplica os GIFs, memes, escreve os textos, fecha os arquivos e posta, ou seja, envia para a publicação na plataforma, no caso o Instagram. Usam aplicativos de edição compatíveis com as ferramentas do Instagram e com os sistemas de operação dos smartphones. Um deles é o popular CapCut, editor de vídeos online bem conhecido pelos blogueiros. Até 2023, a carga de entretenimento aplicada aos slides jornalísticos, os drops, era compatível com a linguagem juvenil comum às plataformas de redes sociais digitais, com a inserção de figurinhas, criação de memes e outros recursos que estiverem em alta no momento da edição.

A observação direta realizada em 2022 possibilitou acompanhar o processo do produto #Drops. Para a edição e apresentação do #EstadãoDrops havia um revezamento entre dois editores/repórteres, Larissa Burchard e João Abel. Ambos se assumem como “social media” do *Estadão*. De fato, são profissionais híbridos, dotados da habilidade de unir narrativas jornalísticas com as de redes sociais, como pude constatar durante a presença na redação. Os profissionais, não só os editores do #Drops, mas toda a equipe de redes sociais, eram jornalistas que demonstravam respeito ao código deontológico próprio da classe. Toda a produção de conteúdo para as diferentes redes sociais nas quais o *Estadão* tinha perfil mantinha a essência do texto jornalístico e o ethos profissional.

Em 2022, acompanhamos a seleção prévia das matérias que fizeram parte de cada edição do #Drops. A edição diária do produto era publicada na plataforma de rede sociais Instagram no início da noite, entre 19h e 20h, e comportava, na época, um limite máximo de 10 slides, resultando, portanto, na exclusão da maior parte do noticiário disponível para o leitor no online. É uma seleção que remete aos princípios de edição da capa de um jornal.

⁶⁸ Na linguagem jornalística, espelho é a relação e a ordem de entrada das matérias no telejornal, sua divisão por blocos, a previsão dos comerciais, chamadas e encerramento. Reflete o jornal. Ver em PATERNOSTRO, Vera I. **O Texto na TV**. Manual de Telejornalismo. Florianópolis: Ed. LTC, 2006.

O inovador produto do Instagram do *Estadão* desempenhava, como orientação administrativa e objetivo empresarial, a mesma função da capa de um jornal impresso: chamar a atenção para o conteúdo jornalístico por meio da seleção das notícias “mais quentes do dia”. Essa função do #Drops do *Estadão* vai ao encontro dos hábitos de consumo da notícia referenciada pela pesquisa de Adriana Barsotti (2018). Segundo essa autora, diante das novas formas de distribuição da notícia, principalmente depois do lançamento do smartphone, o leitor no meio digital não mais é influenciado pela *homepage* dos portais noticiosos.

Barsotti relembra a função da primeira página dos jornais impressos como um norteador dos fatos mais importantes que mereciam destaque para o leitor, de acordo com os valores dos editores e da proposta editorial de cada jornal. Essa funcionalidade existente nos jornais impressos, cujas primeiras páginas eram lidas nas bancas de jornais, passou automaticamente para as primeiras páginas nos formatos digitais quando a internet se popularizou. Mas, na contemporaneidade, os usuários alcançam as matérias jornalísticas por “portas laterais” (Barsotti, 2018, p.165) tornando obsoleta a existência de uma *homepage*. O #Drops fornecia um link para leitura da matéria completa. Os textos veiculados nas peças poderiam conter o *lead* completo ou apenas o título da matéria aplicados sobre as imagens, que por sua vez variavam entre fotos e/ou vídeos com áudio próprio veiculando a notícia.

A observação me levou a acreditar que, para o “seguidor” do *Estadão*, o produto inovador funcionou como uma capa de jornal à moda antiga, ou um *newsletter*, e supria a necessidade rápida de absorver instantaneamente pequenas doses de informações diárias suficientes para sentir-se conectado com a realidade de cada dia. O editor do produto #Drops exerce a função do “gatekeeper”, com o limite de optar por divulgar até 10 notícias do dia entre um turbilhão de matérias produzidas diariamente pelo jornal. Esse portão é um funil que separa, de acordo com os códigos e práticas jornalísticas, entre um farto material, aquele que teria certos valores-notícia específicos para figurar na edição diária do #Drops.

A observação direta descortinou a flexibilização dos critérios de noticiabilidade na peneira que seleciona os destaques do #Drops. Leonel Aguiar (2014) considera que a noticiabilidade tem relação direta com os interesses e necessidades tanto da empresa como da classe dos jornalistas. “Se por um lado, os

critérios de relevância são flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros, por outro, são sempre considerados em relação à forma de operar no meio de comunicação que produz a notícia” (Aguiar, 2014, p. 232). Havia uma espécie de pregão da “bolsa de valores-notícias”, com os editores das diversas editorias ‘vendendo’ - no jargão jornalístico, vender equivale a sugerir - matérias para o editor de redes sociais com o intuito de promover o material na vitrine digital do #Drops.

Os critérios de noticiabilidade presentes no processo de seleção de material informativo para o #Drops incluíam o potencial de entretenimento presente no fato ou na reprodução dele, em imagem ou vídeo, ou ainda a possibilidade do uso de memes ou figurinhas, que o tornava elegível e compatível com a plataforma do Instagram. A capacidade do material conter doses de Infotainment não era um critério preponderante, tampouco excluía os demais critérios de noticiabilidade comuns à comunidade jornalística, tais como inesperado, notoriedade, morte, proximidade, relevância, novidade, atualidade, conflito, escândalo, para citar alguns dos elencados por Traquina (2008) e Wolf (2003). A noticiabilidade é definida por Wolf como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gera a quantidade e o tipo de acontecimentos dentre os quais há de selecionar a notícia” (2003, p. 195). O Infotainment agregou-se ao potencial de propagabilidade, valor-notícia revelado por Barsotti (2018) ao também desenvolver a observação direta, em 2016, nas redações do *Estadão* e de *O Globo* para delinear os movimentos da produção de um jornalismo em rede.

Foi possível observar também o surgimento de um novo valor-notícia: o potencial de propagabilidade. Os jornalistas estão transformando a propagabilidade em critério de seleção em suas rotinas produtivas, acompanhando permanentemente os índices de engajamento que as notícias geram nas redes. Motivados por eles, estão criando, paralelamente à produção de notícias para os jornais impressos, sites e smartphones, uma agenda de produção orientada para as mídias sociais (Barsotti, 2018, p. 152-153).

3.4 O sucesso de um “tiktokker” sesquicentenário

“O BigState também é tiktokker”. A frase do perfil do *Estadão* no TikTok é bem sugestiva, como um slogan que denuncia a tentativa de modernização dos propósitos da empresa cuja matéria-prima é a notícia. O *Estadão* não deixou escapar

essa oportunidade e entrou para o universo juvenil dos tiktokers⁶⁹ em outubro de 2019. Além de ser pioneiro na criação de um produto jornalístico exclusivamente pensado para as plataformas de redes sociais digitais, o #Drops, o *Estadão* também foi o primeiro jornal brasileiro de referência a criar um perfil no TikTok. Em janeiro de 2024, o *Estadão* acumulava 1.1 milhão de seguidores e 20.3 milhões de curtidas em todo o material publicado no perfil dessa rede social digital. No início, a frequência de postagens na plataforma era bem baixa, como uma média de três por semana, ou até menos, muitas das quais eram vídeos de *making of* da produção de matérias para o Instagram - no caso de imagens de bastidores da produção do #EstadaoDrops - ou da produção de vídeos para os perfis no Instagram de outras editorias.

Uma observação crítica dos vídeos veiculados em 2019 demonstra que a proposta editorial naquele momento era a de ocupar um espaço para manter a marca *Estadão* nessa rede social que ainda estava em crescimento. Em média, os vídeos obtinham entre 2 mil e 5 mil visualizações. Alguns posts furaram esse patamar e alcançaram 137 mil visualizações. Quase todas reutilizavam conteúdos que viralizam nas redes sociais, tais como vídeos, fotos, hashtags, desafios e músicas, e, por isso, fizeram mais sucesso. No ano seguinte veio a pandemia e o recurso de vídeos foi bastante explorado como um canal destinado a incentivar a população a praticar o isolamento, a escoar material educativo sobre o vírus e os cuidados a serem tomados, além de representar um refúgio para famosos se expressarem. A partir de março de 2020, os vídeos veiculados no perfil do *Estadão* ganharam destaque e conquistaram mais seguidores entre os usuários do TikTok.

O primeiro da série de vídeos produzidos pela Editoria de Redes Sociais digitais especialmente para a plataforma ocorreu no período da quarentena: “#Brasilconfirmou o primeiro caso de #coronavírus na cidade de São Paulo. Saiba como evitar a contaminação pela doença em estadao.com.br”. Veiculado em 26 de fevereiro de 2020, recebeu 6.788 curtidas⁷⁰, 41 comentários e foi visto por 137,8 mil pessoas. O seguinte, veiculado em 28 de fevereiro de 2020 - “Lavar as mãos:

⁶⁹ Influenciadores/produtores de conteúdo especificamente para a plataforma TikTok. Definição de TikToker segundo o Collins Dictionary: a person who regularly shares or appears in videos on the TikTok application (Pessoa que regularmente compartilha ou aparece em vídeos na plataforma TikTok. Disponível em <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/tiktoker>. Consulta em 13 de jan. 2024.

⁷⁰ Forma de interação social que indica a aprovação do conteúdo ou de que alguém gostou do post..

Forma + fácil de reduzir o contágio do #coronavírus em até 50%. Espalhe essa ideia e veja o tutorial no site!” -, recebeu 5.665 curtidas e foi visto por 139,7 mil. Os dois abordavam temas bem quentes do momento. A partir daí, a quantidade de vídeos assistidos por uma média de 30 mil a 150 mil pessoas era maior do que os vídeos com menos de 5 mil visualizações. Nesse período, os vídeos veiculados pelo perfil apresentaram resultados díspares no quesito viralização: ou alcançavam altos números, tipo 19,3 mil, 16,9 mil e até 179,7 - obtido com a enquete #desafioverde⁷¹ (da qual participaram diversos famosos) -, ou não passavam de algo parecido com 3.471, por exemplo.

Até que, em 19 de março de 2020, um vídeo gravado pela cantora Gretchen especialmente para “a galera do Estadão”, ou seja, para o público seguidor do *Estadão* no TikTok, viralizou e conquistou um recorde, até então, em audiência: 3,2 milhões de visualizações. O post “Olha quem mandou recado para o BigState! A RAINHA@gretchenoficial! Diz aí o que vocês estão fazendo na#quarentena #fiqueemcasa #coronavírus” continha a resposta da cantora à pergunta sobre o que ela estava fazendo na quarentena. Gretchen respondeu que estava cozinhando, chamando a atenção para o barulho da panela de pressão ao fundo. A partir desse sucesso de público na plataforma, em março de 2020, até a última postagem do ano de 2021, realizada em 28 de dezembro, que apresentava os sete livros mais vendidos na Amazon naquele ano, o perfil *Estadão* obteve um resultado muito positivo no quesito audiência na rede social digital TikTok, com um crescimento na presença do jornal sesquicentenário nessa plataforma, a que mais atraía jovens abaixo dos 20 anos de idade no Brasil.

O então editor de Redes Sociais, Gabriel Pinheiro, revelou que a proposta da editoria para o perfil do *Estadão* no TikTok até 2022 era experimentar para conhecer melhor a rede e descobrir como “fazer o *Estadão* acontecer” na plataforma, visando seguir os passos do sucesso obtido pela editoria com a criação do #EstadãoDrops. Uma das ideias colocadas em prática foi a veiculação de coberturas de festivais no TikTok, como já faziam no Instagram em relação ao Rock in Rio, The Town e Lollapalooza, ou das Bienais do Livro.

⁷¹ #desafioverde - foi uma enquete que promoveu a participação de artistas famosos cuja tarefa era reconhecer em uma checklist quais os pequenos atos do cotidiano caseiro de preservação da natureza que eles já haviam cumprido.

Gabriel Pinheiro relatou que as pesquisas realizadas pelas equipes do *Estadão* que lidavam com métricas mostravam que o perfil do jornal no TikTok estava absorvendo a atenção de um público ainda mais jovem do que em outras redes sociais. O propósito era investir em um trabalho de apresentação e reforço da marca *Estadão* como referência em noticiário para pessoas com idades entre 13 e 19 anos com o objetivo de fidelizar um público que se tornaria em breve adulto e, assim, manter a marca *Estadão* como referência no jornalismo também para gerações futuras. Esse objetivo cancelava o uso de todos os recursos de comunicação propostos pela plataforma, o que já ocorria no perfil do *Estadão* na plataforma Instagram.

A estratégia de *branding* e a experimentação de formatos na plataforma TikTok foi intensificada com o início da pandemia, em março de 2020, e perdurou até dezembro daquele ano. Houve um investimento em conteúdos que pudessem viralizar, independentemente de aproximação ou não com o jornalismo. Na verdade, até maio, a investida maior da editoria foi em ações de reforço da marca, nos termos do marketing digital. A primeira peça com investimento em conteúdo jornalístico foi veiculada em 6 de maio de 2020. Tratava-se de uma reportagem em vídeo em que o *Estadão* mostrava o interior de um hospital de campanha em São Paulo. Era a primeira vez que um jornal de referência realizava aquele tipo de matéria. A peça foi vista por 126 mil pessoas e tinha um formato de reportagem bem próximo ao de matérias “ao vivo”⁷² feitas para televisão.

Vale aqui ressaltar que a proposta original da empresa proprietária da plataforma TikTok é fomentar a veiculação de peças audiovisuais. Há a possibilidade de publicar peças estáticas, mas as chances de insucesso são muito grande. E esse detalhe é uma das molas propulsoras de nosso estudo. Registrar as investidas do *Estadão*, referência há 150 anos no mercado do jornalismo impresso, em peças de audiovisual descontraídas para redes sociais digitais. Uma finalidade muito distante da proposta inicial de sua fundação, que teve como carro-chefe, por mais de 100 anos, um produto escrito em papel jornal nos formatos mais tradicionais possíveis. A presença do jornal *Estadão* nas plataformas de redes sociais se distanciava da sua trajetória tanto pelo produto ser em formato audiovisual quanto

⁷² No jargão jornalístico, “ao vivo” refere-se à transmissão de um acontecimento no exato momento em que ele ocorre. Ver PATERNOSTRO, Vera I. Op.cit., 2006.

pela descontração, trazida em Infotenimento, que as peças apresentavam.

Nossa estratégia analítica quantitativa e qualitativa dos conteúdos veiculados pelo *Estadão* no TikTok mostrou que, de 6 de maio a dezembro de 2020 a equipe de redes sociais produziu um total de 25 peças jornalísticas em audiovisual, das 157 publicações nesse perfil. Entre as 25 peças produzidas, 13 ganharam destaque com êxito no volume de visualizações, atingindo números entre 20 mil e 13 milhões. O resultado é um somatório de esforços que não depende exclusivamente de uma peça com primor jornalístico e nem do uso de recursos de marketing digital – tais como o uso apelativo de músicas de sucesso nas redes, de *hashtags* ou, ainda, apostar em temas virais. Há a forte influência dos algoritmos próprios da plataforma, cujo funcionamento pode mudar de tempos em tempos e sobre o qual os usuários não têm controle.

Na liderança no quesito alcance, entre as peças produzidas pela editoria está o anúncio da morte do ator Chadwick Boseman, conhecido pelo filme *Pantera Negra*, em 29 de agosto de 2020, que recebeu 13K, o que significa 13 milhões de visualizações. Pesa bastante sobre o resultado obtido o fato de o assunto estar entre os mais falados nos meios de comunicação digitais, é o assunto quente também chamado de *top trend*⁷³.

Em segundo lugar, está outra postagem da seção obituário. Com a legenda “Descanse em paz, Louro”, a matéria informava a morte do “Louro José”, personagem companheiro da apresentadora Ana Maria Braga em seu programa matinal da TV Globo. Foi veiculado em 1 de novembro e assistido por 803,9 mil internautas. Tratava-se de uma matéria informativa com um recurso da plataforma que impulsiona o post. O post tinha a proposta de o seguidor usar um áudio do perfil para prestar homenagem ao personagem Louro José.

Entre os vídeos jornalísticos que fizeram sucesso está uma *feature*⁷⁴ sobre

⁷³ O que são trends: Como o próprio nome diz, a palavra trend vem do inglês e significa “tendência”. As trends são conteúdos em diferentes formatos que ficam popularizados nas redes sociais como Instagram, TikTok e Twitter. Elas recebem uma grande quantidade de interações e replicações dos usuários.

Fonte: <https://digitalks.com.br/artigos/marketing-digital-voce-sabe-como-usar-trends-de-redes-sociais/#:~:text=O%20que%20s%C3%A3o%20trends,intera%C3%A7%C3%B5es%20e%20replica%C3%A7%C3%B5es%20dos%20usu%C3%A1rios>.

⁷⁴ *Feature* - Gênero jornalístico que vai além do caráter factual e imediato da notícia. Opõe-se a “hard news”, que é o relato objetivo de fatos relevantes para a vida política, econômica e cotidiana. Um “feature” aprofunda o assunto e busca uma dimensão mais atemporal. Define-se pela forma, não pelo assunto tratado. Pode ser um perfil, uma história de interesse humano, uma entrevista.

Fonte: **Manual da Folha de S. Paulo.** Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_f.htm

“Quem é o cavaleiro no símbolo do *Estadão*?”, de 17 de setembro, visto 368,9 mil vezes, e a entrevista com Erika Hilton, a primeira trans e negra eleita para a Câmara de Vereadores de São Paulo, em 18 de novembro, com 158,3 mil. Em novembro, a reportagem sobre a primeira mulher eleita vice-presidente dos EUA, “48 homens depois... temos a primeira mulher eleita vice-presidente dos EUA”, foi vista 123 mil vezes.

Também fez sucesso durante os dois anos de pandemia a série de críticas e memes em torno das atitudes do presidente Jair Bolsonaro e equipe, como a veiculada em 20 de outubro - “E esse ‘gráfico’ hein? Os ‘xerloque home’ da internet, claro, não deixei passar!”. Foi visualizada por 99,6 mil internautas e abordava uma falha descoberta por internautas na apresentação do governo federal sobre o uso de um vermífugo como sendo eficaz na redução da carga viral na fase precoce da covid. Internautas descobriram que o gráfico apresentado como um suposto resultado da pesquisa envolvendo o medicamento era de um banco de imagens prontas e descredenciaram a veracidade das informações.

Em 2021, mais fortemente a partir de maio, a editoria de redes sociais intensificou a veiculação de posts com base jornalística no TikTok. Peças audiovisuais produzidas para o Instagram passaram a ser compartilhadas também no TikTok, o que aumentou a quantidade e a variedade de vídeos do *Estadão* nesta rede social em especial. Antes, em uma rápida observação do *feed*⁷⁵ do aplicativo, era visível que não havia planejamento editorial e nem identidade visual, o que demonstrava claramente que a editoria ainda estava na fase de experimentação.

A partir de maio de 2021, a quantidade de posts jornalísticos aumentou, em detrimento das publicações que tinham objetivo de reforço de marca, que ficaram reduzidas a uma ou duas por mês. Em julho de 2020, por exemplo, foram veiculadas 10 postagens, sendo apenas uma de teor jornalístico, enquanto as demais nove tinham objetivo de viralizar a marca *Estadão*. Em agosto do mesmo ano foram 15 no total, três com conteúdo jornalístico e as demais 12 com a proposta de *branded content*⁷⁶. Em setembro de 2020, de um total de 18 posts, 11 tinham conteúdo

⁷⁵ *Feed* revela o estilo de um perfil logo no primeiro clique. Sua estética é capaz de influenciar opiniões antes que as pessoas vejam os posts em detalhe — e isso pode estimular mais interações como cliques, curtidas e comentários. Fonte: https://www.canva.com/pt_br/aprenda/feed-instagram/

⁷⁶ Branded Content é um conteúdo produzido em nome de uma marca, levando em consideração o seu contexto, sua área de atuação e o seu público, mas que não necessariamente fala sobre um produto ou serviço diretamente. A estratégia do branded content apresenta uma dinâmica que se opõe à associação de uma marca apenas com anúncios e linguagens promocionais, que costumam

jornalístico e os demais eram apenas reforço da marca.

Em maio de 2021 houve 23 inserções no perfil, sendo que somente duas eram vídeos feitos para viralizar, com mais entretenimento do que texto jornalístico, embora fossem baseados em notícias factuais - vacina e homenagem ao ator Paulo Gustavo. Em julho de 2021 a base de todas as 19 veiculações era de conteúdo jornalístico e a forma estava em consonância com as práticas profissionais, temperadas com recursos de entretenimento da plataforma. O conteúdo veiculado nas postagens de agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2021 era totalmente jornalístico, com a veiculação de três publicidades do próprio jornal anunciando a reforma gráfica dentro do novo tamanho *berliner*. Nesse caso, foram quatro peças propagando a nova fase do jornal *Estadão* impresso, cabendo ressaltar que fizeram pouco sucesso, ou seja, retiveram pouca atenção dos usuários da plataforma. Também houve o anúncio de um novo produto digital do *Estadão*, o @aqueleassunto - quadro em que um especialista responde a questões de saúde sexual.

A observação do perfil do *Estadão* no TikTok revelou que, passada a fase de experimentação, o *Estadão* consolidou uma boa aceitação de público com a maior parte das peças audiovisuais apresentando número de visualizações bem acima de 10 mil, e muitas acima de 1 milhão. As mais bem colocadas, em 2021, foram as peças jornalísticas que abordaram temas factuais, como questões relacionadas às vacinas, críticas ao presidente Jair Bolsonaro e equipe diante da covid ou de questões políticas ou o tema que houvesse ocupado o topo no ranking dos temas quentes da plataforma, como listado a seguir em ordem das mais visualizadas para as peças com menos visualização, acompanhadas pelas datas e temas:

- 91,9 milhões - Guerra do Afeganistão - 18/08
- 13 milhões - Tom golpista do discurso de Bolsonaro na Paulista - 07/09
- 12 milhões - locais de vacinação - 06/05
- 10,4 milhões - CR7 retira um refrigerante da cena da entrevista - 15/06
- 7,3 milhões - Abordagem policial em GO gera revolta nas redes sociais -

29/05

- 4 milhões - Criadora da vacina é ovacionada em partida esportiva - 28/06
- 3,1 milhões - Ginastas Júlia Soares e Daiane dos Santos e Simone Biles - 09/06
- 3,1 milhões - Rayssa Leal, 13 anos, representa o Brasil nos Jogos Olímpicos -17/07
- 2,5 milhões - EUA, mais da metade dos adultos imunizados contra covid - 15/05
- 2,3 milhões - Deputada Joice Hasselmann reconstitui episódio violento - 24/07
- 2 milhões - Foram duras críticas a Bolsonaro no Parlamento Europeu - 29/04
- 2 milhões - Cobertura do Dia 7 da CPI da vacina - 18/05
- 1,7 milhões - Presidente Bolsonaro erra a conta sobre queda no PIB (somou uma queda de 4% com alta de 5% para dizer que o PIB vai crescer 9%) - 22/07
- 1,6 milhões - O que está acontecendo no Afeganistão? -16/08
- 1,5 milhões - Revolta de Doria com a falta de oxigênio para recém-nascidos em Manaus - 16/08
- 1,5 milhões - Cobertura do Dia 9 da CPI da vacina - 20/05
- 1,5 milhões - Daiane correu para que Rebeca pudesse voar - 29/07
- 1,4 milhões - Marta se tornou a 2ª maior artilheira da história olímpica - 21/07

Das 107 publicações de 2021 no perfil *Estadão* da rede social digital TikTok, apenas 17 receberam menos de 10 mil visualizações, o que representa um saldo positivo no crescimento público do perfil. Nossa pesquisa verificou que não houve, nesses dois anos, 2020 e 2021, veiculação de anúncios externos de marcas. No período analisado até aqui, houve apenas a veiculação de anúncios da própria empresa. Esse fato demonstra que o perfil *Estadão* na plataforma TikTok não representava ainda, para o comando da empresa, um meio viável para desenvolver um modelo de negócio apropriado aos novos tempos digitais. Não havia uma destinação de proposta monetária para o perfil no TikTok, mas a estratégia de crescimento implementada pela Editoria de Redes Sociais estava

funcionando.

Em 2022, houve um grande investimento em produção própria para o TikTok, que dividia o espaço com algumas, mas poucas, peças patrocinadas (Blue Studio) e vídeos de divulgação de agências de notícias ou assessorias de imprensa que continham valor-notícia com alcance mais nacional e internacional. A editoria investiu na produção de reportagens próprias para o TikTok, alinhadas com os temas de interesse dos jovens de 13 a 19 anos, sempre conjugando as práticas jornalísticas com os efeitos de entretenimento que faziam sucesso especificamente naquela plataforma. Foi contratado um profissional para reforço da equipe como prestador de serviço, com dedicação exclusiva à produção do TikTok. Outros “social medias”, Larissa Buchard e João Abel, também participavam da produção.

A partir de março de 2022, o perfil do *Estadão* no TikTok ganhou mais movimento, com aumento na quantidade de postagens e uma identidade visual com formatos de legendas que estavam na moda na plataforma na época. Por ser uma plataforma exclusivamente para vídeos, a produção fílmica das outras redes sociais era ali replicada. A pauta se tornou mais variada e contemplou a divulgação de material jornalístico de uma gama maior de editorias, além de veicular também o material de publicações patrocinadas. Foram incluídas no TikTok algumas pautas exclusivas da Editoria de Redes, como a cobertura de festivais de música, bienais do livro, inaugurações de equipamentos culturais e as séries “*Estadão Explica*” e “*Estadão Verifica*”. A estratégia analítica quantitativa e qualitativa mostrou o surgimento de pautas exclusivas para TikTok, com dicas para o cotidiano de jovens com menos de 18 anos, tais como os temas Enem e a busca por estágio. As pautas exclusivas usavam muitos recursos de infotenimento e se aproximavam de memes, mas continham informações jornalísticas.

Os resultados positivos da investida no TikTok eram mensurados pela adesão dos seguidores às postagens diariamente veiculadas na plataforma. No período da observação direta, pude testemunhar o fenômeno ocorrido com a publicação do dia 26 de julho de 2022, que se encaixava perfeitamente no conceito de Infotenimento, prática que explicaria o sucesso obtido pelas redes sociais e que resume a fórmula encontrada para veicular com êxito uma notícia *hard news* em uma plataforma de relacionamento. Esse é um caso digno de uma análise mais

aprofundada. O governo havia anunciado como seria a nova cédula de identidade, o tipo de design, quando passaria a valer, e o que fazer para obter a nova identidade, uma mudança que causaria impacto nos novos portadores do documento, como os jovens⁷⁷. Era inegável que o fato era carregado de valor-notícia suficiente para ser transformado em matéria factual e que geraria mais interesse entre os jovens menores de 18 anos, obrigados a obter uma cédula de identidade ao chegarem à maioridade ou até antes, dependendo da validade determinada em seu documento.

O tema da matéria era adequado à faixa etária do público que, de acordo com informações do setor de métricas do jornal, frequenta o TikTok e certamente despertaria o interesse dos seguidores de 13 a 19 anos. Era o público-alvo perfeito para gerar engajamento, métrica almejada pelos perfis de redes sociais. A questão principal era: como tratar esse assunto com peso jornalístico, mas, ao mesmo tempo, obter uma boa aceitação pelos seguidores da plataforma cujo hábito não era, propriamente, a obtenção de informações jornalísticas diárias? O resultado foi uma publicação em vídeo com animações e edições próprias da plataforma, que contemplava as respostas às questões principais do lead - o quê, quem, como, quando, onde e por quê? - e que, dentro das práticas jornalísticas, saciam a curiosidade do leitor a ponto de deixá-lo a par de uma notícia factual. No caso específico, o vídeo despertou a atenção de 1 milhão e 800 mil pessoas.

O interessante desse caso foi acompanhar que, nas primeiras 8 horas de veiculação, no dia 25 de julho, a publicação pulou de 0 para 400 mil visualizações e, na manhã seguinte, já havia sido visto 1 milhão e meio de vezes. Certamente, na avaliação de tradicionais leitores do *Estadão*, a publicação soaria como uma comunicação poluída, mas foi um eficaz método de levar a informação ao maior número de pessoas. É um memorável casamento entre o Infotainment e a narrativa jornalística, capaz de gerar o impulsionamento natural da notícia em meio a um turbilhão de informações aleatórias. Além de obter uma rápida viralização, o vídeo recebeu 219.5 milhões de curtidas e 3.772 comentários. O perfil da *Folha de São Paulo* no TikTok⁷⁸ também produziu um vídeo sobre a nova cédula de identidade, mas com uma narrativa mais tradicional e uma pífia quantidade de recursos de

⁷⁷ Link para a publicação:

<https://www.instagram.com/reel/CqfJatHgfUn/?igsh=YzAyMDM1MGJkZA%3D%3D>

⁷⁸ Criado em 7 de agosto de 2020. Em 19 de janeiro de 2025 tinha 687,1 mil seguidores e 14,6 milhões de curtidas. Disponível em <https://www.tiktok.com/@folha>.

edição. O resultado foi um menor desempenho, com 98 likes e somente 2 comentários. Transcrevemos a seguir o roteiro do vídeo⁷⁹ para melhor ilustrar os recursos próprios das redes sociais nele inseridos e demonstrar como o texto jornalístico foi empregado.

Fig. 4 Quadro com Roteiro do vídeo Novo RG no Brasil

Roteiro do vídeo Novo RG no Brasil	
CENA 1 – Apresentador ao vivo	João Abel - "Esse guerreirinho, o RG, vai nos deixar em breve..."
[Corte de edição]	
CENA 2 – CLOSE – Repórter simula tristeza	(Repórter segura um RG antigo próximo ao rosto, com expressão melancólica. Em tom saudosos - sobre a imagem surge a expressão 'Press F to pay respects' (Pressione F para prestar respeitos) - uma referência ao meme da internet que surgiu no jogo Call of Duty: Advanced Warfare, lançado em 2014 pela Activision)
CENA 3 – Apresentador ao vivo	João Abel - "Mas chegou a hora de dar adeus. O Brasil vai ter uma nova carteira de identidade nacional, que começa a ser emitida a partir desta terça-feira, 26 de julho."
Imagens do novo modelo - texto em off	João Abel - "Este novo documento não terá mais o número do RG. O único registro válido será o CPF, que passa a ser único para todo o País."
CENA 4 – Apresentador ao vivo	João Abel - "O primeiro estado a emitir a esse novo documento"
[Corte de edição]	
CENA 5 – Apresentador ao vivo - cena em preto e branco	João Abel - "E atenção, gaúchos!"
[Corte de edição]	meme (atriz Tatá Werneck com sotaque gaúcho)
CENA 6 – Apresentador ao vivo	João Abel - "O Rio Grande do Sul será o primeiro estado a emitir esse novo documento. Depois será a vez do Acre, Minas Gerais, Goiás e Paraná."
[Corte para meme – mulher com sotaque paranaense]	
CENA 7 – Apresentador ao vivo	João Abel - "Todos os estados têm até março/2023 para se adaptar a esse novo documento. A carinha do documento é essa aqui, ó:"
Imagens do novo modelo - texto em off	João Abel - "bem genérica, com nome ou nome social, data de nascimento, local onde a pessoa nasceu, nacionalidade"

⁷⁹ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7124496998157372678>

CENA 8 – Apresentador ao vivo	João Abel - “E data de validade, que varia dependendo da idade da pessoa. Ele é válido por 5 anos para crianças até 11 anos.
[Corte de edição] aproxima imagem	Por 10 anos para quem tem de 12 a 59
[corte de edição] aproxima imagem	E quem tem acima de 60 anos não precisa renovar esse documento”
[Corte para meme]	Velhinho do filme ‘Up nas alturas’ rindo
CENA 9 – Apresentador ao vivo	João Abel - “Então já fica esperto porque...”
[Recurso da plataforma de reprodução do vídeo em looping]	

Fonte: Elaboração da autora.

(Obs. O vídeo termina com um recurso que estava muito em moda nas redes sociais: a frase final do vídeo emenda na frase inicial criando um efeito looping, em que o seguidor pode assistir ao vídeo em sequência infundável. Então, a última frase do vídeo vai combinar com a primeira para dar a impressão de que não tem fim).

Toda a gravação da presença do apresentador é realizada em formato *stand up*⁸⁰, muito utilizado no telejornalismo. Na edição, por vezes a imagem do apresentador é coberta por imagens que mostram o modelo do novo documento e é usado o recurso do texto em *off*⁸¹, outra aplicação de práticas do telejornalismo. Um detalhe no TikTok é o uso da *hashtag* #TikTokNotícias para toda publicação que seja jornalística. As que recebem ainda mais recursos de infotainment recebem a *hashtags* #entretênews - que remete a um repositório de vídeos, como se fosse uma editoria que reúne, segundo o próprio TikTok, “as principais notícias do mundo do entretenimento, celebridades, músicas, filmes e séries reunidas em um só lugar!”.

Um episódio memorável na história do perfil do *Estado* na plataforma de redes sociais TikTok foi a cobertura, por vídeos, de vários episódios vividos pelo repórter do jornal no início da Guerra na Ucrânia, considerada a primeira guerra testemunhada pelo TikTok. Em cinco vídeos, o repórter Eduardo Gayer mostrou, no estilo *stand up*, a sensação vivida pelas pessoas comuns no meio da guerra - o medo, a ansiedade, o desespero do cidadão diante da ameaça de bombardeio, na clausura do abrigo antiaéreo, na correria e dificuldade para sair do país. As reportagens foram postadas no TikTok e no Instagram, do dia 24 a 26 de fevereiro, e são enumeradas a seguir em ordem cronológica dos acontecimentos.

- Repórter Eduardo Gayer em Kiev mostra abandono de hotel com chegada russa - 24/2/2022 - O repórter grava no interior abandonado do hotel em que

⁸⁰ Stand-up: gravação ou ao vivo em que, normalmente, o repórter aparece em pé, em primeiro plano, e permanece no vídeo durante todo o boletim ou flash. Apresentação ao vivo em que o repórter aparece em primeiro plano. PATERNOSTRO, Vera I. Op. Cit., 2006.

⁸¹ Quando o locutor está lendo o texto sem aparecer na tela. PATERNOSTRO, Vera I. Op. Cit., 2006.

estava hospedado depois que os funcionários evacuaram. - 34,9 mil views⁸²

- BUNKER LABIRINTO - O lugar é claustrofóbico e labiríntico, mas pode salvar vidas no meio do conflito entre Rússia e Ucrânia - 25/2/2022 –
- Ofegante, o repórter mostra as instalações do bunker existente no subsolo. a reportagem é feita em tempo real. Ele cita que está conhecendo o lugar naquele momento em que está gravando para o espectador - 152,9 views.⁸³
- O repórter Eduardo Gayer mostra como é um bunker por dentro. Kiev acionou uma sirene de emergência após bombardeios - 24/2/2022 – Gayer mostra como é o acesso ao bunker e conta a história da construção do local de refúgio durante a Guerra Fria quando Ucrânia fazia parte da URSS - 684,8 mil.⁸⁴
- O repórter Eduardo Gayer mostra o desespero de milhares ao tentar fugir de trem para a Polônia - 26/2/2022 - Assim como os demais fugitivos da guerra, o repórter mostra o desespero de milhares de pessoas tentando fugir de Kiev pela estação de trem. A cobertura é muito realista uma vez que o repórter demonstra claramente o medo que está sentindo e o sufoco que enfrentou - 6.988 views.⁸⁵
- ESTADÃO NA#Ucrânia UA- Reportagem acompanha viagem dos que fogem da invasão em #Kiev tenta cruzar para a Polônia #tiktoknotícias - 26/2/2022
- - Com a manchete “Estadão' acompanha viagem daqueles que tentam cruzar para a Polônia”, repórter conta como foi a noite na viagem de trem, em que não tinham sinal de celular e as luzes foram obrigatoriamente apagadas. Com um semblante de alívio, repórter exhibe a plataforma destino da viagem de trem com uma multidão de refugiados e apresenta a ajuda humanitária recebida dos civis na Polônia - 6.046 views.⁸⁶

Na segunda metade do ano de 2024, o perfil do *Estadão* no TikTok veiculou outro exemplo de produção especialmente pensada para os jovens de 13 a 19 anos: uma série de vídeos intitulada “Eleições de A a Z”. Em ordem alfabética, os apresentadores explicavam os significados dos termos comumente usados em

⁸² Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7068381393948069125>

⁸³ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7068633859838987526>

⁸⁴ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7068322853090774278>

⁸⁵ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7068882425861967109>

⁸⁶ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7069118146472463621>

períodos eleitorais. Além de apresentar a definição oficial de cada termo, a produção incluía dados numéricos, conhecimentos de história ou curiosidades sobre os termos. A apresentação da série iniciou em 16 de agosto de 2022 com o episódio “Agora começamos as 'Eleições de A a Z' para você não ficar boiando em nada quando o assunto for #eleicoes2022. Então bora dar o pontapé com a letra A? #abstencao”. Em sequência, foram abordados os termos: Boca de urna, Cola eleitoral, Domicílio eleitoral, Eleitorado, Filiação partidária, Governabilidade, Horário Eleitoral, Ilegibilidade, Janela partidária, Laranja, Mesário, Nanicos, Palanques, Quantitativo eleitoral, Referendo e Plebiscito, Turnos eleitorais, Urna de contingência, Voto de cabresto e Zona Eleitoral.

Como já assinalado, o ambiente TikTok é um lugar de diversão, onde os vídeos incorporam traços de entretenimento. Na série “Eleições de A a Z” não foi diferente, porém, houve uma grande variedade de abordagens, desde relatos jornalísticos mais engessados até brincadeiras ou trocadilhos com as palavras homônimas; dependia muito da criatividade do apresentador ou do potencial de infotimento existente no termo em si. Um exemplo foi o vídeo sobre o termo “Laranja”, que foi associado ao suco da fruta. A publicação começa com o apresentador bebendo o suco e afirmando que é muito bom, mas que nem sempre a palavra significa uma ação positiva. Em outras peças, o apelo descontraído ficou por conta dos cortes de edição, da inclusão de memes ou, ainda, da atuação do apresentador.

A guerra da Ucrânia, o período eleitoral, os eventos músico-culturais, como Rock in Rio, e a entrega do prêmio MTV Míaw, marcaram uma mudança produtiva no perfil do *Estadão* no TikTok. O ano foi rico em material factual nacional, político e internacional e estabeleceu um novo investimento no perfil, um novo olhar editorial para essa plataforma, com as demais editorias do jornal impresso e digital buscando estabelecer parcerias com a editoria de redes sociais. Um exemplo foi a dedicação às notícias relacionadas às eleições, mediante uma parceria proposta pelo editor de Política. Naquele período eleitoral foi produzido material audiovisual, em conjunto com a Editoria de Política, sobre a invenção da urna eletrônica, apresentando dados sobre a segurança e as vantagens do dispositivo. No período eleitoral de 2022, houve um investimento maciço na cobertura de debates, votação e

apuração em tempo real⁸⁷ nos vários canais digitais do *Estadão*, o que elevou a plataforma TikTok à categoria de uma ferramenta de comunicação dentro dos padrões organizacionais da empresa. Podemos dizer que esse momento foi também um divisor de águas e o início de uma nova política da empresa, que, tempos depois, como veremos mais à frente, interferiria nos processos produtivos e no modelo de negócios.

3.5 Rotinas produtivas da editoria e autonomia dos jornalistas

Minha perspectiva pessoal, em 2022, era encontrar uma editoria como as demais existentes nas redações de jornalismo da modernidade, mas meu pensamento simplificava uma realidade desconhecida, e a vivência consolidou algumas suposições que impulsionaram a pesquisa. A realidade era outra: a composição da editoria era diferente das demais, a começar pelos cargos dos integrantes. Não havia denominações tais como chefe de reportagem, repórter, redator, que se encaixasse na concepção arcaica e nem na nomenclatura das ocupações. As denominações variavam entre “analistas de mídias sociais”, “gerenciamento de redes sociais digitais”, “produtor de conteúdo digital” ou “social media” e se aproximavam das “velhas redações dos impressos” apenas na identificação de componentes como repórter de redes sociais digitais ou editor assistente de mídias sociais.

Minha expectativa englobava a possibilidade de uma produção independente do jornal, com reportagens e pautas próprias. O pensamento me transportava a um mundo imaginário em que uma redação paralela poderia estar formada, causando até duplicidade de pautas, mas com um ineditismo nos formatos, que precisariam ser adaptados para cada plataforma de rede social. Uma observação preliminar já havia me alertado para um possível desencanto. A maioria dos *posts* veiculados por meio do Twitter e do Facebook levavam, invariavelmente, a um link para matéria no portal *Estadão*, mas a leitura era bloqueada por um pop up com a oferta de assinatura da edição digital e/ou impressa do *Estadão*. O conteúdo era frequentemente restrito a assinantes, restando aos curiosos se contentar com as chamadas dos posts, sem a possibilidade de aprofundar a leitura, ou render-se e fazer uma assinatura.

⁸⁷ A proposta de cobertura do período eleitoral foi aprimorada nas eleições municipais de 2024.

A observação participativa realizada em 2022 confirmou nossas suspeitas. Havia um investimento forte do *Estadão* nas redes sociais digitais, em busca de fisgar possíveis assinantes, principalmente nas plataformas que facilitam a postagem de links que redirecionam o leitor/seguuidor. Em “marketês”, a proposta era converter o seguidor do *Estadão* nas redes sociais em assinante do jornal impresso ou online. Durante a minha vivência na redação, Gabriel Pinheiro confirmou a existência dessa tática de marketing - de caça ao assinante -, ressaltando que, desde o fim de 2021, a diretriz havia mudado e a meta, naquele momento, era crescer em *pageviews*, estimular a visualização da *homepage* do portal *Estadão* e aumentar os cliques nas matérias do online⁸⁸, com a conversão da visita do seguidor em leitores do conteúdo publicado.

Todos se revezavam nas atividades de forma afinada, de tal modo que a falta de um não incorria em prejuízo na produção e tampouco seria percebida pelo leitor, neste caso, “seguidor”. A única atividade restrita apenas a João Abel e Larissa Buchard era a produção, edição e apresentação do #Drops, o informativo diário nos *stories* do Instagram. O clima de trabalho era de muita cordialidade entre os integrantes, bem como de ajuda mútua.⁸⁹

Uma descoberta muito interessante desse período foi constatar o respeito ao horário do fim do expediente e a partida para a vida pessoal no extramuros da redação. Os horários de entrada e de saída eram rigorosamente cumpridos por todos e ninguém se sentia constrangido por sair na hora contratada, algo bem diferente do que costumava ocorrer nas tradicionais redações e que soa estranho para jornalistas de outrora, que misturavam as vidas profissionais e pessoais e encaravam com normalidade o tempo excessivo em que permaneciam enclausurados nos veículos de comunicação. Os demais profissionais que permaneciam na redação igualmente não estranhavam. Mas, confesso que me surpreendi ao ver o Editor chefe se levantar, pontualmente, às 18h e ir embora. Havia encerrado seu expediente com a segurança de quem deixa uma equipe alinhada para continuar o trabalho. Não parecia, de sua parte, haver constrangimento. Uma aura de normalidade reinava.

A máquina estava “azeitada”, mas claramente notava-se uma carência de

⁸⁸ No período da observação participativa, a produção da primeira página do impresso e a home page do *Estadão* online tinham equipes separadas e quase do mesmo tamanho. Na redação, a produção das editorias dava ênfase para o digital, mantendo um respeito pelo impresso.

⁸⁹ A vivência daqueles dias na Av. Eng. Caetano Álvares, 55, bairro Limão, me remeteu aos idos tempos em que fui editora assistente no Newspaper, produto igualmente pioneiro da Agência Estado ao qual pertenci entre dezembro de 1999 e dezembro de 2004.

mão de obra na editoria capaz de alavancar ainda mais o êxito das redes sociais do *Estadão*. Em julho de 2022 dois profissionais dedicavam-se integralmente à seleção, elaboração, edição e finalização do conteúdo a ser veiculado nas plataformas de redes sociais digitais Facebook, Twitter e LinkedIn. Duas dessas plataformas - Facebook e Twitter - ofereciam uma vantagem em relação ao objetivo de levar leitores/seguidores até o portal do *Estadão* ou promover a leitura da matéria completa no site ou vender assinaturas. Elas permitiam a inclusão de links nos conteúdos, o que estimula o usuário a continuar a experiência em outro ambiente. Essa possibilidade não existia nos primeiros anos de Instagram no Brasil, mas tal funcionalidade foi incorporada, tempos depois, aos *posts* veiculados por meio do *story*, ponto que estimulou a criação do produto #EstadãoDrops.

Em 2022 havia um ritual de publicações nas redes sociais digitais. No Twitter, atual X, há compatibilidade para veicular textos acompanhados por imagens, seja este vídeo ou imagem estática, acrescidos de link que remetem para uma leitura aprofundada. Além dessas funcionalidades, o Twitter/X é um ambiente que reúne um público ávido por informações e aberto a debates. Diante dessas características, a rotina adotada pela Eeditoria de Redes Sociais para o perfil do *Estadão* no X era a de publicar, a cada 10 minutos, um novo *post* com uma síntese da matéria e o link convergindo para o site do jornal. A mesma lógica era aplicada ao Facebook, que permitia as mesmas vinculações ao *post*, o que potencialmente permitiria levar a um aumento do acesso às páginas do site do *Estadão*.

Para o LinkedIn eram reservados conteúdos mais institucionais, que abordassem questões mais empresariais a respeito da trajetória do *Estadão*, da empregabilidade da empresa ou assuntos equivalentes. Como o caminho no TikTok ainda era recente e estava sendo construído, a instrução era postar apenas um vídeo por dia, que geralmente era um reaproveitamento dos vídeos preparados para o #EstadãoDrops. Para contribuir com o crescimento do TikTok, a equipe recebeu, em 2022, o reforço de um jornalista contratado como prestador de serviço. Gabriel Pinheiro comemorou o crescimento da equipe, lembrando que, em 2012, era composta por apenas duas pessoas, ao passo que em 2022 somava seis jornalistas, fora o prestador de serviço.

Já a produção para o Instagram demandava uma divisão maior do trabalho. Um jornalista era deslocado, exclusivamente, para a elaboração do #Drops, enquanto outro cuidava do conteúdo fixo a ser veiculado no *feed*. Diariamente, era

realizado um revezamento entre os mais jovens (com idades entre 20 e 25) da equipe para esses postos. Ao contrário do conteúdo do #Drops, que expira em 24 horas, desaparecendo do perfil, as publicações do *feed* permanecem e traduzem o “DNA” do perfil. A lógica diária, em 2022, era veicular uma sequência, que começava às 8h, com a reprodução da imagem da capa da edição do dia, seguida por uma chamada para o editorial e, depois, uma nova publicação a cada duas horas, até a meia-noite, totalizando, em média, oito matérias por dia.

Gabriel Pinheiro revelou que, a partir da fase final de 2021, havia uma expectativa da administração central da empresa de que as redes sociais poderiam alavancar o volume de *pageviews*. Essa era a prioridade, mais do que obter um aumento nas adesões às assinaturas do jornal impresso ou digital. Em segundo lugar, estava no horizonte a probabilidade de “bombar nas redes”, o que propiciaria alcançar o primeiro objetivo com mais facilidade. Em 2022, ainda sobrevivía no pensamento da direção uma grande preocupação em torno de um aumento na visualização da *homepage* do *Estadão*. Vários sinais nesse sentido surgiram ao longo da observação direta. Editores do alto escalão interagiam frequentemente com a editoria de *homepage*, mas o mesmo não ocorria com a Editoria de Redes Sociais.

A participação da Editoria de Redes Sociais nas reuniões de pauta igualava-se à função de coadjuvante, mais próxima do intuito de ser informada do que de informar. No entanto, a Editoria de Homepage era bastante requisitada durante essas reuniões. Toda a movimentação de audiência da *home*, inclusive das matérias isoladamente, era acompanhada bem de perto pelas chefias, enquanto a Editoria de Redes Sociais trabalhava livremente, sem cobranças quanto ao rendimento, aumento de seguidores ou outras métricas. As vitórias eram comemoradas, mas não havia um patrulhamento sobre produtividade ou outro quesito, muito menos sobre o conteúdo veiculado.

Percebi que o trabalho desenvolvido pela Editoria de Redes Sociais poderia ser comparado à atuação de um exército de formigas construindo um bunker silenciosamente e ininterruptamente. Esse talvez fosse o segredo da grande autonomia editorial que a equipe experimentava. O raro fenômeno era resultado dos esforços da empresa em outras apostas como modelo de negócios no qual as redes sociais figuravam como coadjuvantes. A grande preocupação empresarial estava depositada no crescimento da audiência digital para melhorar a venda de assinaturas

e, consequentemente, gerar mais valor à venda de espaços publicitários. A equipe conseguia manter uma linha editorial independente, que atendia aos princípios éticos e morais da equipe e comungava com a linha de pensamento dos integrantes.

O objetivo comum a todos era desenvolver uma narrativa jornalística que aproximasse o jornal dos jovens seguidores, principalmente nas plataformas Instagram e TikTok. Esse era o desafio que movia a equipe que eu encontrei durante minha primeira etapa da observação direta. Aumentar o número de seguidores dos dois perfis da empresa jornalística secular, reduzindo a distância entre a narrativa jornalística tradicionalmente construída para o impresso e o formato comunicacional próprio das redes sociais digitais, sem perder a essência das práticas jornalísticas.

O editor Gabriel Pinheiro admitiu que no começo da experiência do *Estadão* nas redes sociais digitais, o objetivo da empresa era o de que os perfis servissem como porta de entrada para aumentar os cliques nas matérias e, consequentemente, incrementar a visualização do portal *Estadão*. Depois, numa segunda fase, o objetivo passou a ser vender assinaturas. Para tal, os *posts* levavam para matérias que só poderiam ser acessadas por assinantes. Os *posts* cumpriam o papel de iscas, despertando o interesse em um público potencialmente de não assinantes com o objetivo de aumentar a carteira de pagantes fiéis. Nesses períodos, havia uma grande integração com o marketing digital em relação à atuação do *Estadão* nas redes sociais.

Aos poucos, essas estratégias foram vencidas e a Editoria de Redes Sociais passou a se integrar mais ao jornalismo, conquistando liberdade de criação. Ainda assim, pesava sobre essa editoria, em total parceria e sintonia com a Editoria da Primeira Página, o compromisso de fomentar as visitas aos sites do *Estadão*, ao passo que na ponta final residia o desejo de aumentar a base de assinantes. Tanto é assim que, em 2022, o editor de Redes Sociais, assim como a editora de Primeira Página, Viviane Bittencourt, trabalhavam acompanhando o desempenho de audiência das publicações do *Estadão*. As métricas serviam para mudar a posição das chamadas de capa e das chamadas para as matérias veiculadas como *posts* nas redes sociais. Alguns dos programas utilizados para isso foram o Chartbeat⁹⁰, capaz

⁹⁰ O Chartbeat é um conjunto de ferramentas de análise de conteúdo para editores que permite rastrear facilmente o envolvimento dos leitores em seu site, otimizar sua experiência do usuário em tempo real e compartilhar métricas importantes com sua equipe. B2B Stack - disponível em

de fornecer o desempenho de sites em tempo real, e o CrowdTangle⁹¹ - ferramenta da Meta para análise e transparência das redes sociais, disponibilizado para jornalistas e pesquisadores.

Despertou especial atenção, durante a observação direta, a autonomia que a editoria vivenciava em julho de 2022. Não havia cobranças, nem mesmo de produtividade sobre o aumento de audiência, uma vez que esse era o objetivo naquele momento, ou mesmo a tradicional pressão por um rigor na obediência à política editorial da empresa jornalística, que se assume conservadora. Aos olhos de nossa pesquisa, soava estranho a editoria estudada não transpirar a linha editorial de um jornal como o *Estadão*, principalmente por haver uma expectativa inicial da pesquisa de que a presença do jornal centenário representaria uma estratégia organizada de uma empresa com pretensões a se perpetuar no negócio e mantê-lo lucrativo, ou seja, que esta seria, realmente, um investimento da direção do jornal rumo à lucratividade e à sobrevivência do jornalismo em outros meios de veiculação.

A observação direta provou ser exatamente o contrário. Os perfis funcionam como uma estratégia de *branding*, de reforço da marca, os funis de compra de assinatura, mas não como uma institucionalização do “modo de fazer jornalismo *Estadão*” nas plataformas, conforme eu pensava. Não havia o olhar, ainda que etéreo, da temida entidade das redações chamada de “aquário”, onde as chefias habitam. Havia uma liberdade criativa muito grande na produção de conteúdo, na inserção da linguagem simbólica juvenil, na críticas às pautas e ações do governo Jair Bolsonaro, de acordo com critérios próprios do pensamento comungados por todos da editoria. A modernidade com que as peças jornalísticas se comunicavam com o público das redes sociais era resultado da experimentação do grupo. Tratava-se de um movimento orgânico, independentemente de regras ou metas oriundas do comando da empresa. O grupo vivia a experiência e moldava a produção dentro de um processo de experimentação, comumente chamado no campo da administração e da informática de “tentativa e erro”.

Os constrangimentos previstos pela Teoria Organizacional (Warren Breed,

<https://www.b2bstack.com.br/product/chartbeat#:~:text=O%20Chartbeat%20%C3%A9%20um%20conjunto,m%C3%A9tricas%20importantes%20com%20sua%20equipe> visto em 13/1/2024.

⁹¹ O CrowdTangle era uma ferramenta pública de insights da Meta para explorar conteúdo público nas redes sociais. Desde 14 de agosto de 2024, o CrowdTangle não está mais disponível. disponível em: <https://transparency.meta.com/pt-br/researchtools/other-datasets/crowdtangle/> . visto em 13/1/2024.

1955), em que o jornalista aprende a política editorial do jornal por osmose, passavam longe daquela editoria. Por outro lado, na atuação da redação de 2022, verifiquei o quanto os mapas culturais, ideológicos e políticos afetavam as escolhas sobre o material a ser veiculado nas redes sociais digitais. Eram claras as manifestações das teorias da Ação Política, Construcionista, Estruturalista e Interacionista, revelando a natural imparcialidade dos profissionais.

Coincidentemente ou não, todos os jornalistas da Editoria de Redes Sociais digitais de 2022 eram afinados com as propostas da pauta chamada progressista. As escolhas, as escritas e edições sempre transpiravam uma coerência com bandeiras ligadas aos movimentos feminista, LGBTQ+, negro, ambientalista ou pró-descriminalização das drogas, entre outros. Aqui cabe uma justificativa: a observação não é uma crítica ao procedimento, mas uma constatação de que havia uma grande margem de liberdade porque a intensidade de ocorrência dessas pautas contrastava enormemente com as posições políticas e sociais do *Estadão*, um jornal que nasceu “liberal e conservador” e se manteve nessa posição por 150 anos. Algumas dessas pautas não chegavam a ser rejeitadas pelo jornal, mas não eram prioridade, como pareciam ser na editoria de uma forma muito automática.

Porém, logo após a observação direta de 2022, em novembro daquele ano, um *post* do *Estadão* no perfil da plataforma Instagram deflagrou uma polêmica. A peça tinha o seguinte texto “Ataques a tiros em escola do ES: Por que casos assim têm se repetido no Brasil?” aplicado sobre uma foto de mãos negras empunhando uma arma. A notícia era sobre um adolescente, de 16 anos, que trajando roupas nazistas e com a arma do pai militar, atacou a tiros alunos e professores de duas escolas na cidade de Aracruz, no Espírito Santo, em novembro de 2022. Pessoas morreram e outras foram internadas com ferimentos. A questão que provocou uma rápida reação de repúdio dos internautas foi a associação, errôneamente, da foto que remetia ao racismo estrutural. O agressor era branco, mas a foto escolhida pelo *Estadão* para ilustrar o *post* era a de uma mão negra.

O fato surpreendeu meu olhar de pesquisadora. Depois de conhecer *in locus* a Editoria de Redes Sociais e seus integrantes, acompanhar como as pautas progressistas eram defendidas por meio das publicações produzidas, e perceber que a interferência da cúpula do *Estadão* era mínima ou inexistente no processo produtivo da editoria, a imagem da mão negra soava muito estranho. Por toda a experiência da observação direta, não parecia razoável esse ato falho, característico

do racismo estrutural enraizado na sociedade branca, ter passado pelo crivo dos subeditores.

Nas redes sociais, as críticas pairavam sobre o *post* ser uma representação da linha editorial de um jornal da grande imprensa comprometido com os preconceitos pautados pelo retrocesso. Em artigo na *Revista Nexa*, o sociólogo Huri Paz destilou: “o *Estadão* colaborou com o universo de representações que insistem em posicionar as pessoas negras no lugar de pessoas perigosas e violentas” (Paz, 2022, n. p.). De fato, mas o racismo exposto pela publicação não combinava com a editoria que a pesquisa descortinou. Minha hipótese, para o terrível erro da editoria, ancorava-se na data da publicação, um sábado, dia de plantão. Poderia, então ter sido um profissional de outra editoria.

A foto gerou desde críticas de internautas, seguidores dos perfis do *Estadão*, a manifestações de entidades representativas. O *Estadão* tratou rapidamente de mudar a foto e acrescentar a nota: “Uma versão anterior deste *post* usou uma imagem inadequada para ilustrar a reportagem. Alertados por nossos leitores, trocamos a foto, corrigindo o erro” (*Estadão*, 2022). Na observação direta de 2024, os editores comentaram que o episódio havia sido ainda mais traumático para eles pela vergonha do *post* e por descobrirem, posteriormente, que o profissional responsável pelo erro era uma jornalista negra, com origem na periferia, que não havia se dado conta do erro cometido.

A proposta aqui não é traçar uma discussão profunda a respeito do racismo estrutural, a vivência de jovens negros da periferia e dos capitais simbólicos perpetuados pela imprensa, que marginalizam ainda mais os negros. Tampouco defender posturas retrógradas dos jornais da grande imprensa, como o *Estadão*. Busca-se apenas fazer o registro de um julgamento que recaiu sobre profissionais de imprensa cujo resultado do trabalho estava sendo observado pela nossa pesquisa e não condizia com os dados colhidos até então sobre a autonomia que experimentavam, a ponto de burlar a linha política do jornal e impregnar a produção com posicionamentos próprios dos profissionais que adotam uma perspectiva progressista, defensores da justiça social e alinhados com a esquerda brasileira.

Esse é um fenômeno que gostaríamos de enfatizar em nossa pesquisa, pois, para além da surpresa inicial, esse descolamento da linha editorial e da postura austera do *Estadão* trouxe várias respostas aos questionamentos iniciais da pesquisa. Mas, igualmente, serviu como indício avaliador do peso que a Editoria de Redes

Sociais exercia nos planos administrativos e econômicos da empresa jornalística. A princípio, acreditei que o fenômeno de criatividade e inovação nas redes sociais era resultado de um investimento orquestrado pela gestão da empresa jornalística e que simbolizava, sobretudo, uma vitória da categoria de Jornalistas, que gozavam de uma liberdade nunca experimentada pela pesquisadora durante a vida profissional em redações de jornais de referência.

A vivência na redação em 2022 mostrou que, à época, a administração do jornal mantinha, ainda, um investimento na produção de matérias que seriam destinadas ao jornal impresso, apesar de já ter reduzido o tamanho da publicação para *berliner*, em prol de uma economia no consumo de papel jornal para a impressão. O conteúdo veiculado nos sites do *Estadão* estava em franca expansão e ganhava mais destaque nas reuniões de pauta ampliadas e no esforço da redação.

Quanto às redes sociais, havia uma rotinização do escoamento da produção jornalística do *Estadão* por meio das plataformas mais tradicionais e antigas, Facebook e Twitter, pelo hábito e pela facilidade de veicular, junto à matéria, o link para a leitura do material no site do *Estadão*. Esse hábito foi desenvolvido desde 2016, como revela a pesquisa de Barsotti (2018). Essa era a mecânica institucionalizada para as redes sociais até 2022. A preocupação do material que seria escoado para essas duas plataformas de redes sociais, Instagram e TikTok, em especial, era muito pequeno, quase oculto.

Um indício de que os conteúdos jornalísticos escoados por meio das plataformas de redes sociais digitais Instagram e TikTok passavam, de certa forma, despercebidos dos editores-chefes do *Estadão* se materializou num vídeo exibido em março de 2023. A peça continha vários elementos simbólicos que destoavam significativamente do tom tradicional e austero característico do jornal. Para começar, o apresentador, colunista de *streaming*, usa uma camisa branca com uma frase que se destaca: “Good things are f*cking coming”⁹². Embora seja uma frase dotada de positividade, para combinar melhor com o tom austero do jornal mereceria ter menos assertividade e ser simplificada para “good things are coming”⁹³, sem o reforço do obsceno “f*cking”. O recado estaria dado sem desconfortos para a imagem do jornal. O segundo detalhe foi passar do ponto certo

⁹² Em tradução livre, “coisas boas estão chegando, po...a”.

⁹³ Coisas boas estão chegando, em tradução livre.

para o uso do infotainment. O vídeo⁹⁴ era uma resenha crítica de um filme, especialidade do apresentador, porém, a forma como as piadas foram encaminhadas carregou o vídeo de simbologias muito opostas ao perfil do jornalão paulista de 150 anos. A legenda apresenta parte da crítica que foi veiculada na coluna do apresentador sobre filmes e streaming e dá uma dica forte da questão que extrapola os limites do infotainment e esbarra na cultura do jornal, ao incluir na legenda a figura de uma berinjela⁹⁵ ao lado da palavra *avantajado*.

AVANTAJADO - 'Sexo, nostalgia e dinheiro! Se naturalmente esses elementos já atraem audiência, em 'Nacho' eles são turbinados pela história de um ator pornô bem-dotado. A nova série do Lionsgate+ (finado StarzPlay), tem essa premissa inicial, mas a produção promete ir além. Inspirada na história real de Ignacio Jordà González, que depois escolheu o nome artístico Nacho Vidal, o roteiro penetra a dimensão humana da estrela pornô, que movimentou a indústria adulta nos anos 1990 e 2000 com 25 centímetros de... talento', escreve o colunista @SimiaoCastro.

No início do vídeo, o apresentador segura com as duas mãos uma trena aberta com a medida exata do tamanho do pênis mencionado na série: 25 centímetros. Ele finge estar distraído e diz que está impressionado com o grande atributo do personagem da série “Nacho”, baseada em fatos sobre a vida de um ator pornô. O colunista desenvolve um texto repleto de trocadilhos libidinosos. A cadência do texto com a piada é perfeita e o texto é maravilhoso, mas nos pareceu bem inadequado, compreendendo o *Estadão* a partir da visão de uma jornalista que já fez parte do quadro de editores da casa. Logo no início, ele comenta: “É uma série para adultos! Tem muito sexo, tem sim; tem muitas drogas, tem sim; tem o submundo do prazer na noite barcelonense, tem sim; mas promete ‘penetrar’ na dimensão humana da estrela pornô que movimentou de verdade a indústria nos anos 1990 e 2000 com 25 centímetros de talento [as mãos, novamente, dão a ideia do tamanho]”. O texto continua com mais conotações sexuais outros termos e verbos, tais como “vai fundo”, “dar” e outras.

⁹⁴ Link para o vídeo no Instagram:

https://www.instagram.com/reel/CqBHweUoXzr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFiZA%3D%3D

⁹⁵ O ícone é usado para representar o órgão sexual masculino em conversas de sexting. O Instagram passou até mesmo a banir o emoji devido à conotação sexual. Fonte: TechTudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2019/11/25-emojis-usados-com-significado-sexual-na-internet.ghtml>

Fig. 5 e 6 – O apresentador Simião Castro em postagens destoantes da imagem austera do *Estadão*



Fonte: Reprodução de postagem dos perfis do *Estadão* nas mídias sociais.

Não se trata de uma crítica à publicação decorrente de julgamento puritano; trata-se de um estranhamento sobre o fato de nenhum dos profissionais envolvidos ter percebido o quanto soava estranho aquele vídeo no perfil do *Estadão*. A peça é um produto audiovisual que combina jornalismo e infotainment, sem perder qualidade informativa e perfeitamente adequada para um perfil de revista de cultura ou de comportamento dotada de uma linha editorial mais “descolada”, porém me pareceu fora do contexto para um veículo referência no jornalismo, mais densamente

ocupado pelas notícias factuais de política e economia.

A cobertura do prêmio MTV Miaw foi outro episódio com cenas inimagináveis em telas que carregam a logomarca *Estadão* e prova, mais uma vez, que realmente a editoria gozava de total autonomia antes de 2025. A publicação de 28 de julho de 2022 apresentava a seguinte legenda: “MIAW. Enquanto o prêmio rola lá na TV, cola aqui para conferir a Chávena do @simiaocastro, que foi lá ver tudo que as câmeras não mostram!”⁹⁶. De fato, o vídeo era um resumo dos pontos altos da cerimônia e começa com o repórter cantando um hit da internet, o funk “deixa baixo oi deixa baixo”, mas, bem no meio da produção, surge uma cena que nem toda emissora de televisão colocaria no ar.

A cena é verdadeira, mas, dentro dos constrangimentos organizacionais característicos do campo jornalístico, possivelmente não seria difundida com a clareza que é no vídeo, se lembrarmos que o veículo é o sesquicentenário paulistano *O Estadão*. Dois atores do coletivo de humor “Porta dos Fundos” compareceram ao palco fantasiados como se fossem grandes pênis. Além de valorizar o discurso do padre Júlio Lancellotti como uma referência nacional em atendimento e cuidado a pessoas em situação de rua, com uma intensidade talvez bem maior do que o destaque que a linha editorial do *Estadão* daria, mas que vira um ponto irrelevante após a imagem dos humoristas no palco. As *hashtags* usadas foram #entretênews #tiktoknotícias. Para as redes sociais, o conteúdo é adequado, além de atender aos critérios de noticiabilidade ineditismo, personalidades públicas e ser uma cobertura de uma ação factual. A pauta era pertinente, mas desproporcional aos padrões editoriais do *Estadão*.

⁹⁶ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7125591430793415942>

Fig. 7 - A turma do Porta dos Fundos comparece à premiação fantasiada de pênis



Fonte: Reprodução MTV

3.6 2023: ano de mudanças na redação

Pouco tempo depois do episódio do vídeo sobre a série “Nacho”, entre junho e julho de 2023, o *Estadão* implementou mudanças, visando aumentar a ênfase na produção digital. Houve mais incentivo para que a produção jornalística fosse escoada prioritariamente por meio digital, ou seja, as matérias produzidas para a redação eram publicadas imediatamente no portal do *estadão.com*. Antes, em 2022, ainda era muito forte a preocupação com o material jornalístico que seria distribuído por meio do jornal impresso. A partir de 2023, a lógica foi invertida e o conteúdo do jornal impresso passou para último lugar na escala de prioridades. Os editores do impresso aproveitavam as matérias disponíveis no digital, que havia se tornado prioridade, e faziam as adaptações necessárias para as páginas do impresso.

Ao retornar, em 2024, encontrei mudanças estruturais nas editorias e nas rotinas produtivas. O cenário mostrava-se muito diverso do anterior, e pairava um clima tenso na redação. A autonomia observada anteriormente deixara de existir. Os afazeres da Editoria de Redes Sociais foram reduzidos à produção mecânica de posts estáticos, sem investimentos em linguagens juvenis e sem investimentos em

audiovisuais ou edições típicas da linguagem dos jovens usuários de redes sociais digitais. Notei uma pressão muito grande sobre o conteúdo veiculado, e a forma também, nas redes sociais, além de uma vigilância quanto à obediência ao projeto editorial que previa o respeito às propostas e propósitos. O bordão, repetida vezes citado ao longo da nossa permanência na redação, representava, de acordo com as impressões fornecidas pelos integrantes da editoria, os princípios da empresa, o DNA do jornal secular. O número de profissionais do impresso havia diminuído e a pressão sobre a Editoria da Primeira Página parecia maior, principalmente, com o objetivo de aumentar a audiência do conteúdo digital.

Para atender à nova lógica produtiva do *Estadão*, a Editoria de Redes fora absorvida pela Editoria de Primeira Página. Com isso, a então editora Viviane Bittencourt acumulava dois setores para coordenar. A mudança implementada em 2023 unira as editorias de Primeira Página e de Redes Sociais Digitais em uma só, sob o comando da primeira. A função da Editoria da Primeira Página passava a ser a de exercer o papel de uma espécie de maestro que regia o conteúdo digital em consonância com a audiência, a viralização e as métricas de resultado. Em 2022, o trabalho entre as duas editorias em questão era muito afinado e, por isso, os editores optaram por desenvolver o trabalho em formato presencial nos mesmos dias, para que a troca de informações fluísse. Em 2024, a Editoria da Primeira Página mantinha o papel de conduzir a presença digital do *Estadão* na *home*, mas, agora, acumulava igualmente a responsabilidade de conduzir a presença do jornal nas redes sociais digitais. A antiga autonomia editorial cedera lugar a uma disputa de espaço entre redação e comercial, rememorando um antigo embate entre os dois setores na época áurea dos jornais impressos.

A equipe de Redes Sociais de 2022 foi separada. Um dos subeditores, Ítalo Reis, o mais experiente, braço-direito do editor Gabriel Pinheiro, foi mantido na editoria e passando a comandar sozinho toda a produção estática⁹⁷ desenvolvida para o perfil *Estadão* das plataformas Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn. Com ele, trabalhavam quatro estagiários novatos, que estavam em treinamento na ocasião. O outro subeditor de Redes Sociais, Simião Castro, que fora transferido anteriormente para o caderno de cultura e assinava uma coluna de resenhas críticas de *streaming*, havia sido demitido. Coincidência ou não, trata-se do mesmo

⁹⁷ Vamos chamar de estática a produção de posts que não sejam audiovisuais. A produção de audiovisuais ficou a cargo de outra editoria.

protagonista do vídeo analisado linhas acima.

O editor Gabriel Pinheiro e os “social medias” João Abel, Larissa Burchard e Carla Menezes, as cabeças criativas do audiovisual das redes sociais, foram engrossar a equipe da *TV Estadão*, que recebeu o nome de Núcleo de Vídeo. A união das equipes da Primeira Página e de Redes Sociais resultou no Núcleo de Distribuição de Conteúdo. Os dois núcleos - Distribuição e Vídeo - trabalhavam em sintonia e espírito de cooperação, até por conta da proximidade no passado recente. Os editores almoçavam juntos e lamentavam juntos também as desventuras de algumas mudanças, com as quais não concordavam. Alguns mais revoltados, outros, mais resignados.

Curiosamente, uma frase do subeditor de redes sociais sintetizou aquilo que é a alma da Teoria Organizacional. Perguntei se, até aquele momento, alguém da editoria já havia burlado o respeito aos propósitos e princípios, que eles repetiam como mantra, para dar o tom das mudanças. Um deslize que pudesse exemplificar, mais objetivamente, quais eram esses dois atributos que precisavam ser resguardados. Ao que ele me respondeu rapidamente: “claro que não chegamos sequer ao ponto de tentar”. A observação de 2024 comprovou uma de nossas hipóteses: a liberdade política e editorial na produção de material jornalístico para os perfis do Instagram e TikTok, observada em 2022, era, na verdade, fruto de esquecimento ou da pouca valorização do potencial existente no perfil do *Estadão* nas duas plataformas ou do talento dos profissionais da Editoria de Redes Sociais.

A partir do momento em que os olhos administrativos de altos escalões da empresa se voltaram para o valor financeiro que as redes sociais poderiam proporcionar, a total autonomia esvaiu-se, resultando na transferência da equipe criativa, pioneira na adaptação do jornalismo para as redes sociais. O esforço da equipe responsável pela criação de vídeos para o Instagram e TikTok continuava voltado aos produtos audiovisuais, porém, não estava mais restrito àquelas duas redes sociais digitais. Eles deveriam se engajar com a equipe da *TV Estadão*, que já tinha seu ritmo próprio em produções para o canal do *Estadão* do YouTube.

A fusão dos dois times resultaria na equipe encarregada de fornecer conteúdo para todas as áreas que utilizassem a linguagem audiovisual, como YouTube, Instagram, TikTok, Facebook e Twitter, e ainda criar projetos que pudessem render novos produtos audiovisuais, do tipo debates, podcasts, pautas

especiais com vários formatos e coberturas especiais, como a de eleições. A fusão entre os jornalistas da antiga *TV Estadão* e parte dos jornalistas de redes sociais gerou uma nova equipe com 12 pessoas, composta por dois editores - Gabriel Pinheiro (ex redes sociais) e Everton Oliveira (ex *TV Estadão*) -, videomakers, produtores e repórteres. A equipe de repórteres era formada pelos três oriundos da Editoria de Redes Sociais, João Abel, Larissa Burchard e Carla Menezes, e ganhou o reforço da jornalista Amanda Botelho, recém-contratada à época (setembro de 2023). Amanda tem no currículo experiência com redes sociais e reportagem em vídeo. Formada em 2020 pela Unicarioca, a jornalista se especializou em Mídias Sociais e atuou como “social media” para o Instagram do Museu da Vida Fiocruz e para a Agência F3X, além de ter sido repórter de vídeo da ONG Voz das Comunidades.

A reformulação das equipes traduzia-se em uma decisão certa quando analisada a partir de uma visão macro de investimento para todo o contexto digital do jornal. A criatividade de sucesso no Instagram e TikTok reforçaria o sucesso da marca *Estadão* em outras plataformas digitais que veiculavam produtos audiovisuais, como o canal do jornal no YouTube. Mas, a ampliação não representou exatamente uma expansão do sucesso criativo. A equipe criativa das redes sociais deixou de trabalhar com o factual e passou a desenvolver reportagens especiais que demandam mais tempo para a produção e requerem mais dedicação.

O profissionalismo continuava sendo a marca dessa equipe, mas o entusiasmo já não era tão latente. Notava-se uma sutil tensão no ar. Cada proposta de audiovisual era precedida por uma preocupação com a possibilidade de a direção do jornal rejeitar algum produto ou parte dele. A notícia da aprovação do material era seguida de um sentimento de alívio. A rotina na Editoria de Redes Sociais era tensa, com um volume de produção muito alto para uma equipe enxuta. Para o Twitter/X eram produzidas 108 publicações por dia, enquanto para o Facebook o número de publicações ficava em 72 por dia, em média. Para o Instagram, a meta de postagens continuava a mesma, um novo *post* a cada 2 horas, o que incluía o material jornalístico, oriundo da Editoria de Redes Sociais, e o material de *branded content*, oriundo do “Estadão Blue Studio”.

O processo produtivo estava acompanhado por novas normas que geravam uma identidade pasteurizada, alinhada com as propostas e propósitos determinados pelos editores-chefes do jornal. A partir de 2023, todos os produtos audiovisuais

foram alinhados com a mesma identidade visual e mesma linha editorial, o que dotou as postagens no Instagram e no TikTok da mesma linguagem e posicionamento político do jornal então quase sesquicentenário. Um trabalho de *branding* foi colocado em prática e mudou completamente a “carinha” do jornal nas redes sociais, cujo objetivo antes era o de conquistar leitores mais jovens.

Em 2022, a seleção das publicações que seriam veiculadas no Instagram e no TikTok eram influenciadas pelas métricas, pelos temas de maior sucesso e pelo *feeling* dos integrantes da editoria acerca da notícia com capacidade de obter sucesso nas redes sociais, somado a esses quesitos, claro, os valores-notícia já tradicionais no jornalismo, como o ineditismo e a proximidade, entre outros. Em 2024, a seleção seguia uma norma central, que não estava escrita, mas acompanhava o ritmo das escolhas para a *home* do portal *Estadão*, os valores-notícia do jornalismo somados às questões de interesse político do jornal *Estadão* como instituição que historicamente exerce poder sobre governo e sociedade.

Recorremos aqui, novamente, às Teorias do Jornalismo, sob a perspectiva do *newsmaking*, capaz de agregar as teorias construcionista, estruturalista e interacionista (Aguiar, 2014) pelo elemento comum a vertente teórica que entende a notícia como fruto da construção social da realidade. Na reflexão de Leonel Aguiar (2014), o processo produtivo industrial e a cultura organizacional da empresa jornalística afetam o conceito de noticiabilidade e influem sobre o processo seletivo das notícias.

Notícia é um dos gêneros narrativos produzido por uma comunidade profissional inserida em uma empresa e, simultaneamente, o produto de um processo organizado que implica em uma perspectiva prática dos acontecimentos, com a finalidade de reuni-los e fornecer avaliações diretas sobre suas relações, visando garantir e ampliar leitores. A escolha do acontecimento a ser enquadrado como noticiável é orientada pragmaticamente; isto é, o produto informativo deve ser passível de ser realizado em função de tempos, espaços e recursos limitados (Aguiar, 2014, p. 231).

A realidade da redação dos núcleos de *homepage*/redes sociais e de vídeos, observada em 2024, ressalta alguns fatores aplicáveis à Teoria Organizacional apontados por Warren Breed (Traquina 2014), que contribuem para o conformismo de jornalistas diante da política editorial das empresas jornalísticas, sobrepondo a

cultura organizacional sobre a cultura profissional. Neste caso específico, era evidente a convergência de interesses entre os polos pautada pelo compromisso com a notícia, sentimento de obrigação em relação às ordens superiores e receio da aplicação de sanções institucionais que pudessem levar, em última instância, ao rompimento de contratos de trabalho.

A acomodação com as novas diretrizes estava socializada por meio de mecanismos sutis, tal como prevê a Teoria Organizacional que trata sobre constrangimentos nas redações (Traquina, 2014). Os profissionais observados em 2024 não eram tão felizes quanto em 2022, mas conformados com as diretrizes do jornal em detrimento de suas próprias convicções, consolidando a influência organizacional sobre a produção de material especificamente para as plataformas de redes sociais digitais.

A perspectiva dos editores-chefes em relação à produtividade do *Estadão* nas redes sociais havia mudado tanto que a chefia acompanhava pessoalmente tudo o que era publicado por meio das próprias redes sociais. Essa, aliás, era uma preocupação frequente das duas editorias: se as publicações estavam contemplando as expectativas da direção do jornal. A editora da *home* chegou a comentar que, não raro, os diretores entravam em contato no fim de semana para tecer comentários sobre alguma publicação. Tanto para elogiar como para criticar. A direção adquiriu a prática de replicar em suas próprias redes alguns *posts* que lhes interessavam.

O interesse da direção do jornal se voltou intensamente para as redes sociais a partir de meados de 2023, a tal ponto que os executivos do jornal encomendaram à antiga equipe criativa das redes sociais, alocada no núcleo de audiovisual, um curso aberto a toda a redação do jornal sobre como produzir para as redes sociais mantendo o uso dos códigos jornalísticos. O sucesso do curso “Como fazer vídeos jornalísticos rápidos com o celular? Treinamento de captação e edição em celular” atraiu até gestores da empresa que não eram jornalistas. Foram oito turmas distribuídas entre o fim de 2023 e o início de 2024. Segundo a repórter Carla Menezes, que ministrou as aulas com João Abel e Larissa Burchard, os “alunos” aprenderam a fazer roteiro, gravar e editar com o smartphone, e a descobrir pautas adaptáveis para as redes sociais.

O objetivo do jornal *Estadão* havia deixado de ser o de crescer nas redes mesclando o jornalismo com a linguagem de infotainment característica das redes sociais. Esse objetivo havia ficado no passado da história da Editoria de Redes

Sociais. Também em um passado mais distante ainda havia sido abandonada a proposta de, por meio das redes sociais, provocar o aumento do número de assinantes do jornal digital, com o direcionamento do leitor para um link de assinaturas que impedia a leitura das matérias no digital.

A partir de 2023, a administração central do jornal vislumbrava reforçar a marca *Estadão* com a mesma sobriedade do produto impresso e ênfase nos assuntos de economia e política, valorizando expoentes vozes que replicam opiniões em harmonia com a linha editorial da empresa. Além de alinhar a presença nas redes sociais, visualmente e editorialmente, a um espelho do *Estadão* impresso, estava no horizonte também implementar nas redes sociais a lógica do modelo de negócios do impresso, por meio do trabalho do *Estadão Blue Studio*, com adaptações para a nova era digital. Para além de venda de espaços e veiculação de peças de publicidade tradicionais, o conceito de divulgar marcas parceiras incluiria o serviço de *branded content*.

3.7 Estadão Blue Studio – o modelo de negócios

Em 2022, já havia algum investimento do departamento de marketing do jornal com a negociação de publiposts no Instagram, ou seja, publicações patrocinadas. Observei que havia a veiculação de publicações especificamente encomendadas pela marca, mas, ao contrário de serem peças publicitárias, tratava-se de publicações dotadas de narrativas jornalísticas produzidas dentro de um padrão que, facilmente, poderiam ser confundidas ou associadas às produções da redação, mas que agregavam valor positivo a uma determinada marca.

No TikTok, a veiculação de publipost começou em 3 de março de 2022, com uma série de publicações com dicas de educação financeira direcionada a jovens e patrocinada pela 99 Pay. O apresentador era Murilo Busolin, um dos criadores e ex-apresentador do #Drops, que havia sido transferido para o “Blue Studio”, equipe produtora dos conteúdos de publiposts. No seu perfil no LinkedIn, ele se apresenta como analista de redes sociais do *Estadão* e comenta sobre sua atuação à frente do #Drops:

'Drops Estadão', um noticiário descontraído feito no formato 'Stories' e adaptado com a linguagem dos internautas. O programa foi criado com o objetivo de atrair um nicho de seguidores mais jovens para a plataforma do jornal. 'Quebramos o tabu' de um veículo de mais de 100 anos, competindo de frente com os principais concorrentes que surgiram com a internet. A

conta @estadao possuía cerca de 500 mil seguidores durante a criação do 'Drops' e hoje já acumula mais de 1 milhão de seguidores, nas vésperas do programa completar 2 anos de existência. (Murilo Busolin [página do LinkedIn]).⁹⁸

Todas as estratégias narrativas e práticas de edição criadas por ele para as edições do #Drops são visíveis nas publicações patrocinadas. As edições destinadas à educação financeira patrocinadas pela 99 Pay apresentam uma narrativa direcionada nominalmente para os usuários. De forma enfática, ele conversa com os seguidores do perfil do *Estadão* no TikTok com uma mensagem em prol da organização financeira dos que têm menos idade do que ele (ele deixa claro isso em uma das postagens e indiretamente leva a crer que potencialmente seriam mais irresponsáveis). Paralelamente, a 99 Pay é veiculada como solução para vários problemas financeiros, já que o tema é esse.

A narrativa é muito próxima das antigas publicidades veiculadas pelos locutores de rádio, dotada de uma intimidade com o ouvinte capaz de convencê-lo a seguir o conselho dado. Neste caso, o ouvinte é um usuário de redes sociais, aberto a todo tipo de informação. Foram 21 inserções de publicações patrocinadas com a marca 99 Pay (um dos perfis assinalados no patrocínio era @voude99). Outro exemplo foi a série que versava sobre preservação do meio ambiente, patrocinada pela ROLEX, que começou a ser veiculada em 16 de março de 2022, falando da expedição ao fundo do oceano com o uso do relógio. A matéria é apresentada por dois jornalistas da casa, que trabalham em uma redação exclusiva para produzir material de *branded content*.

Foram veiculados 17 vídeos com matérias sobre importantes iniciativas mundiais em prol do meio ambiente. A marca ROLEX está associada a uma marca jornalística tradicional e dotada de credibilidade para, juntas, as duas marcas, abordarem um assunto positivo em torno de um tema em alta igualmente positivo para a marca. Uma produtora de relógios que explora a natureza como matéria-prima fixa uma imagem na opinião pública em torno de uma empresa ambientalmente responsável por estar em consonância com os princípios defendidos pelos segmentos cujo trabalho ganha visibilidade graças ao patrocínio concedido por ela.

⁹⁸ Ver em <https://www.linkedin.com/in/murilo-busolin-rodriques-77899b111/>

A prática tem sido habitual nas agências de marketing digital. Artigo de autoria do fundador e diretor-executivo da Barões Brand Publishing, Paulo Henrique Ferreira, é elucidativo sobre o tema e discorre também sobre a diferença entre dois conceitos. No artigo veiculado na revista *Meio e Mensagem* em 18 de outubro de 2023, sob o título “Qual a diferença entre branded content e brand publishing?”, ele situa o primeiro como um aprimoramento descendente dos informes publicitários, já o *branding publishing* ocorre quando a marca é a dona do veículo, um blog ou coisa semelhante.

Na comunicação editorial, informativa, com uso das ferramentas do jornalismo, ambas disciplinas já estão muito bem-conceituadas. Nesse contexto específico, portanto, o branded content se consolidou como a oferta de veículos para marcas. No século XX já existia o informe publicitário, porém, com o crescente desgaste da comunicação publicitária “display”, os veículos reinventaram seus media kits. Hoje, oferecem projetos de branded content como uma das suas principais veiculações para marcas. Grandes publishers como Globo, UOL e esse Meio & Mensagem têm ofertas e cases sofisticados de branded content (e branded channels) em suas plataformas. Já brand publishing é quando a marca vira Publisher. Ela é a dona da plataforma, dos dados, da linha editorial, e responsável direta pela construção da audiência. Cada vez mais, organizações B2B e B2C se posicionam como veículos de conteúdo especializado em seu ramo de atuação, com plataformas editoriais proprietárias relevantes. Casos como Redbull, L’Óreal, ENGIE, Marfrig, MRV entre outras organizações, já ocupam espaços legítimos de fonte de informação em seus respectivos setores. (Paulo Henrique Ferreira, Meio e Mensagem, 2023).

O campo de atuação do marketing digital cresceu na mesma proporção que o hábito do uso das redes sociais dominou a sociedade brasileira e estimulou o surgimento de empresas especializadas em marketing digital. Essas agências oferecem uma gama de serviços que incluem o crescimento digital com o uso do marketing de conteúdo⁹⁹ e *inbound marketing*¹⁰⁰. Antenado com esse movimento no mundo dos negócios digitais, o *Estadão* decidiu, entre outras medidas que visam a reestruturação do secular modelo de negócios que manteve a empresa até então,

⁹⁹ Marketing de Conteúdo é uma estratégia de atração de clientes por meio da criação de conteúdo relevante (textos, vídeos, ebooks, posts em redes sociais). O Marketing de Conteúdo é um método de marketing que não faz promoção direta da marca, mas atrai o público-alvo ao trazer soluções para seus problemas. Fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-conteudo/>

¹⁰⁰ O Inbound Marketing é um conjunto de estratégias de marketing focado em atrair, converter e encantar clientes. Ao contrário do Marketing tradicional, o Inbound Marketing faz uso de Marketing de Conteúdo, SEO e Estratégias em Redes Sociais para atrair clientes por meio de canais online. Fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-inbound-marketing/>. visto em 19/01/2025.

criar um setor específico para oferecer ao cliente um serviço de marketing de conteúdo completo.

O “Estadão Blue Studio” é uma unidade de negócios que oferece serviços voltados aos clientes do *Estadão*. O entendimento de cliente aqui refere-se aos anunciantes e não aos leitores. O serviço oferecido contempla desde a produção de conteúdo até a alocação de anúncios nas redes digitais do *Estadão*. A proposta agrega os serviços prestados por uma agência de publicidade digital completa, que garante o reforço da marca para o anunciante com a chancela da credibilidade jornalística de um periódico que completou 150 anos em 2025.

Palavras de Francisco Mesquita, diretor-presidente do Grupo Estado, em entrevista ao portal do anuário da comunicação corporativa, demonstram a nova proposta com o lançamento dessa unidade de negócios: “A criação do Estadão Blue Studio é um marco em nossa trajetória de transformação digital, e representa um grande avanço em nossa atuação no mercado publicitário. A plataforma surge para idealizar e executar soluções criativas, inovadoras e que, efetivamente, gerem valor para as marcas de nossos parceiros” (Anuário, 2024, n. p.). Além de produzir peças publicitárias tradicionais e digitais no formato adequado às diversas plataformas do jornal, o “Estadão Blue Studio” vende o espaço em que a publicação será veiculada, ou seja, o setor é responsável por todos os espaços publicitários dos veículos da marca *Estadão* e também por todo o processo produtivo do conteúdo. O “Estadão Blue Studio” oferece ainda a produção das peças jornalísticas que serão utilizadas para o marketing de conteúdo, serviço que ele também fornece por meio das redes sociais do *Estadão*. Entre as propostas de trabalho descritos na página principal da agência especializada do *Estadão* estão:

- Branded content - conteúdos usando nossa força editorial e inteligência sobre nossas audiências, alcançando os objetivos das marcas por meio de publicidade contextualizada;
- Projetos especiais - Criamos soluções inovadoras, multiplataforma, customizadas e focadas nas necessidades e KPIs dos nossos clientes;
- Publicações - Editoriais consolidados no mercado que entregam oportunidades de publicidade para que o anunciante possa construir seu território com pautas relevantes e ambiente seguro para comunicar sua marca;

- Eventos - Conheça nossas soluções online e presenciais para que as marcas possam se comunicar com uma audiência super qualificada com endosso do Estadão e excelência no conteúdo.

Neste último quesito reside uma novidade, o *Estadão*, um jornal secular impresso, decidiu investir na captação de recursos por meio da realização de encontros, seminários, debates e outros encontros semelhantes, que oferecem, em troca, visibilidade da marca por meio da exposição de suas lideranças munidas de ponderações diante de temas da atualidade. O evento é gravado e posteriormente divulgado no Canal da *TV Estadão*. Os trechos mais interessantes dos debates são veiculados nas redes sociais, como forma de atrair o público para assistir à íntegra e, de quebra, aumentar a circulação da marca participante ou patrocinadora por meio dos perfis do *Estadão* nas plataformas.

Na categoria Eventos & Publicações, o “Estadão Blue Studio” oferece o serviço de “editoriais consolidados no mercado, eventos online e presenciais que entregam oportunidades de publicidade para que o anunciante possa construir seu território com pautas relevantes e ambiente seguro para comunicar sua marca”. Essa oferta inclui a participação em Summits¹⁰¹ com foco nos seguintes setores da economia: agronegócio, ESG, mobilidade, imobiliário, saúde e bem-estar e tecnologia. Além do Summit, o “Blue Studio” promove uma gama de outras atividades de marketing com base em debates ou entrevistas, com o mesmo propósito de valorizar marcas parceiras e patrocinadoras, entre eles o “Estadão Blue Studio Talks”, em que convidados compartilham as experiências e novidades sobre estratégia, comunicação, inovação, experiência e publicidade.

Os convidados são expoentes das empresas patrocinadoras e vão publicizar as atitudes inovadoras desenvolvidas dentro das empresas que representam. O formato é de entrevista em estúdio. Na quarta temporada, a entrevista foi conduzida pelo apresentador Karan Novas, acompanhado de Fábio Costa, *header* de estratégia

¹⁰¹ Summits são eventos estratégicos que reúnem líderes, especialistas e profissionais de um setor específico para discutir tendências, compartilhar insights e promover networking. Em outras palavras, eles oferecem uma plataforma única para aprendizado e colaboração, impulsionando o desenvolvimento dentro das organizações. A princípio, o objetivo de um summit não é apenas promover networking e aprendizado, mas também fortalecer a marca da empresa organizadora. Ao sediar um evento bem-organizado e informativo, a empresa pode demonstrar sua expertise e compromisso com a inovação. Isso atrai não apenas clientes, mas também talentos e parcerias comerciais, ajudando a consolidar sua posição de autoridade no mercado. Empresas como Google e Amazon frequentemente utilizam esse tipo de evento para promover novos produtos e tecnologias, reunindo mentes criativas e visionárias que impulsionam a inovação em diversas indústrias. Fonte: <https://encurtador.com.br/c1ZWVv>. visto em 20/1/2024.

e comunicação do Grupo Estado. Karan abre o debate anunciando o “programa que fala um pouco das maiores e melhores empresas do Brasil com líderes de diferentes segmentos”. Em temporadas anteriores, o cenário era em estúdio em torno de uma mesa de *podcast*; na atual, um cenário mais informal remete a uma sala de estar.

O “Estadão Blue Studio” mantém uma página dentro do portal *Estadão*, chamada de “Estadão Blue Studio Express”, que veicula, tal qual um portal de notícias, conteúdo jornalístico cuja responsabilidade é atribuída ao anunciante. O slogan desse serviço oferecido pelo Blue Studio é “jornalistas do Estadão produzindo seu conteúdo”. O material recebe um selo antes do início da matéria, uma espécie de assinatura, que chancela: “Conteúdo Patrocinado • Blue Studio Express / Negócios”, deixando claro ao leitor que as linhas informativas que seguem representam um espaço pago, como se fosse um informe publicitário.

O “Estadão Blue Studio” atua com uma diversificação dos serviços de marketing digital cuja proposta fundamental é monetizar conteúdos sob diversas formas, ampliando o escopo do modelo de negócios baseado em venda de espaço de visibilidade para as marcas. O material “Mídia Kit” apresentado pelo “Estadão Blue Studio” demonstra que o setor é responsável também pela venda de espaço de publicidade produzido por agências externas. Nele, estão descritos os valores para veiculação de anúncios nos produtos digitais, no jornal impresso, nos classificados deste impresso, na Rádio Eldorado FM, pertencente ao Grupo Estado, e uma área específica para atender a demanda de publicidade relacionadas às leis nº 6.404 e 8.666, chamadas de Anúncios de Publicidade Legal, que versa sobre transparência, quando instituições ou empresas são obrigadas a divulgar balancetes e outras atividades financeiras.

No item Publicações, o “Blue Studio” herdou uma prática comercial antiga do Grupo Estado que tem origem na OESP Mídia, criada em 1984 sob o nome de OESP Guias e Listas. Era uma companhia independente dentro do Grupo Estado, formada pela união da OESP Gráfica com a Bapco, subsidiária da BellShouth Corporation, em 1999, quando mudou o para OESP Mídia. A empresa produzia listas telefônicas e catálogos de informações setorializadas, tais como, Listões OESP São Paulo - Centro, Norte, Oeste, Sul e Leste; Listão OESP Guarulhos; Listões Grande Rio - Cidade do Rio, Niterói e Baixada Fluminense; Guias OESP Setoriais - Alimentação, Construção, Eletroeletrônica, Metal/Mecânica e Revistas Setoriais - Alimentação, Construção, Eletroeletrônica, Metal/Mecânica. Em 2001, a OESP

Mídia agregava 23.407 anunciantes. Em 2012, o Grupo Estado assumiu integralmente o controle acionário da OESP Mídia Ltda ao recomprar 40% das cotas que pertenciam à norte-americana BellSouth. Sob o comando do “Blue Studio”, o Grupo Estado publica o Guia de Colégios (escolas da educação infantil ao ensino médio do Brasil), Guia do MBA (avaliação dos principais cursos de MBA do país), Empresas Mais (Ranking Empresarial do país), Guia de Faculdades (avaliação de titulações e modalidades disponíveis no ensino superior brasileiro), Finanças Mais (Ranking das Instituições Financeiras), Marcas Mais (marcas que conquistam o consumidor), Melhores Serviços (empresas que encantam os consumidores).

Reportagem especial publicada em janeiro de 2022 no portal *Estadão* comemora o sucesso do investimento no trabalho desenvolvido pelo “Estadão Blue Studio”, braço de conteúdo de marca criado em 2021. Segundo a matéria, o “Blue Studio” se tornou uma “fábrica de conteúdo” e “uma referência do *Estadão* na criação de *branded content* relevante para os mais variados tipos de negócios”. No ano de criação do “Blue Studio” foram desenvolvidos e finalizados 359 projetos para marcas, compostos por 165 *lives* informativas, 36 seminários online, 8 “summits” setoriais e 110 eventos pré-gravados.¹⁰²

A matéria cita também projetos em que foi criado um veículo de comunicação do *Estadão* patrocinado, o E-investidor, classificado pelo “Blue Studio” como “uma ‘ponte’ entre as empresas e seu público-alvo” que “pode se dar com a criação de projetos de duração específica ou até mesmo veículos de comunicação”. O E-investidor é uma plataforma de informações *hard news* sobre investimentos e finanças pessoais com 1,3 milhão de visitantes únicos (2022) e, ao mesmo tempo em que entrega um conteúdo valioso para investidores, é também uma ferramenta geradora de “leads”¹⁰³ para a patrocinadora, a corretora Ágora, do Bradesco. O produto tem uma equipe de 15 jornalistas que atuam dentro dos códigos deontológicos do jornalismo, mas que são independentes da redação do *Estadão*. Há apenas uma conexão direta com a diretoria de jornalismo do *Estadão*, o que garante a chancela de qualidade de jornalismo *Estadão* para o conteúdo

¹⁰² Fonte: <https://www.estadao.com.br/economia/negocios/o-ano-em-que-o-estadao-blue-studio-disparou/?srsltid=AfmBOoo4BFV6EsNJnHzR2Bre7w1k0F-cWaRP8wYpZ0BgjNGtIYHoxo>. Acessado em 20/1/2024.

¹⁰³ Lead é qualquer visitante que informe seus contatos em troca de algum tipo de conteúdo. No marketing digital, o termo é usado para se referir a um usuário que demonstrou interesse na sua empresa e inseriu seus dados (e-mail, nome, etc.) em um formulário de conversão. Esse processo é denominado “geração de leads”. fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/glossario-de-marketing-digital/#/>

produzido. As vantagens para o patrocinador é ser o único anunciante na página e garantir, por meio de links, uma conversão do leitor em investidor da corretora. A outra vantagem é o reforço da marca conquistado com a parceria com um jornal com larga tradição no jornalismo e na economia.

Outro exemplo de *branded content* do Grupo Estado produzido pelo “Blue Studio” é um produto composto que une em um portal o “Estadão Expresso São Paulo”¹⁰⁴ e o “Estadão Expresso Na Perifa”¹⁰⁵. Os dois sites agregam informações direcionadas ao cidadão sobre a cidade de São Paulo e sobre as periferias. Cada um tem rotinas produtivas exclusivas. O “Estadão Expresso São Paulo” mantém uma parceria com a prefeitura e organismos da administração municipal. O conteúdo é produzido e editado por uma equipe exclusiva para esse produto subordinado ao *Estadão*. Já o “Estadão Expresso Na Perifa” é um *hub* de conteúdo multimídia patrocinado pela 99, denominada como uma empresa de mobilidade e conveniência. O material é produzido por integrantes de coletivos das periferias e encaminhado para a dupla da edição - um editor indicado pelo Grupo Estado e outro indicado pela empresa 99.

Os números divulgados são otimistas quanto à agência de *branded content* como modelo de negócios do Grupo Estado. Entre 2019 e 2022 houve um crescimento de 135% do faturamento somente do “Blue Studio”. Em setembro de 2021, a parcela de participação do “Blue Studio” nas receitas comerciais do *Estadão* foi de 47% do total e, ao longo daquele ano, o serviço de *branded content* contribuiu com uma média mensal de 36%¹⁰⁶. Entre os parceiros ou patrocinadores que utilizam os serviços do “Estadão Blue Studio” estão o Itaú Unibanco, 99, Ágora, Fundação Lemann, Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Grupo Cooa, Loft, Bradesco Seguros e Ambipar.

Outro produto do “Blue Studio” que chamou a atenção ao longo da pesquisa é uma peça veiculada semanalmente, às segundas-feiras, que tem todos os atributos e características de um produto jornalístico, mas trata-se de *branded content*. Em estúdio de apresentação de telejornalismo, cujo cenário ao fundo são os prédios do centro financeiro de São Paulo visualizados através de paredes de vidro, uma

¹⁰⁴ <https://expresso.estadao.com.br/sao-paulo/>

¹⁰⁵ <https://expresso.estadao.com.br/categoria/naperifa/>

¹⁰⁶ Fonte: Editoria de Economia do Estadão. <https://www.estadao.com.br/economia/negocios/o-ano-em-que-o-estadao-blue-studio-disparou/?srslid=AfmBOoo4BFV6EsNJnijHzR2Bre7w1k0FcWwRP8wYpZ0BgjNGtlYHoxo>

apresentadora e um especialista em atividades econômicas apresentam as perspectivas financeiras para a semana que inicia quando o programa é veiculado em todos os meios digitais do Grupo Estado.

É formato de telejornal, com análise de notícias factuais, tal qual as rotinas de emissoras de TV do modo *all news*, patrocinado pelo banco Itaú. O especialista é funcionário de um setor de análise do banco que leva a marca do patrocinador e a bancada tem a logo do banco. Mas a apresentadora não é uma atriz em um comercial, é uma jornalista de fato, integrante da equipe do “Blue Studio” e gabaritada para o papel. O produto tem excelente qualidade jornalística e transmite informações fundamentais para decisões do mercado financeiro em um dia crucial para a semana. É muito sutil o detalhe que faz desse telejornal uma peça de propaganda.

Há espaço para o agenciamento por meio do “Blue Studio” de espaço publicitário destinado ao *branded content* produzido fora da agência. O serviço oferecido é apenas de aluguel de espaço em todos os meios digitais para produtos que têm o mesmo propósito, agregar valor às marcas utilizando recursos audiovisuais com formatos jornalísticos, tais como telejornais, debates, entrevistas ou formatos híbridos contemporâneos, podcasts ou vodcasts. O programa “Cenário” está nessa categoria. O produto é uma *live* apresentada pela jornalista Sonia Racy - que também assina a coluna “Direto da Fonte” no *Estadão* -, com frequência semanal no qual ela entrevista uma personalidade do mundo econômico, mediante uma parceria entre o *Estadão* e o Banco Safra. A produção independente é veiculada pelas redes sociais do *Estadão* e pelo canal do Banco Safra no YouTube.

O êxito do trabalho realizado pelo “Estadão Blue Studio” vai causar um impacto muito grande nas produções dos perfis do Grupo Estado nas redes sociais. Quanto maior a produção de *branded content*, maior a necessidade de escoar esses produtos nas redes sociais do *Estadão* e menor será o espaço dedicado ao conteúdo genuinamente jornalístico produzido pela redação do *Estadão*. A tensão entre os dois polos - jornalismo e publicidade - redação e financeiro – tende a ser reproduzida nas redes sociais, com a desvantagem de ser muito sutil a linha que separa as duas produções para a percepção do público, ou, melhor dizendo, seguidores dos perfis das redes sociais. Foi um pouco difícil para meu olhar de pesquisadora fazer essa separação em uma primeira análise. Somente após a pesquisa avançar sobre o modelo de negócios implementado pelo “Estadão Blue

Studio” foi possível distinguir com mais clareza o que era produção da redação do jornal do que era *branded content*.

A partir desse entendimento sobre a função do setor “Blue Studio”, foi possível aprofundar as referências para executar a estratégia analítica quantitativa e qualitativa do material veiculado nas redes sociais, principalmente no perfil do *Estadão* no Instagram, uma vez que no perfil do TikTok são reproduzidos os vídeos exibidos na produção veiculada pelo Instagram. Nosso estudo é restrito a duas plataformas - Instagram e TikTok - por serem plataformas baseadas em vídeos. O Instagram não é exclusivo para vídeos, mas pesquisas de mercado mostram uma preferência dos seguidores em peças audiovisuais e os algoritmos contribuem para essa preferência, já que há uma concorrência acirrada pela audiência desde o crescimento do uso da plataforma TikTok em solo brasileiro, conforme indica reportagem realizada com o *head* da rede social, Adam Mosseri:

Recentemente, Adam Mosseri, head da rede social, anunciou que o Instagram passará a priorizar os vídeos e apontou a concorrência com o YouTube e TikTok como principal motivo para a mudança. Além disso, pesquisas apontando a busca dos usuários por conteúdo de entretenimento, motivaram o novo foco. ‘Vamos ser honestos. Há uma competição realmente séria no momento. TikTok é gigante, YouTube é ainda maior e também há muitas outras crescendo. As pessoas estão indo para o Instagram para serem entretidas, há uma competição dura e há mais a fazer, então abraçamos isso. E isso significa mudanças. (...) O Instagram não é mais um aplicativo que visa o compartilhamento de fotos e sim o entretenimento.’ (INSTAGRAM..., 2021, n. p.).

A reportagem “Vídeo é o formato preferido dos brasileiros nas redes sociais, segundo pesquisa”, veiculada no portal *Mundo Conectado* em 13 de dezembro de 2023, exibe dados mais recentes sobre essa tendência com base em pesquisa realizada pela empresa Comscore. A investigação aponta que houve, ao longo de 2023, um aumento de 21% no número de visualizações de vídeos, com forte destaque para os veiculados pelo TikTok, e que as plataformas Instagram, TikTok e Youtube são as preferidas do público brasileiro. Em 2023, a internet consumiu 863 bilhões de minutos dos brasileiros. “Os reels do Instagram e vídeos no TikTok estão entre os formatos favoritos dos brasileiros, quando o assunto é tempo nas redes sociais” (Schmidt, 2023, n. p.). A empresa Aura Marketing também divulgou dados semelhantes, indicando que há uma preferência pelo consumo de informação

em audiovisual. “Uma pesquisa revelou que vídeos curtos lideram, com 72% de preferência, o tipo de formato mais consumido pelos brasileiros” (Aura, 2024). Em segundo lugar no ranking de preferências aparecem os vídeos longos, com 57%, e em terceiro o formato de *Story* (o mesmo em que é apresentado o produto #EstadãoDrops), com 34%.

Os resultados sobre as preferências dos brasileiros ao obter informações pelas redes sociais, que apontam para o hábito de consumir notícias por meio de compartilhamentos realizados nas plataformas de redes sociais digitais, principalmente os mais jovens, torna ainda mais necessária aplicar a estratégia analítica quantitativa e qualitativa sobre os conteúdos jornalísticos veiculados pelos perfis do *Estadão* nas plataformas. Quais tratamento e formato esses conteúdos recebem? Quais os critérios? Como os jornalistas que atuam como produtores de conteúdo percebem que o fato é notícia segundo os padrões próprios das redes sociais? Como eles se enxergam nesse momento: jornalistas ou produtores de conteúdo? Questionamentos que surgiram ao longo do estudo de campo com a observação direta na redação e do acompanhamento, mediante uma observação crítica, do material que foi veiculado por meio dos perfis do *Estadão* nas redes sociais ao longo do período da pesquisa.

4. Publicações do Estadão nas redes sociais

Como evidências para compor o corpus da estratégia analítica quantitativa e qualitativa sobre as publicações do *Estadão* nas redes sociais digitais em períodos correlacionados à observação direta geramos um banco de dados reunindo o material veiculado no *feed* do perfil do *Estadão* no Instagram entre 1º de janeiro de 2024 e 31 de março de 2024, incluindo as peças publicitárias. O período foi propositalmente escolhido para que pudéssemos observar o posicionamento do perfil do *Estadão* no Instagram após as mudanças nas editorias de Redes Sociais, Homepage e TV *Estadão* e o aumento da presença dos produtos “Blue Studio” nas redes sociais. Foram catalogadas 1.226 peças publicadas no perfil do *Estadão* no Instagram no período mencionado. Ao contrário das peças exibidas no produto #Drops, cujo tempo de vida é de 24 horas, o conteúdo do *feed* permanece acessível ao público mesmo após um longo período, permitindo uma retrospectiva. Além disso, a composição das publicações do *feed* revelam muito sobre o perfil do usuário da plataforma, quais são os valores, metas e compromissos da empresa ou da pessoa exposta ali.

Para a organização dos dados, estruturamos as publicações em tabelas semanais, cobrindo o período de segunda-feira a domingo, o que resultou em 13 tabelas descritivas sobre o conteúdo veiculado no perfil do *Estadão* no Instagram. Constatamos que a frequência das publicações é mantida com a mesma regularidade durante os fins de semana, sem alterações significativas em relação aos dias úteis. A exceção ocorreu no período de carnaval, quando houve uma redução na produção de conteúdo para as redes sociais, assim como ocorreu também no jornal digital e em papel.

Os primórdios do webjornalismo foram cercados por muita expectativa de que o ambiente da internet propiciaria a ampla circulação da notícia sem os limites impostos pelas páginas do jornalismo impresso. Sem restrições de espaços físicos, os veículos jornalísticos ampliaram os espaços e o volume da informação, com a possibilidade de explorar a hipertextualidade (Murray, 1997; Deuze, 2001), o recurso da interatividade (Boczkowski, 2004) e a convergência midiática (Jenkins, 2006). O mesmo otimismo não pode ser aplicado à atuação jornalística dos veículos nas plataformas de redes sociais digitais. Consolidadas como principais meios de acesso às notícias, as redes sociais trazem de volta as limitações de outrora quanto

ao espaço físico e ao tempo de duração dos produtos audiovisuais. Além da preferência da população brasileira por vídeos curtos, já mencionada anteriormente, há restrições impostas pelas plataformas analisadas quanto à frequência e quantidade de publicações e tamanho de texto.

Esta é a nossa primeira observação, o uso jornalístico das plataformas Instagram e TikTok requer um afunilamento do volume de informações veiculadas, que dependem da ação do *gatekeeper* ainda mais incisiva e cirúrgica. Nas redes sociais, a predominância do imediatismo com textos e vídeos curtos otimizados para algoritmos de engajamento (Castells, 2009), propicia a fragmentação dos conteúdos procedentes do jornal online, fomentando uma leitura menos global do cotidiano. Para tal, será imperiosa a aplicação de critérios de noticiabilidade que comunguem com as práticas jornalísticas, mas que estarão igualmente subordinados aos costumes presentes nas redes sociais para que o conteúdo obtenha êxito na circulação.

O perfil do *Estadão* no Instagram, mais do que no TikTok, ganha, dessa forma, a funcionalidade de uma primeira página em que são expostas as 10 notícias mais importantes do dia presentes no jornal *Estadão* online. O número é uma norma interna do núcleo de distribuição do *Estadão*, porque, na prática, o volume de postagens no Instagram do *Estadão* chega a 20 em um dia. Seria possível considerar que o *feed* do *Estadão* no Instagram é uma reconfiguração da primeira página do *Estadão* jornal impresso ou a *homepage* do portal. Um deslocamento da função de seleção das mais importantes do dia, que estariam na capa do jornal impresso, para um espaço virtual que não corresponde ao endereço oficial do jornal na web e nem está sob a administração do jornal.

O *feed* no Instagram cumpre a mesma função da primeira página do jornal impresso e possui o mesmo processo produtivo aplicado à primeira página. Porém, não cabe a mesma comparação com a *homepage* em relação ao processo produtivo porque o *feed* é estático, não há atualização de notícias e muito menos mudanças de posições. Há um fluxo contínuo e linear na fila de publicação sem a possibilidade de remanejamento, a menos que alguma publicação seja excluída da plataforma. Portanto, as escolhas precisam ser assertivas e definitivas, pois não há margem para mudanças e nem reordenamento de posições das publicações, como ocorre nas *homepages* de jornais de referência.

Outra constatação é que não há uma periodicidade regular quanto aos

produtos, tais como artigos de opinião de colunistas, roteiros de viagens, dicas de consumo e outros quadros considerados em nossa pesquisa como “fixos”. Não há um dia determinado, por exemplo, para veicular o conteúdo do quadro “(In) Segurança”, com reportagens especiais ou factuais sobre o tema, ou ainda os vídeos do quadro “Bate e volta SP”, com recomendações sobre passeios em cidades vizinhas à capital São Paulo. Não foi verificada uma constância nessas publicações, um dia certo em todas as semanas. A sensação é que são veiculados quando a produção termina a edição. A única coluna regular e diária, inclusive com hora certa, é a *live* do colunista de política e economia Carlos Andreazza¹⁰⁷, que depois é editada e parcialmente publicada no *feed*, regularmente à mesma hora diariamente, tanto no Instagram quanto no TikTok.

No que se refere ao material textual, extraímos as legendas das postagens e os textos presentes nas imagens, classificando-os em duas categorias principais: jornalismo e publicidade. O material classificado com formato jornalístico, aqui nomeado de “jornalismo” foi, por sua vez, subdividido segundo as classificações de gênero apontadas por Marques de Melo (2020)¹⁰⁸, considerando que as matérias jornalísticas podem ser classificadas em gêneros: informativo, interpretativo, opinativo, diversional e utilitário.

Duas características básicas definem um gênero: sua aptidão para agrupar diferentes formatos – todos com caracteres comuns, embora diferentes entre si – e sua função social. Quando nos referimos a essa última exigência, corroboramos, evidentemente, com a perspectiva funcionalista, mencionada anteriormente, segundo a qual os meios operam para atender as demandas originadas no contexto da sociedade. Considerando principalmente os pressupostos de Lasswell (1987) e de Wright (1968), autores dessa corrente, mas também assimilando as contribuições de Raymond Nixon (1963), temos o seguinte panorama dos gêneros jornalísticos e de suas respectivas funções:

- informativo: vigilância social;
- opinativo: fórum de ideias;
- interpretativo: papel educativo, esclarecedor;
- diversional: distração, lazer;
- utilitário: auxílio nas tomadas de decisões cotidianas.

(Marques de Melo e Assis, 2016, p. 49)

Ainda tomando como base o referencial teórico de Marques de Melo, o gênero informativo é classificado quanto aos formatos em: nota, notícia, reportagem e entrevista; o gênero opinativo em: editorial, comentário, artigo,

¹⁰⁷ A coluna do Andreazza é uma aquisição nas redes sociais do *Estadão* posterior à reforma de 2023 no *Estadão*, abordada aqui no estudo.

¹⁰⁸ Com base na tabela das páginas 213 e 214 do livro de MARQUES DE MELO, J. e ASSIS, F. (org)., op. Cit., 2020.

resenha, coluna, crônica, caricatura e carta; o gênero interpretativo em: dossiê, análise, perfil, enquete e cronologia; o diversional em: história de interesse humano e história colorida. Por fim, o gênero utilitário contém os formatos indicador, cotação, roteiro e serviço. Para efeito da estratégia analítica quantitativa e qualitativa, convém recorrer novamente a Marques de Melo e destacar a definição do autor para os termos “gênero jornalístico” e “formato jornalístico”, utilizados em nosso estudo:

Como está documentado na entrevista que abre um dossiê sobre a questão dos gêneros, publicado na edição nº 5 da revista Pauta Geral, “os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho cotidiano de codificação das mensagens de atualidade, a partir das formas de expressão adotadas nas empresas e refletindo em certo sentido o consenso corporativo” (MARQUES DE MELO, 2003b, p.11). Consistem, acima de qualquer taxionomia, em motores da indústria jornalística, que a movimentam segundo as expectativas dos consumidores de informação sobre a atualidade. (...) Formato jornalístico, em decorrência, é o feitio de construção da informação transmitida pela Mídia, por meio do qual a mensagem da atualidade preenche funções sociais legitimadas pela conjuntura histórica em cada sociedade nacional. Essa construção se dá em comum acordo com as normatizações que estabelecem parâmetros estruturais para cada forma, os quais incluem aspectos textuais e, também, procedimentos e particularidades relacionados ao *modus operandi* de cada unidade (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 49-50, grifo do autor).

No campo da publicidade, diferenciamos o conteúdo entre o que foi denominado por esta pesquisa como “anúncio estático”, quando é veiculado um *post* com imagem e texto, sem recursos audiovisuais, para promover uma ação ou marca, bem semelhante aos anúncios publicados em jornais impressos, e *branded content*¹⁶¹, que na tradução literal significa conteúdo de marca. O *branded content* é um recurso muito utilizado pelo marketing digital para reforçar positivamente uma marca de forma sutil, diferentemente dos tradicionais anúncios, que apresentavam peças elogiosas sobre a marca ou produto. Geralmente, o *branded content* possui conteúdos que se aproximam dos jornalísticos para apresentar um tema que tem potencial para causar impacto no público consumidor da marca ou serviço que apoia financeiramente aquela peça. A grande diferença é que a peça não irá citar o produto, serviço ou marca diretamente, mas o conteúdo propositalmente tem como objetivo forçar uma associação positiva do assunto com a marca, produto

ou serviço. Essa peça pode assumir gêneros jornalísticos identificados como informativo, opinativo, diversional, utilitário e, até, interpretativo (Marques de Melo, 2020).

Entre os anúncios, havia também peças publicitárias que anunciavam novidades da casa, ou seja, do próprio jornal. Por esse motivo, tais postagens não foram contabilizadas em alguns cruzamentos de dados, assim como foram excluídas do total de peças observadas nas publicações da capa e do editorial, que são recorrentes, veiculadas diariamente antes do início das publicações sobre o noticiário do dia. Servem como um indicativo ao leitor que está começando a publicação do dia.

Optar pela categorização descrita acima tem como objetivo examinar, entre a quantidade de informações, qual o conteúdo tem hegemonia no espaço do *Estadão*. O ponto de observação parte da premissa que o *Estadão* está em plena execução de uma reformulação quanto ao conteúdo em plataformas, incentivando a produção jornalística para meios digitais e introduzindo o uso publicitário dos espaços do *Estadão* em plataformas de redes sociais digitais. A estratégia analítica quantitativa e qualitativa permite avaliar se há a preponderância do compromisso jornalístico em relação ao novo modelo de negócios da empresa. Além disso, buscamos analisar se as postagens categorizadas como jornalísticas preservam os princípios fundamentais do texto, observando aspectos tais como o uso do *lead* e a adoção da estrutura da pirâmide invertida, cuja narrativa ocorre no formato não cronológico.

O campo jornalístico, como já descrito em seção anterior, é dotado de especificidades que compõem um código deontológico compreendido, por vezes, somente por outros membros do mesmo campo, o que compõe o ethos jornalístico. Essa realidade singular torna essencial a abordagem pertinente estratégia analítica quantitativa e qualitativa destacada por YIN (2001). A escolha dessa estratégia de pesquisa propicia diferentes perspectivas epistemológicas sobre os objetos da investigação de acordo com a demanda do objeto e as finalidades do estudo. A flexibilidade pertinente a essa proposta de aprofundamento amplia o leque de resultados.

No decorrer da investigação, identificamos que, oficialmente, o organograma da empresa prevê uma centralização na gestão das publicações dentro do núcleo de distribuição do jornal. No entanto, na prática, observei que tanto o

núcleo de vídeos quanto o setor chamado “Blue Studio” possuem acesso direto ao perfil e autorização para publicar vídeos produzidos pelos profissionais desses dois setores sem que seja necessária uma aprovação final de uma instância superior. A partir de uma conversa sobre procedimentos com o subeditor Ítalo Reis, descobri que há um acerto entre as partes para que não sejam publicados mais do que 10 posts diariamente, embora a estratégia analítica quantitativa e qualitativa tenha mostrado que, por muitas vezes, são veiculados aproximadamente 15 posts por dia, podendo, em alguns casos, chegar bem perto de 20 em um único dia.

4.1 Publicações formatadas especialmente para Instagram e TikTok

Retornando à questão inicial que foi a mola propulsora desta pesquisa, destacamos as publicações jornalísticas produzidas especificamente para serem veiculadas por meio das plataformas de redes sociais Instagram e TikTok. Observamos algumas variações entre as publicações do *Estadão* que apresentam elementos característicos de vídeos destinados a essas duas plataformas. Em primeiro, separamos apenas as peças em vídeo. Outras opções, próprias da plataforma Instagram, também são utilizadas para conteúdos jornalísticos, tais como carrossel e foto com título e legenda, mas os vídeos contêm elementos mais desafiadores, além de representarem o conteúdo que mais tem agradado o público, conforme indica pesquisa apresentada em seção anterior.

Outra observação importante sobre essas publicações em vídeo refere-se à possibilidade de aproveitamento. A mesma matéria em vídeo elaborada para o Instagram pode ser veiculada no TikTok e vice-versa, sendo que a mesma peça que vai figurar no *feed* do TikTok pode ser veiculada por meio de diferentes ferramentas dentro do Instagram – feed, reels ou story. Na produção do *Estadão* há matérias que são veiculadas apenas no TikTok e outras somente no Instagram, ou seja, que foram pensadas especificamente para uma das duas plataformas, em conformidade com o público de cada uma e as preferências, além das ferramentas de edição e publicação, específicas de cada plataforma.

A estratégia analítica quantitativa e qualitativa do conteúdo complementou a observação direta para mostrar evidências relevantes sobre a atuação da Editoria de Redes Sociais, que exercitava diariamente a busca por um formato ideal, ou pelo

menos mais adequado, para a presença do *Estadão* nessas duas plataformas de redes sociais com o intuito de informar diretamente o leitor por meio dessas peças jornalísticas, cumprindo o mesmo papel que as matérias jornalísticas executam nas versões online dos jornais de referência. Algumas publicações continham o intuito de prestar o serviço de informar, descartando a necessidade de levar o leitor para um link externo para obter a informação plena. Essas publicações eram suficientes e saciavam plenamente a curiosidade do leitor sobre um assunto de relevância para a vida dele em sociedade.

São peças que podem ser classificadas por resultarem de uma hibridização das matérias jornalísticas de telejornalismo com audiovisual característico das plataformas. Os conteúdos obedecem à práxis jornalística, com elementos do texto jornalístico, tais como *lead* e pirâmide invertida, e do texto característico do telejornalismo, aliados a itens de entretenimento, caracterizando-o também como um produto do Infotainment. Importante acrescentar que, claro, toda a presença de uma empresa nas redes sociais tem o intrínseco intuito de reforçar a marca para um público bem ampliado e a clara meta de vender mais, portanto, por mais que a publicação entregue o total das informações sempre haverá uma chamada ao final para que o leitor não fique apenas naquela leitura. O leitor, ou melhor, seguidor, sempre será convidado a visitar o site do *Estadão*. A busca inicial desta pesquisa era verificar se as publicações do *Estadão* seriam meras adaptações do online para as plataformas ou se teríamos o início de um novo gênero ou formato classificável dentro dos padrões jornalísticos.

A primeira iniciativa rumo a uma produção original foi a criação do #Drops, um produto de vanguarda do *Estadão*. A sequência de vídeos curtos veiculados em linha no *story* contém um dos 10 mais importantes fatos do noticiário do dia e cumpre a mesma função de um *newsletter*. Apresenta um resumo do fato em uma ou duas linhas, ou seja, apenas o básico, quase como um título, acrescido do link para a matéria completa publicada no portal do *Estadão*. O #Drops poderia também ser comparado às capas dos jornais impressos, cumprindo a mesma função outrora desempenhada pela primeira página dos impressos, exibidas nas bancas dos jornais. Leitores dessas peças tomavam conhecimento das principais notícias agendadas pelos critérios dos jornalistas editores.

O produto #Drops possui também essa característica: é resultado de um trabalho de *gatekeeping* dos editores imbuídos de valores- notícias próprios do

microcosmo jornalístico e carregados de impressões pessoais. Essa seleção, assim como a composição da primeira página dos impressos, tem a capacidade de pautar as discussões do dia, como preconiza a Teoria do Agendamento. Já assinalamos anteriormente que não é possível comparar o #Drops à *homepage* por não contar com a possibilidade de atualização frequente após a publicação. A sequência de apresentação dos fatos por meio do #Drops é estática, não há flexibilidade, uma vez publicada resta apenas a opção de exclusão do post.

O sucesso do #Drops está na apresentação de um fato de forma rápida, dotada de elementos atraentes que se ancoram no Infotainment. Há o uso de memes, figurinhas animadas e cortes de edição típicos das redes sociais, escolhidos com o propósito de capturar a atenção do leitor/seguuidor, mas sempre mantendo interação com o assunto abordado. E sempre há um vídeo que traz a notícia principal, na visão dos editores do #Drops, que é apresentada por eles. Essa apresentação tem como objetivo aproximar o produto dos seguidores e, nesse sentido, inclui ao fundo a imagem da redação com os jornalistas trabalhando. Uma técnica que os telejornais já utilizam em suas transmissões. A apresentação tem uma duração mais longa do que os demais posts da sequência, por isso permite um uso maior do infotainment, presente inclusive na forma como os apresentadores se comportam diante das câmeras. Quase sempre, os apresentadores são informais e descontraídos nos trajes e na oratória. São sempre jovens, claro, como de resto todos os integrantes da Editoria de Redes Sociais. E, por vezes, o *making of* é incluído ao final da sequência de drops.

A dinâmica descrita acima era desenvolvida pela referida editoria antes da reformulação de 2023. Essa equipe, mais envolvida com o audiovisual, era a responsável pela edição diária do #Drops. Com o remanejamento de equipes realizada em 2023, os editores do #Drops foram transferidos para a *TV Estadão* para formar o núcleo de audiovisual e fortalecer a produção de conteúdo para o canal do *Estadão* no YouTube. O #Drops foi mantido, mas sem a presença dos apresentadores, e passou a incluir chamadas para as atividades do “Blue Studio” e para as publicações patrocinadas, além de coberturas sobre eventos que são do interesse do *Estadão* dentro do novo modelo de negócios da empresa.

Salientamos aqui a relevância jornalística de séries e quadros fixos produzidas especialmente para esses dois canais como meios legítimos de informação pública. Entre os quadros, destacamos o “Estadão Verifica”, quadro de

checagem, e o “Estadão Explica”, com narrativa histórica sobre um fato da atualidade, além do “Bate e Volta”, quadro de roteiro de viagens curtas perto de São Paulo. Entre as séries, ressaltamos as que abordam eleições, principalmente uma especial chamada “Joga no Google” e sua versão, chamada “Joga na Busca” que uniu o infotimento e entrevistas rápidas com candidatos. A redação escrevia na busca do Google o nome do candidato e colhia a pergunta mais frequente sobre aquela personalidade pública. A resposta era fornecida pelo próprio político em gravação para o TikTok. Mas outras séries merecem igual reverência: Aniversário da USP, Vida Verde e Era do Clima. Além das séries e quadros fixos, havia uma produção de factual que ora era veiculada no #Drops do Instagram ora era direcionada para o TikTok, ou ambos. A escolha dependia do assunto e do público-alvo.

Para este ponto peculiar, selecionamos, entre os vídeos publicados de 2021 a 2024, aqueles que apresentavam conteúdo jornalístico denso e completo. Nesse período, a produção de vídeos mostrou-se muito eclética, englobando desde paródias de “trends” ou memes que haviam viralizado até anúncios de coberturas especiais, tais como debates eleitorais e a apuração de eleições. Destacamos, para a estratégia analítica quantitativa e qualitativa, vídeos com matérias completas, ou seja, autossuficientes na transmissão da informação ao leitor, cujo tema estivesse relacionado ao factual. Separamos 10 vídeos de notícias factuais, com duração média de 50 minutos.

A estratégia analítica quantitativa e qualitativa dos vídeos jornalísticos destacados como peças produzidas intencionalmente para o consumo nas plataformas Instagram e TikTok adota os pressupostos teóricos da classificação de gêneros e formatos apresentados por Marques de Melo (2020) associados às premissas sobre tipos de matérias em Telejornalismo, catalogadas por Lenira Alcure em *Telejornalismo em 12 lições* (2011). A estratégia analítica quantitativa e qualitativa do material veiculado permitiu observar que as publicações em vídeo apresentam uma estrutura que remonta ao telejornalismo.

Nota-se a essência do jornalismo televisivo na estrutura fundamental da organização narrativa que engloba o roteiro e a redação do texto. A essa estrutura básica são adicionados elementos do Infotimento e prática de edição características das plataformas. Diante disso, os vídeos selecionados foram classificados entre as categorias presentes no telejornalismo: nota pelada, nota

coberta, stand up, flash e reportagem. Para além dessa classificação, os vídeos também foram classificados quanto ao gênero e ao formato jornalístico descritos por Marques de Melo (2020), de acordo com tabela a seguir:

Fig. 8 Quadro com seleção de vídeos postados.

data	Legenda	Gênero/formato jornalístico/tipo em telejornalismo	Elementos do infotainment
13 de maio de 2021	O governo ignorou por 3 meses a compra de vacinas da PFIZER. Já imaginamos ter 18 milhões de doses. ¹⁰⁹	Informativo/notícia/ stand up	Poucos elementos de infotainment. Vídeo mais próximo de uma reportagem tradicional de telejornalismo, com textos em off cobertos por imagens e uso de um infográfico básico para
31 de maio de 2021	SP agora tem uma livraria só com livros escritos por mulheres: é o Gato Sem Rabo. ¹¹⁰	Informativo/reportagem nota coberta	explicar as doses que não foram entregues. Imagens capturadas no ambiente são mescladas com sonoras do entrevistado. Infotainment a cargo das figurinhas presentes nos caracteres nas legendas sobre a imagem.
14 de junho de 2021	ESTADÃO VERIFICA 📢 A ‘motocada’ de Bolsonaro não teve 1,3 milhão de motos. Foram cerca de 12 mil. ¹¹¹	Interpretativo/análise Stand up	Utiliza poucos elementos do infotainment: cortes para imagens do repórter em preto e branco para chamar a atenção para fatos verdadeiros em contraponto à notícia falsa que é desmascarada no vídeo.

¹⁰⁹ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/6961850160007613702>

¹¹⁰ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/6968638402199571718>

¹¹¹ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/6973818547709529350>

4 de outubro de 2021	Melhor postar esse vídeo logo, né não? Vai que o TikTok também cai... ¹¹²	Informativo/notícia/stand up	Começa com imagem em preto e branco do repórter representando o alívio quando o vídeo é publicado sem problemas e parte para a narração do repórter dizendo que no TikTok está tudo bem. Inserção de um vídeo com uma cena de personagem quebrando a casa, para mostrar o dia de caos das outras plataformas e foto de Zuckerberg com lágrimas de emoji, além de uma cantora de funk e memes sobre a queda das redes sociais
28 de dezembro de 2021	E AÍ, LEU ALGUM?  Estes foram os 7 livros mais vendidos do Brasil na Amazon em 2021 ¹¹³	Opinativo/resenha/stand up	Vídeo fornece a lista de indicações de leituras em alta. Como infotenimento, o rosto do repórter é coberto pelas capas dos livros.
10 de fevereiro de 2022	Números da Oi serão transferidos para Tim, Claro e Vivo ¹¹⁴	Informativo/notícia/stand up	Infotenimento muito presente no vídeo. Uso de infográfico para indicar como foram divididas as linhas de celulares da antiga Oi. NO sobe som: o funk '5 Horas da Manhã Escolha a Operadora'. A roupa do repórter continha listras que remetem a linhas.
14 de fevereiro de 2022	Responder a@rogherborgesOi  Tim, Claro e Vivo. ¹¹⁵ Algumas respostas sobre o tema#TikTokNotícias	Utilitário/serviço/stand up	Inserção de selo com as perguntas mais frequentes no post anterior que informava a mudança dos números de celulares da Oi. Geração de caracteres sobre imagens com as perguntas e a resposta na voz do repórter em cena. Pouco uso de infotenimento, e manutenção de roteiro de edição característico do telejornalismo

¹¹² Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7015300546076642565>

¹¹³ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7046948209955998982>

¹¹⁴ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7063182671077231877>

¹¹⁵ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7064727633917005061>

18 de março de 2022	Um bico novinho em folha! 🐣 ¹¹⁶ 🗨️#TikTokNotícias #animais #jardim zoológico	Informativo/notícia Nota coberta	Imagens de recuperação em resina do bico de uma ave no Jardim Zoológico. Elementos de edição próprio das redes sociais, tais como o enquadramento e legendas aplicadas sobre a imagem com o texto narrado em lettering. Base do vídeo igual ao telejornalismo.
25 de março de 2022	Bora votar, galera? Se você faz 16 anos até outubro, já pode tirar seu título de eleitor online. A gente te explica como. ¹¹⁷	Utilitário/serviço Stand up	Tem vários cortes com a repórter demonstrando na prática o passo a passo do processo, com imagens de zoom da plataforma do TSE. Ao indicar a necessidade de comprovante de reservista para homens, a repórter finaliza com o bordão “tá oquei!” – chacota ao Bolsonaro.
30 de junho de 2022	O mundo das startups passou por um abalo sísmico esse ano por causa da economia. Com tantas demissões estão rolando e o pessoal do Link tá registrando tudo. Vem entender! ¹¹⁸	Informativo/reportagem/ stand up	Tem um corte, logo no início, para exemplificar o mau desempenho das startups com um vídeo com a apresentadora Renata Vasconcelos em que ela fala uma sequência de adjetivos: Xoxa, capenga, manca, anêmica, frágil e inconsistente. Matéria totalmente escrita para o TikTok, grande e bem consistente em dados e números sobre as startups que mais demitiram.
1 de abril de 2022	Precisa transferir o título eleitoral e votar	Utilitário/serviço Stand up	Bem parecido com o vídeo anterior sobre tema título
	em 2022. O prazo termina em 4 de maio. Dá pra fazer tudo online! ¹¹⁹ tiknotícias#eleições #minutoeleição		eleitoral, porém com melhor uso do infotainment em recursos variados, cores e cortes ágeis.

¹¹⁶ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7076551358899293446>

¹¹⁷ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7079094175081221381>

¹¹⁸ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7115093301870546181>

¹¹⁹ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7081720391248514310>

19 de julho de 2022	BOICOTE  Pode acontecer com Bolsonaro o mesmo que rolou com Trump nos EUA us Vem entender assistindo ao vídeo e lendo a matéria do link ¹²⁰	Informativo/notícia/ stand up	Início do texto: “olha o que aconteceu?” Edição: corte seco rápido, fotos de Bolsonaro desesperado e imagens que provam o fato dividem a tela com o repórter/social media.
25 de julho de 2022	FIM DO RG  O Brasil vai ter uma nova carteira nacional de identidade. O objetivo é evitar fraudes e falsidade ideológica. Assista e saiba todos os detalhes ¹²¹	Informativo/notícia/ stand up	De todos, é o vídeo mais repleto de artifícios do Infotainment, que têm o objetivo de prender a atenção do espectador para a informação que será dada a seguir. Tem muitos recortes de edição, inclui memes e imagens do repórter em preto e branco para chamar a atenção, além de uma representação do repórter chorando com saudades da velha carteira de identidade.
1 de outubro de 2022	PADRE KELMON É PADRE?  Ele foi chamado de 'impostor', 'candidato laranja', 'cabo eleitoral' e até 'padre de festa junina' nos debates. Afinal, o candidato do PTB é um sacerdote?		
3 de novembro de 2024	NEGÓCIOS DA CHINA  Localizado no extremo sul da China, o Shopping Yaowang X27 Park funciona 24 horas por dia e sete dias por semana. Com sete andares e centenas de lojas, o centro comercial exibe milhares de produtos em vitrines impecáveis, com vendedores sempre prontos para atender. No entanto, em um	Informativo/reportagem/ stand up	Usa poucos recursos de infotainment. A sequência de texto em off com imagens cobrindo e o aparecimento do repórter no vídeo são muito semelhantes com as narrativas das matérias do jornalismo televisivo. Uma diferença grande é o sentido do enquadramento. Enquanto a TV é tradicionalmente horizontal, nas redes sociais é vertical. Usa lettering sobre o texto do

¹²⁰ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7122199077667917061>

¹²¹ Link para o vídeo: <https://www.tiktok.com/@estadao/video/7124496998157372678>

	típico domingo à tarde, poucos clientes passeiam pelos corredores decorados do centro comercial, dando ao lugar uma atmosfera quase “fantasmagórica”. Mas, apesar desse marasmo aparente, as vendas estão longe de estarem estagnadas. Somente no primeiro semestre de 2024, o shopping registrou mais de 4,6 bilhões de yuans (cerca de R\$ 3,6 bilhões) em vendas. O segredo? As transmissões ao vivo de vendas — o famoso live commerce que impulsiona o consumo digital na China.		repórter e apresenta o conteúdo da notícia por completo, como todos os dados e informações. Um dado importante é que as informações importantes estão no vídeo e também na legenda.
--	---	--	--

Fonte: Elaborada pela autora

Ao observarmos o perfil do *Estadão* no TikTok notamos que há um funil de notícias ainda maior por conta da especificidade da plataforma. O TikTok foi criado para veiculação de vídeos, o que naturalmente resulta no descarte dos posts produzidos para o perfil do *Estadão* no Instagram que não estejam no formato audiovisual. A veiculação do noticiário factual do dia a dia só é distribuída para o perfil no TikTok quando contém vídeos de divulgação, gravados pelos leitores ou que circulem nas redes sociais. Esse é o critério de noticiabilidade para os fatos do dia, obrigatoriamente, precisa ser representado em vídeo. Esse material audiovisual ganha uma moldura e uma tarja que funcionam como títulos e subtítulos e a legenda carrega o restante do corpo da matéria.

Para se ter uma ideia do afunilamento do escoamento da produção, em dezembro de 2024 foram publicadas 83 peças audiovisuais no perfil do *Estadão*, esta é a média de publicações em uma semana no Instagram. São veiculados no TikTok os conteúdos Estadão Explica, Bate e Volta SP, as pílulas do Vodcast Dois Pontos e o material do “Blue Studio”, como a Live Cenários. Ainda há uma predominância do conteúdo jornalístico sobre a publicidade, mas ambos em poucas quantidades embrulhados em uma aparência de demasiada sisudez. Para completar, o perfil do TikTok também reproduz uma coluna nova que versa sobre política e economia, com o colunista Carlos Andreazza, chamada de Estadão Analisa. Essa

coluna é um dos pouco produtos do *Estadão* que tem periodicidade e horário definidos.

O perfil que antes entregava vídeos viralizantes com conteúdo jornalístico dotados de narrativa jovial, como o exemplo do vídeo sobre a mudança no documento de identidade brasileiro, citado como exemplo de sucesso do *Estadão* no TikTok em seção anterior, foi transformado em um veículo à imagem e semelhança do sesquicentenário jornal paulistano. O projeto de identidade visual carrega toda a aura de austeridade de uma publicação *Estadão*, em tom carrancudo e sério. O projeto editorial estreitou as publicações para comentaristas ou articulistas, debates e poucas pautas próprias, sempre valorizando a política e a macroeconomia em detrimento dos assuntos que estão mais próximos da juventude. Além da narrativa taustera, há pouquíssimos recursos de infotenimento no *feed* do *Estadão*.

Os usuários da plataforma TikTok são, em sua maioria, como já demonstrado neste estudo, jovens de 13 a 19 anos. Havia na editoria de redes sociais, até 2023, a busca por uma linguagem que proporcionasse a aproximação do jornal de referência mais antigo do país dos jovens seguidores inseridos no TikTok. Na avaliação de nossa pesquisa, a ação tinha grande potencial para criar uma aderência dos jovens à marca *Estadão* como referência no jornalismo e, de certa forma, contribuir para o hábito de checagem das notícias em fontes confiáveis. A iniciativa, ainda que particular de um grupo, tinha chances de obter um resultado de reforço de marca e conquista de uma geração de leitores com menos de 18 anos, que potencialmente poderiam vir a ser assinantes do jornal. Essa foi a nossa primeira conclusão sobre a movimentação dos componentes da Editoria de Redes Sociais a partir da observação direta de 2022.

O impulso por realizar uma nova observação direta em 2024 foi provocado pelos sinais observados nas duas redes sociais em 2023 e início de 2024. Era perceptível a mudança, negativa, ocorrida nos perfis nas duas redes e o quanto ela revelava o que estava ocorrendo na redação. A marca *Estadão* de austeridade se instalou nas duas plataformas. No Instagram, por conta de o volume ser maior, o peso da seriedade consegue ser diluído, mas, no TikTok, com um volume muito menor, às vezes uma ou duas publicações sem variedade de imagens coloridas para apresentação, o visual se transformou em uma página soturna, triste, sem vida, monótona. Essa avaliação de teor pessimista leva em consideração que nessa

plataforma, em especial, busca-se alcançar a audiência de jovens e que o contrário dificilmente ocorrerá, isto é, são mínimas as chances de o *Estadão* atrair sua tradicional audiência de antigos leitores para o TikTok. Para tal, o *Estadão* já tem outros meios consolidados na história da empresa.

No perfil do *Estadão* no Instagram e no TikTok, depois da reformulação das editorias de Redes Sociais e Homepage, há múltiplas vozes e narrativas de origens diferentes que, embora de dentro da mesma empresa, não se conversam previamente. Os processos vão sendo finalizados e a produção escoada de acordo com demandas próprias de cada ator e seu papel. O tempo corrido da redação e o grande volume de tarefas, além da enxurrada de notícias diárias, criou um corpo de jornalistas engessados e condescendentes com a gestão desses perfis em que todos são responsáveis, mas nenhum deles detêm a centralidade do poder sobre os conteúdos, como eram as gestões das editorias em impressos há 20 anos. Não há um editor geral, com poder de comando; há uma responsável, a editora de Homepage. A ela só compete o comando da produção de sua equipe, que é a maior parte, mas não é o todo.

Seria precipitado afirmar se houve uma piora ou uma melhora no engajamento dos seguidores do Instagram ou TikTok após a equipe criativa deixar de produzir conteúdo exclusivo para as plataformas. Para tal, seria necessário o acesso a todas as métricas que os proprietários do perfil possuem e que nossa pesquisa não obteve. Mas, temos acesso aos dados públicos de curtidas e comentários no Instagram e de visualizações no TikTok que já nos dão uma perspectiva sobre conteúdos que agradam mais e os que não captam a atenção dos seguidores. Porém, é necessário considerar que o funcionamento do algoritmo, quase um ser independente e oculto, contamina esses dados e que há a possibilidade de o setor de marketing digital do *Estadão* praticar o impulsionamento pago em alguns conteúdos.

Portanto, nosso Estudo de Caso sobre o desempenho do *Estadão* nas duas plataformas e o relacionamento do jornal com os seguidores não é definitiva e nem conclusiva, necessitando de mais elementos para tal. Com base em toda a investigação desses quatro anos, resultado do registro do processo produtivo e da observação empírica no papel de consumidor crítico das publicações nas redes sociais, temos uma perspectiva de que houve queda do engajamento.

Essa percepção foi corroborada ante um comentário do ex-editor de Redes

Sociais, Gabriel Pinheiro, atual coordenador do núcleo de vídeo, ao se queixar de mudanças no algoritmo e que “agora” (junho 2024) as publicações do *Estadão* já não conseguiam tanta repercussão quanto antes e o engajamento só disparava mediante publicações que envolviam natureza e animais. Nossa observação apontava que, surpreendentemente, algumas publicações do “Blue Studio” tinham um desempenho que fugia a essa regra, mas Gabriel Pinheiro acenou com a possibilidade do impulsionamento¹²² atrelado ao patrocínio do conteúdo, o que gera automaticamente um aumento de visualizações ou curtidas em uma publicação, maquiado o alcance orgânico, ou seja, natural. O impulsionamento tem o potencial de gerar uma falsa perspectiva de que, nos perfis do *Estadão* no TikTok e no Instagram, os produtos *branded content* conferem mais audiência ao canal do que as publicações jornalísticas.

Diante dessas considerações, adotamos uma visão panorâmica sobre os conteúdos jornalísticos somente nos dois perfis do *Estadão* na expectativa de obter uma percepção sobre o desempenho do jornal após a reformulação nas editorias estar consolidada, mais precisamente no fim de 2024. Em dezembro, de fato, os números públicos expõem uma queda na popularidade dos conteúdos do *Estadão*. De um modo geral, podemos dizer que, dos 10 post em média publicados por dia no perfil do Instagram, metade contabiliza valores abaixo de 100 e a outra metade consegue algo em torno de 4 mil a 7 mil, em geral temas políticos e econômicos.

Notamos que essa variação era habitual no perfil do *Estadão*, salvo os casos raros de engajamento em determinados temas específicos, tais como notícias sobre famosos, sobre São Paulo, desastres, saúde, empregabilidade, vida no exterior e exilados e deportados. Publicações com a palavra Bolsonaro tinham mais engajamento, assim como as que continham menção a Lula e Bolsonaro. Das publicações veiculadas em dezembro no Instagram, cerca de 32 obtiveram volume de curtidas acima de 10 mil, sendo que destas apenas quatro superaram a marca dos 60 mil e outras quatro conseguiram mais de 30 mil.

Para efeito de comparação, em janeiro de 2024 havia uma incidência maior diária de publicações com mais de 20 mil curtidas. Em 9 de janeiro, por exemplo, todos os posts receberam mais de 12 mil curtidas, e nenhum ficou abaixo de 100

¹²² Impulsionamento é o ato de pagar para que o conteúdo alcance um público maior e segmentado.

curtidas. Os números desse dia foram: 29,5 mil, 54,9 mil, 32,5 mil, 12,7 mil, 44,8 mil, 24,1 mil, 13,2 mil, 12 mil e 42,6 mil, com apenas um post com desempenho pífio: 1.958 curtidas. No restante do mês de janeiro de 2024, o comportamento de curtidas se manteve, com desempenhos acima da casa dos 20 mil.

Em dezembro de 2024, os temas mais atraentes para os seguidores do *Estadão* no Instagram foram: Maurício Kubrusly - 69 mil; Rayssa Leal - 67mil; vida saudável - 61 mil; erro científico na pandemia - 60 mil; semana de trabalho de 4 dias em Tokyo - 48 mil; mudanças em mestrado e doutorado - 41,2 mil; Filme ‘Ainda estou aqui’ - 14 mil, 42 mil, 18 mil; Nei Latorraca - 29 mil; mudanças no vestibular Fuvest - 24 mil; jovens que preferem passar o Natal sozinhos - 21 mil; acidente de avião em Gramado - 21 mil; salários altos na Marinha - 20 mil; São Paulo - 20 mil curtidas; influência do álcool no corpo - 18 mil; Vini Jr. - 18 mil; saúde - 12,5 mil (1 de dezembro), 30 mil (2 dezembro); fazenda em São Paulo com praia de ondas - 13,3 mil; sequência de publicações sobre a prisão de Braga Neto - 14 mil, 11 mil, 21 mil, 14 mil, 15 mil, 12 mil; Show da Lady Gaga - 13,3 mil; demissão de empregados que faltaram à reunião matinal -12,5 mil; dica dos 25 livros mais vendidos no Amazon - 15 mil; luto - 10 mil; desabamento de ponte em Tocantins - 10 mil; Papa - 12 mil.

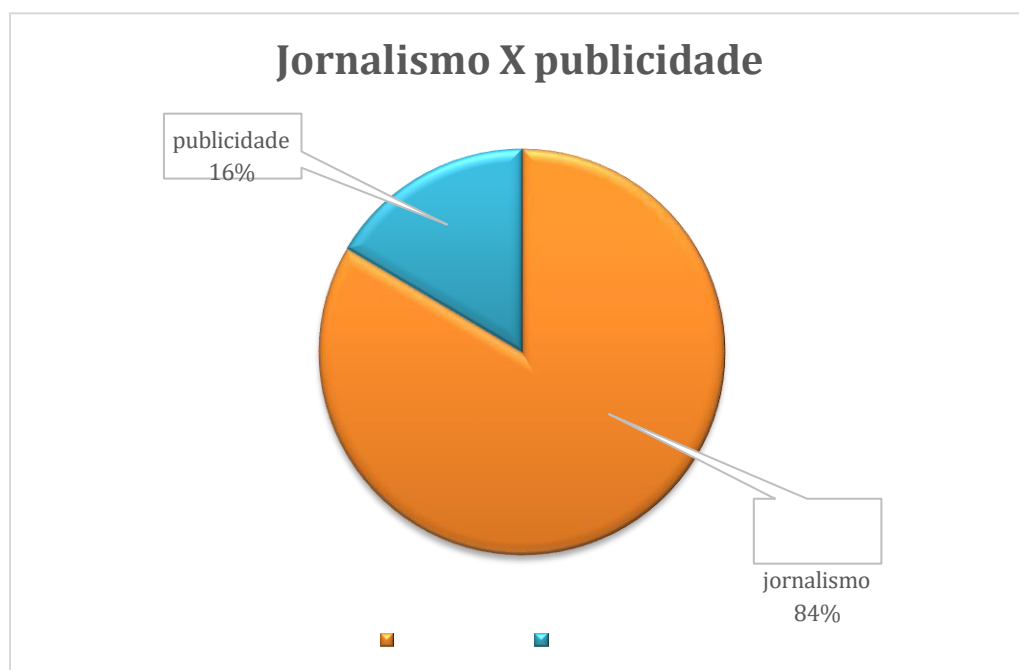
No TikTok, os dados públicos dão uma ideia do alcance da publicação ao divulgar o número de visualizações dos vídeos. Aparentemente, o conteúdo do *Estadão* no TikTok tem melhor performance do que as publicações veiculadas pelo Instagram no mesmo período. Os vídeos com menor volume de visualizações conseguem valores entre 1.200 e 5 mil. Dos desempenhos orgânicos do jornalismo temos as seguintes marcas entre os temas preferidos: Sequência da queda de avião em Gramado - 33 mil, 12 mil, 27 mil e 1,8 milhão; agressão de PM a idosa em Barueri - 1,5 milhões; imagens da queda da ponte de Tocantins ao vivo - 750 mil; Coreia do Norte tem uma nova arma contra a Coreia do Sul: o barulho - 213,2 mil; Vini Jr - 118,3 mil; recursos do aplicativo spotify - 34 mil; coletiva sobre saúde de Lula - 19,5mil e 24, 8 mil e 14 mil, 11 mil e 15 mil; retorno do patinete às ruas de São Paulo - 14,3 mil.

Na nossa percepção, há indícios numéricos de perda de alcance da produção jornalística do *Estadão* nas redes sociais, embora essa não possa ser uma conclusão definitiva em razão da falta de dados, exclusivos da empresa, capazes de balizar resultados mais assertivos sobre o assunto. Porém, a investigação teve a

oportunidade de presenciar o engessamento dos profissionais criativos e propensos a repensar a posição do jornalismo nas plataformas de redes sociais na prática. Havia a promessa de um futuro promissor na antiga Editoria de Redes Sociais para o perfil do *Estadão* nas duas plataformas, com maior aproximação ao público jovem, que possivelmente sequer conheceu *O Estado de S. Paulo* impresso em papel jornal. O engessamento da equipe igualmente parece ter ceifado a chance de o *Estadão* assumir o protagonismo na história que está sendo escrita por jornalistas aventureiros e inovativos que buscam adaptações e estratégias para a crise do jornalismo diante das tensões decorrentes da plataformização midiática.

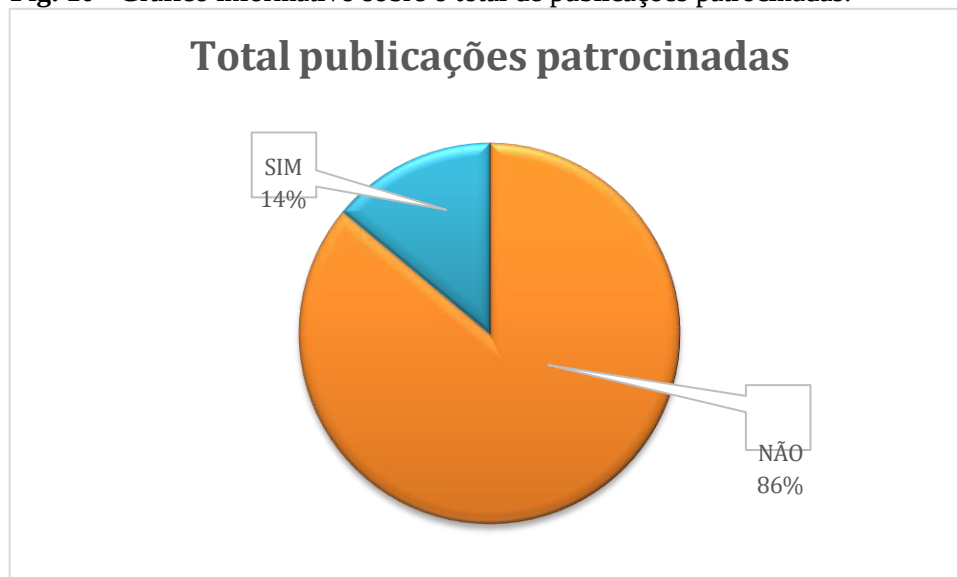
4.2 Resultados da estratégia analítica sobre as publicações

A estratégia analítica quantitativa e qualitativa dos dados obtidos a partir da categorização dos conteúdos distribuídos em 13 tabelas, que correspondem ao conteúdo veiculado no perfil *Estadão* da plataforma Instagram entre janeiro e março de 2024, confirma a hipótese de que o jornalismo é preponderante entre os conteúdos presentes no *feed* do jornal. Dessa forma, a atividade fim principal do *Estadão* na plataforma de redes sociais Instagram é fornecer informações jornalísticas acima das vantagens financeiras obtidas com as publicações de *branded content* oriundas do braço publicitário da empresa “Blue Studio”. O levantamento de dados mostra que, dos 1.226 posts computados, 1.024 atendem aos preceitos jornalísticos e 202 são peças publicitárias, o que equivale a 84% de jornalismo e 16% de publicidade. Cabe lembrar que o período escolhido corresponde à fase em que as mudanças de funções nos três núcleos que criam o conteúdo para o Instagram estavam consolidadas com uma rotina azeitada.

Fig. 9 - Gráfico sobre posts jornalísticos e publicitários do *Estadão*

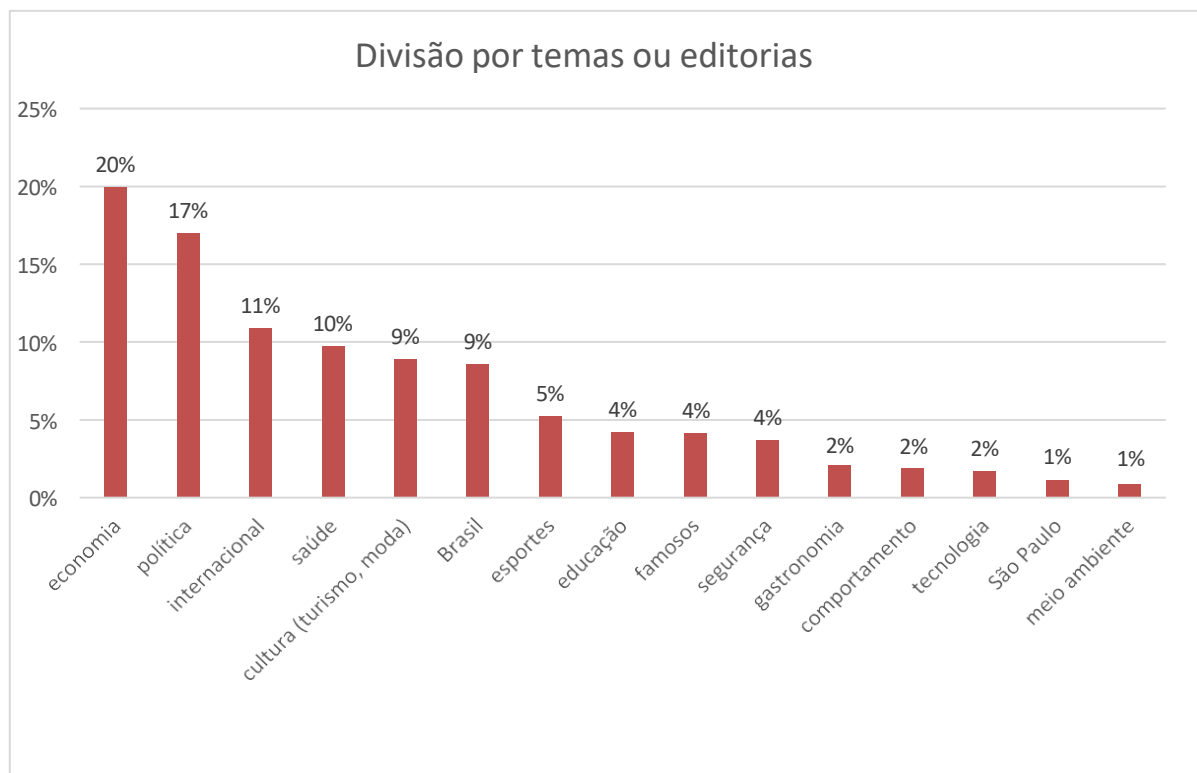
Fonte: Elaboração da autora

Outro ponto observado a favor do jornalismo é a pequena presença de publicações patrocinadas. Assumidamente, ou seja, quando é clara a vinculação do *post* a uma marca, inclusive com o uso da palavra na legenda, o perfil do *Estadão* tem uma porcentagem bem menor de publicações patrocinadas ou em parceria, mediante pagamento ou obtenção de vantagens. As publicações independentes e isentas de pagamento correspondem a 86% das publicações do período. O índice inclui os anúncios da casa que não são patrocinados. As postagens patrocinadas ou com parceria paga equivalem a 14%. Os dados revelam o uso preponderante da plataforma para informações de fatos ocorridos na cidade, no país e no mundo em seus vários temas e assuntos de interesse do público.

Fig. 10 - Gráfico informativo sobre o total de publicações patrocinadas.

Fonte: Elaborado pela autora

Quanto aos temas, a estratégia analítica quantitativa e qualitativa mostrou que, nesse período, havia uma obediência à linha editorial, com suas propostas e propósitos, e o perfil apresentava uma fidelidade à postura histórica na hierarquização dos temas nas edições diárias do *Estado*. As editorias ou temas de Economia (20%), Política (17%) e Internacional (11%) dominaram as publicações do período com maior número de ocorrência, depois vinham os grandes temas saúde (10%), cultura, no qual foram incluídos os temas turismo e moda (9%), e Brasil, que englobou temas gerais sobre o país ou fatos inusitados na demais regiões fora do estado de São Paulo (9%). Entre os temas com menores incidências entre as publicações estão esportes (5%), educação (4%), com o mesmo percentual de famosos (4%), este destinado às ocorrências dentro da casa do BBB e fatos sobre a vida dos famosos, e, por último, segurança (4%). Gastronomia, comportamento e tecnologia ocuparam 2% das publicações enquanto São Paulo e meio ambiente ficaram com 1%.

Fig. 11 Gráfico mostra percentuais de temas ou editorias.

Fonte: Elaborado pela autora.

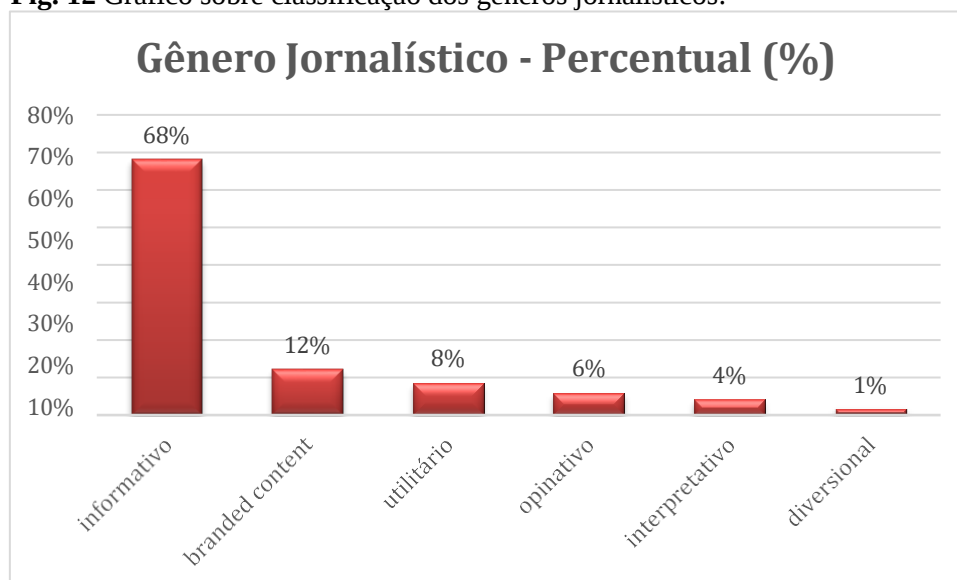
O resultado dessa tabela retrata a consolidação das mudanças ocorridas na redação e comprova que a meta colocada para os profissionais em 2023 havia sido alcançada. O *feed* do *Estadão* no Instagram era fiel à imagem secular do jornal e retratava visivelmente a visão, missão e valores da empresa. O tema “famosos” refere-se às aparições de entrevistas com celebridades e, principalmente, repercussões com os participantes do reality show “Big Brother Brasil” (BBB). Uma observação crítica permite verificar a guinada do perfil do *Estadão* nas plataformas Instagram e, mais tardiamente, TikTok, entre 2022 e 2024. A presença constante da descontração e do infotainment nos conteúdos veiculados nas plataformas foi reduzida a ínfimas porções e restrita à produção executada pelo núcleo de vídeos e, ainda assim, os dois atributos são usados com parcimônia.

Para contribuir com uma reflexão mais profunda sobre como é a atuação jornalística do *Estadão* nas redes sociais, optamos por segmentar as publicações jornalísticas e publicitárias. Separamos os conteúdos jornalísticos quanto aos gêneros e encontramos os tipos informativo, opinativo e diversional (Marques de

Melo). As peças publicitárias foram classificadas em *branded content* e anúncio. O resultado obtido foi uma preponderância do gênero informativo sobre as demais categorias, incluindo na contagem as classificações atribuídas às peças publicitárias como “branded content”. O resultado aponta para a preponderância do gênero informativo presente em 68% das publicações. As demais peças jornalísticas estão divididas da seguinte forma: 8% para o gênero utilitário, 6% para o opinativo, 4% para o interpretativo e 1% para o diversional.

Nesse cálculo, apresentamos o índice de *branded content* para uma reflexão sobre a presença da proposta de negócios digitais da empresa. Foi importante unir as duas categorias em uma única contagem percentual para verificarmos o posicionamento do uso da técnica de *branded content*, cuja narrativa se aproxima do jornalismo, em relação ao gênero informativo e diante dos demais. Percebemos, assim, que a informação jornalística é ainda dominante, mas que o uso da informação como mercadoria vendável para reforçar uma marca no mercado por meio do *branded content* é a segunda maior incidência entre as publicações da empresa. A revelação comprova o investimento que está sendo empenhado neste novo modelo de negócios. Entendemos, a partir dos números, que os gêneros jornalísticos utilitário, opinativo, interpretativo e diversional desempenham papel secundário, funcionando como elementos complementares que conferem diversidade editorial ao conteúdo como um todo.

Fig. 12 Gráfico sobre classificação dos gêneros jornalísticos.



Fonte: Elaborado pela autora

Depois de verificar a classificação dos gêneros, a estratégia analítica quantitativa e qualitativa permitiu a verificação dos formatos existentes nas publicações do *Estadão* no Instagram no período. Tomamos como base a classificação de José Marques de Melo (2020) e aplicamos sobre o material coletado do *feed* do perfil do *Estadão* no Instagram durante o período estudado. A aplicação da estratégia analítica quantitativa e qualitativa sobre as postagens revelou que apenas alguns dos formatos elencados por Marques de Melo são utilizados no material colhido. São eles:

Gênero Informativo:

- Notícia – relato integral de um fato cotidiano, narrado em pirâmide invertida, com respostas às perguntas Quê + Quem + Quando + Onde + Como + Por quê? – atribuído na investigação às notícias cotidianas de factuais.
- Reportagem – relato ampliado do fato com narrativa mais detalhada e entrevistas mais profundas – atribuído na pesquisa às matérias mais elaboradas de pautas especiais.
- Entrevistas – Relato de alteridade, dá voz a uma autoridade naquele fato – Atribuído na pesquisa aos relatos jornalísticos realizados com entrevistas.

Gênero Opinativo:

- Artigo – autor desenvolve ideias com julgamento de valores – aqui atribuído às narrativas dos colunistas do *Estadão*
- Resenha – destinado para apreciação de obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar o consumidor. Tem função utilitária – Aqui atribuído às críticas de filmes, livros e músicas.

Gênero Interpretativo:

- Análise – complementa a informação factual explicando melhor o acontecimento – Atribuído na pesquisa a produções especiais chamadas de Estadão Explica e outras na mesma classificação.
- Cronologia – Reconstituição do acontecimento para também permitir melhor compreensão do leitor sobre um fato. Na pesquisa, em especial, observamos algumas matérias e séries especialmente produzidas com esse objetivo. Por vezes, o

Estadão Explica funcionava como cronologia.

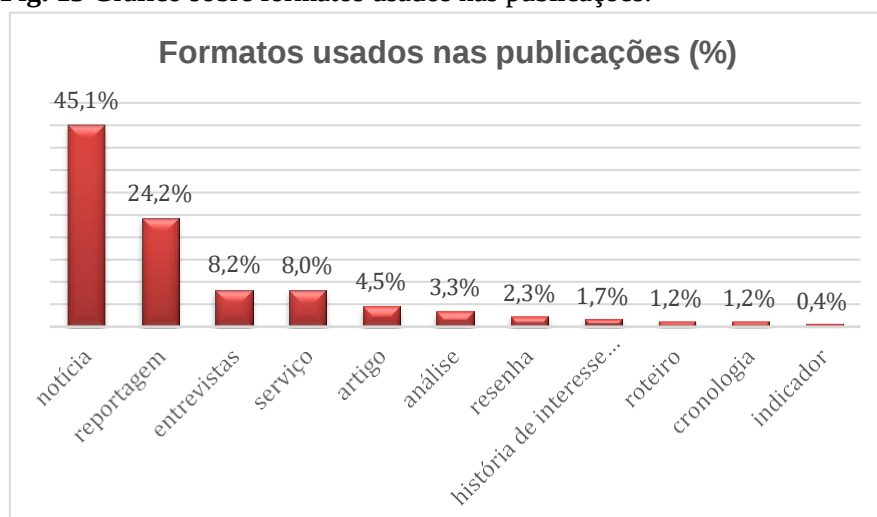
Gênero Diversional:

- Histórias de interesse humano – relato que reconstitui um fato com dose de entretenimento plástico – aqui foi utilizado para classificar os posts sobre o BBB.

Gênero Utilitário:

- Serviço – informações sobre produtos, serviços ou viagens que protegem o consumidor – atribuído a publicações que prestavam serviços ao consumidor como Estadão Indica ou ainda o Estadão Verifica.
- Roteiro – Dados para consumo de bens simbólicos – atribuído aos vídeos da série ‘Bate e volta’ com literalmente roteiro de viagens curtas.
- Cotação - dados do mercado financeiro – na pesquisa esse formato é mais presente nas publicações de branded content.
- Indicador – dados essenciais para tomada de decisões como meteorologia.

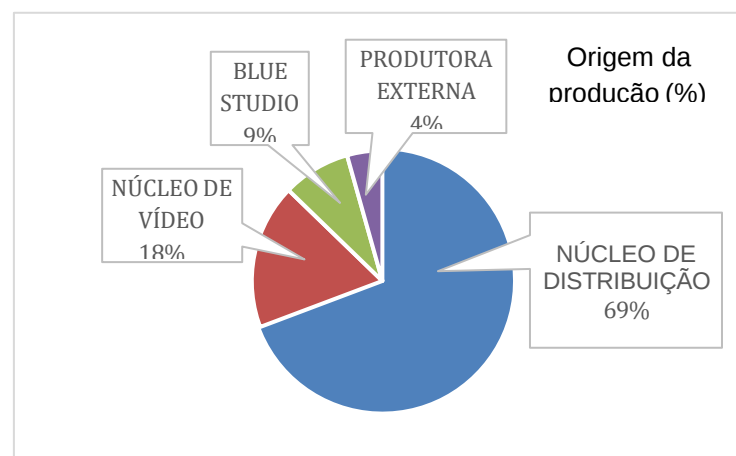
Os dados recolhidos mostram que o formato notícia lidera o ranking com 45,1% de presença nas publicações do *feed* do perfil *Estadão*. Em segundo, aparece o formato reportagem com 24,2%. Esses dados apontam para uma tendência a priorizar a publicação de notícias factuais em detrimento a outros tipos de pautas, pois os percentuais dos demais formatos quando comparados aos majoritários são bem baixos, como entrevistas e serviço, ambos em torno de 8%, artigos, com 4,5%, análise 3,3% e resenha 2,3%. Outros são irrisórios, como roteiro, cronologia, indicador e histórias de interesse humano.

Fig. 13 Gráfico sobre formatos usados nas publicações.

Fonte: Elaborada pela autora

A estratégia analítica quantitativa e qualitativa possibilitou descortinar a origem das produções dos conteúdos e obter dados sobre o percentual de contribuição dos profissionais da redação do *Estadão* – núcleo de distribuição e núcleo de vídeo – em comparação com a participação da agência “Blue Studio” no conteúdo total veiculado no *feed* do perfil do jornal no período estudado. Em relação aos anúncios, separamos ainda a origem entre “Blue Studio”, para produtos completamente produzidos e entregues pela agência do *Estadão*, e aquelas peças que foram produzidas em agências externas e o espaço alugado com o “Blue Studio”, nomeadas aqui por “produção externa”. O resultado estava dentro do esperado a partir dos dados obtidos anteriormente, em que o jornalismo, do gênero informativo, é o principal entre os conteúdos.

O estudo mostrou que 69% dos posts são produzidos pelo núcleo de distribuição (antiga editoria de redes sociais), 18% pelo núcleo de vídeo e 9% pela agência digital “Blue Studio”, e 4% eram de produção externa, ou seja, elaborados e gravados pelo anunciante de forma independente.

Fig. 14 Gráfico com os núcleos e produtos do Grupo Estado.

Fonte: Elaborado pela autora

Apesar dos dados, a observação direta mostrou que a equipe do núcleo de vídeos, oriunda da Editoria de Redes Sociais, ficou sobrecarregada com os projetos especiais do jornal para Instagram, TikTok e YouTube e abandonou a produção diária de publicações inovadoras que agregavam informações em audiovisual com arte do entretenimento. As pautas e publicações voltaram-se mais para atender uma expectativa da direção do jornal para os investimentos nos meios digitais, que incluem a *TV Estadão*, e menos para a produção trabalhada exclusivamente para redes sociais. A proposta ainda sobrevive, mas com menor intensidade. A equipe que era a mais comprometida com o conteúdo jornalístico associado à criatividade, ao entretenimento e à leveza para as redes sociais tem menos tempo de experimentação que resultavam em vídeos originais e “antenados” com as práticas das redes sociais.

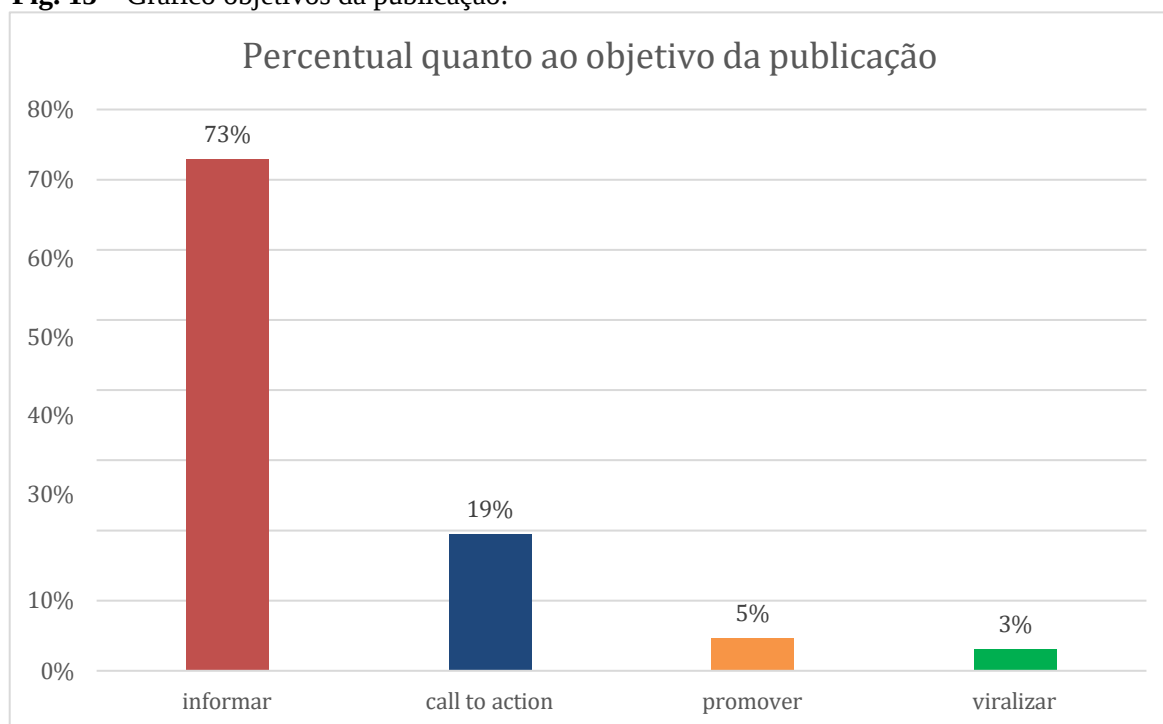
Na observação direta, o editor Gabriel Pinheiro lamentou que a produção de peças factuais havia terminado por mudanças nas pautas diante dos desafios propostos para o núcleo e que tais demandas incorriam em falta de tempo para as demais atividades em redes sociais. Como não há regularidade e nem um limite rígido na quantidade de publicações diárias, a presença das produções da agência “Blue Studio” no Instagram tende a aumentar de acordo com a demanda de anúncios no estilo *branded content* ao longo do ano.

Na esteira das descobertas, cruzamos os dados sobre o objetivo pretensamente desejado com a publicação, classificando-as com as palavras “informar”, “call to action”, “promover” ou “viralizar”. A palavra “informar” foi atribuída às publicações que contivessem o objetivo claro de passar uma mensagem

por completo ao usuário da plataforma. Para tal, a publicação deveria entregar o texto da informação diretamente na legenda, contendo todos os requisitos necessários para que o leitor ficasse informado sobre o exposto. Neste quesito, a pesquisa incluiu a obrigatoriedade de conter textos claros, objetivos, com a informação completa.

“Call to action” é um termo muito comum nos objetivos de conteúdos veiculados em redes sociais, que significa fazer o usuário cumprir uma ação – clicar no link, comprar um item, visitar um site etc. Para este quesito, separamos os posts que, claramente, solicitavam essa ação e os posts que, apesar de jornalísticos e produzidos pela redação, não transmitiam a informação por completo com o nítido objetivo de levar o leitor curioso para ler a matéria no site. “Promover” englobou todos os anúncios estáticos com objetivo de avisar um evento, promover uma ação do “Blue Studio” ou atividades semelhantes, tal qual os anúncios tradicionais publicados em passado recente nos impressos. “Viralizar” coube às publicações cuja presença no perfil era justificável apenas pela possibilidade de alavancar a notoriedade de famosos ou aumentar especulações entre assuntos que já eram considerados polêmicos ou “quentes” nas redes sociais. Os objetivos dessas publicações é conquistar visualizações, engajamentos ou compartilhamentos e aumentar o público seguidor dentro da plataforma. Neste quesito, cabiam perfeitamente as publicações relativas aos desentendimentos dentro do programa da *TV Globo* “BBB”, cujo critério de noticiabilidade nos parece ser a nítida expectativa de engajar audiência.

O resultado foi surpreendente com a supremacia da conceituação “informar” como objetivo. A análise desse tópico revelou também que, no período estudado, a prática do jornal *Estadão* na plataforma Instagram era a reprodução integral do lide e do sublide e dois parágrafos a mais nas legendas, ação que praticamente entregava a matéria completa ao usuário e garantia uma experiência de aprofundamento da notícia. As imagens carregavam o título da notícia e as legendas, o corpo da matéria, fornecendo todos os subsídios para uma leitura completa do fato dentro da plataforma do Instagram. Essa prática contraria pressupostos anteriores que consideram o consumo de notícias pelas redes sociais como um estímulo à leitura superficial de títulos. O formato utilizado pelo *Estadão* poderia representar uma mudança nesse paradigma e proporcionar uma mudança de hábito dos usuários dessas plataformas.

Fig. 15 – Gráfico objetivos da publicação.

Fonte: Elaborada pela autora

Os dados apresentados nas 13 tabelas analisadas evidenciam que os formatos usados na estrutura dos conteúdos de *branded content* são muito semelhantes aos formatos jornalísticos já descritos aqui. A semelhança é tão grande que, por vezes, em meio a outras publicações da redação o conteúdo de *branded content* fica camuflado entre as peças jornalísticas e parece ter sido produzido pela redação do *Estadão*. Em alguns conteúdos, a qualidade das reportagens é até melhor. Um caso digno de elogio é a série temática sobre meio ambiente patrocinada pela marca Rolex. Em cada capítulo é apresentada uma reportagem sobre uma atuação de impacto em favor da preservação da natureza. Em janeiro, o vídeo mostrou o ecologista marinho Angelo Bernardino e Margaret Owuor na Expedição Perpetual Planet à Amazônia. Em março, promovido pela National Geographic com patrocínio da Rolex, o episódio mostra uma reportagem que acompanhou a expedição pelas águas do rio Lungué-Bungo, na África. Sem margem para questionamentos, a publicação é um exemplo de gênero informativo do formato reportagem apropriado pelo *branded content*.

A série patrocinada pelo Banco Itaú Morning Call é uma produção igualmente jornalística, em que uma apresentadora em uma bancada de telejornal, acompanhada de um analista designado pela instituição financeira pagadora do

espaço, elenca todos os índices e cotações da semana, contextualizando com o cenário político e econômico. Os dados financeiros são sucedidos por análises do profissional do Itaú. Ao contrário de todos os demais produtos jornalísticos ou publicitários no período analisado, essa série vai ao ar às segundas-feiras, em horário fixo, logo cedo, e se assemelha a uma *live* porque é ao vivo. Após a exibição fica disponível no *feed* para reprodução. Classificamos essa *live* como um produto jornalístico do gênero utilitário, que carrega o formato de indicador ou cotação. Mas a veiculação é em audiovisual e dentro dos padrões estéticos e posturais do telejornalismo.

A série Carteira de Milhões, também produzida pelo “Blue Studio”, convida personalidades do mundo corporativo – CEO, diretores ou fundadores de empresas – para uma entrevista de perfil. A cada episódio, um novo dirigente é entrevistado. A série Histórias de Sucesso, da multinacional de alimentos Mondelez, produzida fora do “Blue Studio”, segue a mesma linha e apresenta um perfil de um funcionário da empresa, escolhido diante de algum “mérito” de atuação na empresa. Os dois casos se enquadrariam no gênero interpretativo perfil. Já o Banco Safra patrocina a série de entrevistas “Live Cenários” que apresenta dirigentes de empresas ou instituições de relevância para a sociedade. A mediadora é a jornalista Sonia Racy e, a título de exemplo, em um episódio o entrevistado foi o infectologista Esper Kallás, então recém-nomeado para a presidência do Instituto Butantan.

O prospecto de “mídia Kit” disponível no site oficial do “Blue Studio” oferece essa proposta de apropriação da práxis jornalística para um trabalho de reforço da marca. O documento define o *branded content* como um conjunto de “conteúdos cocriados com marcas, desenvolvidos a partir de formatos padronizados em diversas plataformas: podcast, digital, mídias sociais, eventos, impresso, rádio”. A proposta do “Blue Studio” em *branded content* tem ainda a oferta de distribuição em multiplataforma. Essa é uma ação que pude verificar durante a investigação.

Toda produção é adaptada para todas as plataformas digitais para divulgar e gerar engajamento. Destacamos aqui outra parte do anúncio do serviço do “Blue Studio” para reflexão: “Criamos conteúdos para marcas usando nossa força editorial e inteligência sobre nossos leitores, alcançando os objetivos das marcas por meio de publicidade contextualizada e bem-produzida”. Ainda de acordo com o “mídia kit”, os formatos regularmente utilizados são:

- Hub de Conteúdo

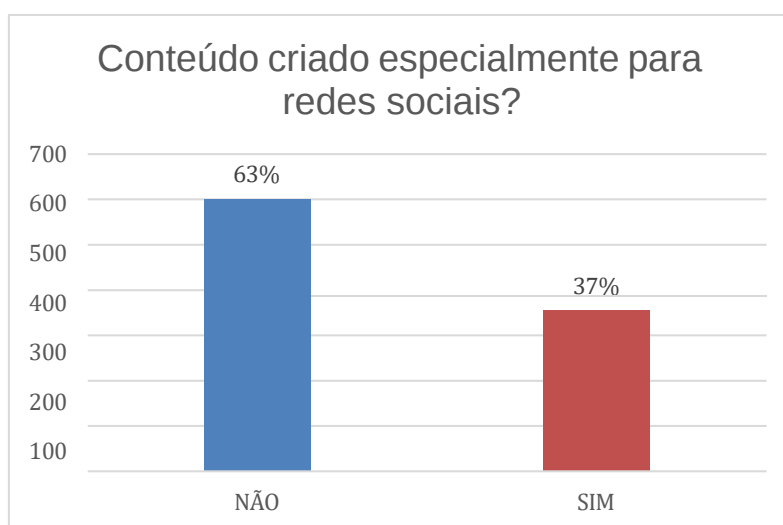
- Websérie
- Mesa-Redonda
- Branded Native
- Branded Content Impresso
- Boletim Rádio
- Programete Rádio
- Lab Persona
- Cadernos Especiais
- Entrevista LinkedIn
- Guias
- Lives
- Fóruns
- Realidade Aumentada
- Estúdio de Rádio
- Shows
- Operações de Sampling
- Premiações
- Portais Editoriais
- Células de Conteúdo
- Blue Estúdio Express
- Aplicações Digitais
- Programas Audiovisuais
- Customização Estadão Expresso

Consta no mídia kit do “Blue Studio” que os produtos líderes em venda são *branded native*, *live* e vídeos informativos para redes sociais. A série da marca Rolex é um *case* de “informativos para redes sociais” e a série Cenários do Banco Safra é o exemplo de *live*. Já o *branded native* é uma prática de pauta casada que fere o código de ética jornalístico. São matérias veiculadas nas editorias do *Estadão* chamadas no mídia kit de conteúdo construído a quatro mãos. Apesar de ser assinada pelo “Blue Studio” e pela empresa contratante, trata-se de um material que se assemelha ao *release*, em que a narrativa jornalística enaltece uma qualidade da empresa. Neste caso, se embaralha ao conteúdo editorial do jornal *Estadão*, como se

fosse uma ação de mídia espontânea, mas, na verdade, é conteúdo publicitário com espaço, texto jornalístico e mão de obra pagos por uma marca para ser valorizada nas páginas do *Estadão*.

Em nossa pesquisa verificamos que há um outro formato muito utilizado que são os debates digitais, com mediadores, que são gravados em estúdio ou via ferramentas digitais. A estratégia analítica quantitativa e qualitativa gerou um dado importante para a inquietação inicial que provocou esta pesquisa. Havia a hipótese de que o *Estadão* estivesse em uma esteira produtiva de novas narrativas dedicadas a aproximar a prática do texto jornalístico às das práticas comunicacionais das plataformas de redes sociais e que o infotenimento seria o ingrediente mediador dessa transformação. De fato, havia essa intenção antes de 2023, quando a Editoria de Redes Sociais tinha profissionais destacados para pensar e produzir essas narrativas, diferenciadas, mas jornalísticas, em todas as plataformas. Era a fase de experimentação de fórmulas, uma característica muito forte de toda a equipe observada em 2022. A observação direta de 2024 constatou que houve um desmantelamento dessa iniciativa particular dos profissionais engajados com as redes sociais a partir da reformulação de 2023.

Fig. 16 Gráfico sobre conteúdo destinado às redes sociais.



Fonte: Elaboração da autora

Os dados do primeiro trimestre de 2024 mostram que a maior parte do conteúdo não resulta de uma produção executada com base em inovações no campo

do jornalismo, pensadas especialmente para a lógica de plataformas de redes sociais. Vale ressaltar que as plataformas de redes sociais Instagram e TikTok têm dinâmicas próprias de veiculação dos conteúdos. Os vídeos obtêm mais sucesso entre os usuários e o enquadramento desses vídeos é vertical, apresentando uma perspectiva diferente das imagens veiculadas tradicionalmente pelos canais de televisão.

A maior parte das publicações do *Estadão* no Instagram é resultado de adaptações das matérias capturadas nas editorias do jornal digital para as redes sociais, com a reprodução da foto da matéria, o título dentro da imagem e a matéria reproduzida quase completa na legenda da postagem. Se, por um lado, essa prática reforça a presença do jornalismo nas redes sociais e promove a circulação da informação mais completa, o que é positivo em tempos de pós-verdades, por outro, sufoca a criatividade jornalística e anula o florescimento de novas narrativas que alcancem os mais jovens, habituados com outras formas de consumo de informações.

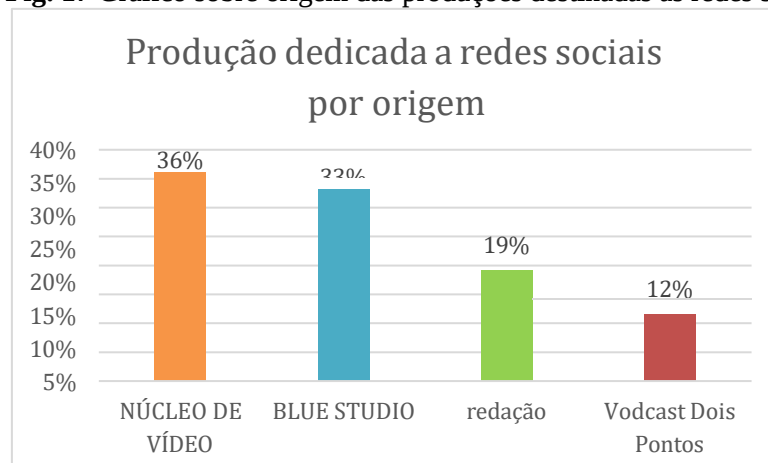
Outro olhar sobre o cruzamento de dados das tabelas do primeiro trimestre de 2024 leva a outra reflexão. Temos, de um lado, uma redação produzindo material jornalístico adaptado para as redes sociais e um núcleo de vídeos se esforçando para continuar testando novas narrativas, enquanto desempenha tarefas surgidas para suprir a *TV Estadão*, como a série “VODCAST Dois Pontos”. Do outro lado, o “Blue Studio” batalhando por mais clientes com o propósito de trabalhar o reforço de uma marca por meio do *branded content*, uma prática plenamente adaptada para circular nas redes sociais. Este cenário aponta para dois problemas futuros: o volume de *branded content* ser equivalente às publicações jornalísticas e a mistura confundir o leitor, diante de produtos com narrativas muito semelhantes. Embora os produtos dos dois campos tenham alguns indicativos gráficos e conste a palavra “patrocinado” nos posts do “Blue Studio”, a dinâmica de leitura na Era da Informação é acelerada e se caracteriza pela pouca atenção a detalhes.

No trimestre analisado, quando verificamos a contribuição dos setores com peças exclusivamente pensadas para redes sociais Instagram, a produção de conteúdo do núcleo de vídeo, onde está a equipe criativa de redes sociais, foi de 36% contra 33% do “Blue Studio” com material publicitário dedicado para o Instagram. A geração de material para essa plataforma pela redação ficou em 19%, e destacamos ainda o percentual dedicado à veiculação de material da série especial

“Vodcast Dois Pontos”, produzida pelo Núcleo de Vídeo.

Os dados incluem um período em que o Núcleo de Vídeo conseguiu veicular um farto material de cobertura do festival de música LollaPalooza (13 publicações) e de cobertura de manifestações de apoio a Bolsonaro na Av. Paulista. Dentro do novo projeto que estava em curso durante a observação direta de 2024, essas atividades de cobertura pelas redes sociais não eram tão estimuladas. O foco estava direcionado para coberturas de campanhas eleitorais, prática que já havia começado em 2022 e agora fazia parte dos propósitos da empresa para essas plataformas.

Fig. 17 Gráfico sobre origem das produções destinadas às redes sociais.



Fonte: Elaborada pela autora.

O índice Vodcast Dois Pontos é uma série produzida integralmente pelo Núcleo de Vídeo – pré-produção, gravação, edição e veiculação. Trata-se de uma mesa-redonda que reúne debatedores sobre um mesmo tema com a mediação da jornalista Roseann Kennedy, colunista do *Estadão*. Essa produção jornalística se desdobra em vários outros subprodutos para várias mídias diferentes, que incluem desde um site específico dentro do portal do *Estadão* até pequenas pílulas do debate que são disparadas nas redes sociais Instagram e TikTok. É, certamente, uma atividade jornalística, mas tem o mesmo modelo quanto à produção e ao formato dos serviços executados pelo “Blue Studio”, a ponto de gerar dúvidas durante o processo de investigação. A dúvida quanto à origem desse produto só foi esclarecida durante a observação direta. É mais um conteúdo de debates perdido entre tantos produzidos pelo “Blue Studio” que também são veiculados na plataforma. Talvez, o produto seja um diferencial para o canal *TV Estadão* no YouTube, mas, nas redes sociais, ele engrossa as estatísticas de debates tipo podcast no perfil do *Estadão*.

Considerações Finais

O estudo de caso sobre a presença do *Estadão* nas redes sociais digitais nos possibilitou abrir um leque de reflexões sobre o momento histórico de inflexão crítica que o campo do jornalismo vem atravessando nas últimas duas décadas. Os fundamentos, formatos e funções próprios do jornalismo estão sob desafio diante das transformações tecnológicas, da plataformização da economia e da comunicação, e pela descrença difundida por alguns setores políticos entre a sociedade brasileira. Partimos do contexto histórico da imprensa no Brasil, destacando as transformações técnicas, econômicas e editoriais que moldaram o campo jornalístico brasileiro desde 1808 até 2020 para situar a forte presença do objeto de estudo no campo e o quanto o jornal é referência na História do Jornalismo brasileiro. O percurso metodológico combinou observação direta na redação do *Estadão* (2022 e 2024), entrevistas com profissionais da Editoria de Redes Sociais e análise quantitativa e qualitativa das publicações veiculadas entre janeiro e março de 2024, classificadas segundo gêneros e formatos como proposto por José Marques de Melo e Francisco de Assis (...).

A observação direta evidenciou duas fases distintas: um período inicial (2007-2023) marcado pela autonomia criativa, experimentação e uso do infotainment para ampliar o alcance, e uma fase posterior, a partir de 2023, caracterizada pela implementação de diretrizes editoriais centralizadas, alinhadas a um novo modelo de negócios que incorporou a produção de *branded content* via agência de publicidade própria do *Estadão*, a Blue Studio. Ao contrário do que acreditávamos no início do Estudo de Caso, a rotina de escoar o material jornalístico pelos perfis do *Estadão* nas redes sociais digitais não era resultado de uma estratégia empresarial propositalmente planejada como saída para a crise do jornalismo. Havia ciência e consentimento sobre a presença do *Estadão* nas redes sociais, mas não uma proposta clara de ação para o uso desses canais. Institucionalmente, a empresa alimentava expectativas de conquistar novos assinantes por meio do atrelamento de links, principalmente na fase áurea do Facebook, e, mais tarde, a perspectiva era conseguir aumentar as visitas aos sites do *Estadão*. Eram apenas expectativas com vistas a uma solução para o antigo modelo de negócio que estava desmoronando.

Nenhuma delas versava sobre o posicionamento editorial ou sobre um projeto gráfico rígido. Sobre o projeto editorial e os formatos jornalísticos, os profissionais envolvidos diretamente com a produção tinham total autonomia. A antiga Editoria de Redes Sociais era o lugar dos sonhos de todo jornalista, ainda mais os recém-formados, como aqueles que integravam o setor no *Estadão* até 2023. Diferentes formas de transmitir a notícia foram experimentadas pelos profissionais em uma rotina que prezava pela prática da tentativa e erro.

Destacamos que muitas tentativas foram bem-sucedidas: os profissionais conseguiram unir, de forma vitoriosa, a transmissão da informação dentro de narrativas jornalísticas com o infotenimento necessário para que as publicações conseguissem fluir e serem difundidas. Ressaltamos que esses conteúdos jornalísticos conquistaram a atenção de um público muito diverso do tradicional leitor do *Estadão* e em plataformas hostis, pois são donas de regras próprias de difusão. Seleccionamos os 15 melhores vídeos entre todas essas tentativas da equipe e, dentre eles, ressaltamos a matéria sobre o lançamento da nova identidade brasileira como exemplo de publicação que cumpriu a finalidade de informar e fluir no TikTok.

O enfoque de nossa pesquisa recaiu sobre as produções em audiovisual por ser justamente um meio com o qual o jornal *Estadão* não tinha intimidade na produção jornalística. Os exemplos destacados são publicações válidas jornalisticamente, pois cumprem o objetivo primordial do jornalismo, segundo Traquina (2018), que é a produção de um relato verdadeiro, factual e relevante para a sociedade, que desempenha um serviço público a serviço do público. As matérias cumpriam requisitos de valores-notícia, tais como impacto, proeminência, conflito, proximidade, raridade, tragédia/drama (Silva, G. 2014, p. 65) e, como previa antecipadamente nossa pesquisa, congregam valores do infotenimento como forma de despertar sensações no leitor/seguidor do *Estadão*. Evidencia-se que a capacidade de entreter da notícia agrega-se aos critérios de noticiabilidade com um valor-notícia de grande peso nas matérias que serão selecionadas para figurarem no Instagram ou TikTok. Aguiar (2008) não vê contradição na publicação de notícias que podem, simultaneamente, informar e entreter. O entretenimento passou a ser um dos valores do jornalismo moderno para seduzir o público para a mercadoria “informação”.

Se o fator “entretenimento” é medido como um valor essencial para a construção da notícia e para manter o interesse do público-leitor pela mercadoria “informação”, quais os motivos que levam certos autores a desqualificarem a informação jornalística que tem, como marca, a capacidade de entreter o público? Se o jornalismo que hoje conhecemos, com suas origens no século XIX, apresenta como característica o paradigma do jornal de informação – superando o antigo paradigma do jornal de opinião –, qual o problema político em produzir um noticiário que desperte o interesse do leitor e ainda possa entretê-lo? (Aguiar, 2008, p.14).

A redação tem domínio sobre a qualidade do produto, mas a gênese da plataforma não garante a fácil circulação dessa notícia. O entrave para o sucesso do jornalismo e o resgate do lugar de mediador nas redes sociais passa pelo comportamento dos algoritmos das plataformas, cujo controle é dominado pela empresa administradora da plataforma. Cabe lembrar que, antes, o modelo de negócios das empresas jornalísticas passava pela administração de espaço publicitário próprio da empresa cujo preço era vinculado à audiência da produção da empresa. Hoje, as empresas jornalísticas têm presença nas redes sociais com a produção do conteúdo dentro de um espaço cuja administração é de terceiros e a audiência tem regras nativas do espaço.

O outro ponto de nossa experiência foi a viabilidade de observar *in loco* (como pesquisadora e não como membro da tribo jornalística) as Teorias do Jornalismo em franca atividade. Na primeira fase da observação direta, em 2022, o olhar imbuído pelos debates que abarcam as especificidades da profissão captou o quanto, no período de autonomia, os jornalistas, de forma automática e inconsciente, contaminavam a produção para as redes sociais com seus posicionamentos políticos e sociais que eram divergentes do posicionamento oficial do jornal *Estadão*. Esse era um ponto de nossa dúvida inicial ao observar, como consumidora, os posts veiculados nas redes sociais e perceber o quanto editorialmente se distanciavam do posicionamento político habitual do *Estadão* impresso ou da versão virtual do portal. Nos inquietava saber qual era o objetivo do posicionamento divergente do veiculado no papel e se era intencional, visando conquistar e fidelizar um público mais jovem. Tanto a observação direta quanto a análise das publicações nas redes sociais mostraram que a diferença estava calcada na autonomia da editoria, que transformava os perfis do Instagram e do TikTok em mais palatáveis aos jovens consumidores de redes sociais digitais.

O *Estadão* também demonstrou grande capacidade para utilizar os recursos audiovisuais das duas plataformas em coberturas e difusão de reportagens especiais. Nesse sentido, um episódio memorável foi a cobertura dos momentos de tensão vividos, em conjunto com a população, pelo enviado especial à guerra da Ucrânia – um marco na transmissão mundial de informações por meio da plataforma TikTok. O repórter Eduardo Gayer - que, inicialmente, havia sido enviado para cobrir a tensão “pré-guerra” na Ucrânia, mas foi surpreendido pela ofensiva russa no país - reportou diferentes experiências daquela população, ao mesmo tempo em que tentava sair do país sob bombardeio. Ele mostrou, tudo em tempo real, os bunkers, o tumulto em direção às fronteiras, as viagens de trem etc. Essa mesma Editoria de Redes Sociais proporcionou a coberturas de todos os festivais de música da juventude e de premiações da área de cultura: Rock in Rio, Loolapallosa, Tudum, The Town Festival, entre outros.

Outra característica da editoria: os profissionais demonstravam intimidade com as possibilidades oferecidas pelas ferramentas das plataformas e conheciam antecipadamente o potencial de cada uso para agradar os seguidores dos perfis do *Estadão*. Esse, aliás, é o desenho de um sistema bem previsível. O perfil dos usuários dessas duas redes sociais, em termos de idade e comportamento, é semelhante ao perfil dos jornalistas que compõem a Editoria de Redes Sociais do *Estadão*. Inclusive, os jornalistas são usuários frequentes das plataformas e demonstravam total segurança a respeito das preferências do público almejado pela editoria. Uma vez que não havia regras claras por parte da direção sobre os objetivos da presença do *Estadão* nas redes, a editoria apostava com autonomia em uma meta: fazer os perfis crescerem em número de seguidores e em engajamento. É importante ressaltar que as experimentações dos profissionais da editoria sempre prezavam pelo respeito aos princípios do jornalismo.

A estratégia analítica quantitativa e qualitativa aplicada sobre as publicações veiculadas somente no Instagram¹²³, entre 1º de janeiro e 31 de março de 2024, procurou verificar o quanto a transmissão da notícia poderia ter sido abalada pelas novas diretrizes oriundas dos investimentos em mudanças realizados em 2023 na redação e, conseqüentemente, na postura dos perfis do *Estadão* nas redes sociais. O objetivo foi detectar se o conteúdo mantinha o caráter jornalístico ou a se a

¹²³ As publicações em vídeo veiculadas no perfil do Estadão do Instagram também são reproduzidas no TikTok e vice-versa.

preponderância havia mudado, uma vez que os criadores, os seja, os profissionais, haviam sido remanejados. As 1.226 peças publicadas no perfil do *Estadão* foram classificadas em jornalísticas ou publicitárias e depois catalogadas de acordo com os gêneros e formatos categorizados por Marques de Melo (2020) (informativo - nota, notícia, reportagem e entrevista; interpretativo - dossiê, análise, perfil, enquête e cronologia; opinativo - editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta; diversional - história de interesse humano e história colorida; e utilitário - indicador, cotação, roteiro e serviço).

Os resultados do cruzamento de informações constantes nas 13 tabelas, correspondentes a cada semana do período, mostraram que 1.024 peças atendiam aos preceitos jornalísticos e 202 eram peças publicitárias, o que equivale a 84% de jornalismo e 16% de publicidade. Mas, dos 16% relativos à publicidade, somente 14% eram conteúdos patrocinados por marcas. Outros índices mostram também que há preponderância do jornalismo entre o conteúdo veiculado pelo *Estadão* em detrimento da publicidade e a valorização da informação de fatos ocorridos na cidade, no país e no mundo em seus vários temas e assuntos de interesse do público. Outros dados mostram o comportamento dessas publicações:

- Quanto aos temas relevantes: economia (20%), política (17%), internacional (11%), saúde (10%), cultura, turismo e moda (9%), Brasil (9%), São Paulo (9%), esportes (5%), educação (4%), famosos (4%) e segurança (4%). Gastronomia, comportamento e tecnologia ocuparam 2% das publicações e São Paulo e meio ambiente ficaram com 1%.
- Quanto ao gênero: o informativo está em 68% das publicações. As demais peças jornalísticas estão divididas da seguinte forma: 8% para o gênero utilitário, 6% para o opinativo, 4% para o interpretativo e 1% para o diversional.
- Quanto aos formatos: notícia (45,1%) e reportagem (24,2%) apontam para uma tendência a priorizar a publicação de factuais em detrimento a outros tipos de pautas; entrevistas (8%), serviço (8%), artigos (4,5%), análise (3,3%) e resenha (2,3%). Os demais - roteiro, cronologia, indicador e histórias de interesse humano – têm porcentagens irrisórias.
- Quanto ao objetivo da publicação: “informar” foi disparado o principal objetivo, com 73%. Os demais foram: *call to action* (19%), promover (5%) e viralizar (3%).

Importante considerar, para melhor compreensão dessas classificações e quantificações, que até um ano antes do período estudado, o perfil do *Estadão* nas duas redes sociais já havia adotado a prática de reproduzir integralmente o *lead*, o *sublead* e até dois parágrafos das matérias nas legendas dos posts, ação que praticamente entregava a matéria completa para o usuário e garantia uma experiência de aprofundamento da notícia. Os títulos eram aplicados sobre as imagens de ilustração da matéria e as legendas apresentavam o corpo da matéria. Importante também considerar que a maior parte desse material não era produzido especialmente para as redes sociais, mas tratava-se de adaptações do conteúdo presente na versão digital do jornal, portanto, eram matérias essencialmente jornalísticas. A nova prática de veiculação da notícia por meio das plataformas poderia significar a quebra do paradigma de que redes sociais só proporcionam uma leitura superficial das notícias.

Se, por um lado, o grande volume de matérias jornalísticas previamente produzidas para a versão digital veiculadas nas redes sociais traz a certeza de um produto jornalístico autêntico e dentro dos códigos jornalísticos, por outro, mostra que a produção de formatos autênticos e inovadores destinados exclusivamente para as redes sociais foi sufocada depois das mudanças de 2023. Toda a força produtiva que caminhava para um jornalismo pautado, redigido, editado exclusivamente para essas duas plataformas, combinando as especificidades do jornalismo e as das redes sociais digitais, foi relegada a segundo plano. Além disso, as mudanças trouxeram uma nova cultura organizacional para o perfil *Estadão* no Instagram e TikTok, estabelecendo uma política editorial e um projeto gráfico que refletiam as propostas e propósitos do jornal. As novas coordenadas eram explícitas mediante observação do conjunto de publicações concatenadas no *feed* do Instagram, por exemplo. Antes de 2023, havia uma diversidade com a exposição de imagens coloridas e variadas, desde animais e pessoas à natureza.

Depois de 2023, o *feed* transpira o perfil sisudo e tradicional, reproduzindo a essência de *O Estado de S. Paulo* impresso em papel jornal. Os vídeos jornalísticos dotados de criatividade e infotainment deram lugar a produtos audiovisuais dentro dos moldes da televisão, adaptados para a tela do celular mediante um enquadramento vertical. Com a predominância dos temas da economia e política nacional, o *feed* tem uma sobrecarga de imagens de bonecos – termo utilizado no jargão jornalístico para definir fotos com um único personagem, em geral, em plano

médio *close up* (ou médio próximo) ou plano americano. O mesmo cenário foi adotado no TikTok, no qual o perfil do *Estadão* igualmente se tornou sisudo e tradicional.

Em poucas situações muito específicas, a equipe criativa se arriscou para produzir séries com pautas especiais com o uso do infotenimento característico das redes sociais digitais. Um dos casos foi a série “Vida Verde” que tratava sobre descarte correto de remédios, roupas, restos de maquiagem e outros. A proposta de retomar o uso de um formato “fora da caixa” com elementos de infotenimento característico das plataformas precisou ser aprovado previamente pela chefia, uma ação que não era necessária antes de 2023.

Mesmo o Infotenimento sendo uma velha prática conhecida do jornalismo secular, o artifício usado esporadicamente para capturar a atenção do leitor emerge como ingrediente imprescindível para o sucesso de popularidade necessária nessa etapa em que o jornalismo se reformula para caber nos perfis das redes sociais. O conceito, inclusive, se torna uma presença constante entre as tentativas bem-sucedidas de traduzir o jornalismo para a linguagem do Instagram e do TikTok, sendo uma das marcas relevantes do *Estadão* durante a trajetória de autonomia criativa experimentada pela Editoria de Redes Sociais entre 2007 e 2023. Até então, as experimentações do *Estadão* nas redes sociais remetem a um histórico de iniciativas bem-sucedidas, como a criação de um produto exclusivo, o #EstadãoDrops, e a conquista de uma audiência bem mais jovem após a incursão na plataforma TikTok.

A presença do *Estadão* nas redes sociais despertava, até 2022, pouca empatia da empresa. Era, possivelmente, classificada como algo de menor valor entre os ativos da empresa capazes de gerar renda. A livre criação de conteúdos jornalísticos para as redes sociais, mediante a reduzida atenção dispensada pela direção jornalística da empresa aos espaços ocupados pela editoria de redes sociais, constituiu-se no período estudado em um caminho promissor para a construção de uma narrativa jornalística especificamente direcionada para as plataformas Instagram e TikTok.

Mas, em 2023, a administração central da empresa percebeu que a presença do *Estadão* nas redes sociais tinha potencial para se transformar em uma fonte promissora de arrecadação por meio da oferta de serviços inovadores para antigos e novos clientes. Os perfis do *Estadão* no Instagram e TikTok se transformaram em

mais uma opção entre as rotas de escoamento dos serviços produzidos pela agência “Blue Studio”, setor criado pela empresa *Estadão* que oferece soluções em publicidade e marketing digital para anunciantes do jornal.

A “Blue Studio” é uma aposta de modelo de negócios do *Estadão* sob a promessa de soluções completas na área de valorização da marca – os serviços oferecidos abrangem desde a organização de debates, premiações ou eventos que elevem o valor das marcas até o *branded content* – publicidade travestida de jornalismo que enaltece o compromisso de uma marca com um tema sensível da sociedade por meio de narrativas jornalísticas. Um modelo de marketing digital que altera os paradigmas antes atribuídos às peças publicitárias, em que as narrativas versavam em observações positivas sobre os produtos oferecidos pela marca.

Tanto anteriormente a 2023 quanto depois desse marco, os perfis do *Estadão* privilegiaram a informação jornalística, dentro das especificidades jornalísticas que atendem a critérios específicos do campo, como a prática do *lead* e *sublead*, da pirâmide invertida, os valores-notícia e os gêneros e formatos da narrativa jornalística. A diferença entre as duas fases situa-se na presença de publicações em audiovisual que buscavam formatos conciliadores entre jornalismo e o infotainment de sucesso das redes sociais. Eram peças inovadoras e criativas com bom retorno de audiência entre o público usuário das redes sociais Instagram e TikTok.

Após 2023, foi intensificada a busca por um modelo de negócio sustentável por meio das redes sociais e a produção oriunda da “Blue Studio” aumentou e passou a ocupar mais espaço nessas duas redes. Assim, também no ambiente virtual das plataformas de redes sociais, se forjou o cenário vivenciado nas redações desde que a venda de espaço publicitário se tornou o meio arrecadador de verba nas empresas jornalísticas. Jornalismo e publicidade disputam espaço agora no virtual, uma vez que o comportamento ideal para perfis no Instagram e no TikTok é evitar um volume muito alto de postagens diárias e a editoria já havia estabelecido o máximo de 10 posts por dia. Um grande sinal desse embate é que as postagens chegam a 20 e ficam, em média, em 15 por dia.

Cabe aqui, deixar uma porta aberta a novas pesquisas sobre o conteúdo das publicações patrocinadas (publicidade nas redes), cuja apresentação vem embrulhada sob a narrativa jornalística. Apesar de serem ainda uma pequena porcentagem entre o conteúdo total veiculado no perfil do Instagram, por exemplo,

e conterem a expressão PATROCINADO em letras maiúsculas na legenda, é muito tênue a linha que separa o entendimento do leitor sobre os posts. Paire, em nossa pesquisa, a dúvida sobre a capacidade de discernimento do consumidor entre uma matéria realmente jornalística e uma peça do marketing digital que usa a narrativa jornalística.

Vale ressaltar que a produção da “Blue Studio” preza pela alta qualidade, uma vez que é um conteúdo cuja produção tem a verba necessária e exclusiva para cada proposta paga pelo anunciante, diferentemente do que é a prática na redação dos jornais brasileiros, nos quais a produção depende de diversas variáveis que incluem o orçamento. Destaque nesse quesito para a série sobre Meio Ambiente patrocinada pela Rolex, que descortina várias iniciativas positivas pelo mundo em prol da preservação da natureza, com personagens e histórias muito ricas e imagens deslumbrantes que compõem um produto finalizado com muito esmero. Esse é um tópico que abre espaço para novas pesquisas no futuro com base na perspectiva de um aumento da presença do *branded content* nos perfis do *Estadão* no Instagram e TikTok. Se é uma proposta de modelo de negócio, há a possibilidade de a porcentagem de peças publicitárias da “Blue Studio” chegar a 50% ou até superar essa marca e, dessa forma, descaracterizar a presença jornalística do *Estadão* nas redes sociais.

Outra constatação feita a partir da observação direta foi a de que os profissionais destacados para trabalhar na Editoria de Redes Sociais precisam ser multifuncionais, pois acumulam funções que nas redações do jornalismo televisivo, por exemplo, seriam exercidas por mais de um jornalista. Essa era uma tendência que já vinha transformando o mercado jornalístico, mas, em relação à produção jornalística para redes sociais, torna-se realidade irreversível. O repórter é, simultaneamente, apresentador, pauteiro, produtor, editor e cinegrafista. E o detalhe mais importante é que o smartphone, o mesmo aparelho que encarcerou os hábitos e costumes da sociedade em plataformas, é o instrumento que transforma o jornalista em um “polvo” que “joga nas 11 posições”. Sozinho, com um smartphone nas mãos (se for um iPhone, melhor ainda), ele capta as imagens, grava a própria imagem como apresentador, edita em aplicativos amigáveis com as redes sociais e publica o produto. Há uma economia na contratação de profissionais que não se traduz em melhores salários para o multiprofissional, além da redução de custos com equipamentos. Não será difícil encontrar jornalistas nesses postos de trabalho

que usem o smartphone próprio para executar as tarefas e não um equipamento fornecido pela empresa. Satuf (2015) classifica esse fenômeno de jornalismo móvel: “Um conjunto de práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos” (2015, p.444).

A estrutura da narrativa jornalística e os objetivos precípuos do jornalismo não são comprometidos nas situações estudadas. A primeira engloba as matérias jornalísticas em narrativas audiovisuais especialmente produzidas para atender os padrões de consumo delineados pelas redes sociais. Essas produções ganham elementos do infotainment, porém não perdem a essência jornalística na apuração, produção, redação e edição. A segunda situação envolve as matérias que já foram produzidas para outras plataformas do jornal e são adaptadas para as exigências de apresentação (imagem+legenda) referenciadas em cada plataforma. Essa prática exemplifica dois conceitos: o jornalismo de multiplataforma e a recirculação da notícia (Zaggo, 2014). Como demonstrado pela estratégia analítica quantitativa e qualitativa, no Instagram, por exemplo, há uma incidência muito maior da recirculação da notícia por meio do jornalismo multiplataforma do que a produção de matérias exclusivamente para as plataformas.

Portanto, em relação ao conteúdo e forma, a notícia continua sendo um produto jornalístico, mas não pode ser reconhecida como notícia de jornal ou notícia de TV. Trata-se de um outro produto ainda sem classificação acadêmica e que merece futuros estudos. Porém, a grande questão reside no alcance dessa notícia. As plataformas prometem a globalização da audiência, pois as fronteiras territoriais deixam de ser um obstáculo para a disseminação dos conteúdos. Em tese, esse seria um meio democrático e barato para o jornalismo obter ainda mais audiência e manter o monopólio da mediação social. A presença nas redes sociais é livre, mas o sucesso é pago. Tem mais sucesso todo elemento com potencial para fazer girar o capital, não à toa, as redes sociais oferecem serviços pagos para fazer o algoritmo trabalhar a favor do contratante e impulsionar a audiência das publicações. Essa fórmula não combina com o hábito do consumo noticioso. Jornais nunca pagaram para seus leitores adquirirem as edições, já a publicidade sempre pagou para ser vista. Apesar da pouca quantidade de peças publicitárias entre as publicações do *Estadão* foi possível ver que algumas postagens de publicidade pouco criativas

tinham mais visualizações ou interações do que matérias jornalísticas de peso para a sociedade.

Uma outra questão observada está na falta de espaço viável nas redes sociais para expor o conteúdo de fatos ocorridos diariamente. Para se ter uma ideia, o portal *Estadão* tem uma média de 130 chamadas na homepage, que incluem editorias diversas, colunistas, artigos de opinião e os produtos de *branded content* criados pela “Blue Studio”. Com a mesma abrangência temática, o *Estadão* veicula diariamente no Instagram de 16 a 20 publicações e no TikTok são apenas 8 vídeos diários. Significa um estreitamento do gargalo de atuação do *gatekeeper* e uma redução dos temas que farão parte da Agenda Setting. Se, como mostra a pesquisa, há uma tendência à obtenção de informações sobre a sociedade e o cotidiano cada vez mais exclusivamente por meio das redes sociais, temos um cenário bem desafiador para o jornalismo diante de um pequeno volume de notícias diluídas em um mar de informações com objetivos díspares e difusos.

Os resultados mostram que, embora 84% das publicações analisadas mantivessem caráter jornalístico, a lógica de visibilidade das plataformas influenciou a definição de pautas e formatos, favorecendo conteúdos de maior potencial de engajamento. Essa adaptação implicou na hibridização das funções jornalísticas e na incorporação de estratégias próprias do marketing digital, ainda que preservando elementos essenciais como o *lead*, a pirâmide invertida e critérios clássicos de noticiabilidade. Verificou-se também que a produção audiovisual voltada às redes sociais favoreceu a conexão com públicos jovens (gerações Z e Alpha), mas reduziu a diversidade temática e a profundidade informativa em relação ao portal do jornal.

A presente pesquisa suscita atualizações posteriores, bem como abre caminhos para ampliar o debate tomando outros recortes. As investidas da empresa *Estadão* em busca da sustentabilidade financeira em um modelo de negócios sustentável não se encerraram com as mudanças a partir de 2023. Em 2024, na redação, havia uma promessa de novidades para a celebração dos 150 anos em 2025. Ao chegar o 4 de janeiro de 2025, uma postagem comemorativa no Instagram avisava:

A intenção é intensificar conteúdos que ajudem os usuários a tomarem decisões - sejam ligadas à economia, educação e saúde, ou mesmo a escolha de um carro ou do melhor panetone. São mais materiais direcionados às diferentes plataformas digitais,

com linguagem própria, mas sem abrir mão do rigor do *Estadão* em divulgar informações.

A mensagem de aniversário identifica a empresa *Estadão* como um *hub* de notícias e um *player* relevante na ótica dos negócios. A plataformação da sociedade é um processo em curso, assim como a reconfiguração do jornalismo.

Retomamos aqui a questão central da nossa pesquisa, cujo objetivo era o de verificar o quanto os fundamentos normativos do jornalismo praticado no Brasil estariam em xeque ao transpor o jornalismo para as redes sociais, tendo por base o estudo de caso da presença do *Estadão* nas redes sociais digitais Instagram e TikTok, que precisou adaptar a experiência de 150 anos às lógicas próprias das plataformas. Seria uma ressignificação das práticas jornalísticas de outrora?

De fato, seja a transposição da notícia para as narrativas características das plataformas, configurando a recirculação da notícia (Zaggo, 2014), ou a formulação da notícia diretamente para as plataformas por meio das ferramentas do Instagram ou do TikTok, há uma submissão do “produtor de conteúdo jornalístico”, no caso o *Estadão*, às lógicas produtivas das plataformas, o que altera sensivelmente o conteúdo e o processo produtivo, afetando em maior ou menor porcentagem os fundamentos normativos da profissão, podendo reconfigurar o ethos jornalístico, principalmente por provocar uma hibridização entre as funções de um repórter e do criador de conteúdo (Creator).

Há uma reconfiguração clara das funções do *gatekeeper* sob influência dos algoritmos, das trends (tendências em alta) e métricas de engajamento, bem como da proposição da pauta do dia voltada para a veiculação de notícias nas plataformas estudadas. Qualquer investida na necessidade de manter o jornal competitivo será influenciada pelos parâmetros das lógicas da plataformação da informação.

Sobre as hipóteses levantadas, verificamos que:

- a) Confirmou-se a hipótese de que a lógica de visibilidade das redes sociais exerce influência negativa sobre a capacidade de o jornalista definir uma pauta de acordo com critérios próprio da profissão, se tornando refém de um plano de conciliação entre os postulados profissionais e os propósitos das plataformas, quando o objetivo é conquistar audiência;
- b) Os critérios de noticiabilidade inerentes ao jornalismo se fundem aos interesses por um crescimento nas métricas de engajamento, resultando

em um produto específico para as redes sociais, ainda que mantenha características fundamentais da notícia, tais como o *lead* e a pirâmide invertida;

- c) O uso das narrativas de sucesso nas plataformas cumpre o papel de conexão com gerações jovens e estabelece uma comunicação bem-sucedida com segmentos distantes do público original do *Estadão* impresso. Pode-se considerar uma boa estratégia para conquistar e fidelizar leitores das gerações Z e Alpha, porém, a própria forma de consumo de informação à qual essas gerações estão habituadas já consolidou a reconfiguração nas formas de endereçamento, primeiro por dispensar a notícia impressa, e de afunilamento, por abolir o hábito de gerações anteriores que buscavam um resumo das principais notícias do dia nas homes de portais noticiosos. O esforço para conquistar jovens tende a restringir a pauta do dia também em função de buscar os jovens em plataformas com espaço restrito em relação aos portais de notícias;

d) Os gêneros e formatos jornalísticos classificados e catalogados de acordo com as premissas de José Marques de Melo e Francisco Assis (...) foram identificados nas peças analisadas publicadas pela empresa jornalística. Porém, carecem de estudos mais direcionados para a nova realidade capazes de gerar uma nova gama de classificações mais específicas levando em consideração o fenômeno em curso e a constante inovação nesse tipo de produção jornalística sob influência de novas diretrizes colocadas pelas normatizações das plataformas de redes sociais digitais;

e) Entendemos que o exemplo do *Estadão* mostra que direcionar a produção jornalística pode configurar uma saída - entre tantas outras que possam ser aproveitadas nessa etapa da Revolução Tecnológica - para a crise do jornalismo, principalmente diante da proposta da empresa que contempla a exploração de um novo modelo de negócios dentro da lógica das plataformas. Reafirmamos aqui a preocupação com as implicações futuras do novo modelo de negócios formatado pelo *Estadão* por meio da Agência Blue Studio, caso o espaço dedicado ao produto catalogado como *branding content* seja maior do que o destinado ao objetivo fim do *Estadão*, que é a notícia.

Entre os objetivos de nossa pesquisa, ressaltamos a contribuição para os estudos sobre os caminhos que o jornalismo está construindo pela sobrevivência como fonte de informações fidedignas e atraentes entre as gerações Y ou Millennials (1981 e 1996) e Z (1997 e 2012) e ainda a Alpha, nascidos a partir de 2013, cujo desenvolvimento está completamente imerso na tecnologia digital, e que não reconhecem o celular como um aparelho que pode completar ligações para conversas estabelecidas expressamente por meio de áudio. A preocupação com a sobrevivência do jornalismo como importante mediador e ponto de reflexão da sociedade reside no fato de que é urgente a missão de reter os leitores digitais atuais e cativar uma geração de futuros leitores digitais prestes a se tornar adulta. E que essa missão pode ser estabelecida mediante a presença de jornais de referência nas redes sociais, ainda que resulte em uma produção jornalística tensionada entre exigências simbólicas e técnicas ancoradas pelo ritmo das plataformas.

Reiteramos que a presença do *Estadão* nas redes sociais é, simultaneamente, uma oportunidade de reposicionamento e um desafio à autonomia editorial. A integração de narrativas jornalísticas às lógicas de engajamento das plataformas pode configurar uma via para a sustentabilidade do jornalismo, desde que preservada a missão de informar com rigor e relevância. Contudo, o crescimento da participação do *branded content* sinaliza um ponto de atenção para o equilíbrio entre interesse público e interesse comercial. Nessa trajetória não há como traçar um retorno ao nostálgico modelo do jornalístico moderno, mas reconhecer que o jornalismo é um campo que historicamente negocia constantemente a legitimidade sob pressões de múltiplos aspectos e origens.

Referências Bibliográficas

ACERVO ESTADÃO. Disponível em:

https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1920.shtm.

Acessado em 08 ago. 2023.

ACERVO ESTADÃO. Disponível em:

https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1930.shtm.

Acessado em 19 out. 2024.

ACERVO ESTADÃO. Disponível em:

https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1940.shtm.

Acessado em 08 ago. 2023.

ACERVO ESTADÃO. Disponível em:

https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1940.shtm.

Acessado em 08 ago. 2023.

ACERVO ESTADÃO. Disponível em:

https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1940.shtm.

Acessado em 08 ago. 2023.

ACERVO ESTADÃO. Disponível em:

https://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1960.shtm

AGUIAR, L. Entretenimento: valor-notícia fundamental. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano V - n.1 p.13 - 23 jan/jun 2008 disponível em:

<https://doi.org/10.5007/1984-6924.2008v5n1p13>, acesso em 20/03/2020.

_____. A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. In: RODRIGUES, C. (org.). **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2009.

AGUIAR, L.; BARSOTTI, A.(org.). **Clássicos da Comunicação: os teóricos, de Peirce a Canclini**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2017.

ALCURE, L. **Telejornalismo em 12 lições**. Televisão, vídeo, internet. Rio de Janeiro, Senac Nacional, 2011.

AMÉRICO BRASILIENSE (Político). In: **WIKIPÉDIA**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Am%C3%A9rico_Brasiliense_\(pol%C3%ADtico\)&oldid=69434917](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Am%C3%A9rico_Brasiliense_(pol%C3%ADtico)&oldid=69434917)>. Acesso em: 13 fev. 2023.

ANUÁRIO DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA. **Estadão lança “Estadão Blue Studio”**. Disponível em:

<https://portal.megabrasil.com.br/anuario/noticias/ler/2738/estadao-lanca-estadao-blue-studio>

AQUINO, M. A. **Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968-1978): O exercício cotidiano da dominação e da resistência O Estado de São Paulo e Movimento**. Bauru: EDUSC, 1999.

ARQUIVO NACIONAL (Brasil). Centro de Referências de Acervos Presidenciais. **Manoel Ferraz de Campos Salles**. Disponível em: <http://presidentes.an.gov.br/index.php/arquivo-nacional/60-servicos/registro-de-autoridade/89-campos-salles>. Acessado em 13 fev. 2023.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Divisão de Acervo Histórico**. Disponível em: <https://app.al.sp.gov.br/acervohistorico/sobre-o-acervo/>

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Divisão de Acervo Histórico. **As ruas paulistas e o Legislativo paulista no Século XIX**. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=261237>. Acessado em 6 fev. 2023.

ASSUNÇÃO, P. A cidade de São Paulo no século XIX: ruas e pontes em transformação. **Histórica. Revista on-line do Arquivo Público do Estado de São Paulo**. Ano 10, no. 2, maio de 2006. Acessível em: www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao10/materia03/texto03.pdf. Consultado em 6 fev. 2023.

AURA MARKETING. **Quais são os formatos de conteúdo mais consumidos pelos brasileiros?** Juiz de Fora, 2024. Instagram: @marketing.aura. Disponível em: <https://www.instagram.com/marketing.aura/p/C455pv7ONXb/?locale=zh-TW&hl=am-et>. Acesso em 9 abr. 2024.

BAHIA, J. **Jornal, História e Técnica**. História da Imprensa Brasileira. 4 ed. São Paulo: Ática, 1990.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARBOSA, M. Comunicação e história: presente e passado em atos narrativos. **Comunicação, Mídia e Consumo** (São Paulo. Impresso). v.6, p.11 - 27, 2009.

_____. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis. RJ. Vozes, 2013.

_____. **História Cultural da Imprensa: Brasil 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. Jornalismo popular e o sensacionalismo. In: Verso e Reverso. **Revista de Comunicação**, nº 39, jan-2005.

BARBOSA, M.; RIBEIRO, A. P. G.(org.) **Comunicação e História – Partilhas Teóricas**. Florianópolis: Ed. Insular, 2011.

BARSOTTI, A. **Uma história da primeira página: do grito ao silêncio no jornalismo em rede**. Florianópolis: Ed. Insular, 2018.

BARSOTTI, A.; AGUIAR, L. Mudanças nos modos de leitura das notícias e perda de importância da homepage. **Revista Alceu** – v.18 – no 36 – p 122 a 141 – jan/jun/2018.

BARSOTTI, A. As máquinas não param: o jornalismo em rede na era da convergência de redações. **Revista Líbero**, Ano XXI - No 41 JAN. / JUN. 2018. Disponível em:

<https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/950>.

Acessado em 26 jun. 2023.

BELL, E.; OWEN, T. A Imprensa nas Plataformas: como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. In: Bell, E.; Owen, T.; Brown, P.; Hauka, C.; Rashidian, N. A Imprensa nas Plataformas: como o Vale do Silício Reestruturou o Jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM/CJR**: julho/dezembro, 2017.

BERGER, P. L; LUCKMANN, T. **A Construção Social da realidade**. 36^a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. **Indústria Cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

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

_____. **Contrafogos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BUTCHER, I. 86% de crianças e adolescentes usuários de Internet possuem perfil em redes sociais digitais. **Mobile Time**, maio 2023. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/03/05/2023/86-de-criancas-e-adolescentes-usuarios-de-internet-possuem-perfil-em-redes-sociais/>. Acessado em: 22 dez. 2024.

CAFARDO, R. **Estadão faz 150 anos e mira investimentos em formatos e conteúdos para ampliar sua presença no País**. 04 jan. 2025. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/150-anos/todo-o-futuro-pela-frente/estadao-faz-150-anos-e-mira-investimentos-em-formatos-e-conteudos-para-ampliar-sua-presenca-no-pais/?srsltid=AfmBOooqg7np72Nb6FKzImt8PS7HkPaRGpZpcucMiWydUoYlgbwmkOnB>

CAMARGO, C. O meio é a mensagem: a globalização da mídia. In. MARTINS, A. L.; Luca, T. R. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Ed. Contexto, 2013.

CAPELATO, M. H.; PRADO, M. L. **O Bravo Matutino**: Imprensa e ideologia: o jornal O Estado de S. Paulo. São Paulo: Editora Alfa-Omega, 1980.

CAREY, J. W. Comunicação como cultura: ensaios sobre mídia, tecnologia e sociedade. Organizadores: Ituassu, A; Rocha, E.; Siciliano, T. 1ª ed. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Loyola, 2022.

CHOMSKY, N. **Mídia**: propaganda política e manipulação. 3ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2018.

CIRCULAÇÃO de jornais cresceu 10% entre 2000 e 2005. **Observatório da Imprensa**. Disponível em:

<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/entre-aspas/circulacao-de-jornais-cresceu-10-entre-2000-e-2005/>. Acesso em 07 jan. 2025.

CITELLI, A. (et al). **Dicionário de Comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.

COELHO, H.; WANDERLEY, G. Junho de 2013, 10 anos depois: família de repórter cinematográfico morto ainda aguarda júri popular. **Portal G1**. Disponível em:

<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/06/05/junho-de-2013-10-anos-depois-familia-de-reporter-cinematografico-morto-ainda-aguarda-juri-popular.ghtml>. Acessado em 22 jun. 2024.

CRARY, J. **24/7**: Capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Ubu Editora, 2016.

DANTAS, T. "Youtube"; **Brasil Escola**. Disponível em <<https://brasilecola.uol.com.br/informatica/youtube.htm>>. Acesso em 02 de dezembro de 2018.

DEJAVITE, F. A. **Infotainment**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

_____. Infotainment nos impressos centenários brasileiros. Revista: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 5 n. 1 (2008): Informação, entretenimento e espetacularização / Núcleo Temático. Florianópolis, Santa Catarina. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p37>

DESDE junho de 2013, 126 jornalistas sofreram agressão. **Revista Exame**. Disponível em: <https://exame.com/brasil/desde-junho-de-2013-126-jornalistas-sofreram-agressao/>. Acessado em 12 dez. 2023.

DIGITAL GLOBAL 2024. **DataReportal**. Disponível em: <https://datareportal.com>. Acessado em 23 nov. 2024.

‘DROPS Estadão’ completa dois anos e investe em interação. **O Estado de São Paulo**. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/drops-estadao-completa-2-anos-e-investe-em-interacao/>. Acesso em 11 ago 2023.

DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DUPAS, G. **Ética e poder na sociedade da informação**: de como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Ed. UNESP, 2001.

EGYPTO, L. O jornalismo na internet. **Observatório da Imprensa**. Feitos & Desfeitos. Jornal de Debates, edição 687. 27 de março de 2012. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/ed687-o-jornalismo-na-internet/>. Acesso em 13 de nov. 2024.

ESPÍRITO SANTO, M.O.; DINIZ, E.H.; RIBEIRO, M.M. Movimento passe livre e as manifestações de 2013: a internet nas jornadas de junho. In: PINHO, J.A.G., (ed). **Artefatos digitais para mobilização da sociedade civil**: perspectivas para avanço da democracia [online]. Salvador: EDUFBA, 2016, pp. 141-167.

‘ESTADÃO DROPS’ alcança 3 milhões de visualizações. **O Estadão**. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/economia/estadao-drops-alcanca-3-milhoes-de-visualizacoes/>. Acesso em 11 ago 2023.

FERREIRA, P. H. Qual a diferença entre branded content e brand publishing? **Revista Meio e Mensagem**, 18 de outubro de 2023. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/opinioao/qual-a-diferenca-entre-branded-content-e-brand-publishing>.

FONSECA Jr, W. C. Análise de conteúdo. In. DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas. 2011.

FRANCISCATO, C. E. Jornalismo na Internet: trajetória, características e transformações. São Paulo: Paulus, 2005.

FOUCAULT, M. **A ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 23ª ed, 2013.

_____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 2007

_____. **Dois ensaios sobre o sujeito e o poder**. Acervo Casa Sueli Carneiro. Disponível em: https://acervo.casasuelicarneiro.org.br/item/arquivo/asc_003164

FIDALGO, A.; CANAVILHAS, J. Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In: **Jornalismo on-line: modos de fazer**. (Org.) RODRIGUES, C. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, Editora Sulina, 2009.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GRILLO, C. Jornais do país crescem 69% nos anos 90. **Folha de S. Paulo**. Edição de 15 de junho de 2000, Brasil. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1506200017.htm#:~:text=Entre%201990%20e%201999%2C%20a,era%20de%204.276.000%20exemplares.Acessado> em 4 dez. 2024.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**: fundamento da Ciência dos jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis, RJ. Vozes. 2011.

HALL, S. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Editora Apicuri, 2016.

INSTAGRAM e a preferência por vídeos: o que muda? – **Recstory** 30 de ago. de 2021. Disponível em: <https://www.recstory.com.br/post/instagram-e-a-preferencia-por-videos-o-que-muda-recstory>. Acesso em 8 ago. 2022.

ITUASSU, A.; LIFSCHITZ, S.; CAPONE, L.; MANNHEIMER, V. De Donald Trump a Jair Bolsonaro: democracia e comunicação política digital nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, e 2018, no Brasil. Comunicação. Grupo de Trabalho Internet e Política. **VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA)**, realizado de 15 a 17 de maio de 2019. Brasília. Disponível em: https://5261494b-fd6a-473d-a4fe-6d08a2ce52e2.filesusr.com/ugd/15ae15_028226d7abed4742b74b7d7bfb8159b7.pdf. Acesso em 22 jan. 2024.

ITUASSU, A. Digital media and public opinion in Brazil after Trump 2016. **Revista Open Democracy**. Dezembro/2019. Disponível em: <https://www.opendemocracy.net/pt/opiniao-publica-no-brasil-depois-das-campanhas-de-trump-e-bolsonaro/>. Acesso 09 jan. 2025.

ITUASSU, A. As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo. **Interesse Nacional** (n. 66) julho/setembro 2024 Ano 17, pp. 23-29. Disponível em: <https://interessenacional.com.br/as-midias-digitais-e-a-democracia-no-brasil-contemporaneo/>. Acesso em 24/7/2025

ITUASSU, A.; PECORARO, C.; CAPONE, L.; LEO, L.; MANNHEIMER, V. Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: uma abordagem qualitativa para o estudo de percepções de profissionais de campanha. **Rev. Ciênc. Sociais DADOS**, Rio de Janeiro, vol.66 (2): 2023, pp. 1-30. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/TwCX5jx4C48ZrNyRB9VSPtn/?lang=pt>. Acesso em 9 jan. 2024.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

_____. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. In **Líbero**, volume 6. no11. 15/04/2004. p. 4 a 15.

_____. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

KNACK, D. **Ditadura e corrupção**. A Comissão Geral de Investigações e o confisco de bens de acusados de enriquecimento ilícito no Brasil: 1968-1978. Rio de Janeiro: Santa Cruz. 2018.

KUNCZIK, M. **Conceitos de Jornalismo – Norte e Sul**: Manual de Comunicação. 2ª ed. 1 reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2022.

MAGALHÃES, M. A imprensa disse sim ao golpe. **Observatório da Imprensa** (Marcha do Tempo), 2014. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/marcha-do-tempo/ed792-a-imprensa-disse-sim-ao-golpe/>. Acessado em 18 out. 2023.

MANUAL DA FOLHA DE S. PAULO. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_f.htm

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 7ª ed. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MARTINS, A. L.; LUCCA, T. R. de. **História da Imprensa no Brasil**. 2. ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

MARTINS, E. **Manual de Redação e Estilo O Estado de S. Paulo**. 3ª ed. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MATTERLART, A; MATTERLART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Ed. Loyola. 2012.

MAUÉS, F. **Livros contra a ditadura**: Editoras de oposição no Brasil - 1974-1984. São Paulo: Publisher Brasil, 2013.

McLUHAN, M. Automação: aprendendo a ganhar a vida. In: _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 2005, pp. 388-403.

_____. Telégrafo: o hormônio Social. In: _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 2005, pp. 276-289.

_____. O Meio é a Mensagem. In: _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 2005, pp. 21-37.

MEILI, A. M. O audiovisual na era Youtube pro-amadores e o mercado. **Sessões do Imaginário** - ano XVI n25 I 2011/1.

MELO, J. M. de; ASSIS, F. de (org.). **Gêneros Jornalísticos: estudos fundamentais**. São Paulo: Edições Loyola, 2020.

MELO, J. M. de; ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom** - RBCC. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/?format=pdf&lang=pt>

MEMÓRIA O GLOBO. Disponível em: <https://memoria.oglobo.globo.com/erros-e-acusacoes-falsas/apoio-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-12695226>. Acessado em 10 jan. 2024.

MENINO ganha uma fortuna a fazer avaliações a brinquedos. **Correio da Manhã**. Edição de 4 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://www.cmjornal.pt/cm-ao-minuto/detalhe/menino-ganha-uma-fortuna-a-fazer-avaliacoes-a-brinquedos>. Acessado em: 13 jun. 2022.

MOLINA, M. M. Era assim, letra por letra. *Jornal de Debates*, ed. 672, **Observatório da Imprensa**, 2011. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed672-era-assim-letra-por-letra/>. Acessado em 5 nov. 2023.

MORIN, E. **Cultura de Massas no Século XX**. Volume 1: Neurose. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

NASPOLINI, R. As Primeiras Faculdades De Direito: São Paulo e Recife. Florianópolis: **Portal Jurídico Investidura**, 2008. Disponível em: <https://investidura.com.br/artigos/historia-do-direito/as-primeiras-faculdades-de-direito-sao-paulo-e-recife/> Acesso em: 06 fev. 2023.

NEVEU, É. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NOELLE-NEUMANN, E.A **Espiral do Silêncio**. Opinião Pública: nosso tecido social. Florianópolis, SC: Estudos Nacionais, 2017.

ONG, W. A escrita reestrutura a consciência. In:_____. **Oralidade e Cultura Escrita**. Campinas: Papirus, 1999.pp. 93-134.

PACETE, L. G. Brasil perdeu oito jornais em 6 anos. **Meio & Mensagem**, 2015. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/brasil-perdeu-oito-jornais-em-6-anos>. Acesso em 7 jan.2025.

PALACIOS, M.; MACHADO, E. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: UFBA/Labjor, 2003.

PARTERNOSTRO, V. Í. **O Texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PAZ, H. Crime branco, mão negra: o racismo e o despreparo da imprensa ao lidar com o ataque a tiros em duas escolas em Aracruz. **Revista Nexo**. Disponível em: <https://pp.nexojornal.com.br/opiniaao/2022/12/05/crime->

[branco-mao-negra-o-racismo-e-o-despreparo-da-imprensa-ao-lidar-com-o-ataque-a-tiros-em-duas-escolas-em-aracruz](#)

PENA, F. **1000 perguntas sobre Jornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

PERUZO, C. M. K. Observação direta e pesquisa-ação. In. DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas. 2011, pp. 125-145.

PILAGALLO, O. **História da Imprensa Paulista**. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

PINTO, A. E. S.; PONTES, J. A. V. **1932: o Brasil se revolta**. O Caráter Nacional de um Movimento Democrático. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2004. História da Imprensa Paulista.

QUEIROZ, C. Memória das letras. Primeiras oficinas tipográficas da cidade de São Paulo foram criadas por advogados e políticos. **Revista Pesquisa Fapesp**, On-line. Edição 270, ago 2018. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/memoria-das-letras/>. Acessado em 13 fev. 2023.

REIMÃO, S. **Repressão e resistência**. Censura a Livros na Ditadura Militar. São Paulo: Edusp/Fapesp. 2011.

RELATÓRIO da OCDE mostra que brasileiros são os piores em identificar notícias falsas. **Jornal da USP**, 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/relatorio-da-ocde-mostra-que-brasileiros-sao-os-piores-em-identificar-noticias-falsas/>. Acesso em 19 jan. 2025.

RELATÓRIO DIGITAL GLOBAL 2024. Disponível em <https://datareportal.com/>. Acesso em 7 jan. 2024.

ROMANCINI, R. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

RODRIGO MARTINS [página do LinkedIn]. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/rodrmartins/>. Acessado em 10 ago 2023.

RODRIGUES, C. **Mídia Ninja**. Narrativas jornalísticas em disputa. Florianópolis: Insular, 2018.

SANTOS, R. E.; ROSSETTI, R. **Humor e Riso na cultura midiática**. São Paulo: Paulinas. 2012.

SCHMIDT, L. Vídeo é o formato preferido dos brasileiros nas redes sociais, segundo pesquisa. **Mundo Conectado**. Publicação de 13 de dezembro de 2023. Disponível em: <https://www.mundoconectado.com.br/redes-sociais/pesquisa-redes-sociais-video-brasileiros/>. Acessado em 20 de dez. 2023.

SHOEMAKER, P. et al. Os leitores como gatekeepers das notícias online. **Brazilian Journalism Research**, v.6, n.1, p. 58-83, 2010.

SILVA, G.; SILVA, M. P. da; FERNANDES, M. L.(org.). **Critérios de Noticiabilidade**. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, V. A. T. da. "**Notícias do Rio**": a intervenção no jornal O Estado de S. Paulo e a autolegitimação do Estado Novo (1939-1945). 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-23072012-085317/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

SEVERIANO, M. **Nascidos para perder**. História do Estadão, jornal da família que tentou tomar o poder pelo poder das palavras - e das armas. Florianópolis: Insular, 2012.

SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. 4ª edição (atualizada). Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOLOSKI, J. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. p. 91-100.

SRNICEK, N. **Platform capitalism**. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press, 2016.

TEIXERENSE, P. I. **A invenção do inimigo**. História e memória dos dossiês e contradições da ditadura militar brasileira (1964-2001). Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2022.

TEÓFILO, J. "A grande imprensa foi muito mais colaboradora do que opositora da ditadura", diz historiador. Entrevista concedida a Juliana Sayuri. **The Intercept Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2020/07/17/entrevista-a-grande-imprensa-foi-muito-mais-apoiadora-e-colaboradora-do-que-opositora-da-ditadura-diz-historiador/>. Acessado em 10 out. 2023.

TRAQUINA, N. **Teoria do Jornalismo** - Porque as notícias são como são - Volume I. Florianópolis: Insular, 2 ed. 2005.

_____. **Teoria do Jornalismo** - A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional – Volume II. Florianópolis. Insular, 2 ed. 2008.

TUCHMAN, G. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. p. 61-73.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M.; **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford University Press. 2018.

VAN DIJCK, J. A Sociedade da Plataforma. **Revista Digilabour**. Disponível em <https://digilabour.com.br/pt/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acesso em 18 dez. 2024.

VEÍCULOS de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. **Portal G1**. <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>

VIEIRA, Í. M. **JB: um paradigma jornalístico**. Memória e identidade em narrativas míticas sobre o Jornal do Brasil. Rio de Janeiro RJ: Autografia. 2020.

WHITE, D. M. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993.

WOLF, M. Os Newsmaking: critérios de importância e noticiabilidade. In: _____. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

YAHYA, H. Jornais impressos: circulação despensa 16,1% em 2022. **Poder 360**, 31 de janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/jornais-impressos-circulacao-despenca-161-em-2022/>. Último acesso em 4 dez. 2024.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YOUTUBE. Youtube para a Imprensa – Site do **YouTube** com dados numéricos sobre a ferramenta <<https://www.youtube.com/yt/about/press/>>. Acesso em 02/12/2018.

ZIMMERMAN, I. Big Techs: até onde vai o poder das corporações que dominam o mercado de tecnologia? **Portal Politize!**, 2021. Disponível em: <https://www.politize.com.br/big-techs/>. Acessado em: 12 de jun. 2021.

Apêndices de A a Y

Apêndice A:
Tabela 1 - JANEIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalismo X publicidade	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	Patrocinado	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
1 - segunda-feira		FELIZ ANO NOVO	CARTÃO									
	EDITORIAL	EDITORIAL	EDITORIAL									call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Apostador ganhou prêmio na Mega da Virada de 2022, mas não levou o prêmio	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Para pessoas trans, negócio próprio pode ser única oportunidade de emprego	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Japão tem série de terremotos de até 7,6 graus de magnitude	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Papa Francisco critica violência contra as mulheres na primeira mensagem do ano	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	kit de limpeza facial	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Quatro pessoas morrem depois de encontradas mal dentro de BMW em balneário Camboriú	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Novo coringa e furiosa: saiba quais os 15 filmes mais esperados de 2024	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Helicóptero desaparece após sair de São Paulo com destino a Ilhabela	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	regional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mineradores encontram, por acaso, presa de mamute da Era do Gelo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
2 - terça-feira		CAPA										call to action
		EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Se arrepender pode fazer bem à saúde mental: veja as 5 maiores fontes de arrependimento	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Avião pega fogo em aeroporto no Japão após bater em outra aeronave	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Helicóptero com quatro pessoas cai em lago em capitólio, no interior de Minas	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Empresa usa tecnologia e promete cidadania portuguesa e italiana em tempo recorde	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	tecnologia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	MELHORES GINS POR ATÉ R\$ 150	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jovens nem-nem podem reduzir em 10 pontos percentuais potencial de crescimento de PIB em 30 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Exposições em São Paulo: veja um guia dos grandes eventos do ano, de Chaves a Francis Bacon	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mãe do Daniel Alves expõe suposta identidade da mulher que acusa filho de estupro, ela pode ser punida?	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Primeira reitora negra da Harvard renuncia após polêmicas de plágio e antisemitismo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
3 - quarta-feira		CAPA										call to action
		EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Estelionato virar 'crime' da moda no meio militar e se torna principal tema de ações do STM	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lesões escondidas podem atrasar diagnóstico de câncer no couro cabeludo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Causa da morte, investigação: o que se sabe sobre morte de 4 jovens dentro de BMW em Balneário Camboriú	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Purificador de água IBBL FR600 Speciale	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Seguro personalizado e mais acessível.	VÍDEO	rolex	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@kovrseguradora	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Christian Dunker defende em livro-resposta sobre psicanálise	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	saude	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Crise na CBF pode deixar seleção fora do Pré-Olímpico e dos Jogos de Paris-2024	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cuca tem condenação por estupro anulada pela Justiça da Suíça	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Padre Júlio Lancellotti será alvo de CPI das ONGs na Câmara de SP	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Corpo é encontrado em Represa na região onde helicóptero desapareceu em SP	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Telemarketing ainda pode ligar sem o prefixo 0303?	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	SIM	NÃO		
		CAPA										call to action

Apêndice A:
Tabela 1 - JANEIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

4 - quinta-feira		EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	obitúrio: João Carreiro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Menino de 13 anos é o primeiro a vencer o jogo Tetris: 'Não consigo sentir meus dedos'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	ANIVERSÁRIO ESTADÃO - 149 ANOS	IMAGEM	publicidade		anúncio				anúncio		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Réu em caso de agressão salta sobre a mesa de defesa e a bancada da juíza, provocando uma briga envolvendo funcionários do tribunal e advogados	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Conheça o liquidificador Turbo Power da Mondial, eleito o mais vendido na Amazon e Mercado Livre por menos de R\$ 100	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Caso cuca: justiça da Suíça descobre que vítima morreu em 2022	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	Especial BBB 24	BBB24: saiba como vai funcionar	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Alexandre de Moraes diz que golpistas queriam enforcá-lo na Praça dos Três Poderes no 8 de janeiro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vereadores se dizem enganados, retiram apoio e CPI que mira padre Júlio pode não sair do papel	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	FGV lança MBA em ESG e saúde planetária	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	educação	SIM	SIM		promover
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	câmbio de forma descomplicada: economista-chefe do Banco Master ajuda a entender como funcionam as operações de câmbio.	VÍDEO	publicidade	branded content	VODCAST	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@bancomasteroficial:	informar
5 - sexta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Câmeras em uniformes de PMs o que dizem estudos sobre a tecnologia criticada por Tarcísio	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Thammy grava vídeo com padre Júlio e afirma 'Jamais assinaria uma CPI com o nome do senhor'	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
		CAPA										call to action
		EDITORIAL										call to action
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Willis Gibson, o gamer prodígio	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Quem é Mary Donaldson, a próxima rainha da Dinamarca, que era plebéia e não queria ser princesa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro tira foto no Rio com apoiadora parecida com Janja e semelhança viraliza na web	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Quantos litros de água uma bituca de cigarro na praia pode contaminar?	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Três ocorrências com helicópteros em uma semana assustam, mas acidentes estão em queda no país	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	O uso crescente de recursos tecnológicos faz com que líderes da área logística se tornem cada vez mais estratégicos para as empresas	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM	@mobilidadeESTADÃO e Cobli	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Polícia encontra relógio de R\$1 milhão roubado do cardiologista Roberto Kalil	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Júlio Lancellotti diz que Moraes prestou 'apoio e solidariedade' por CPI das ONGs	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Fernando Diniz é demitido do cargo de técnico da seleção brasileira por Ednaldo Rodrigues	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Magnata acusado de tráfico sexual	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	Ilha Anchieta	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS -	PATROCINADO por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ibama tem rombo de funcionários e categoria ameaça fazer greve	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	obitúrio: Zagallo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
		CAPA										call to action
		EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	uso de hidroxicloroquina durante pandemia de covid casou 17 mil mortes nos EUA e países europeus	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		call to action
	anúncio	KIT ESTADÃO E QUATRO RODAS	IMAGEM	publicidade		anúncio	NÚCLEO DE MARKETING		NÃO	NÃO		promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pânico no ar: avião voa de porta aberta por 15 minutos e faz pouso de emergência nos EUA	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar

Apêndice A:
Tabela 1 - JANEIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

6 - sábado	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Frases da lenda. Mítico fora e dentro do campo, Zagallo também colecionou bordões	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Formatura das USP fica sem atração com ida de MC Bin Laden ao BBB 24	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Alasca registra primeiro caso de morte de urso polar pela gripe aviária	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Mãe de filho deixa de seguir Neymar	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		TOP TREND
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Marca histórica: EUA reduzem fila e emitem mais de 1 milhão de vistos para brasileiros em 2023	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA: Conteúdo patrocinado por @itaupersonnalite	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	call to action
7 - domingo	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Sabores da África: conheça o camarões que aprendeu a cozinhar pelo telefone	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	gastronomia	NÃO	NÃO		informar
	CAPA	CAPA	CAPA									call to action
	EDITORIAL	CAPA	EDITORIAL									call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasil ultrapassa pela primeira vez marca de US\$100 bilhões exportados à China	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Atos golpistas: 8 de janeiro completa um ano com mais de 2 mil presos, mas sem punição a menores	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CALHAU	KIT ESTADÃO E QUATRO RODAS	IMAGEM	publicidade		anúncio			anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Elon Musk usa LSD e ketamina colocando empresas em perigo diante de investidores, diz jornal	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA - Instac Mix 21	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Setor de Serviços será motor da economia em 2024, enquanto agronegócios sai de cena	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Parceria com a prefeitura sobre abrir a sua empresa em apenas um dia	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	São Paulo	SIM	SIM	Prefeitura de São Paulo Estadão Expresso	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PM é baleado na cabeça em BH: homem suspeito não voltou à prisão após saída temporária de fim de ano	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro tem responsabilidade inequívoca pelos ataques de 8 de janeiro, afirma Gilmar Mendes	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevista	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vai se aposentar em 2024? Veja o ranking dos 10 melhores países para viver após parar de trabalhar	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Dorival Júnior aceita convite e vai comandar seleção brasileira	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esporte	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	15 livros pra ficar de olho em 2024 - tem inédito de García Márquez e relato do paciente de Freud	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Queda de avião no interior de SP. Vítima atuou como advogado no caso de Marília Mendonça	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar

Apêndice B:
Tabela 2 - JANEIRO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalismoX publicidade	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais?	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
8 - segunda-feira		CAPA EDITORIAL										call to action
												call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O Globo de Ouro 2024 premiou neste domingo, 7, as principais produções das telonas, televisão e streaming do ano passado. 'Oppenheimer' e 'Succession' são os grandes vencedores	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	UM ANO DEPOIS: WhatsApp da cúpula de segurança de Brasília revela omissão e 'apagão' decisivo em 8 de janeiro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	UM ANO DA TENTATIVA DE GOLPE: repórter Wesley Galzo reconstitui como foi cobrir a barbárie golpista do dia 8 de janeiro de 2023 em Brasília.	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - opinativo COLUMNISTA	- Ricardo Basaglia @richbasaglia - Diga adeus à procrastinação -	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	obituario: Beckenbauer	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL: as negociações do mercado foram marcadas pelos ajustes das expectativas de início do ciclo de cortes da taxa de juros americana.	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	- VOLTA ÀS AULAS 30 produtos essenciais.	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaristas tentam reescrever a história de 8/1	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
9 - terça-feira	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Pânico , medo e apreensão: desabafo dos passageiros do voo 1282 da Alaska Airlines. Boeing 737 Max 9	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Explorar politicamente o fato deplorável e igualmente desonesto', diz Ciro Gomes	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		viralizar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	BBB dos endividados' Como elenco Pipoca do BBB 24 representa Brasil que almeja mudar de vida	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
		CAPA EDITORIAL										call to action
												call to action
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Ana Maria Braga cobra Ricardo Nunes após galho de árvore quebrar teto de mansão	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Guarujá começa a apreender aparelhos de som na praia	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Maioria dos brasileiros vê Bolsonaro como responsável pelo 8 de janeiro e defende 'punição legal'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Coreia do Sul aprova lei histórica que proíbe a indústria de carne de cachorro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Casal larga emprego e fatura R\$ 300 mil por mês com venda on-line	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	TOP 3 MELHORES CERVEJAS PURO MALTE PARA ELEVAR O SEU VERÃO	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
10 - quarta-feira	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Susana Vieira confunde etnia com religião	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Violência no Equador	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Queda de fio energizado deixa uma pessoa morta em Moena durante temporal	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO - Gasolina comum, aditivada, premium... Como saber qual é a melhor para o meu automóvel?	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@mobilidadeESTADÃO @BradescoSeguros	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Voa Brasil terá passagens baratas para aposentados e estudantes a partir de fevereiro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Chuva espalha caos em SP no sambódromo	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										call to action
												call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	A geração millennial encontrou uma maneira de comprar casas nos EUA: morar com mãe e o pai	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	MOMENTOS PARA DESLIGAR : 9 formas de dar descanso ao cérebro	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ministros do STF são avisados de que Lewandowski substituirá Dino	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
10 - quarta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jericocoara proíbe o uso de charretes com tração animal	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	ENEM dos concursos	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Supere a ressaca literária e alcance suas metas de leitura com nossa seleção de 8 livros avaliados acima de 4,5/5 pelo público.	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Conheça Emily Pellegrini, modelo criada por inteligência artificial que está conquistando o público na internet	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - MARCAS CONECTADAS TECH- Vinicius Carvalho de Souza, Head de Advertising na @gameoft	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	DISPUTA ELEITORAL EM SP - O prefeito de São Paulo, Ricardo Nunes (MDB), chamou o presidente da Enel São Paulo, Max Xavier Lins, de "mentiroso", classificou a empresa como "irresponsável"	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Qual a força política de Marta em SP? Veja regiões onde ela ajudaria Boulos a tirar votos de Nunes	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lewandowski aceita convite de Lula e sar o novo ministro da Justiça	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Parceria com Prefeitura de S.Paulo - Permissãoários de espaços da Cohab em toda a cidade podem legalizar a situação - programa ajuda a regularizar lojas em núcleos habitacionais	VIDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	São Paulo	SIM	SIM	expresso.ESTADÃO.com.br Prefeitura de São Paulo	promover

Apêndice B:
Tabela 2 - JANEIRO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo Lula decide apoiar denúncia contra Israel por homicídio na Corte de Haia	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
11 - quinta-feira		CAPA EDITORIAL										call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Terceiro dia de temporal com alagamentos e quedas de árvores	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Rombo nas americanas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Inflação fecha dentro da meta do Banco Central após 2 anos de estouro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Samery fala sobre SEQUESTRO DO VOO 375	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - PEREIL - Conheça melhor Gabriel França, diretor de criação da @akqa no nosso Perfil Blue Studio.	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Justiça decide que garoto de 11 anos aprovado no vestibular pode cursar universidade pública	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente Luiz Inácio Lula da Silva confirmou nesta quinta-feira, 11, o ex-presidente do Supremo Tribunal Federal (STF) Ricardo Lewandowski, 75 anos, como novo ministro da Justiça e da Segurança Pública.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Descubra 7 produtos incríveis para realçar e manter seu bronzeado sem se expor aos raios prejudiciais	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Quer parar de fumar, estudo sugere chocolate amargo para ajudar	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Em sua primeira entrevista como técnico da seleção brasileira, Dorival Júnior falou em pelo menos três oportunidades que o País precisa voltar a uma final de Copa do Mundo.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
12 - sexta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo e congresso avaliam tributação de compras de até US\$ 50 para bancar desoneração da folha	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ministro de Lula escondeu Carnaval de agenda e pagou custos de fotógrafo, servidores terão que devolver	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Você parou de ir ao cinema? Muita gente sim; veja por que a retomada do setor é lenta e complexa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Taxa de brasileiros endividados cai pela 1ª vez desde 2019, mas inadimplência bate recorde	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO - VOCÊ SABIA? Embora os automóveis contem com sistemas eletrônicos modernos, sair com o motor aquecido garante mais eficiência.	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@BradescoSeguros[...]	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Presidente do Equador apresenta prisões de segurança máxima no país; facções ainda mantêm 175 reféns em presídios	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Helicóptero desaparecido em São Paulo é encontrado após 12 dias de buscas, diz Polícia Militar	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ministro da Educação planeja mudar o Fies e prevê nova taxa para faculdades	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lavagem nasal não precisa ser realizada todo dia, indica Sociedade Brasileira de Pediatría	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Balneario Camboriú aprova lei para multar usuários de drogas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Leila Pereira dará coletiva sobre o Palmeiras só para jornalistas mulheres	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esporte	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	Praia do Félix e Praia das Conchas	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
13 - sábado	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PROMOVIDA COM UNANIMIDADE: Desembargadora se aposenta após 78 dias no cargo com ganhos de R\$ 37 mil e benefícios	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO ESPECIAL FILMES	5 dicas de filmes e séries para assistir no fim de semana	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pesquisa sobre obrigatoriedade da vacinação infantil contra covid-19 gera polêmica entre entidades	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	MORDIDA OU ARRANHÃO DE GATO: Segundo a Fiocruz, cerca de 50% das mordidas de gatos vão causar uma infecção; saiba o que fazer	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	COLUNA DO ESTADÃO - ROSEANN KENNEDY	Gambás invadem salas do Senado durante o recesso parlamentar	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	coluna	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	LAI CHING-TE VENCE ELEIÇÃO EM TAIWAN	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Boulos e Marta se encontram para acertar chapa em disputa pela Prefeitura de São Paulo em 2024	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cadáveres de ET" encontrados no Peru são bonecos feitos com ossos de animais, diz perito	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	TARSILO DO AMARAL: Claudia Raia viverá a pintora em musical: 'Ela era uma mulher tímida, enigmática, misteriosa'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	★1943-2024+ Morre aos 80 anos Edemar Cid Ferreira, ex-dono do Banco Santos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	A SOCIEDADE DA NEVE: O que aconteceu com os sobreviventes do acidente dos Andes na vida real?	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar

Apêndice B:
Tabela 2 - JANEIRO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

14 - domingo		CAPA EDITORIAL										call to action
												call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jogos de RPG beneficiam crianças e jovens com TDAH e outros transtornos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ministério Público paga supersalários a quase metade dos procuradores estaduais	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	CHUVA BATE RECORDE NO RIO DE JANEIRO	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	NOVA ERUPÇÃO VULCÂNICA NA ISLÂNDIA	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Guia de cuidados com a pele no verão	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Confira as listas dos passaportes mais e menos poderosos do mundo em 2024; veja posição do Brasil	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vini Jr. é o 1º brasileiro da história do Real a marcar 3 gols no Barcelona; time conquista a Supercopa da Espanha	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO -	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA: Resultados da inflação de 2023 aqui no Brasil e nos Estados Unidos. Pela primeira vez desde 2020, a inflação anual brasileira ficou dentro do intervalo da meta do Banco Central.	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	promover
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	BURNIER ANUNCIA VOLTA À TV	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	TEMPESTADES NO RIO: MORADORES FLAGRAM JACARÉS EM MEIO A RUAS ALAGADAS; VEJA	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar

Apêndice C:
Tabela 3 - JANEIRO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	COLLAB?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
15 - segunda-feira	CAPA EDITORIAL												
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Poeta russo Lev Rubinstein, crítico de Putin, morre atropelado aos 76 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO	@ESTADÃOcultura	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ex-chefes da Marinha e Exército usaram convites contestados por empresas para ganhar salários extras	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Eu posso ser horrível, mas o outro cara é péssimo', diz Bolsonaro ao comparar sua gestão com Lula	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jorge Jesus diz que Neymar não gosta do futebol como Cristiano Ronaldo: "Tem mais paixão por outras coisas"	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL: Principais destaques da semana foram os resultados da inflação de 2023 aqui no Brasil e nos Estados Unidos.	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevista	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	NÃO	@itaupersonnalite	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O acerto é pensar a comunidade negra como potência, não só como tragédia" RAEI - SOBRE A MILITÂNCIA NEGRA	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA - MENINO PRODIGIO - Luan Gama, de apenas 11 anos, aluno da rede pública de ensino, participou do quadro Pequenos Gênios	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO RECOMENDA - Creme Cerave	CARROSSEL	publicidade	branded content		redação	economia	SIM	NÃO	SIM	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Os 5 homens mais ricos do mundo ganharam US\$ 14 milhões por hora desde 2020, indica relatório da Oxfam	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Juiza que mandou servir café a preso 'com frio' é homenageada por 'atuação ética e humanizada'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PERIGO NO MAR: Praias de SP têm uma morte por afogamento por dia desde o início do ano; turista some em Bertioiga	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA - ICMS MAIS ALTO	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO	NÃO		informar
16 - terça-feira		CAPA EDITORIAL											call to action
													call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Membros de tropa de elite que matou Bin Laden desaparecem em missão secreta contra houthis	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Virória recorde de Trump em Iowa abre caminho para decisão rápida nas primárias republicanas nos EUA	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lutador de MMA é encontrado morto em favela após tentar recuperar moto roubada; um dos suspeitos é preso	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Você é uma ninguém': Sarah Snook, vencedora do Emmy por 'Succession' conta desaforos que já ouviu	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO RECOMENDA - Copos alternativos ao Stanley	CARROSSEL	publicidade	branded content		redação	economia	SIM	NÃO	SIM	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO PATROCINADO	#familiaridades - anúncio sobre portal de conteúdos do Bradesco Seguros com dicas para a família	IMAGEM + TEXTO	publicidade	anúncio	PUBLICIDADE	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	NÃO	Bradesco	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Abel Ferreira fecha acordo e estende contrato com o Palmeiras até 2025	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	DONALD TRUMP DIZ QUE VAI FECHAR FRONTEIRAS E DEPORTAR IMIGRANTES SE FOR ELEITO: 'SÃO TERRORISTAS'	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA - Alimentos à base de vegetais reduzem risco de doenças cardíacas.	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jamais fiz parte de turminha dentro da Globo e não sou do tipo que bajula os outros, VERA FISCHER ATRIZ	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE CARTEIRA DE MILHÕES com a jornalista @geovanapagel: Tiago Reis @tiagogreis, da Suno, revelou ao E-Investidor, que sua carteira caiu 50% na crise de 2008 e também em 2020.	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevistas	BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO	SIM	@estadaoinvestidor	call to action
17 - quarta-feira	CONTEÚDO PATROCINADO	#familiaridades - anúncio sobre portal de conteúdos do Bradesco Seguros com dicas para a família	IMAGEM + TEXTO	publicidade	anúncio	PUBLICIDADE	PRODUTORA EXTERNA	saúde	SIM	SIM	NÃO	Bradesco	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	LEILA PEREIRA FAZ COLETIVA SÓ COM MULHERES E REBATE CRÍTICAS: 'HOMENS, NÃO SEJAM HISTÉRICOS'	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevista	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL											call to action
													call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Condenados por racismo são proibidos de ocupar cargos públicos em ao menos 6 Estados	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevista	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	NÃO	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	REDAÇÃO NOTA MIL ENEM: Aluna nota mil na redação do Enem: "Tema muito presente para mim como mulher"	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	educação	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	QUADRO FIXO PALADAR - McDonald's retoma com McFish no Brasil	IMAGEM	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	gastronomia	SIM	NÃO	SIM	@paladar	informar
18 - quinta-feira	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	VODCAST - gravado pelo SESI - Sesi-SP tem qualidade reconhecida pelo PISA para Escolas[...]	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevista	PRODUTORA EXTERNA	educação	SIM	SIM	NÃO	@sesi.sp	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Daniel Alves muda versão e alega que estava bêbado para se defender de acusação de estupro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar

Apêndice C:
Tabela 3 - JANEIRO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

17 - quan	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Cavalo-marinho macho dá à luz a mais de 300 filhotes em Santa Catarina	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	meio ambiente	NÃO	NÃO	NÃO		viralizar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA - Extensão da rede de túneis do Hamas	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO RECOMENDA - Cadernos inspirados em meninas malvadas	CARROSSEL	publicidade	branded content		redação	economia	SIM	NÃO	SIM	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA - RECEITA ANULA ISENÇÃO FISCAL A RENDIMENTOS DE PASTORES	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	EXPLORANDO OS BASTIDORES DA EL DORADO, A RÁDIO DOS MELHORES OUVINTES	CARROSSEL	publicidade	anúncio	anúncio			anúncio	anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Não se deixem amedrontar pelos parasitas que vivem às custas do Estado', diz Miley em Davos Meating	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevistas	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	NÃO	@bancosafra	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Criadores de conteúdo de casamento' ganham até R\$ 18 mil para registrar festas com celular; conheça	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
18 - quinta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	REDAÇÃO NOTA MIL ENEM: Conheça método que aluna da rede pública usou no Enem: 'As professoras me ensinaram a argumentar'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	educação	NÃO	NÃO	NÃO		informar
		CAPA											call to action
		EDITORIAL											call to action
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	CONTEÚDO EM PARCERIA com @rolex Expedição Perpetual Planet à Amazônia, da Rolex e da National Geographic.	VÍDEO	publicidade	branded content	reportagem	BLUE STUDIO	meio ambiente	SIM	SIM	NÃO	@rolex	call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	OPERAÇÃO LESA PÁTRIA: Deputado Carlos Jordy é alvo da PF em buscas que miram os atos golpistas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA - Tesouro quer acabar com home office e servidores reclamam de presencial uma vez por semana.	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Hapvida Notre Dame é investigada por se negar a cumprir liminares; empresa nega e diz exercer direito de defesa	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	BATE E VOLTA SP - Hopi Hari inaugura novas atrações	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO RECOMENDA: Caixas de som para festa na piscina	CARROSSEL	publicidade	branded content		redação	economia	SIM	NÃO	SIM	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	OPINIÃO - COLUNISTA - RICARDO CORRÊA: O que une Bolsonaro a Valdemar é o dinheiro, e não é um elogio a Lula que mudará essa realidade	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	economia	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vivia de cigarros, pizza e vinho, GISELE BÜNDCHEN MODELO	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Escritora japonesa admite que Chat GPT escreveu parte de seu livro premiado	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
19 - sexta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VACINA CONTRA COVID-19: CGU conclui que cartão de vacinação de Bolsonaro foi fraudado	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	#ENEM2024 acabou, e agora?🤔	VÍDEO	publicidade	branded content	reportagem	BLUE STUDIO	educação	SIM	SIM	SIM	@senacsopaulo	CALL TO ACTION
		CAPA											call to action
		EDITORIAL											call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	LANÇAMENTO DO GALAXY: Lançamento do Galaxy S24, da Samsung	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Professor da Unesp, acusado de assédio sexual por alunos, é detido; ele nega acusações e diz estar 'em choque'.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pedro Bial acusa Meta de ser cúmplice em propaganda falsa que usa deepfake; empresa diz estar aprimorando combate	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Prestes a fazer 65 anos, Zeca Pagodinho reflete sobre vida e relembra que os pais morreram 'velhos e bebendo'	CARROSSEL C/ASPAS	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	IMAGEM	publicidade	ANÚNCIO	ANÚNCIO	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	NÃO	@bancosafra	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA: SAIBA COMO RENOVAR VISTO AMERICANO	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	REDUÇÃO DA DESIGUALDADE- Um grupo de super-ricos pediu aos governos que aumentassem os impostos que eles mesmos pagam como forma de diminuir a desigualdade.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	COBERTURA BBB 24: Vanessa Lopes apertou o botão de desistência do 'Big Brother Brasil 24'	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SHOW ATRASADO: Madonna está sendo processada por dois fãs por ter começado um show com atraso. Por fãs que tinha que acordar cedo no dia seguinte à apresentação.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Boeing 747 falha no motor e faz pouso de emergência após decolar do aeroporto de miami	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	#ENEM2024 acabou, e agora?🤔	VÍDEO	publicidade	branded content	reportagem	BLUE STUDIO	educação	SIM	SIM	SIM	@senacsopaulo	informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	POR @msdnobrasil Precisamos falar sobre melanoma.🤔	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevista	BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	NÃO	@msdnobrasil	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	FUTURAS RAINHAS DA EUROPA: Rainhas Tiktokers. Próxima geração de monarcas	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		informar

Apêndice C:
Tabela 3 - JANEIRO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

20 - sábado		CAPA EDITORIAL										call to action	
												call to action	
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevista	PRODUTORA EXTERNA		SIM	SIM	NÃO	@mondelez_internacional	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	MANSÃO PARA MINISTROS: STJ prevê gasto de R\$ 950 mil com reparo de casa com piscina para magistrado	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA: PODE NADAR DEPOIS DE COMER?	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE MOBILIDADE: por @BradescoSeguros	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	NÃO	@BradescoSeguros @mobilidadeESTADÃO	CALL TO ACTION
	anúncio	KIT ESTADÃO E QUATRO RODAS	IMAGEM	publicidade	anúncio	anúncio		anúncio		anúncio			CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Uber muda regra e 29 carros saem das categorias Comfort e Black; confira a lista.	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Formando cidadãos globais: @anhembi.morumbi	VÍDEO	publicidade	branded content	reportagem	BLUE STUDIO	educação	SIM	SIM	NÃO	@anhembi.morumbi	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESTADÃO EXPLICA: Quantas vezes você já teve vontade de viajar para o Antigo Egito?	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Banhistas são atingidos por raios na Praia Grande; uma mulher de 60 anos morreu	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar
QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	Especial cobertura: desfiles de moda em Paris com enviada especial	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	moda	SIM	NÃO	NÃO		informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Aluguel subiu até 37% em 2023, 8 vezes mais que inflação; entenda por que e veja onde mais subiu	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO	NÃO		informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Conheça a história do vendedor de frutas que, sozinho, criou um projeto para despoluir um rio	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar	
21 - domingo		CAPA EDITORIAL									CAPA EDITORIAL		call to action
													call to action
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	@enelbrasil, @renergisa e @engiebrasil O que é o mercado livre de energia? com a editora da Broadcast de Energia	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevista	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	NÃO	@itaupersonnalite	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Avenida São João se inspira na Paulista para driblar decadência; como região mudou o último século?	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jovem levou tiro e conta só ter descoberto abala na cabeça após 4 dias: 'Doeu mesmo ao tirar os pontos'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	KIT ESTADÃO E VEJA	IMAGEM	publicidade	ANÚNCIO	anúncio		anúncio		anúncio			CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Presidente da Fifa defende derrota automática em casos de racismo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Debate ao vivo pelas redes sociais. Patrocinado por @dellnobrasil sobre IA	IMAGEM	publicidade	ANÚNCIO	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	"Neurocientistas substituirão psicólogos como químicos fizeram com alquimistas", Neil Degrasse Tyson	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	SÉRIE USP: USP COMPLETA 90 ANOS	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	José Genoíno fala em boicote a 'empresas de judeus'; Conib repudia declaração: 'Antissemita'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA:	CARROSSEL + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	NÃO	@itaupersonnalite	promover
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Ronaldinho Gaúcho surpreende e faz 'bico' como modelo no desfile da marca Kid Super na Semana de Moda de Paris	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	mulher que diz ser filha de Pelé pede exumação do corpo à Justiça após teste de DNA dar negativo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	Prefeitura testa Programa Ruas abertas na Av. São João diante de preocupação com a segurança	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO	NÃO		informar

Apêndice D:
Tabela 4 - JANEIRO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	criado para redes sociais?	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
22 - segunda-feira		CAPA EDITORIAL										
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	ANÚNCIO ESTÁTICO sobre debates promovidos pelo Estadão: Especialistas discutem o novo cenário nacional de oferta de energia renovável	IMAGEM + TEXTO	publicidade		ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@engiebrasil, @enelranding e @renergisa	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VACINA CONTRA A DENGUE - Chegaram ao Brasil as primeiras doses da vacina contra a dengue fornecida pela farmacêutica japonesa Takeda	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Galeria do Rock terá bar, festival e quer abrir todo domingo	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Sucos DETOX e mais 5 modismo de saúde para você não seguir em 2024	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Protetores solares com ativos clareadores	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - DNA DA LIDERANÇA - Fernanda Ribeiro - CEO da Conta Black	VIDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL:	VIDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonallite	informar
	QUADRO ESPECIAL	ESPECIAL SEMANA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA	VIDEO	jornalismo	utilitário	indicador	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO	e-investidor - @ESTADÃOinvestidor -	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jogadores já ameaçam deixar o futebol da Arábia Saudita	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	CENÁRIO MUSICAL: Rick Bonadio diz que Brasil precisa de artista que não seja milimétrico e cause debate	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
23 - terça-feira		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Navrágio na Baía de Todos os Santos: sobe para oito o número de mortos em acidente com barco	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PF vê crime de desobediência do influenciador Bruno Aiub, o Monark, ao criar perfis nas redes sociais após o STF mandar suspender suas contas por desinformação sobre as eleições de 2022	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Como a camisa do Guarani se tornou 'febre' na Coreia do Sul e na comunidade 'farklep'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	A Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood divulgou, nesta terça-feira, 23, a lista completa dos indicados ao Oscar	CARROSSEL + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	#ENEM2024 acabou, e agora? :)	CARROSSEL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	educação	SIM	SIM	@enemsaopaulo	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O senador Davi Alcolumbre (União-AP) enviou R\$ 9 milhões do orçamento secreto para uma obra no município de Santana (AP) que é executada pela empreiteira de propriedade do seu suplente	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O blogueiro Allan dos Santos desmente conspiração de 'infiltrados' de esquerda na manifestação golpista. 'Éra a gente'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	A Apple lançou oficialmente um novo recurso antirroubo para o iPhone	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
24 - quarta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Avião que transportava 65 prisioneiros de guerra ucranianos na Rússia é falso que consumir leite de vaca cause câncer	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA		VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Tempestade solar atinge a Terra e pode provocar desde instabilidade no rádio a mudança da cor do céu	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	meio ambiente	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	BLUE STUDIO: série de entrevistas "Marcas Conectadas Tech". Convidado: Roberto Fabri, VP de Conteúdo da CCXP.	IMAGEM + TEXTO	publicidade			BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM	@estadaoabluestudio	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Desentendimento entre governos de Tarcísio de Freitas (Republicanos) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) pode atrasar obras de túnel do Porto de Santos	CARROSSEL + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Betty Brussel, nadadora canadense de 99 anos, quebrou três recordes em um único dia de competição.	VÍDEO + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Julia Lyandrush, uma garota russa de 15 anos, tenta tornar popular o @palmeiras e sua história do outro lado do planeta.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Achados TECH	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vira-lata caramelo pode ganhar lei que o reconhece como manifestação cultural imaterial	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	Por dentro de um desfile de alta-costura com nossa editora de moda Alice Ferraz	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	moda	SIM	NÃO	@fhits	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Hospital São Camilo, em São Paulo, se negou a realizar a colocação do dispositivo intrauterino (DIU) por questões religiosas	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VIDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo Lula pressiona para colocar Guido Mantega na presidência da Vale	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Forte chuva faz São Sebastião acionar sirene de evacuação por risco de deslizamento e inundação	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Luciana Garbin: Reino das Mulheres: como funciona uma das últimas sociedades matriarcais do mundo	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ramagem é alvo de operação da PF que investiga suspeitos de usar software de espionagem da Abin	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	CONTEÚDO PATROCINADO por @senacsaopaulo. Especial São Paulo em Sintonia	IMAGEM + TEXTO	publicidade		ANÚNCIO	BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
	QUADRO ESPECIAL	ESPECIAL SEMANA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA	VIDEO	jornalismo	utilitário	indicador	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO	e-investidor - @ESTADÃOinvestidor -	informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	HOTEIS HARD ROCK - Projeto bilionário encolhe, muda de gestão e promete R\$ 100 milhões para obras	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar

Apêndice D:
Tabela 4 - JANEIRO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

25 - quinta	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Elenco 'Mestres do Ar', que inclui os indicados ao Oscar Austin Butler e Barry Keoghan, falou ao 'Estadão'. Veja a reportagem completa	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE USP	USP COMPLETA 90 ANOS - Museu do Ipiranga	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	Público comemora aniversário de SP na festa do bolo do Bixiga - cobertura especial	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Gol entra com pedido de recuperação judicial nos EUA: dívida é estimada em R\$ 20 bilhões	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Tribunais do Brasil custam três vezes mais do que a média global e consomem 1,6% do PIB, diz Tesouro	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	USP concede medalha Armando Salles a Júlio de Julho de Mesquita Filho	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
26 sexta-feira	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Quanto litros de água beber por dia? - com base em viralização de vídeo do tiktok	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Salvador é a cidade que o brasileiro mais quer conhecer; veja os 5 destinos mais cobigados	CARROSSEL + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - PALADAR	Qual o melhor cream cheese	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Tribunal da ONU rejeita pedido para Israel parar guerra e pede respeito à Convenção contra genocídio	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Homicídios e roubos caem em São Paulo, mas feminicídios e estupros batem recorde	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Como diferenciar a tristeza de um quadro de depressão? Entenda as diferentes situações	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO ASPAS - Perfil Conheça melhor Ana Alvarenga, Diretora de Criação da Amplan	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO	@vestadabluestudio	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mantega deve divulgar carta e desistir de comando da Vale após ofensiva de Lula a favor de seu nome	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	UM DIA DE TRABALHO NO JAPÃO - Conheça Fernanda Pires (@umapretanojapao) uma das 210 mil pessoas que fazem parte da comunidade brasileira no país.	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com René Simões - treinador de futebol que falou em 2010 sobre Neymar "Estamos criando um monstro"	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
27 sábado	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	NOVA BOLSA [O] O governo federal informou nesta sexta-feira, 26, que pagará bônus de R\$ 200 para estudantes de baixa renda que participarem do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	ANÚNCIO DEBATE AO VIVO: Muito Além da Reforma Tributária: Implicações e Tecnologia como aliada. Transmissão ao vivo pelas mídias sociais do Estadão.	IMAGEM + TEXTO	publicidade			BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
	REPORTAGEM ESPECIAL	Exposição interativa no Shopping Vila Olímpia com obras de Van Gogh, Monet, Da Vinci, e Michelangelo	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	Vídeos de produção própria - Pernilongos: eles preferem certos tipos de pele? Vitamina B impede picadas?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Violência psicológica contra pessoas trans subiu 20% no Brasil: população negra é a mais afetada	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	12 achados no alicrespass para a cozinha	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Fernando Reinach - Por que os hipocôndricos morrem mais cedo? Patologia não é 'traço de personalidade'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	opinião	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Grupo feminista de vereadoras vai à Justiça para obrigar hospital São Camilo a colocar DDI	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	quem vence o duelo entre fones de ouvido com fio e sem fio? - artigo sem assinatura	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	opinião	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	ESPECIAL SEMANA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO	e-investidor - @ESTADÃOinvestidor -	informar
28 - domingo	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo de Minas Gerais decreta situação de emergência por alta de casos de dengue e chikungunya	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Papilomavírus humanos - Meninos de até 14 anos são os que menos se vacinaram contra o HPV	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Gasto de deputado da Alesp com autopromoção mais do que dobra em 2023 e passa de R\$ 3 milhões	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Ativistas atiram sopa contra o quadro da Monalisa no Louvre	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Medvedev vence o seu 1º grand slam na Austrália	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	BBB 24: Vanessa diz 'detesta' quando fis pedem canções em shows; 'Nunca peça música para artista'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	REPORTAGEM ESPECIAL	Cobertura especial : editora de moda #AliceFerraZ @fhits esteve no desfile e conta mais sobre essa "nova moda masculina".	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	moda	SIM	NÃO	@fhits	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	"bookshelf wealth" que, em tradução livre, significa algo como "riqueza de estante"[...]	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	moda	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Um avião de pequeno porte caiu neste domingo, 28, na zona rural de Itapeva, região sul de Minas Gerais. O Corpo de Bombeiros confirmou a morte de sete pessoas no acidente, cinco passageiros e dois tripulantes.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA:	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itapersonalite	promover
29 - segunda	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Segredos de 5 mil anos: DNA antigo revela origem de doenças modernas, como esclerose e diabetes	IMAGEM + TEXTO	jornalismo		notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	KIT ESTADÃO E VEJA	POST	publicidade					anúncio	PUBLICIDADE		promover

Apêndice E:
Tabela 5 - JANEIRO-FEVEREIRO/2024 - SEMANA 5
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
29 - segunda-feira		CAPA										
		EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	vídeo	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Comunidade judaica cobra revisão do governo Lula sobre apoio à denúncia contra Israel por genocídio	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Polícia Federal mira Carlos Bolsonaro em nova fase de operação sobre 'Abin paralelo'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Caravelas-portuguesas com tentáculos 'gigantes' aparecem no litoral de SP e RS. Veja os cuidados	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Vídeos de redes sociais - Joice Hasselmann debocha de operação da PF contra Carlos Bolsonaro: 'TOC, TOC, TOC'	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		viralizar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL:	vídeo	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@titupersonalite	informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Aparência de Neymar em festa de Romário ganha destaque em jornais estrangeiros	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	COMO ESCOLHER UMA CADEIRA DE PRAIA?	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Abin Paralela	vídeo	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista Exclusiva Estadão - Ivete fala sobre ser candidata a hit do carnaval com a música 'Macetando'	vídeo	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
30 terça-feira		CAPA										
		EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	vídeo	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Neuralink faz primeiro implante de chip em cérebro humano, diz Elon Musk	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Morre aos 78 anos Jandira Martini, atriz de 'O Clone' e 'Éramos Seis'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Carlos Bolsonaro compartilha vídeo de sua casa após operação da Polícia Federal	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		viralizar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	ANÚNCIO DEBATE MEET POINT - BLUE STUDIO - Empreendedores no Corne	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Stanley confirma que copos térmicos têm chumbo, mas garante que 'não fica em contato direto com o consumidor'	POST	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vovôcore: Por que a geração Z está se vestindo como avós? Conheça a tendência viral	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	comportamento	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Monibê e Itaim Bibi têm maiores alturas de rubos em São Paulo	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Zema diz que homens brancos, heterossexuais e bem-sucedidos são rotulados de 'carrascos' no Brasil	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Como fazer com que seus filhos larguem o celular?	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	vídeo	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
31 - quarta-feira		CAPA										
		EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	vídeo	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Imagens capturadas pelo telescópio espacial James Webb e divulgadas na segunda-feira, 29, mostram com detalhes inéditos 19 galáxias relativamente próximas da Via Láctea, onde está o planeta Terra[...]	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mercado Livre Arena Pacaembu - Varejista pagará R\$ 1 bilhão para pôr seu nome no estádio por 30 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	ESPECIAL PALADAR: A cozinheira, empresária e apresentadora Paula Carosella recebeu prêmio iBest de Melhor do Brasil na categoria influenciadora de culinária e gastronomia - votação popular e avaliação do júri	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O ex-candidato à presidência da República nas eleições de 2022, o Padre Kelson (PRD) confirmou ao Estadão nesta terça-feira, 30, que é pré-candidato à Prefeitura de São Paulo.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	BBB 24: Wanessa Camargo falou sobre sua rivalidade com Sandy em conversa com Yasmim Brunet	vídeo	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Prefeito do interior de São Paulo cancela carnaval e destina a verba para estrutura de escolas	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	BC corta taxa de juros em meio ponto pela 5ª vez seguida, na primeira reunião de 2024:Selic cai para 11,25% a ano.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Zuckerberg pede desculpas para famílias de vítimas de abuso infantil no Instagram	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO ESPECIAL	ESPECIAL SEMANA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA: Entender qual é o seu perfil de investidor permite tomar decisões mais sábias no mundo dos investimentos. Por isso, fique atento a cada um deles!	vídeo	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOinvestidor	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O empresário Luciano Hang, dono da rede de lojas Havan, foi condenado a pagar uma indenização de R\$ 85 milhões por coagir funcionários a votarem no ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) nas eleições de 2018.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	vídeo	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	CALL TO ACTION
		CAPA										
		EDITORIAL										

Apêndice E:
Tabela 5 - JANEIRO-FEVEREIRO/2024 - SEMANA 5
INSTAGRAM - ESTADÃO

1 - quinta-feira		CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[.]	VIDEO	publicidade	branded content	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[.]	promover	
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	VIOLENCIA NO CENTRO DE SP - Referência em produtos eletrônicos até fora do País, a Rua Santa Ifigênia, na região central, enfrenta crise marcada pela perda de clientes e fechamento de lojas.	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
		CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - MARCAS CONECTADAS TECH - Mauricio Soares	POST	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	POST - Incêndio do Edifício Joelma: 50 anos da tragédia que deixou 187 mortos e uma cicatriz em São Paulo	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
		CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	VIDEO	publicidade	branded content	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	CALL TO ACTION	
		QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Cupons exclusivos da Shoppe para mochilas, materiais personalizados e muito mais, com descontos de até 49%	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
		REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Museu da Fifa diz que camisa verde e amarela foi apropriada por extrema direita e cita Bolsonaro	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		vitalizar
		QUADRO FIXO - DISCOTECA ELDERADO	Está de volta e celebra os 52 anos de 'Harvest', quarto álbum de estúdio de Neil Young.	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
		QUADRO FIXO - ESTADÃO PALADAR	Paola Carosella fala sobre seu papel social e haters na internet.	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	interpretativo	perfil	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
		QUADRO FIXO - ESPECIAL ELEIÇÕES	Entrevista eleições São Paulo - 'Papo com Editor', do Broadcast Político, @tabataamaralsp - Tabata Amaral diz que quer ser prefeita por 8 anos e pede fim da polarização para resolver crolândia	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lewis Hamilton acertou sua transferência para a Ferrari.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	reprodução da análise do Washington Post sobre Trump X Taylor Swift	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
		QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR	CRÍTICAS DE FILMES: Oppenheimer'	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
		QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	ESPECIAL HISTÓRIA: 50 anos: como foi o incêndio no edifício Joelma em São Paulo	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	São Paulo	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[.]	VÍDEO	publicidade	branded content	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[.]	promover		
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Por que a vacina da dengue não é indicada a quem tem mais de 60 anos?	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar	
2 - sexta-feira		CAPA EDITORIAL											
		CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[.]	VÍDEO	publicidade	branded content	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[.]	promover	
		QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Café faz mal? Quais os malefícios do café?	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEOS	saúde	NÃO	NÃO	@ESTADÃOinvestidor	informar
		QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO	CALL TO ACTION	
		CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	PERFIL: Fred Siqueira CCO e co-founder da Ampfy	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM		call to action	
		QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	OFERTA RELÂMPAGO! O iPhone 13 Pro (256GB) volta ao preço da Black Friday na Amazon durante o Saldão do Cliente, que vai até sexta-feira (2). Não é verdade que cientistas tenham descoberto um vírus que transforma pessoas em "zumbis" e que Estados Unidos e China já estariam se preparando para uma nova pandemia.	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
		QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA		VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasil tem mais igrejas e templos do que escolas e hospitais, aponta Censo 2022	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
		QUADRO FIXO - PALADAR	Qual o melhor drinque elatado para o Carnaval?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	VOLTA PARA O PT, TARCÍSIO - governador de São Paulo recebe pedido em cerimônia de comemoração aos 132 anos do Porto de Santos	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		vitalizar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Privatizar presídio abre espaço para o crime', diz Sílvia de Almeida ao criticar decreto de Haddad	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
		QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Cancelamentos de blocos de carnaval em são paulo e números do carnaval de rua de São Paulo	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEOS	economia	NÃO	NÃO	@ESTADÃOinvestidor	informar
		QUADRO FIXO - ESTADÃO - OPINIÃO - COLUNISTA	Justiça da Bahia suspendeu o show do cantor Gustavo Lima na festa da padroeira de Campo Alegre de Lourdes. Cidade está em situação de emergência por causa da seca.Hôg do Fausto	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
		CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[.]	VÍDEO	publicidade	branded content	PRODUTORA EXTERNA		SIM	SIM	@mondelez_internacional[.]	promover	
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Do que Javier Milei precisou abrir mão para aprovar pacote de reformas políticas e econômicas?	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar	
3 - sábado		CAPA EDITORIAL											
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	VAI TER CARNAVAL NA SUA RUA? Buscador de bloco de rua	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
		QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO	CALL TO ACTION	
	anúncio		KIT ESTADÃO E QUATRO RODAS	IMAGEM	publicidade		anúncio		anúncio			CALL TO ACTION	
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Carnaval de São Paulo terá tenda da PM para atender exclusivamente mulheres vítimas de crimes sexuais	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Incêndios florestais no Chile deixam 19 mortos e país decreta estado de emergência	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Patindor brasileiro de 23 anos é encontrado morto no sofá de casa na Suíça	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasil registra mais de 600 amputações de pênis por ano; câncer é o principal motivo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
		REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Torcedor do São Paulo atira garrafa e quebra vidro de ônibus do Palmeira	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		vitalizar
		REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Uma comerciante judia foi vítima de ataque antissemita, em Arraial d'Ájuda, na Bahia.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		vitalizar
		CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[.]	VÍDEO	publicidade	branded content	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[.]	promover	
		NOTICIÁRIO DO JORNAL	Análise do filme Pobres Criaturas em POST carrosel	CARROSSEL	jornalismo	informativo	artigo	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
		QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Pena de morte	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL											
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Relembra trajetória das redes sociais	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO		informar	
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO	CALL TO ACTION		
anúncio		KIT ESTADÃO E VEJA	IMAGEM	publicidade		anúncio		anúncio			CALL TO ACTION		
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Fotógrafo registra o primeiro avistamento de um tubarão-branco recém-nascido	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar	

Apêndice E:
Tabela 5 - JANEIRO-FEVEREIRO/2024 - SEMANA 5
INSTAGRAM - ESTADÃO

4 - Domingo	NOTICIÁRIO DO JORNAL	FACEBOOK 20 ANOS 0 Como os brasileiro susam a maior rede social do mundo?	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	tecnologia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Extinção do maior macaco da história liga alerta para outra espécie	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Chile decreta toque de recolher para conter incêndios que já mataram mais de 60 pessoas	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO -	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA: Principais destaques da semana foram os resultados da inflação de 2023 aqui no Brasil e nos Estados Unidos. Pela primeira vez desde 2020, a inflação anual brasileira ficou dentro do intervalo da meta do Banco Central.	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonalite	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SÃO PAULO CAMPEÃO!	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cientistas brasileiros testam vacina contra cocaína; entenda como funciona	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	NEGÓCIO BILIONÁRIO A Arezzo & Co e o Grupo Soma (Hering) selaram o acordo para criar uma gigante do varejo de moda de R\$ 12 bilhões	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	moda	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Por que ativistas climáticos atacam obras de arte em museus na Europa?	VIDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VIDEO	internacional	SIM	NÃO		informar

Apêndice F:
Tabela 6 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
5 - segunda-feira		CAPA										call to action
		EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Massa de ar vinda da Argentina pode deixar temperatura no Brasil acima de 40°C	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Video de redes sociais - O rapper Killer Mike foi algemado e escoltado pela polícia de Los Angeles na arena Crypto, logo depois de ganhar 3 prêmios	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	- Descubra bases à prova d'água a partir de R\$48	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO PALADAR	- Como é produzido o azeite?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O cantor Milton Nascimento falou, nesta sexta-feira, 2, sobre o processo de adoção do filho, Augusto Kesrouani Nascimento, oficializado em 2017.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Toffoli manda investigar se Transparência Internacional se apropriou de recursos públicos; ONG ainda não se pronunciou	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL: Conteúdo patrocinado por @itapersoonalite	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itapersoonalite	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Corinthians demite Mano Menezes após cinco jogos na temporada; substituído ainda não foi anunciado	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL), usou o discurso de abertura do ano Legislativo para mandar recado direto ao governo do presidente Lula	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Rei Charles III é diagnosticado com câncer, diz Palácio de Buckingham	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR	CRÍTICAS DE FILMES 'Barbie'	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	COMO NASCE UM PENDURICALHO?	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
6 - terça-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Multas suspensas por Toffoli totalizaram R\$ 14 bilhões, e valor deve aumentar com efeito cascata	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo de SP bloqueia acesso a aplicativos em escolas estaduais	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
												call to action
												call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Casal de influencers é exemplo de como internet exalta e depois 'cancela' quem faz sucesso	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - MARCAS CONECTADAS TECH - Entrevista Rebecca McAdam Willets - diretora de Parcerias, Relações Públicas e Engajamento do Consumidor no PokerStars	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM	PokerStars	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pergaminhos de 2 mil anos são revelados com ajuda de IA:	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Praticidade: 5 pochetes para usas no carnaval	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Prevent Senior é alvo de ação que pede R\$ 940 milhões em indenizações : empresa diz que ainda não foi citada	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VÍDEO DE DIVULGAÇÃO - Uma americana e dois homens, sendo um deles motorista e o outro um policial militar do Piauí, foram presos na manhã de segunda-feira, 5, no Aeroporto Internacional de Belém, no Pará, com uma grande quantidade de produtos eletrônicos de última geração dos Estados Unidos.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ex-presidente do Chile Sebastián Piñera morre em acidente de helicóptero	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	CÂNCER DO REI CHARLES III	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	POST - Operação Lava Jato - PGR diz não haver provas de coação no acordo bilionário da J&F	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Arquidiocese de SP abre investigação contra padre Júlio Lancelotti por abuso sexual; sacerdote diz que acusações são falsas	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mãe com câncer terminal lança nas redes sociais música para garantir futuro do filho	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
												call to action
												call to action
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Amanda Graciano - PRESENCIAL OU REMOTO? Espaços de trabalho passam por transformação silenciosa -	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	debates	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA -	Três melhores drinks em lata do carnaval	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION

Apêndice F:
Tabela 6 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

7- quarta-feira	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE CARTEIRA DE MILHÕES: Tiago Reis @tiagogreis, sócio fundador da Suno Research, é o convidado do quarto episódio com a jornalista Geovana Pagel @geovanapagel.	VÍDEO	jornalismo	informativo		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOinvestidor	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	DINHEIRO PÚBLICO. Os ministros do governo Lula adotaram estratégias diferentes para comparecer ao casamento do presidente do Tribunal da União (TCU), Bruno Dantas, em São Paulo.	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Casal sofre ataque homofóbico em padaria em São Paulo.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	CASOS DE CÂNCER	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronológico	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente Luiz Inácio Lula da Silva afirmou nesta quarta-feira, 7, no Rio de Janeiro, que “nenhuma mulher quer namorar um ajudante geral”. (lançamento da pedra fundamental do campus do Instituto Federal do Rio no Complexo do Alemão)	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Diretor-geral da OMS fala em ‘ressurgimento global’ da dengue.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jogar tênis pode ser uma ‘fonte de juventude’, indica estudo	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Luciana Garbin - TIPOS DE DESCANSO	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO:	ANÚNCIO @accamargocancercenter	IMAGEM + TEXTO	publicidade		PUBLICIDADE	PRODUTORA EXTERNA	saúde	SIM	SIM	@accamargocancercenter	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	STALKER DE VOOS ✈ Taylor Swift processará jovem que rastreia os voos de seu jatinho particular. (The Washington Post.)	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Internacional	SIM	NÃO		informar
8 quinta-feira												call to action
												call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO:	ANÚNCIO #B3 - Bora Investir te ajuda a não ter ressaca financeira @b3_oficial	IMAGEM + TEXTO	publicidade		PUBLICIDADE	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@b3_oficial	ANÚNCIO
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	LANÇAMENTO DE PRODUTO GRUPO ESTADÃO @AGRO ESTADÃO AGRO ESTADÃO	CARROSSEL	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	call to action
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	O Ministro da Agricultura, Carlos Fávaro (@carlosbfavaro), abordou temas cruciais para o setor agropecuário brasileiro em entrevista exclusiva ao @AGRO ESTADÃO.	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	call to action
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	ANÚNCIO DA CASA - NOVIDADE @AGRO ESTADÃO	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro é alvo de investigação da PF sobre tentativa de golpe de Estado e terá que entregar passaportes em 24 horas	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carmelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - MARCAS CONECTADAS TECH - Perfil: Jairo Soares Chief Revenue officer da BETC Havas	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM	@ESTADÃObluestudio	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	presidente do PL, partido do ex-presidente Jair Bolsonaro, Valdemar Costa Neto, foi preso em flagrante nesta quinta-feira, 8, por porte ilegal de arma de fogo.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Alvo de operação da Polícia Federal nesta quinta-feira, 8, o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) disse não ter clima para fazer nada. Ele continuará na casa em que passa férias na Região dos Lagos, no litoral do Rio, aguardando as orientações dos advogados.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	A Polícia Federal acredita que o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) teve participação direta na edição da minuta golpista que circulou entre os aliados após o segundo turno das eleições.	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELDORADO	O ‘Discoteca Eldorado’ entra em ritmo de Carnaval: ‘Espelho’, quarto álbum de João Nogueira, em 1977	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro pode ser preso?	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - COLUNA DO ESTADÃO - ROSEANN KENNEDY	Jair Bolsonaro (PL) conversou por telefone com a @colunadoESTADÃO logo após a operação. Roseann Kennedy traz os bastidores da entrevista.	VÍDEO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Ricardo Corrêa - Os principais promotores do bolsonarismo no Brasil atual estão no Supremo Tribunal Federal (STF) e no governo Lula.	VÍDEO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR	CRÍTICAS DE FILMES: ‘Vidas Passadas’	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Deputados da coalizão de partidos liderada pelo presidente argentino Javier Milei, o La Libertad Avanza, apresentaram um projeto de lei para revogar a lei do aborto na Argentina.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	PODCAST No Ritmo da Vida: O escritor e presidente da Academia Paulista de Letras Antônio Penteado Mendonça	IMAGEM	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	CNseg - Confederação Nacional das Seguradoras	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	OPINIÃO - COLUNISTA - Eliane Cantanhêde - A prisão do ex-presidente Jair Bolsonaro tarda, mas não falha e	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	Histórias de Sucesso @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevistas	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	
												call to action
												call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevistas	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	CONSPIRAÇÃO GOLPISTA - Em reunião ministerial do dia 5 de julho de 2022, o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) pediu “reação” contra uma alegada fraude no sistema eleitoral – do contrário, o País viraria “uma grande guerrilha”. [1]	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carmelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION

Apêndice F:
Tabela 6 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

9 - sexta-feira de carnaval	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Suplemento nutricional - Creatina traz benefícios importantes com o avançar da idade	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	MARCO TEMPORAL: O Ministro da Agricultura Carlos Fávaro (@carlosbfbavaro) se posiciona sobre o Marco Temporal	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	QUADRO FIXO - ARTIGO OPINIÃO	Francisco Leali	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	REUNIÃO DO GOLPE - O então presidente Jair Bolsonaro reuniu-se em 5 de julho de 2022 com a alta cúpula do Governo Federal. Segundo vídeo apreendido pela PF no computador do tenente-coronel Mauro Cid, ele questiona o sistema eleitoral brasileiro, diz que vai perder a eleição e clama seus ministros a não se omitirem.[:]	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	'SUPREMO É UM PODER À PARTE' - Em vídeo apreendido pela PF do então presidente Jair Bolsonaro com a alta cúpula do Governo Federal, além de colocar em dúvida a credibilidade do sistema eleitoral brasileiro, o ex-presidente também diz que o STF "às vezes decide tudo fora das quatro linhas".[:]	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	MARCO TEMPORAL: O Ministro da Agricultura Carlos Fávaro (@carlosbfbavaro) fala do Plano Safra Brasileiro	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Michel Temer diz ser contra prisão de Jair Bolsonaro pelo que PF revelou até o momento	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O então ministro da Controladoria-Geral da União (CGU), Wagner Rosário, indicou ser necessário uma junção das Forças Armadas, da CGU e da Polícia Federal para 'fiscalizar' as urnas eletrônicas.[:]	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VAMOS ESPERAR O QUÊ? Em determinado momento da reunião, Bolsonaro cobrou uma ação firme de seus ministros. "Vamos esperar o quê? Todo mundo vai se f*...".[:]	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VOU TER QUE TOMAR PROVIDÊNCIA': Bolsonaro também afirmou que ele teria de tomar providências e alegou que as supostas fraudes nas urnas eletrônicas não atingiram só a disputa para presidente da República, mas também as do Senado e de governadores.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
10 - sábado de carnaval	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VAMOS TER QUE AGIR' - O general Augusto Heleno, então chefe do Gabinete de Segurança Institucional (GSI), disse que vai montar um sistema com a Agência Brasileira de Inteligência (Abin) para monitorar os "dois lados", mas teme que isso vaze.[:]	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	NAMORO DE TAYLOR E A POLÍTICA DOS EUA	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
												call to action
												call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Motorista com deficiência é autuado por dirigir com cabo de vassoura e sem habilitação	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	CALHAU - ANÚNCIO	ANÚNCIO DA CASA - kit Estadão e Claudia	POST	publicidade					anúncio	PUBLICIDADE		promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente Luiz Inácio Lula da Silva vai aumentar a doação de recursos públicos do Brasil à ONU destinada a ações humanitárias de suporte aos refugiados palestinos.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Atleta de 110 anos realiza salto no mundial de esportes aquáticos e chora ao ser homenageado	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ACERVO ESTADÃO ■ Quando o lança-perfume foi efetivamente proibido no Brasil em 1965, o Estadão noticiou "Chega, sem o lança-perfume, o carnaval de 65".	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
11 - domingo de carnaval	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro transfere para general Heleno responsabilidade por plano de espionagem a Lula em 2022	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Psicólogos sabem que pacientes mentem na terapia; confira os motivos mais comuns	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vai ficar em São Paulo no carnaval e quer fugir dos bloquinhos?Veja dicas para aproveitar a cidade	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	carnaval	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bloco Agrada Gregos levou milhares de pessoas ao Parque Ibirapuera neste sábado	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	carnaval	NÃO	NÃO		informar
												call to action
												call to action
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	PRESENTEIE O AMOR COM CRIATIVIDADE!	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O que cientistas descobriram sobre grande terremoto que atingiu área da cidade de São Paulo?	CARROSSEL/ANIMAÇÃO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	anúncio	KIT ESTADÃO E VEJA- kit que reúne o jornal Estadão e a revista Veja.	POST	publicidade					anúncio	PUBLICIDADE		
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Javier Milei abraça Papa Francisco no Vaticano após atacá-lo na campanha	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com a atriz Débora Secco	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar

Apêndice F:
Tabela 6 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

NOTICIÁRIO DO JORNAL	Construção da autoestima começa na infância, mas seus impactos são para a vida toda	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Futebol brasileiro fora das Olimpíadas de Paris	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Homem é preso ao tentar vender violino furtado de 100 anos para o próprio dono em SP	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar

Apêndice G:
Tabela 7 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
12 - segunda-feira		CAPA EDITORIAL										
	REPORTAGEM ESPECIAL	ESPECIAL COBERTURA DO CARNAVAL DE SP. O bloco 'Filhos de Gil', que, desde 2018, anima o Carnaval de São Paulo, desfilou na tarde desta segunda-feira na Vila Mariana.	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	camaval	SIM	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	AGRO ESTADÃO: Entrevista com Carlos Fávaro sobre a relação com o cenário eleitoral	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	A marca de carnes Swift decidiu fazer uma "declaração" de amor para o namorado da Taylor Swift, Travis Kelce	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		TOP TREND
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vazamento de gás interrompe show e trio de Ivete Sangalo é evacuado no carnaval de Salvador	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	camaval	NÃO	NÃO		informar
13 terça-feira de carnaval		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	DESABAFO DE IVETE - Em cima do trio, Ivete Sangalo conversou com os fãs sobre a sequência de problemas técnicos que enfrentou neste Carnaval em que ela completa 30 anos de carreira.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		TOP TREND
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	6 câmeras de ação alternativa à Go-Pro	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - COLUNA ESTADÃO - ROSEANN KENNEDY	Emenda PIX	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com Nasi, vocalista do grupo IRA -	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	AGRO ESTADÃO: O questionamento do marco temporal das terras indígenas acende novos debates.	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Deputados pedem que Tarcísio e Nunes punam Vai-Vai com bloqueio de recursos públicos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mocidade Alegre vence carnaval de São Paulo em 2024	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Carnaval	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Trabalhadores da Disney que se vestem de Mickey e Cinderela querem se sindicalizar para ter direitos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Carlos Pereira. Ato público convocado por Bolsonaro para o dia 25 na Paulista é demonstração de força ou fraqueza?	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
14 - quarta-feira de cinzas		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cristiano Ronaldo revela segredos para manter a boa forma aos 39 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Guitarrista Per Gessle, do Roxette, avalia versões brasileiras de sucessos da dupla. conversa com o @ESTADÃOcultura por videochamada	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Israel divulga vídeo que mostra chefe do Hamas em Gaza fugindo por túnel	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Robson Morelli. MÁ FASE DO CORINTHIANS "Por que o Corinthians não paga seu estádio em Iaquera?"	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Revista Nature publica pesquisa: Amazônia deve entrar em colapso irreversível em menos de 30 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	meio ambiente	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: Pecuaristas mineiros sofrem com efeitos da estiagem	CARROSSEL	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	POST: Viradouro leva o título do carnaval do Rio, o terceiro de sua História	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Carnaval	NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	Especial Cobertura Carnaval - Viradouro comemora o título carnaval	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	Camaval	SIM	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	ESTRUTURA DE PRÉDIO AVARIADO EM PRAIA GRANDE - SP - RECEBE REFORÇO	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	São Paulo	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL STREAMING	Especial - Estreia hoje, na plataforma de streaming Apple TV+, a muito aguardada "The New Look", série histórica sobre Christian Dior e Coco Chanel.	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	moda	SIM	NÃO	@tfthis	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ENTREVISTA: Paul McCartney - exposição itinerante Paul McCartney Photographs 1963-1964: Eyes of the Storm, que apresenta 250 de suas fotos.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional[...]	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional[...]	promover
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	A voz de Ratinho foi manipulada com uso de inteligência artificial	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	famosos	SIM	NÃO		informar
15 - quinta-feira		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Silas Malafaia aluga trio elétrico para ato de Bolsonaro na Avenida Paulista: 'Alguém tem que pagar'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) transferiu R\$ 800 mil para um banco dos Estados Unidos antes de viajar ao país no final de dezembro de 2022	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Um enorme deslizamento de terra em uma encosta deixou uma mansão no sul da Califórnia	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	10 marcas de linguiça Toscana	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Não tem explicação Israel matar mulheres e crianças a pretexto de derrotar o Hamas, diz Lula	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista: Jonathan Glazer - indicado ao Oscar - Zona de Interesse	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELTORADO	DISCOTECA ELTORADO	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB agro ESTADÃO - Embrapa (@embrapa) lança novas variedades de soja: BRS 1056IPRO e BRS 1064IPRO, durante a Show Rural Coopavel	IMAGEM + MATÉRIA	publicidade	branded content	calhau	redação +	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	QUADRO FIXO - SÉRIE (IN) SEGURANÇA PÚBLICA	(IN) SEGURANÇA PÚBLICA - Roubos frequentes no Morumbi fazem comércio fechar a porta mais cedo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	OPINIÃO - COLUNISTA - Ivete Sangalo	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar

Apêndice G:
Tabela 7 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

16 - sexta-feira	QUADRO FIXO - SÉRIE (IN) SEGURANÇA PÚBLICA	- País com a terceira maior população carcerária do mundo (quase 827 mil presos), o Brasil registra também alto índice de egressos de penitenciárias voltando ao sistema prisional por reincidência de crimes.	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Polícia Civil do DF indiciou Jair Renan Bolsonaro por falsidade ideológica, uso de documento falso e lavagem de dinheiro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Policial vestido de uso de pelúcia no dia dos namorados e prende suspeitas de narcotráfico	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Nuvem cogumelo com microexplosão causa estragos no interior de SP	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Líder da oposição russa Alexei Navalny morreu na prisão na Rússia	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	UNIVERSIDADE PARA OS IDOSOS: USP para idosos recebe 8 mil alunos com mais de 60 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB com @AGRO ESTADÃO - Embrapa desenvolve testes rápidos para detectar doenças em soja e mamão	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Sucuri de grande porte desliza pelo Rio da Prata e surpreende banhistas no sábado de carnaval em balneário no Pantanal de Mato Grosso do Sul	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	Brasil	NÃO	NÃO		
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SÉRIE ESPECIAL: OS CAMINHOS DA PROSPERIDADE - Vietnã cresce sem parar e superar pobreza extrema com 'economia de mercado orientada ao socialismo'. País tirou mais de 30 milhões de pessoas da pobreza, de acordo o Banco Mundial	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Quem foi Alexei Navalny, principal opositor do presidente Vladimir Putin	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	TAXA DE GLICOSE - Sociedade Brasileira de Diabetes (SBD), relógios inteligentes que prometem medir o sobe e desce de glicose no sangue não são confiáveis e ainda trazem riscos para os pacientes com diabetes	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
17 - sábado	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	Parque das Néblinas	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	por @cobli_brasil - Gestão de frutas	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	Cobli Plataforma de inteligência em gestão de frutas e Grupo Macor	- ANÚNCIO DE SERVIÇO
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ATO NA PAULISTA - Prefeito de São Paulo, Ricardo Nunes (MDB), diz que vai a ato convocado por Bolsonaro (PL) na Avenida Paulista: 'Preciso ser solidário'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	filho de Gal Costa contesta na Justiça o direito de herança da ex-empresária da cantora, apresentada como a viúva	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	IMAGEM	publicidade	ANÚNCIO	ANÚNCIO	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL anúncio	Futuro incerto para bebês resgatados em Gaza	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cresce o número de crianças e adolescentes que usam mais de um remédio psiquiátrico, mostra o estudo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: Entrevista com José Carlos Vaz sobre mudanças nos títulos de crédito do agronegócio	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL anúncio	Atividade física na adolescência reduz colesterol na idade adulta	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	KIT ESTADÃO E VEJA SAÚDE	IMAGEM	publicidade	anúncio	anúncio				anúncio		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Praia de Ipanema foi considerada a segunda melhor do mundo, de acordo com o Lonely Planet, guia de viagens australiano	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: Fiscais agropecuários intensificam paralisação até nova reunião marcada para 29 de fevereiro	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	pastor evangélico Silas Malafaia declarou que o ato bolsonarista não terá ataques dirigidos ao Supremo Tribunal Federal (STF) "não vou chamar Moraes de ditador de toga como faço nas redes"	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Ação de marketing com matéria em vídeo com produção própria para redes sociais com leitores que amam pets, RELAÇÃO ANIMAU 🐾 "Amor pelos pets: por que nossa relação com animais pode ser até mais forte do que com humanos".	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO	BRANDED CONTENT MARCA ESTADÃO	TOP TREND
	REPORTAGEM ESPECIAL	Um ano de tragédia em São Sebastião. Por que moradores não deixam áreas destruídas pelas chuvas	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	meio ambiente	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	A Agência Espacial dos EUA, a Nasa, anunciou na última sexta-feira, 16, que busca candidatos "sãos e motivados" para participar da próxima missão simulada a Marte.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SEMANA DO INVESTIDOR	SEMANA DO INVESTIDOR: Quais as diferenças entre renda fixa e renda variável. COLLAB ESTADÃO investidor	VÍDEO	jornalismo	utilitário	indicador	NÚCLEO DE VÍDEO	meio ambiente	SIM	NÃO	ESTADÃO investidor	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com O ator e bailarino Amaury Lorenzo, de 39 anos,	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Senado da Austrália aprovou na quinta-feira, 8, um projeto de lei que dá aos trabalhadores o direito de ignorar chamadas e mensagens fora do horário de trabalho sem medo de repercussão.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	KIT ESTADÃO E VEJA	IMAGEM	publicidade	anúncio	anúncio				anúncio	anúncio	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	projeto que proíbe fazer tatuagens e piercings em animais avançou na Assembleia Legislativa de São Paulo (Alesp) e foi aprovado na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ)	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasileira abandona estudos e fatura R\$ 13 milhões com faxina nos EUA. Ela é dona da Fiv5 Star Cleaning, com sedes em Charlotte	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Corinthians se tornou tricampeão da Supercopa do Brasil de futebol feminino	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										

Apêndice G:
Tabela 7 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

18 - domingo	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Netanyahu diz que fala de Lula comparando Israel ao Holocausto é vergonhoso e convoca embaixador	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Homem negro atacado a facada, em Porto Alegre (RS), é preso pela polícia. "Ele é a vítima", gritavam testemunhas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Chuvvas causam alagamentos em São Paulo neste domingo	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Usuários tentam 'hackear' algoritmos de aplicativos de namoro para ter mais sucesso	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Deputados Bolsonaroistas vão apresentar pedido de impeachment de Lula por fala sobre Holocausto	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: Ex-atleta, pedagoga e produtora rural, a presidente do Comitê das Mulheres da Rural relembra a vida e incentiva mulheres no Agro brasileiro.	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Corinthians fica sem goleiro no fim, marca golaço nos acréscimos e busca empate heroico com Palmeiras	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	vídeo	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA		SIM	SIM	@bancosafra	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL:	vídeo	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informativo
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	MORRE ABÍLIO DINIZ, AOS 87 ANOS	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Dino quer que juízes, promotores e militares que cometam delitos sejam demitidos sem direito a salário	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bono interrompe show do U2 para pedir que plateia grite o nome de Alexei Navalny - Vídeo de divulgação	vídeo	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar

Apêndice H:
Tabela 8 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	criado para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
19 - segunda-feira		CAPA										
		EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Você costuma dar as mãos para quem ama? Existe alguma razão biológica para isso fazer parte das relações pessoais em tantas culturas? [?]	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Celulares resistentes à água por até R\$ 1 mil	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	(IN) SEGURANÇA - PCC e CV se infiltram no poder local para capturar contratos milionários das prefeituras	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - DNA DA LIDERANÇA - Entrevista com o executivo José Ramos, diretor da Azul Conecta	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO		
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL:	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonalitie	informativo
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Israel diz que presidente Lula é persona non grata no país até se retratar por declarações sobre o Holocausto	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	Depoimentos de personalidades, empresários e executivos sobre Abílio Diniz	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Terraplanista brasileiro vai à Noruega para ver fenômeno solar que mostra o planeta redondo: 'Baque'	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	Entrevista com Hermann Weigan, produtor rural no Tocantins	VÍDEO	publicidade	calhau	redação		agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Sobre SEDENTARISMO	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	Pobres Criaturas	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
20 - terça-feira		CAPA										
		EDITORIAL										
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE: temática sobre meio ambiente: Expedição pelas águas do rio Lungwé-Bungo na África!	VÍDEO	jornalismo	branded content		BLUE STUDIO	meio ambiente	SIM	SIM	@rolex	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	André Mendonça critica posição do Brasil sobre Israel: 'Erro maior é apoiar grupo terrorista'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Intestino tem conexão profunda com doenças do cérebro, como Alzheimer e Parkinson	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Dois mortos em tentativa de roubo a residência na zona sul de São Paulo; vítimas não ficaram feridas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA PÚBLICA	CONEXÕES POLÍTICAS - Contador de Lulinha diz que ganhou 250 vezes na loteria e admite trabalho para traficante do PCC	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Soluções práticas para facilitar sua transição pós-fofia.	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - OPINIÃO DO EDITOR	Análise com o Luiz Raatz, subeditor de Internacional - encontro do presidente Lula com o secretário de Estado americano, Antony Blinken	VÍDEO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - POST - (IN)SEGURANÇA PÚBLICA	CONEXÕES POLÍTICAS - Líder máximo do Primeiro Comando da Capital (PCC), Marcos Williams Herbas Camacho, o Marcola, encenou a morte de outros três nomes da alta cúpula da organização criminosa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com a atriz Suely Franco.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Protocolo antissuicídio - sobre estado mental de Daniel Alves	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O deputado Rodolfo Nogueira (PL-MS) apresentará denúncia contra o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no Tribunal Penal Internacional de Haia.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
21 - quarta-feira		CAPA										
		EDITORIAL										
	QUADRO FIXO - POST - (IN)SEGURANÇA PÚBLICA	CONEXÕES POLÍTICAS - celulares do PCC guardam provas de execução de rivais e da atuação da facção no transporte público de Campinas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Guerra da Ucrânia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vamos trabalhar juntos', diz Antony Blinken após reunião com Lula no Palanito	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: Levantamento de safra da Conab (@conab_oficial) confirmou o que os produtores veem no campo: quebra devido às altas temperaturas.	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Parceria Prefeitura de S.Paulo. (@prefsp) ESTADÃO EXPRESSO	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	Prefeitura de São Paulo @prefsp Estádio Expresso	informativo
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	Ferrari	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasileira presa por perseguir Harry Styles enviou 8 mil cartas ao cantor	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Produtos para os pets	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Omar Aziz cobra de Pacheco uma satisfação sobre cobrar de Lula um pedido de retratação sobre críticas a Israel	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	TSE multa Carla Zambelli em R\$ 30 mil por propaganda eleitoral irregular na internet	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Um caminhão foi atingido por um trem após avançar o sinal vermelho em Rolândia, interior do Paraná	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O serviço que trouxe de volta o MSN se chama Escargot e recria quase todas as funções e interfaces do programa da Microsoft - inclusive a função de chamar a atenção, que tremia a tela.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	tecnologia	NÃO	NÃO		informar
		CAPA										
		EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Daniel Alves é condenado a 4 anos e meio de prisão por estupro de mulher em boate na Espanha	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Luciano Garbini sobre política do terceiro filho na China	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar

Apêndice H:
Tabela 8 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

22 - quinta-feira	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Risco de morte por dengue é 8 vezes maior entre quem tem 60 anos ou mais	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: Arroz vale mais que soja: veja até quando	IMAGEM + TEXTO	publicidade		callbau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar e call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Imagens de câmeras de vigilâncias entregues à AFP pela adega Cepa 21 mostra o homem percorrendo os tanques de vinho e abrindo. Cerca de 60 mil litros de vários vinhos de alto padrão se perderam.	VIDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN)SEGURANÇA PÚBLICA	CONEXÕES POLÍTICAS - Jarbas Ezequiel de Aguiar, prefeito de Biritiba Mirim, é cobrado em R\$ 830 mil por nomear envolvido com PCC como secretário; ele revelou não saber do processo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) fica meia hora na PF em silêncio sobre a suposta participação em uma tentativa de golpe de Estado	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Flávio Dino toma posse como ministro do Supremo Tribunal Federal (STF)	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	NEGÓCIOS ENTRE AMIGOS Eles se conheceram na faculdade, quebraram e hoje faturam R\$ 15,5 mil com franquia de dentistas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	DISCOTECA ELDORADO	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	Anatomia de uma queda	VIDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VIDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Como jogador brasileiro Daniel Alves deve cumprir a pena na Espanha	VIDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VIDEO	esportes	SIM	NÃO		informar
23 - sexta-feira	REPORTAGEM ESPECIAL	Cobertura de encontro do secretário americano com Lula	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VIDEO	política	SIM	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mãe e filho são aprovados para o mesmo curso em universidade pública do Paraná	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Guerra da Ucrânia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VIDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Morre, aos 80 anos, ex-piloto de Fórmula 1 Wilsinho Fitipaldi	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com ator Osmar Prado - @ESTADÃOcultura	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO	@estadadocultura	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	O repórter @ferranteleon fala sobre os principais sinais DA DENGUE e quando procurar um médico	VIDEO	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VIDEO	esportes	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Troque a taça diária de vinho por suco de uva integral, que tem os mesmos compostos protetores	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO ESTADÃO IMÓVEIS	COLLAB ESTADÃO IMÓVEIS - Descubra por que o Brasil está construindo prédios cada vez mais altos! Da história do Edifício Martinelli ao icônico One Tower, exploramos a transformação dos skylines urbanos e o fascinante "Efeito Balneário Camboriú".	CARROSSEL + MATÉRIA	publicidade		anúncio			anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
24 - sábado	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	São Roque	VIDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VIDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	VIDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lula responde Israel e volta a falar em genocídio na Faixa de Gaza	VIDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Stanley enfrenta processos judiciais nos Estados Unidos por presença de chumbo em copos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	DEBATE BLUE STUDIO - Reforma Tributária: desafios para implementação do novo modelo LIVE.	IMAGEM	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Como a bebida alcoólica afeta o seu microbioma intestinal?	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Guerra da Ucrânia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VIDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Dormir bem pode ser o primeiro passo em direção a um humor melhor; entenda a relação	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
24 - sábado	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Confirmado no ato de Jair Bolsonaro (PL) na Paulista, governador de São Paulo Tarcísio elegeu a Justiça Eleitoral	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	Video de carro lotado de crianças foi gravado no Uzbequistão, e não na Ilha do Marajó, no Pará	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VIDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pedido de impeachment do presidente Lula em mais assinaturas do que os que derrubaram Dilma e Collor	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	Pacientes mentem na terapia - Trechos do artigo da psicóloga Júlia Fraga publicado no jornal The Washington Post	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VIDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	MASP anuncia que vai fechar domingo por conta do ato pró-Bolsonaro na Avenida Paulista.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Haddad diz que vai propor taxa global de super-ricos durante reunião do G-20	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Moradores de Juazeiro vandalizam e pedem a remoção de estátua em homenagem a Daniel Alves	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cientistas registram animal de pelagem rara na Amazônia com armadilha fotográfica	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Justiça anula multas de Bolsonaro por não usar máscara na pandemia: valor somava quase R\$1 milhão	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO NIGHT CALL:	VIDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonalite	CALL TO ACTION
24 - sábado	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Putin voa em novo bombardeiro estratégico com capacidade de transportar armas nucleares	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
		CAPA EDITORIAL										
	QUADRO FIXO - (IN)SEGURANÇA PÚBLICA:	IMPACTOS ECONÔMICOS - Quase duas cargas foram roubadas por hora nas estradas brasileiras em 2023, somando mais de 17 mil ocorrências	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Popó vence luta contra Bambam em menos de 40 segundo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Guerra da Ucrânia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VIDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	ARTIGO ANÁLISE - Ato de Bolsonaro na Paulista é teste para medir forças na polarização com Lula e revesioner: STF sobre julgamento de golpe	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	POST - ARTIGOS ANÁLISE - Direito de protestar ou xerxo no STF?, veja análise de colunistas do Estadão sobre ato de Bolsonaro	CARROSSEL	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		call to action
	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - ao vivo - procura surpreendente por bandeiras de Israel	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VIDEO	política	SIM	NÃO		informar

Apêndice H:
Tabela 8 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

25 - domingo	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - Padre Kolmon, marcou presença no ato e atraiu a atenção do público	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	A seleção brasileira de futebol de areia conquistou o hexacampeonato mundial para a modalidade, tornando-se a primeira equipe a alcançar tal feito para o País.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - ao vivo - Encontro de Bolsonaro, Tarcísio e o prefeito Ricardo Nunes, no Palácio dos Bandeirantes	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - ao vivo - Ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) e a ex-primeira-dama Michelle Bolsonaro chegam à Av. Paulista com colete à prova de balas	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - ao vivo - imagens do alto - panorama da manifestação	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB com @AGRO ESTADÃO - Achachairu: o que é, como cultivar e benefícios	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content	callau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	call to action
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Ricardo Corrêa - Bolsonaro faz chantagem em ato na Paulista	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - ao vivo - Bolsonaro diz que não tentou dar golpe e pede anistia para presos do 8 de janeiro	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	REPORTAGEM ESPECIAL	COBERTURA Ato Paulista - ao vivo - Flávio Bolsonaro alega perseguição e pede anistia para Bolsonaro	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista da atriz SANDRA HÜLLER de 'Anatomia de uma queda' ao jornal Los Angeles Times	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Eliane Cantanhêde - Lula precisa entender recado da Paulista	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA:	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonalite	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Dados da plataforma de monitoramento Torabit para o Estadão mostram que Ato pró-Bolsonaro perde para futebol, que dominou interesse dos brasileiros nas redes neste domingo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar

Apêndice I:
Tabela 9 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
26 - segunda-feira	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	medo da criminalidade afasta negócios e leva regiões do Brasil à desindustrialização	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Imagens religiosas de ato bolsonarista feitas por IA são 'fantasia autoritária', diz especialista	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	O selo da rã é uma certificação da organização internacional sem fins lucrativos Rainforest Alliance	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Desire Coelho - Creatina é o suplemento da vez e pode trazer benefícios	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informativo
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL: ACONTECIMENTOS DA SEMANA	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonallie	
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Cobertura do prêmio P3C	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Fátima Bernardes deixa a Globo após 37 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		vitalizar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	A veterinária Fernanda Binati revela tudo sobre a alimentação ideal para cães	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO DIA	Diretora do FMI elogia controle inflacionário do Brasil e reforma tributária 'histórica'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Holocausto brasileiro: documentário chega à Netflix e mostra vida brutal no maior hospício do País	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	Torcida organizada Gavões da Fiel, do Corinthians, impede entrada de apoiadores de Bolsonaro no metrô durante ato na Paulista	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		vitalizar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Prisões da América Latina são refúgio e centro de recrutamento para gangues	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
27 - terça-feira	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO - Entenda quais são e para que servem alguns recursos de segurança do seu carro.	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	@BradescoSeguros[1], @mobilidadeESTADÃO	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO DIA	Gravidez de Arraia sem contato com macho surpreende no Aquarium & Shark Lab Team ECCO na Carolina do Norte, nos Estados Unidos	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Guerra da Ucrânia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	DESCUBRA TUDO SOBRE FRIGOBARES ANTES DE COMPRAR!	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	FORÇAS DE SEGURANÇA: PMs do Brasil perderam 30 mil policiais em uma década, aponta pesquisa	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO: A cada dez agricultores, quatro não conseguem subsídio do seguro rural por falta de recursos do governo federal	CARROSSEL	publicidade		calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	@ESTADÃO cultura - Entrevista com a DJ mais idosa da Suécia, Madelein "Gloria" Månsson (@madeleindjgloria), mais conhecida como DJ Glória	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	O número de trabalhadores que pediram demissão em 2023 bateu recorde: foram 7,3 milhões que deixaram empregos com carteira assinada de forma voluntária.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	matéria sobre entrevista do presidente Lula no programa É Notícia, do jornalista Kennedy Alencar, da RedeTV!	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Consumo de álcool? Está cada vez mais claro para a ciência que isso não existe	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Parceria Prefeitura de São Paulo. Conheça a iniciativa transforma área degradada em horta de orgânicos.	VÍDEO	propaganda	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	Prefeitura de São Paulo @prefsp Estadão Expresso	informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	Assassino das Lua das Flores'	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE CARTEIRA DE MILHÕES - O convidado do quinto episódio é Thiago Salomão @_salomoney, CEO e fundador do canal de finanças Market Makers	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO	e-investidor	call to action
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	com A.C.Camargo Cancer Center: 27 de março: guarde bem esta data, o Dia Nacional de Combate ao Câncer Colorretal[2]	VÍDEO + TEXTO	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	@accamargocancercenter	CALL TO ACTION
feira	NOTICIÁRIO DO DIA	Governo Milei proíbe uso de linguagem inclusiva na administração pública	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	CONTEÚDO PATROCINADO POR @hondamotorsbr Conheça quais são as semelhanças e as diferenças entre a nova Honda Sahara 300	VÍDEO	jornalismo	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM		call to action
	NOTICIÁRIO DO DIA	POST - PESQUISA QUAEST - Metade dos brasileiros consideram que seria "justo" prender o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) em meio às investigações da Polícia Federal sobre a articulação de um golpe de Estado	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	POST - Fogo avança por reservas da Amazônia, que têm recorde de incêndio: 'Por todo canto'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	meio ambiente	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Sérgio Sacani, geofísico, youtuber e fundador do Space Today e Marcos Pontes, senador, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia.	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	SIM	branded content	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	PCC usa bitcoins, fintechs e até igrejas para lavar dinheiro	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB AGRO ESTADÃO - Lula e Ffivaró acertam linha emergencial para recuperar perdas na soja, milho e pecuária		publicidade		calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO PALADAR	Portugal ganha Guia Michelin Exclusivo	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	POST - O governo do libertário Javier Milei estende a proibição do uso da linguagem inclusiva a toda a administração nacional da Argentina.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Pessoas que tomam de três a quatro xícaras de café por dia têm um risco 25% menor de diabetes	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar

Apêndice I:
Tabela 9 - FEVEREIRO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

28 - quarta-feira	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	ENEL: Ter a liberdade de escolher o fornecedor de energia, como já acontece em outros serviços, agora é uma realidade para pequenas e médias empresas no Brasil.		publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Video de redes sociais - Líder do PT e deputado Rodolfo Nogueira (PL) brigam durante sessão em homenagem ao MST na Câmara	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Entrevista com Gilmar Mendes - declarações de Bolsonaro sobre minuta do golpe parece confissão	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	COLLAB @AGRO ESTADÃO - Pedidos de aposentadoria rural crescem 34,9% nos últimos três anos; veja as regras e como acessar o benefício		publicidade		calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Descubra as promoções desta semana em notebooks com descontos incríveis de até 40%.	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	SUA CARREIRA - A inteligência artificial (IA) emerge como uma aliada poderosa na busca por oportunidades profissionais. ; ;	VÍDEO	jornalismo	utilitário	indicador	NÚCLEO DE VÍDEO	educação	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	com A.C.Camargo Cancer Center: 27 de março: guarde bem esta data, o Dia Nacional de Combate ao Câncer Colorretal. ; ;	VÍDEO + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	@accamargocancercenter	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO DIA	Extremismo digital no País usa métodos nazista e fascista, diz Moraes, em tese para concurso na USP	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Fundo compra controle da Skala Cosméticos e quer creme do 'poão' no exterior	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Deputado do PL no Espírito Santo é preso pela PF em Vitória	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
29 - quinta-feira	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	A (re)energisa é a marca do Grupo Energisa responsável pela gestão e comercialização de energia no Mercado Livre.	VÍDEO	jornalismo	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	(RE)ENERGISA	
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Fumar enfraquece o sistema imunológico, e as consequências podem durar anos, diz estudo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Sérgio Sacani, geofísico, youtuber e fundador do Space Today e Marcos Pontes, senador, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia.	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO DIA	Execução de serial killer é suspensa nos EUA após 8 tentativas falhas de achar veia para a injeção letal	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	O alto lucro do tráfico faz PCC deixar de cobrar 'mensalidade' de integrantes da facção	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - PALADAR	Bate recorde de audiência com 8 milhões de pageviews em fevereiro	IMAGEM	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELDORADO	melhores álbuns da música brasileira da década de 1970 e um grande expoente do pós-tropicalismo: 'Alucinação' de Belchior	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Hamas acusa Israel de matar palestinos em distribuição de comida	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Aproveite os cupons exclusivos "ESTADÃO20" e "ESTADÃO10" para garantir R\$20 ou R\$10 OFF em produtos selecionados.	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO DIA	Putin diz que Ocidente aumenta risco de guerra nuclear e possível destruição da civilização	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Quer estudar em Harvard? Alunos brasileiros de lá vão te ajudar	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	Maestro'	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Exposis apresenta: mitos e verdades sobre a dengue. Confira equívocos e boatos e o que de fato pode ajudar no manejo da doença	CARROSSEL	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	Exposis	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO DIA	Combustível verde de aviação: entenda como o Brasil pode se tornar líder na produção do SAF	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	educação	NÃO	NÃO		informar

Apêndice J
Tabela 10 - MARÇO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
1 - SEXTA-FEIRA	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Alexandre de Moraes ironiza crítica de jornalista: 'em Nárnia, não há democracia'	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PIB 2023: Economia do Brasil cresce 2,9%, diz IBGE	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	POTENCIAL DA LUA - Sérgio Sacani, geofísico, youtuber do Space Today, canal de astronomia, e Marcos Pontes, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Aprovado em medicina na USP com política de cota tem matrícula negada: 'Sempre me considerei pardo'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	programa São Paulo Afroempreendedor	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	Prefeitura de São Paulo@prefsp Estádio Expresso	informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	Farsus: "Esse governo tem dificuldade de diálogo com o setor rural"	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	AMISTOSOS DA SELEÇÃO Dorival convoca Endrick, Murilo, Rafael, Pablo Maia e mais	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	Azeites nacionais	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lula pede moção pelo fim do genocídio e acusa Israel de punição coletiva em Gaza	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	Embu das Artes	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
2 - SÁBADO	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Presidente da Colômbia diz que ataque a palestinos em Gaza é genocídio e 'lembra Holocausto'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Novo mapa revela PCC, CV e mais 70 facções nos presídios; veja quem atua em cada Estado	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	POTENCIAL DA LUA - Sérgio Sacani, geofísico, youtuber do Space Today, canal de astronomia, e Marcos Pontes, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	BBB 24	Davi acusa Wanessa Camargo de agressão e pede que produção tome atitude	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	BBB 24	BIG BROTHER BRASIL: Wanessa Camargo é chamada ao confessionário após Davi pedir expulsão da cantora	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	BBB 24	WANESSA CAMARGO É DESCLASSIFICADA APÓS DAVI PEDIR EXPULSÃO DA CANTORA	VÍDEO	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	MATÉRIA ESPECIAL	Ir a Marte sem sair de São Paulo	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	Avicultura: aditivo à base de plantas promete aumentar desempenho de ganho de peso em aves	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	promover
	REPORTAGEM ESPECIAL	Brilho e minimalismo dão o tom da coleção da Gucci em Milão	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	moda	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	União Europeia diz que tiros contra palestinos na fila por comida em Gaza são 'injustificáveis'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
3 - DOMINGO	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasileiros optam por viver no Chile mesmo com benefícios trabalhistas menores; entenda	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: POTENCIAL DA LUA - Sérgio Sacani, geofísico, youtuber do Space Today, canal de astronomia, e Marcos Pontes, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Turista brasileira é vítima de estupro coletivo na Índia.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	O que acontece na ilha de Marajó?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	Brasil	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Facção da Bahia se alia ao PCC, espalha terror e mira nova rota internacional do tráfico	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pesquisa mostra que 44% desaprovam ações de Moro na Lava Jato e 43% acreditam que Lula é culpado	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Levantamento da GENIAL/QUAEST: Para 74% dos brasileiros, STF 'incentiva corrupção' ao anular punições da Lava Jato	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	ACONTECIMENTO DA SEMANA: A semana foi marcada pela divulgação de índices de inflação nos EUA	CARROSSEL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Geração Z leva pais em entrevistas de emprego, diz estudo; recrutadores reclamam e dão dicas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Consumo seguro de álcool? Para a ciência está cada vez mais claro que isso não existe	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
	call to action	CAPA										

Apêndice J
Tabela 10 - MARÇO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

4 - SEGUNDA-FEIRA	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	CACs: Exército liberou armas para 5,2 mil condenados por tráfico de drogas e outros crimes	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: POTENCIAL DA LUA - Sérgio Sacani, geofísico, youtuber do Space Today, canal de astronomia, e Marcos Pontes, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	MARCELO GODOY: Depoimento de general é visto como um tiro de misericórdia' contra Bolsonaro e fim da agonia do Exército - artigo	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Novidades no Instagram	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vereador é atacado por burro no interior do Paraná	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MORNING CALL Nos Estados Unidos, o PCE, principal índice de inflação acompanhado pelo Fed na condução da política de juros, subiu 0,3%	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Suprema corte dos EUA decide que Trump pode concorrer nas eleições presidenciais do país	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESPECIAL DIA DA MULHER: a filósofa @DjamilaRibeiroI abre a temporada 2024 da coluna 'Mulheres Reais' com as jornalistas Luciana Garbin e Carolina Ercolin	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
5 - TERÇA-FEIRA	MATÉRIA ESPECIAL DO NOTICIÁRIO DO DIA	França se torna o primeiro país do mundo a incluir direito ao aborto na Constituição	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR	Ficção americana o indicado ao Oscar que chegou sem fazer alarde no streaming	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Geração digital' tem dificuldade ao usar computadores e enfrenta desafios no mercado de trabalho	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO Certos componentes do carro existem para proteger os ocupantes do carro em caso de acidentes.	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	@BradescoSeguros e @mobilidadeESTADÃO	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Musculação melhora sintomas de depressão e ansiedade em idosos; veja o reino ideal e seus benefícios	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: POTENCIAL DA LUA - Sérgio Sacani, geofísico, youtuber do Space Today, canal de astronomia, e Marcos Pontes, astronauta e ex-ministro da Ciência e Tecnologia	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	São Paulo decreta estado de emergência para dengue	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
6 - QUARTA-FEIRA	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Médica é encontrada enterrada no quintal de casa no Rio; ela estava desaparecida desde meados de 2023	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Juiz manda penhorar dinheiro de venda dos livros de Olavo de Carvalho para pagar Caetano Veloso	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bombeiros são chamados para retirar corpo de rio, mas encontram homem bêbado	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	BBB 24	Wanessa pede desculpas em vídeo após expulsão do BBB 24: 'quero muito evoluir'		jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Universidade de Campinas Grande é líder em patentes de inovação, segundo Instituto Nacional de Propriedade Industrial	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESPECIAL DIA DA MULHER: a filósofa @DjamilaRibeiroI abre a temporada 2024 da coluna 'Mulheres Reais' com as jornalistas Luciana Garbin e Carolina Ercolin	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	CONTEÚDO PATROCINADO: Lugares incríveis para trabalhar	FIA Employee Experience	IMAGEM + TEXTO	publicidade	anúncio		PRODUTORA EXTERNA	educação	SIM	SIM	@businessschool.fia + @lugaresincríveisparatrabalhar	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Presidente do STF: Cadeia para mulher que faz aborto é má política pública, diz Barroso	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	call to action	CAPA										
6 - QUARTA-FEIRA	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Chuvvas em SP deixam motoristas ilhados no vale do Anhangabaú e Estação da Luz alagada e sem energia	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo Lula atinge pior avaliação após presidente comparar reação de Israel com Holocausto, aponta pesquisa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo Lula estuda proposta de 'Vale carne' de R\$ 35 para quem recebe Bolsa Família	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Donald Trump comemora vitória na superterça e critica Biden e imigrantes em discurso	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Opinião: Como o livro póstumo de Gabriel García Márquez, maior aposta literária do ano, se tornou o maior fiasco	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Julgamento no STF: Mendonça vota contra descriminalização do porte de maconha: 'há uma falsa imagem de que não faz mal	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	VODCAST ESPECIAL DIA DA MULHER - a filósofa @DjamilaRibeiroI abre a temporada 2024 da coluna 'Mulheres Reais' com as jornalistas Luciana Garbin e Carolina Ercolin	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Brasileiro filho de faxineira perde auxílio para faculdade nos EUA e faz vaquinha: 'Desespero'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lula se diz feliz por maduro marcar eleições na Venezuela e sugere que oposição não questione lisura	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Nikolas Ferreira é eleito presidente da Comissão de Educação, após estratégia do PT falhar na Câmara	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar

Apêndice J
Tabela 10 - MARÇO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

7 - QUINTA-FEIRA	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	LUCIANA GARBIN - Não quer criar 'cretinos digitais'? Então faça seus filhos lerem	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Aluno desmaia enquanto Miley discursa em escola e presidente argentino questiona 'mais um?'	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Apenas 8% dos influenciadores afirmam receber mais de R\$ 10 mil com a profissão, diz pesquisa	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA - CALHAU - ANÚNCIO	Airfryer ESPECIAL NOSSA VOZ:	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lília Schwarcz é a nova imortal da Academia Brasileira de Letras; conheça a sua trajetória	IMAGEM	publicidade		anúncio			anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELDORADO	Cássia Eller	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lula não entra em Portugal se eu for eleito', diz líder da ultradireita do país	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Margareth Menezes fechou shows bancados com verba pública após virar ministra; ela nega conflito de interesse	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	ZONA DE INTERESSE O HOLOCAUSTO SOB OUTRO PONTO DE VISTA	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
8 - SEXTA-FEIRA	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Influencer indígena vira Barbie no Dia da Mulher; conheça Maíra Gomes, a Cunhaporanga	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Morre Akira Toriyama, autor do mangá Dragon Ball', aos 68 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	"Nós continuamos em desvalor profissional, social e econômico. A igualdade de gênero que buscamos ainda é uma luta inacabada" Carmen Lúcia - única mulher no STF sobre representatividade feminina	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	Qual o melhor ovo de chocolate ao leite do mercado?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informativo
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE FIXA Start Eldorado: apresentador Daniel Gonzales Drex	VÍDEO	jornalismo	informativo		Rádio Eldorado	economia	SIM	SIM	TecBan	informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	LULA CRITICA FIM DA REELEIÇÃO, MAS PROPOSTA AVANÇA; ROSEANN TRAZ BASTIDORES	VÍDEO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vendas de 'O Averso da Pele' aumentam em 400% após censura e livro se ELE torna o mais vendido da Amazon	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Biden afirma que Trump 'se curva' a Putin e diz que não vai 'demonizar imigrantes como faz o ex-presidente'	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	HOMENAGEM DIA DAS MULHERES	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	QUADRO ESPECIAL	a filósofa @DjamilaRibeiro abre a temporada 2024 da coluna 'Mulheres Reais' com as jornalistas Luciana Garbin e Carolina Ercolin	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
9 - SÁBADO	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Estou vivendo a minha verdade e não vou me desculpar por isso" GISELE BÜNDCHEN	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	O avesso da pele' foi aprovado para o ensino médio durante gestão Bolsonaro	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Nova presidente da CCJ quer acabar com cota para mulheres na política	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	Bate e volta SP' uma das maiores tirolesas do Brasil	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO: Certos componentes do carro existem para proteger os ocupantes do carro em caso de acidentes.	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	@BradescoSeguros :] @mobilidadeESTADÃO	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS -	por @bancosafra	IMAGEM	publicidade		ANÚNCIO	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Como o machismo na Medicina e na Ciência afeta a saúde das mulheres e de que forma superar isso	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Tarcísio ironiza denúncia na ONU por letalidade policial na Baixada Santista: 'Não estou nem aí'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Anúncio entrevista, do tipo perfil, com PAULA TOLLER	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO: ANÚNCIO	iFood	IMAGEM + TEXTO	publicidade		ANÚNCIO	PRODUTORA EXTERNA		SIM	SIM	@iFood	promover
	ESPECIAL CINEMA	URSINHO POOH O GRANDE VENCEDOR DO FRAMBOESA DE OURO	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
9 - SÁBADO	KIT ESTADÃO E CLAUDIA	ANÚNCIO	IMAGEM	publicidade					anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	Qual o melhor ovo de chocolate ao leite do mercado?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Desistir do que não te faz bem, seja emprego ou relação, pode salvar sua saúde mental	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar

Apêndice J
Tabela 10 - MARÇO/2024 - SEMANA 1
INSTAGRAM - ESTADÃO

	SÉRIE ESPECIAL OSCAR - CRÍTICAS DE FILMES	DUNA 2 É UM EPICO SOBRE AMOR, ÓDIO E VINGANÇA; VEJA CRÍTICA	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Verstappen passeia, ganha o GP da Arábia Saudita e alcança marca impressionante	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IV) SEGURANÇA	Quem deve liderar a iniciativa de desenhar a segurança pública do Brasil é o governo federal', diz pesquisadora	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Precisamos 'macetar' legalização do aborto e das drogas, diz Michelle em evento do PL Mulher	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	NIGHT CALL: Manutenção taxa de juros	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	ELIANE CANTANHÊDE: Lula fala e interfere onde não deve, cala sobre o que deve e despenca nas pesquisas	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
10 - DOMINGO	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	OSCAR 2024: Relembre grandes favoritos que perderam o Oscar de melhor filme	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Eleição em Portugal desafia brasileiros com favoritismo de partido anti-imigração	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	KIT ESTADÃO E VEJA		IMAGEM	publicidade		anúncio			anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Será possível ressuscitar mamutes? Empresa diz estar mais perto disso	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Musk tem instituição de caridade com bilhões, mas dinheiro muitas vezes ajuda a ele mesmo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ENERGIA LIMPA E RENOVÁVEL - Usina de Itaipu alcança produção recorde de 3 bilhões de megawatts-hora	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mocktails: Como os drinks e cervejas sem álcool movimentam o mercado de bebidas para a geração Z	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	OSCAR 2024: VEJA OS ARTISTAS NO TAPETE VERMELHO DA PREMIAÇÃO	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Zona de Interesse' é o Melhor Filme Internacional; longa é baseado em fatos reais	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	ACONTECIMENTO DA SEMANA-Juros do FED	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Cillian Murphy vence como melhor ator, e Oppenheimer já soma 5 estatuetas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Emma Stone vence como melhor atriz por 'Pobres Criaturas'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Oppenheimer' vence como melhor filme e fatura sete prêmios	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar

Apêndice K:
Tabela 11 - MARÇO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

dia	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
11 - SEGUNDA-FEIRA		CAPA										
		EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Lula diz que Brasil está polarizado entre duas pessoas	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevista		política	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	INSCRIÇÕES ABERTA PARA O CURSO FOCAS	IMAGEM	publicidade					SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Não superamos a covid como problema de saúde pública" NÍSIA TRINDADE MINISTRA DA SAÚDE	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	KATE MIDDLETON: Fotojornalista do Estadão @claytondesouza falou sobre as inconsistências apontadas na imagem	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Distribuição de dividendos: LULA DIZ QUE PETROBRAS NÃO TEM QUE PENSAR SÓ EM	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevista		economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ACIONISTA, MAS EM INVESTIMENTO Baixa na popularidade: 'NÃO HA RAZÃO PARA ME DÁR 100% DE	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevista		política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PROMETEMOS, DIZ LULA Pernambucana é a 1ª pessoa a conseguir registro como intersexo no Brasil: 'Algo revolucionário'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	Estágio de negociação para venda de gergelim está avançado, segundo o Mapa; 18 mercados já foram abertos para produtos agro brasileiros em 2024.	CARROSSEL	publicidade				agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	QUADRO FIXO - COLUNA DO ESTADÃO - ROSEANN KENNEDY	Ministro de Lula quer regulamentar entrega de e-commerce para fortalecer Correios	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informativo
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Semana do Consumidor - Iphone 13	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MORNING CALL do Itaú Personalitê Na Zona do Euro, o Banco Central Europeu manteve a principal taxa de juros no nível recorde de 4,5%,	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ronaldo Esper fala sobre casa invadida por quadrilha: 'Me agrediram. Fui nocauteado'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	CALHAU - Seminário Alimentos - Lide Estadão!	Anúncio chamado para atividade do Estadão	IMAGEM	publicidade					anúncio	anúncio		CALL TO ACTION
12 - TERÇA-FEIRA	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Golpistas usam maquininhas adulteradas para cobrar valores superinflados; 1	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Kate Middleton reconhece que 1.º foto divulgada após cirurgia foi editada e pede desculpas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESTADÃO: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo Lula fecha contratos de R\$ 14 mi com empresa ré por garimpo ilegal; ministério diz que romperá em caso de condenação	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Premiação do Oscar: 20 dias em Mariupol? Gostaria de nunca ter feito esse filme, diz diretor de documentário sobre invasão à Ucrânia	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
		CAPA										
		EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Roubos de avião abre crise e Venezuela fecha espaço aéreo para voos da Argentina	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO: Câmbio automático	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	@BradescoSeguros[1] @mobilidadeESTADÃO	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	FABIANO LANA: Investidores egoístas podem ajudar a sociedade, mas Lula segue com visão socialista da economia	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	MINISTRO X PRESIDENTE DA PETROBRAS - Entenda o bastidor da disputa entre Silveira e Prates que fez a estatal despençar na Bolsa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Conselheiro da Vale renúncia por 'manipulação' na escolha do CEO e alega 'hefesta influência política'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Homem sequestra ônibus na rodoviária do Rio; crianças e idosos estão entre reféns, e PM diz que há feridos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Airbnb proíbe câmeras de segurança dentro de imóveis alugados pelo app; veja novas regras	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Semana do Consumidor - Smarts TVs	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESTADÃO: Quanto ganha um influenciador digital?	VÍDEO	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo anuncia 100 novos institutos federais do País; R\$ 2,5 bi serão investidos para a construção	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	vídeo de qualidade explica sobre Mercado livre de energia com entrevistas e mostrando o interior do Estadão.	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	empresa de energia Engie	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Escola suspende seis alunos por prática antissemita contra estudante judeu	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO: Lugares incríveis para trabalhar	FIA Employee Experience	IMAGEM + TEXTO	publicidade			PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@businessschool.fia + @lugaresincriveisparatrabalhar	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Golpes online: ofertas boas demais	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Como Medellín atraiu jovens e dialogou com criminosos para melhorar a segurança na terra de Pablo Escobar	IMAGEM	jornalismo	interpretativo	cronologia	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESTADÃO: PADRÃO DE BELEZA E A OBESIDADE	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Família busca justiça após jovem ser eletrocutado em show de rock: 'Não foi raio que o matou'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	RJ publica lei para exigir que médicos façam receitas com letras legíveis	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
		CAPA										
		EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO BLUE STUDIO	A fábrica da empresa EuroChem no interior de Minas Gerais será responsável por 15% da produção nacional de insulino	CARROSSEL	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@EuroChen	promover
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Roubos nas portas de escolas assustam pais de alunos na Vila Madalena e na Pompeia, em SP	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Como comprar uma torneira de R\$ 2 mil por R\$ 500	IMAGEM	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ONLYFANS: Allan dos Santos desafia Moraes e cria conta em rede social de conteúdo adulto	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar

Apêndice K:
Tabela 11 - MARÇO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

13 - QUARTA-FEIRA	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Subway, do mesmo grupo da Starbucks, pede recuperação judicial com dívidas de R\$ 482 milhões	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Fim dos supersalários economizaria R\$ 3,8 bilhões por ano aos cofres públicos, diz estudo do C.I.P.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bate-boca e xingamentos na Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	A FPA (Frente Parlamentar da Agropecuária - @fpagro) espera que um pacote de medidas anti-invasão de terras ganhe celeridade na CCJG (Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara - @ccjc-cd)	IMAGEM	publicidade				agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	promover
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Semana do Consumidor - Whiskies em promoção	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	Lula tinha que estar na cadeia, afirma Carlos Fernando dos Santos Lima, ex-procurador da Lava Jato.	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	anúncio	SOMOS 1 MILHÃO NO YOUTUBE!	IMAGEM	publicidade					SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Câmara dos EUA aprova projeto de lei que pode banir TikTok no país	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	Qual a melhor colomba pascal?	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Golpe do Boletim Falso	VIDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	SIM	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	Operação revelou o maior escândalo de corrupção do País e hoje tem acordos de delação em nuídas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESTADÃO: Droga para consumo é crime?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VIDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RCOMENDA	Qual o melhor teste de dengue?	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VIDEO	saúde	SIM	NÃO		informar
14 - QUINTA-FEIRA	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	CAMILA FARANI: Por que a geração Z foge de cargos de liderança no mercado de trabalho?	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS -	por @bancosafra	IMAGEM	publicidade			PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ilha de 220 mil metros está à venda por R\$ 10 milhões em Goiás; propriedade foi criada a partir de uma fazenda	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	CONTEÚDO PATROCINADO - SÉRIE HISTÓRIAS DE SUCESSO	Histórias de Sucesso @mondelez_internacional	VIDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	CASOS DE DENGUE E COVID-19: 7 em cada 10 hospitais privados de SP enfrentam aumento de internações; sobrecarga do sistema preocupa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Especialistas avaliam se minoxidil realmente combate a calvície	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESTADÃO: Droga para consumo é crime?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VIDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	Nove chefs de São Paulo contam quais são suas pizzarias favoritas na cidade	IMAGEM	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Petrobras, Vale e Banco Central: como as constantes interferências de Lula podem afetar a economia	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Starship, foguetão de Elon Musk, decola e realiza voo no espaço, mas explode no retorno à Terra	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	tecnologia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Dicas contra golpes aplicados pela falsa central telefônica	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VIDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
15 - FEIRA	CONTEÚDO PATROCINADO BLUE STUDIO	vídeo de qualidade explica sobre Mercado livre de energia	VIDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	empresa de energia Engie	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Natalia Jereissati fala da descoberta de doença rara do filho: 'Sentiamo-nos numa imensa escuridão'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	Calorão pode ajudar plantio de safinha e ameaça desenvolvimento do algodão	IMAGEM	publicidade				agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	promover
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	Mariz considera que Moro foi parcial na condução da Lava Jato: Juiz não combate, juiz julga	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	LIMPEZA EM DESCONTO! Este aspirador de pó robô, em destaque na Semana do Consumidor,	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELTORADO	"Mellon Collie and the Infinite Sadness", clássico da discografia dos Smashing Pumpkins	VIDEO + LEGENDA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informativo
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	"CONSTITUIÇÃO DE NÚCLEO FAMILIAR": STJ mantém absolvição de homem acusado de estuprar e engravidar menina de 12 anos	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Tráfico de drogas se espalha e impulsiona violência até nos países seguros da América Latina	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Grupo Dia vai fechar mais de 300 lojas no Brasil e concentrar operações em São Paulo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Morte de Marielle Franco será investigada no STF por citar autoridades com foro privilegiado	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Eliana Cantanhêde: Lula quer intervir em preços de alimentos, como na Petrobras e na Vale, após pesquisas de popularidade?	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
16 - TERÇA-FEIRA	NOTICIÁRIO DO JORNAL	General Freire Gomes diz que Bolsonaro convocou reuniões com chefes das Forças Armadas para anular eleição	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADINHO	Fique longe de 6 animais bonitos, mas perigosos	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VIDEO	comportamento	SIM	NÃO	@projetoestadinho	informar
	CONTEÚDO PATROCINADO MOBILIDADE ESTADÃO	Dica curta sobre não distrair o motorista	ANIMAÇÃO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	@BradescoSeguros ; @mobilidadeESTADÃO	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SP: Aeroporto de Congonhas interrompe pousos e decolagens após falha em torre de controle	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	empresários que participam da feira ExpoAniad (@expoanad_mx), no México, contam como os produtos são vendidos no exterior.	VIDEO	publicidade				agro	SIM	SIM	@AGRO ESTADÃO	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO VERIFICA	Estadão verifica E falso que mosquitos da Dengue modificados sejam produzidos por Bill Gates	VIDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VIDEO	saúde	SIM	NÃO		informativo
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - PALADAR	Melhores ovos de Páscoa 2024	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informativo
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	Alto escalão da Petrobras admitiu ter recebido propina e devolveu R\$ 280 milhões em acordo da operação	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informativo
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	legislação brasileira sobre drogas está nos holofotes diante de discussões conduzidas pelo Supremo Tribunal Federal (STF)	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	redação	segurança	SIM	NÃO		call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ex-comandante do Exército ameaçou prender Bolsonaro em caso de tentativa de golpe, diz ex-chefe da FAB à PF	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										

Apêndice K:
Tabela 11 - MARÇO/2024 - SEMANA 2
INSTAGRAM - ESTADÃO

15 - SEXTA	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Dicas contra golpes por whatsapp	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ela foi lavadeira, hoje é advogada e empresária do Racionais: 'Tenho de provar que não sou sombra'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO: #familiaridades -	Conheça o Familiaridades, um ambiente que inspira gerações para trocar experiências com assuntos que vão fortalecer a conexão entre você e sua família	IMAGEM + TEXTO	publicidade			PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	Bradesco	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS -	por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	empresários que participam da feira ExpoAntad (@expoantad_mx), no México, contam como os produtos são recebidos no exterior.	VÍDEO	publicidade			redação	agro	SIM	SIM	@AGRO ESTADÃO	informar
	KIT ESTADÃO E VEJA SAÚDE	anúncio	IMAGEM	publicidade				anúncio		anúncio		promover
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	Andrade Gutierrez e Novonor, ex-Odebrecht, vencem licitação de obras de refinaria nível da Lava Jato	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CALHAU - Summit Mobilidade Estadão 2024	Anúncio chamado para patrocinar atividade do Estádio	IMAGEM	publicidade				anúncio		anúncio		CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	MOBILIDADE ESTADÃO: VODCAST As apostas da Toyota para um futuro mais sustentável	PUBLICIDADE	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	carro e moto	SIM	SIM	Toyota	informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE FIXA Start Eldorado - apresentador Daniel Gonzales	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	TecBan	informar
16 - SÁBADO	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ser workaholic saiu de moda? Profissionais, incluindo chefes, querem mais tempo para viver a vida	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - BATE E VOLTA SP	Bate e volta são Paulo Taubaté	VÍDEO	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Publicidade do EXPO SIS - repelentes		publicidade			BLUE STUDIO					
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Caminhar por 40 minutos em área verde ajuda a melhorar a capacidade de atenção, indica estudo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	Deltan diz que Lava Jato nunca pretendeu derrotar o PT e que está 'fazendo política no campo certo'	IMAGEM	jornalismo	informativo	entrevista	redação	política	NÃO	NÃO		informativo
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Dicas contra golpes - Phishing:	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Rua no Rio de Janeiro é eleita a 8.ª mais legal do mundo, segundo revista	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	'Você dorme próximo a seu celular durante o carregamento?' Apple pede para evitar prática	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
17 - DOMINGO	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Com onda de calor, Rio bate recorde de sensação térmica neste sábado: 60,1°C	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	meio ambiente	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	TODOS NÓS DESCONHECIDOS - Injustiçado pelo Oscar e tocante, filme mostra o poder do amor mesmo após a morte	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bethânia e Caetano: pré-venda para turnê conjunta começa neste domingo; saiba como comprar	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	KIT ESTADÃO E VEJA SAÚDE	anúncio	IMAGEM	publicidade				anúncio		anúncio		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST ESTADÃO: legislação brasileira sobre drogas está nos holofotes diante de discussões conduzidas pelo Supremo Tribunal Federal (STF)	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		call to action
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	IMÓVEIS DE LUXO O mercado imobiliário de luxo em São Paulo está em uma nova fase.	IMAGEM + MATÉRIA	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Chamada para o Morning Call com os resultados da semana no mercado financeiro	IMAGEM + TEXTO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	promover
	call to action	CAPA										
	call to action	EDITORIAL										
	SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	LAVA JATO: 10 ANOS - STF ajudou a enterrar a Lava Jato, diz Marco Aurélio Mello	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Dermatologistas avaliam se pele seca e irritada de adultos melhora ao usar pomada de bebê na rotina de skincare	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar	
KIT ESTADÃO E VEJA	anúncio	IMAGEM	publicidade				anúncio		anúncio		CALL TO ACTION	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	ONDA DE CALOR - São Paulo, Mato Grosso do Sul e Paraná estão em alerta de 'grande perigo', diz Inmet	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	meio ambiente	NÃO	NÃO		informar	
QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Dicas contra golpes	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar	
SÉRIE ESPECIAL LAVA-JATO : 10 anos	No aniversário da operação, Moro diz que 'Lava Jato vive em cada brasileiro' e que 'tempos sombrios passaram'	IMAGEM	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Leite de saquinho está de volta com apelo ambiental e preço menor	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	NÃO		informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	PUTIN ESTÁ REELEITO - Atual presidente vence eleição na Rússia e chegará a 30 anos no poder	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Adolescentes se sentem mais felizes quando estão sem redes sociais, mostra novo estudo	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar	
QUADRO FIXO - ESTADINHO	Por que sentimos o que sentimos?	CARROSSEL + ANIMAÇÃO	jornalismo	informativo	reportagem	Projeto Focas	comportamento	SIM	NÃO	@projetoestadinho	informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Porque Oregon, nos Estados Unidos, está recriminalizando as drogas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar	
QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Escova de dentes do casal apaixonado	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION	
QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Eliane Cantanhêde - Está confirmado: 'melancias' são indigestas para golpistas e fazem bem à democracia	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	BARES E CAFÉS COM LIVROS - Estabelecimentos em São Paulo misturam boemia e literatura, e atraem público	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	NÃO		CALL TO ACTION	
CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO ACONTECIMENTO DA SEMANA:	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	promover	
NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ela foi ajudantes de pedreiro, trabalhou na praia e hoje fatura R\$ 4 mi com rede de estética	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar	

Apêndice L:
Tabela 12 - MARÇO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
		CAPA										call to action
		EDITORIAL										call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Massa de ar vinda da Argentina pode deixar temperatura no Brasil acima de 40°C	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vídeo de redes sociais - O rapper Killer Mike foi algemado e escoltado pela polícia de Los Angeles na arena Crypto, logo depois de ganhar 3 prêmios	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	- Descubra bases à prova d'água a partir de R\$48	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO PALADAR	- Como é produzido o azeite?	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O cantor Milton Nascimento falou, nesta sexta-feira, 2, sobre o processo de adoção do filho, Augusto Kesrouani Nascimento, oficializado em 2017.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Toffoli manda investigar se Transparência Internacional se apropriou de recursos públicos; ONG ainda não se pronunciou	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	QUADRO FIXO MORNING CALL: Conteúdo patrocinado por @itaupersonnalite.	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Corinthians demite Mano Menezes após cinco jogos na temporada; substituto ainda não foi anunciado	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL), usou o discurso de abertura do ano Legislativo para mandar recado direto ao governo do presidente Lula	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Rei Charles III é diagnosticado com câncer, diz Palácio de Buckingham	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR	CRÍTICAS DE FILMES 'Barbie'	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	COMO NASCE UM PENDURICALHO?	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Multas suspensas por Toffoli totalizaram R\$ 14 bilhões, e valor deve aumentar com efeito cascata	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Governo de SP bloqueia acesso a aplicativos em escolas estaduais	CARROSSEL	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
6 - terça-feira												call to action
												call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Casal de influencers é exemplo de como internet exalta e depois 'cancela' quem faz sucesso	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANSIEDADE NO BRASIL: psiquiatra e pesquisador do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, Lucas Gandarela, e a psicóloga do Hospital Oswaldo Cruz, Angélica Cardoso Martins	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - MARCAS CONECTADAS TECH - Entrevista Rebecca McAdam Willets - diretora de Parcerias, Relações Públicas e Engajamento do Consumidor no PokerStars	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM	PokerStars	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Pergaminhos de 2 mil anos são revelados com ajuda de IA:	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	Praticidade: 5 pochetes para usas no carnaval	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Prevent Senior é alvo de ação que pede R\$ 940 milhões em indenizações : empresa diz que ainda não foi citada	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VÍDEO DE DIVULGAÇÃO - Uma americana e dois homens, sendo um deles motorista e o outro um policial militar do Piauí, foram presos na manhã de segunda-feira, 5, no Aeroporto Internacional de Belém, no Pará, com uma grande quantidade de produtos eletrônicos de última geração dos Estados Unidos.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Ex-presidente do Chile Sebastián Piñera morre em acidente de helicóptero	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	CÂNCER DO REI CHARLES III	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	POST - Operação Lava Jato - PGR diz não haver provas de coação no acordo bilionário da J&F	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Arquidiocese de SP abre investigação contra padre Júlio Lancelotti por abuso sexual; sacerdote diz que acusações são falsas	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Mãe com câncer terminal lança nas redes sociais música para garantir futuro do filho	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar

Apêndice L:
Tabela 12 - MARÇO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

7- quarta-feira													call to action
													call to action
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Amanda Graciano - PRESENCIAL OU REMOTO? Espaços de trabalho passam por transformação silenciosa -	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	cultura	NÃO	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	debates	SIM	NÃO			CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA -	Três melhores drinks em lata do carnaval	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃO	recomenda	CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE CARTEIRA DE MILHÕES: Tiago Reis @tiagogreis, sócio fundador da Suno Research, é o convidado do quarto episódio com a jornalista Geovana Pagel @geovanapagel.	VÍDEO	jornalismo	informativo		BLUE STUDIO	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃO	investidor	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	DINHEIRO PÚBLICO. Os ministros do governo Lula adotaram estratégias diferentes para comparecer ao casamento do presidente do Tribunal da União (TCU), Bruno Dantas, em São Paulo,	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO			informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Casal sofre ataque homofóbico em padaria em São Paulo.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	CASOS DE CÂNCER	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	cronológico	NÚCLEO DE VÍDEO	saúde	SIM	NÃO			informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente Luiz Inácio Lula da Silva afirmou nesta quarta-feira, 7, no Rio de Janeiro, que "nenhuma mulher quer namorar um ajudante geral". (lançamento da pedra fundamental do campus do Instituto Federal do Rio no Complexo do Alemão)	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO			informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Diretor-geral da OMS fala em 'ressurgimento global' da dengue.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO			informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Jogar tênis pode ser uma 'fonte de juventude', indica estudo	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Luciana Garbin -TIPOS DE DESCANSO	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	cultura	NÃO	NÃO			informar
8 quinta-feira	CONTEÚDO PATROCINADO:	ANÚNCIO @accamargocancercenter	IMAGEM + TEXTO	publicidade	anúncio	PUBLICIDADE	PRODUTORA EXTERNA	saúde	SIM	SIM	@accamargocancercenter		CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	'STALKER' DE VOOS ✈ Taylor Swift processará jovem que rastreia os voos de seu jatinho particular. (The Washington Post.)	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Internacional	SIM	NÃO			informar
													call to action
													call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO:	ANÚNCIO #B3 - Bora Investir te ajuda a não ter ressaca financeira @b3_oficial	IMAGEM + TEXTO	publicidade	anúncio	PUBLICIDADE	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@b3_oficial		ANÚNCIO
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	LANÇAMENTO DE PRODUTO GRUPO ESTADO @AGRO ESTADÃO AGRO ESTADÃO	CARROSSEL	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO		call to action
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	O Ministro da Agricultura, Carlos Fávaro (@carlosbhfavaro), abordou temas cruciais para o setor agropecuário brasileiro em entrevista exclusiva ao @AGRO ESTADÃO.	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO		call to action
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	ANÚNCIO DA CASA - NOVIDADE @AGRO ESTADÃO	IMAGEM	publicidade	branded content	calhau	redação		SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO		call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro é alvo de investigação da PF sobre tentativa de golpe de Estado e terá que entregar passaportes em 24 horas	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO			CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	SÉRIE DE ENTREVISTAS - MARCAS CONECTADAS TECH - Perfil: Jairo Soares Chief Revenue officer da BETC Havas	IMAGEM	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	tecnologia	SIM	SIM	@ESTADÃO	blueestudio	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	presidente do PL, partido do ex-presidente Jair Bolsonaro, Valdemar Costa Neto, foi preso em flagrante nesta quinta-feira, 8, por porte ilegal de arma de fogo.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO			informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Alvo de operação da Polícia Federal nesta quinta-feira, 8, o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) disse não ter clima para fazer nada. Ele continuará na casa em que passa férias na Região dos Lagos, no litoral do Rio, aguardando as orientações dos advogados.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	A Polícia Federal acredita que o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) teve participação direta na edição da minuta golpista que circulou entre os aliados após o segundo turno das eleições.	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELDORADO	O 'Discoteca Eldorado' entra em ritmo de Carnaval: 'Espelho', quarto álbum de João Nogueira, em 1977	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro pode ser preso?	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO			informar
	QUADRO FIXO - COLUMA DO ESTADÃO - ROSEANN KENNEDY	Jair Bolsonaro (PL) conversou por telefone com a @colunadoESTADÃO logo após a operação. Roseann Kennedy traz os bastidores da entrevista.	VÍDEO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO			informar

9 - sexta-feira de carnaval	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	Ricardo Corrêa - Os principais promotores do bolsonarismo no Brasil atual estão no Supremo Tribunal Federal (STF) e no governo Lula.	VÍDEO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESPECIAL SÉRIE OSCAR	CRÍTICAS DE FILMES: 'Vidas Passadas'	VÍDEO	jornalismo	opinativo	resenha	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Deputados da coalizão de partidos liderada pelo presidente argentino Javier Milei, o La Libertad Avanza, apresentaram um projeto de lei para revogar a lei do aborto na Argentina.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	PODCAST No Rítmo da vida: O escritor e presidente da Academia Paulista de Letras Antônio Penteado Mendonça	IMAGEM	publicidade	branded content	ANÚNCIO	BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	CNseg - Confederação Nacional das Seguradoras	CALL TO ACTION
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO	OPINIÃO - COLUNISTA - Eliane Cantanhêde - A prisão do ex-presidente Jair Bolsonaro tarda, mas não falha e	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO PATROCINADO	Histórias de Sucesso @mondelez_internacional	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevistas	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@mondelez_internacional	
												call to action
												call to action
	CONTEÚDO PATROCINADO	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafr	VÍDEO	publicidade	branded content	entrevistas	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafr	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	CONSPIRAÇÃO GOLPISTA - Em reunião ministerial do dia 5 de julho de 2022, o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) pediu "reação" contra uma alegada fraude no sistema eleitoral – do contrário, o País viraria “uma grande guerrilha”.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Suplemento nutricional - Creatina traz benefícios importantes com o avançar da idade	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	MARCO TEMPORAL: O Ministro da Agricultura Carlos Fávaro (@carlosbfbavaro) se posiciona sobre o Marco Temporal	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	QUADRO FIXO - ARTIGO OPINIÃO	Francisco Leali	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	REUNIÃO DO GOLPE - O então presidente Jair Bolsonaro reuniu-se em 5 de julho de 2022 com a alta cúpula do Governo Federal. Segundo vídeo apreendido pela PF no computador do tenente-coronel Mauro Cid, ele questiona o sistema eleitoral brasileiro, diz que vai perder a eleição e clama seus ministros a não se omitirem.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	'SUPREMO É UM PODER À PARTE' - Em vídeo apreendido pela PF do então presidente Jair Bolsonaro com a alta cúpula do Governo Federal, além de colocar em dúvida a credibilidade do sistema eleitoral brasileiro, o ex-presidente também diz que o STF "às vezes decide tudo fora das quatro linhas".	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	ANÚNCIO AGRO ESTADÃO	MARCO TEMPORAL: O Ministro da Agricultura Carlos Fávaro (@carlosbfbavaro) fala do Plano Safra Brasileiro	VÍDEO	publicidade	branded content	calhau	redação	agro	SIM	NÃO	@AGRO ESTADÃO	informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Michel Temer diz ser contra prisão de Jair Bolsonaro pelo que PF revelou até o momento	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O então ministro da Controladoria-Geral da União (CGU), Wagner Rosário, indicou ser necessário uma junção das Forças Armadas, da CGU e da Polícia Federal para “fiscalizar” as urnas eletrônicas.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VAMOS ESPERAR O QUÊ? Em determinado momento da reunião, Bolsonaro cobrou uma ação firme de seus ministros. “Vamos esperar o quê? Todo mundo vai se f*”.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VOU TER QUE TOMAR PROVIDÊNCIA: Bolsonaro também afirmou que ele teria de tomar providências e alegou que as supostas fraudes nas urnas eletrônicas não atingiram só a disputa para presidente da República, mas também as do Senado e de governadores.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	VAMOS TER QUE AGIR - O general Augusto Heleno, então chefe do Gabinete de Segurança Institucional (GSI), disse que vai montar um sistema com a Agência Brasileira de Inteligência (Abin) para monitorar os “dois lados”, mas teme que isso vaze.	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	NAMORO DE TAYLOR E A POLÍTICA DOS EUA	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
												call to action
												call to action
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Motorista com deficiência é autuado por dirigir com cabo de vassoura e sem habilitação	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar

Apêndice L:
Tabela 12 - MARÇO/2024 - SEMANA 3
INSTAGRAM - ESTADÃO

10 - sábado de carnaval	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	CALHAU - ANÚNCIO	ANÚNCIO DA CASA - kit Estadão e Claudia	POST	publicidade	anúncio				anúncio	PUBLICIDADE		promover
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O presidente Luiz Inácio Lula da Silva vai aumentar a doação de recursos públicos do Brasil à ONU destinada a ações humanitárias de suporte aos refugiados palestinos.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Atleta de 110 anos realiza salto no mundial de esportes aquáticos e chora ao ser homenageado	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ACERVO ESTADÃO 🍷 Quando o lança-perfume foi efetivamente proibido no Brasil em 1965, o Estadão noticiou “Chega, sem o lança-perfume, o carnaval de 65”.	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	comportamento	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bolsonaro transfere para general Heleno responsabilidade por plano de espionagem a Lula em 2022	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Psicólogos sabem que pacientes mentem na terapia; confira os motivos mais comuns	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
11 - domingo de carnaval	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Vai ficar em São Paulo no carnaval e quer fugir dos bloquinhos?Veja dicas para aproveitar a cidade	CARROSSEL	jornalismo	informativo	reportagem	redação	carnaval	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Bloco Agrada Gregos levou milhares de pessoas ao Parque Ibirapuera neste sábado	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	carnaval	NÃO	NÃO		informar
												call to action
												call to action
	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	PRESENTEIE O AMOR COM CRIATIVIDADE!	CARROSSEL	jornalismo	utilitário	serviço	redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOrecomenda	CALL TO ACTION
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O que cientistas descobriram sobre grande terremoto que atingiu área da cidade de São Paulo?	CARROSSEL/ANIMAÇÃO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MUDANÇAS NA SAIDINHA - promotor de Justiça Alexandre Daruge e o advogado criminalista Guilherme Carnelós, presidente do Instituto de Defesa do Direito de Defesa	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	NÃO		CALL TO ACTION
	anúncio	KIT ESTADÃO E VEJA- kit que reúne o jornal Estadão e a revista Veja.	POST	publicidade	anúncio				anúncio	PUBLICIDADE		
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Javier Milei abraça Papa Francisco no Vaticano após atacá-lo na campanha	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Entrevista com a atriz Débora Secco	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Construção da autoestima começa na infância, mas seus impactos são para a vida toda	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Futebol brasileiro fora das Olimpíadas de Paris	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Homem é preso ao tentar vender violino furtado de 100 anos para o próprio dono em SP	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar

Apêndice M:
Tabela 13 - MARÇO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

DIA	DESCRIÇÃO	TEXTO	Classificação de post	jornalístico ou publicidade?	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	CRIADO para redes sociais	patrocínio ou parceria?	parceiros ou anunciantes	Quanto ao objetivo
25 - SEGUNDA-FEIRA	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	NOTICIÁRIO DO DIA	Olivia Colman - Tenho consciência de que se eu fosse Oliver brasileiro morou 5 anos em hotel em Nova York por apenas US\$ 200 e agora pode ser preso	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA		IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Helena hoje seria uma Marielle Franco, diz Julia Lemmertz	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	entrevista	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	SÉRIE ESTADÃO no 1.OLLAPALOOZA 2024	a cantora SZA subiu ao palco na última noite do festival.	VIDEO + LEGENDA	jornalismo	informativo	notícia	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Daniel Alves paga fiança de 1 milhão de euros para ter liberdade provisória na Espanha	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Roubo de carga na Baixada Santista é o maior em 20 anos; ocorrências dispararam 150% em 2023	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Rede D'Or, líder em saúde na América Latina, começou a divulgar dados sobre a qualidade de seus hospitais	CARROSSEL + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	Rede D'Or	promover
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: Javier Milei completou 100 dias a frente do governo da Argentina	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Vinicius Júnior se emocionou nesta segunda-feira e revelou que os ataques estão afetando sua disposição de jogar.	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Madonna confirma show gratuito no Rio em maio para encerrar turnê de 40 anos de carreira; saiba detalhes	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	PF vai investigar se Bolsonaro tentou se antecipar a pedido de prisão ao ficar dois dias na Embaixada da Hungria	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Gisele Bündchen fala sobre nova fase da vida e revela namoro: 'Não podemos viver emburrados em plástico-bolha'	CARROSSEL + TEXTO CURTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO - QUADRO FIXO	MORNING CALL: Em comunicado, o Copom sinalizou que pode reduzir o ritmo dos cortes da Selic após a próxima reunião.	VÍDEO	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonalite	informar
26 - TERÇA-FEIRA	QUADRO FIXO - ESTADÃO RECOMENDA	óculos Vision Pro, criados pela Apple com a promessa de inaugurar a computação espacial.	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	tecnologia	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO -	SÉRIE FIXA: jornalista e apresentador do Start Eldorado Daniel Gonzales O Brasil está perto de ganhar sua moeda digital oficial: o Drex. Luiz Fernando Ribeiro Lopes, gerente de Plataformas Digitais da TecBan	VÍDEO	jornalismo	informativo		Rádio Eldorado	economia	SIM	SIM	TecBan	CALL TO ACTION
	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Rede D'Or, líder em saúde na América Latina, começou a divulgar dados sobre a qualidade de seus hospitais	CARROSSEL + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	Rede D'Or	promover
	NOTICIÁRIO DO DIA	NOS EUA: PONTE DESABA EM BALTIMORE APÓS COLISÃO DE NAVIO	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	NOS EUA: VEJA COMO FICOU A PONTE QUE DESABOU EM BALTIMORE APÓS COLISÃO DE NAVIO	VIDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Mercado Livre investirá R\$ 23 bilhões no Brasil e foca em: ampliar operação no Nordeste	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	SEGURANÇA PÚBLICA: Governo vê bons resultados da GLO e estuda ampliação para portos e aeroportos do Nordeste	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	segurança	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - OPINIÃO - COLUMNISTA	DESIRE COELHO: Autocontrole é mais complexo do que só 'querer é poder', como influencers fitness tentam mostrar	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Steven Spielberg se pronuncia sobre Gaza e denuncia antisemitismo: 'Cada vez mais alarmado'	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	ESPANHA 3 X 3 BRASIL: Endrick mostra o seu potencial aos espanhóis e seleção brasileira alcança empate no final	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: QUEM É A VICE DE MILEI?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	NÃO		informar
	BBB 24	DAVI É MOCINHO, VILÃO OU JOGADOR NATO?: Participante tem trajetória polêmica no BBB 24, mas já é o mais seguido; psicóloga e conspurcista analisam	CARROSSEL	jornalismo	diversional	"História de interesse humano"	redação	famosos	NÃO	NÃO		viralizar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Carteira de Milhões: A convidada do sexto episódio do é Carol Paiffer @capaiffer, CEO da Atom Educacional e sócia fundadora do Instituto Êxito.	VÍDEO	jornalismo	informativo		redação	economia	SIM	NÃO	@ESTADÃOinvestidor	CALL TO ACTION
27 - QUARTA-FEIRA	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS -	por @bancosafra	VÍDEO	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	Cuidado com a combinação entre remédios e a direção	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Grupo Somos apresenta a Start Anglo Bilingual School, uma iniciativa que une a reputação do Anglo ao bilinguismo	VIDEO + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	educação	SIM	SIM	@StartAngloOficial	promover
	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	NOTICIÁRIO DO DIA	Taxa de mortalidade de câncer de mama aumenta 86% em 22 anos no Brasil	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Vibora azul resgatada no Butantan é batizada em homenagem a Rita Lee	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	CRIMINALIDADE: Um em cada quatro celulares vendidos no Brasil no ano passado era contrabandeado, diz associação	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
28 - QUINTA-FEIRA	NOTICIÁRIO DO DIA	Javier Milei anuncia plano de demitir 70 mil servidores na Argentina; 15 mil serão cortados este mês	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	Atuação do CV e de milícias no Nordeste tem eleições, cargos, poder, traição e até assassinato	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	Brasil	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	EM RESPOSTA A MORAES: Defesa diz ao STF que Bolsonaro não tinha razão para temer ser preso ao passar dois dias na Embaixada da Hungria	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar

Apêndice M:
Tabela 13 - MARÇO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

27 - QUART	NOTICIÁRIO DO DIA	Messi do xadrez: conheça o prodígio de 10 anos que venceu o melhor jogador do mundo na modalidade	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Professora tem fotos íntimas vazadas por estudantes de escola em Goiás e é demitida; polícia investiga	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	A.C.Camargo Cancer Center: 27 de março: guarde bem esta data, o Dia Nacional de Combate ao Câncer Colorretal.[:]	VÍDEO + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	@accamargocancercenter	informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MULHERES NA CIÊNCIA - Por que falhas no ensino de ciências exatas podem levar a um apagão de profissionais?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - PALADAR	Paladar testou seis marcas disponíveis no mercado. O teste foi coordenado por Valdeci Castro, gerente e chef do Rancho Português.	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	A.C.Camargo Cancer Center: 27 de março: guarde bem esta data, o Dia Nacional de Combate ao Câncer Colorretal.[:]	VÍDEO + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	@accamargocancercenter	informar
28 - QUINTA-FEIRA	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Apesar de comuns, algumas consequências do Acidente Vascular Cerebral (AVC), como rigidez, espasmos ou atrofas, não são o fim para o paciente que passou por elas	VÍDEO + TEXTO PROMOCIONAL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	saúde	SIM	SIM	@AbbVieBrasil	informar
	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	NOTICIÁRIO DO DIA	LITORAL DE SP: Guarujá mira preservação ambiental e quer cobrar taxa para turistas em 2025	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MULHERES NA CIÊNCIA - Por que falhas no ensino de ciências exatas podem levar a um apagão de profissionais?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	Com entrada tardia na política, o ex-chanceler Afonso Arinos de Melo Franco foi um dos fundadores da União Democrática Nacional (UDN) - entrevista de 1977	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - PALADAR	Com é feita a mais antiga Colômbia de São Paulo	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS -	por @bancosafra	IMAGEM	publicidade		ANÚNCIO	PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	SIM	@bancosafra	call to action
	NOTICIÁRIO DO DIA	OITO DENUNCIADOS - Lutador de MMA, Diego Braga Alves foi submetido a tribunal de facção no Rio antes de morrer	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Ex-magnata Sam Bankman-Fried é condenado a 25 anos de prisão pelo colapso da bolsa de criptomoedas FTX	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - DISCOTECA ELDORADO	Neste episódio do 'Discoteca Eldorado', Gabriel Alegretti traz o disco ao vivo de Maria Bethânia e Caetano Veloso, lançado em 1978 pelo selo Philips	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	opinativo	resenha	redação	cultura	SIM	NÃO	@radioeldorado	informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Ordem Nacional da Legião de Honra: MACRON HOMENAGEIA JANIA COM MAIOR HONRARIA DO GOVERNO FRANCÊS	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	ANHANGUERA - Metralhadoras, fuzis e foguetes: a conspiração que em 1964 armou civis e militares contra Getuliat	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Eleições na Venezuela: NÃO SEI SE A GENTE TIVESSE AQUI NO BRASIL UM LULA PARA INDICAR E NÃO UM HADDAD A GENTE TERIA GANHADO	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Redes de varejo parcelam de ovo de chocolate e bacalhau em até dez vezes para alavancar vendas	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	NÃO		informar
29 - SEXTA-FEIRA SANTA	NOTICIÁRIO DO DIA	Cães da raça dachshund, os 'salsichas', podem ser banidos da Alemanha devido a projeto de lei	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS: MULHERES NA CIÊNCIA - Por que falhas no ensino de ciências exatas podem levar a um apagão de profissionais?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - PALADAR	Receita de ovo de Páscoa para fazer de última hora	VÍDEO	jornalismo	utilitário	serviço	redação	gastronomia	SIM	NÃO	@paladar	informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	Entrevista de Pery Bevilaqua ao Jornal da Tarde. "Não pode haver democracia com o AI-5, um verdadeiro tumor maligno"	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	LEITURA PARA O VESTIBULAR O livro 'O Avesso da Pele'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	educação	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - OPINIÃO - COLUNISTA	OPINIÃO 'COWBOY CARTER' - Beyoncé prova excelência em qualquer gênero - inclusive o country	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	PRECISO DECLARAR O IR?	VÍDEO	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Cientistas brasileiros criam células solares que triplicam eficiência energética	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	tecnologia	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO - OPINIÃO - COLUNISTA	Elena Landau: 'Conviver com apagões é de enlouquecer, mas consumidor não quer estaisais de volta, e sim respeito'	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	opinativo	artigo	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	POLICIAIS DE GRUPO DE ELITE BRIGAM POR ESCALA DE TRABALHO E ACABAM ATACADOS POR CÃES	VÍDEO	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	★1949-2024+ Roberto Godoy, maior repórter especialista em assuntos de Defesa, morre aos 75 anos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	dispositivos de segurança como fechaduras e câmeras de vigilância inteligentes	CARROSSEL	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	ANÚNCIO	SIM	SIM	@intelbras	promover
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	O papel secreto da inteligência militar: 'Que sejam punidos os arrancadores de unhas'	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Jovens adultos que sofrem com enxaqueca têm mais chances de sofrer um AVC, aponta pesquisa	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	NOTICIÁRIO DO DIA	TERAPIA DA DIGNIDADE: A morte não é opcional. Por isso, precisamos falar de cuidados paliativos, diz psiquiatra canadense	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	Conspiração militar começou um mês antes	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	NÃO	NÃO		informar

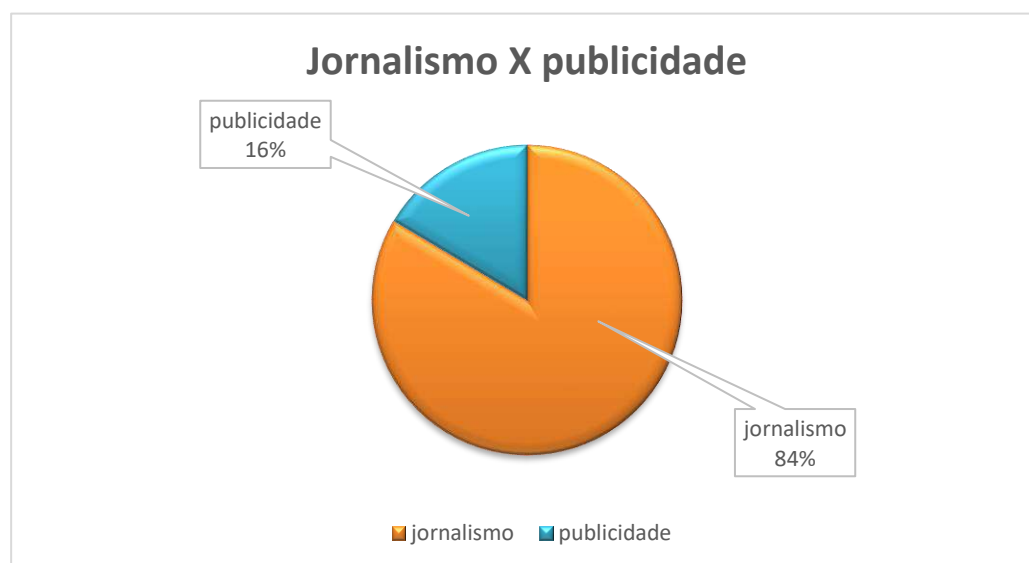
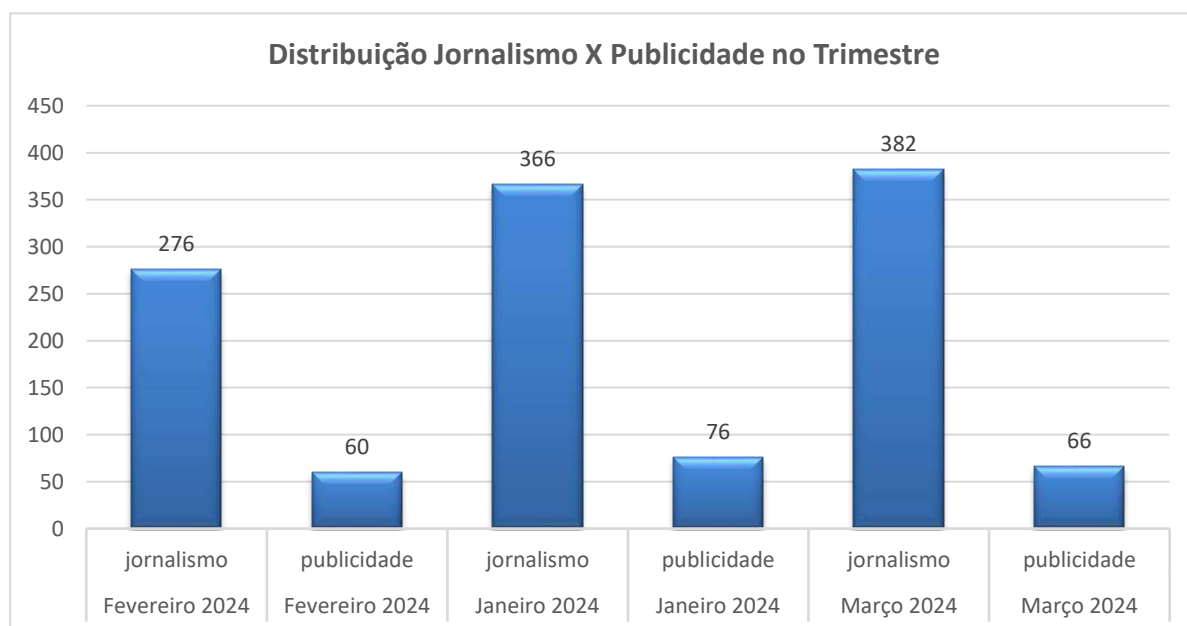
Apêndice M:
Tabela 13 - MARÇO/2024 - SEMANA 4
INSTAGRAM - ESTADÃO

30 - SÁBADO DE ALEUIA	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MULHERES NA CIÊNCIA - Por que falhas no ensino de ciências exatas podem levar a um apagão de profissionais?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	Amaury Kruei relata o que pediu a João Goulart: 'O senhor tem de acabar com essa pelegada'	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Filho de bilionário da tecnologia vive em apartamento de dois quartos e tem carro de 2015	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Apostar no treino de força ao menos duas vezes na semana pode garantir anos extras de vida	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	O prefeito da cidade francesa de Saint-Ouen, Karim Bouamrane, usou a inauguração da rua em homenagem a Sócrates para fazer duras críticas a Neymar	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	ALEKSANDRA UZELAC : Jogadora sérvia é assaltada duas vezes em 10 dias no Rio e decide deixar o Brasil	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	MÃES DA PERIFERIA: A HISTÓRIA POR TRÁS DO MOVIMENTO CUSTO DE VIDA	VÍDEO + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
31 - DOMINGO DE PÁSCOA	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL	CAPA EDITORIAL									
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	Aliomar Baleeiro revela receio do primeiro presidente após Golpe Militar de 1964	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	KIT ESTADÃO E QUATRO RODAS		IMAGEM + LEGENDA	publicidade		anúncio			PUBLICIDADE	PUBLICIDADE		promover
	QUADRO FIXO - SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	MULHERES NA CIÊNCIA - Por que falhas no ensino de ciências exatas podem levar a um apagão de profissionais?	VODCAST	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	comportamento	SIM	NÃO		informar
	SÉRIE ESPECIAL - 60 ANOS DO GOLPE	Filha de Getúlio Vargas conta episódios dramáticos da crise político-militar que levou ao suicídio de seu pai	CARROSSEL + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Diagnosticada com síndrome de Down aos 35 anos, idosa de 70 anos é dona de casa e avó de três netos	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	reportagem	redação	saúde	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Lima Duarte faz 94 anos, relembra trajetória e reúne família	IMAGEM + REGISTRO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		CALL TO ACTION
	REPERCUSSÃO REDES SOCIAIS	NBA: TORCEDORES DOS LAKERS SÃO PROVOCADOS COM FILTRO DE CHORO EM TELÃO	IMAGEM + TEXTO	jornalismo	informativo	notícia	redação	esportes	NÃO	NÃO		viralizar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Motorista de Porsche de R\$ 1 milhão bate em Sanderó, mata condutor e foge em SP	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	São Paulo	NÃO	NÃO		informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Raul Gil anuncia aposentadoria aos 86 anos: 'Parei com a televisão'	IMAGEM + REGISTRO	jornalismo	informativo	notícia	redação	famosos	NÃO	NÃO		CALL TO ACTION
	CONTEÚDO BLUE STUDIO - QUADRO FIXO	NIGHT CALL: Após nova redução de 0,5 p.p. da taxa Selic, o Copom divulgou a ata de sua última reunião	VÍDEO + LEGENDA CURTA	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informar
	QUADRO FIXO - ESTADINHO EXPLICA	Porque sentimos raiva?	CARROSSEL + LEGENDA	jornalismo	interpretativo	análise	redação	comportamento	SIM	NÃO	@projetoestadinho	informar
	NOTICIÁRIO DO DIA	Brasileira relata racismo e agressão na Alemanha: 'Pior momento da minha vida'	IMAGEM + MATÉRIA	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	NÃO		informar
	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	IA pode extinguir a humanidade se não for detida	VÍDEO	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	NÃO		informar
	CONTEÚDO BLUE STUDIO - QUADRO FIXO	ACONTECIMENTO DA SEMANA: Principais destaques da semana foram os resultados da inflação de 2023 aqui no Brasil e nos Estados Unidos.	IMAGEM + LEGENDA CURTA	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	SIM	@itaupersonnalite	informar

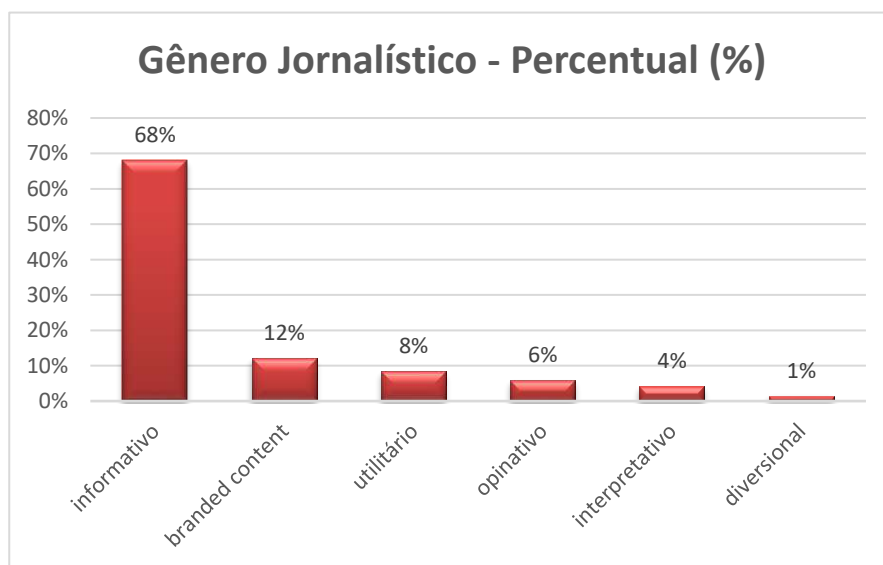
Apêndice N: Tabela 14 - Instagram
Dados consolidados: JORNALISMO X PUBLICIDADE

265

Mês	jornalístico ou publicidade?	Quantidade	porcentagem
Fevereiro 2024	jornalismo	276	23%
Fevereiro 2024	publicidade	60	5%
Janeiro 2024	jornalismo	366	30%
Janeiro 2024	publicidade	76	6%
Março 2024	jornalismo	382	31%
Março 2024	publicidade	66	5%
Totais	jornalismo	1024	84%
Totais	publicidade	202	16%
total geral		1226	



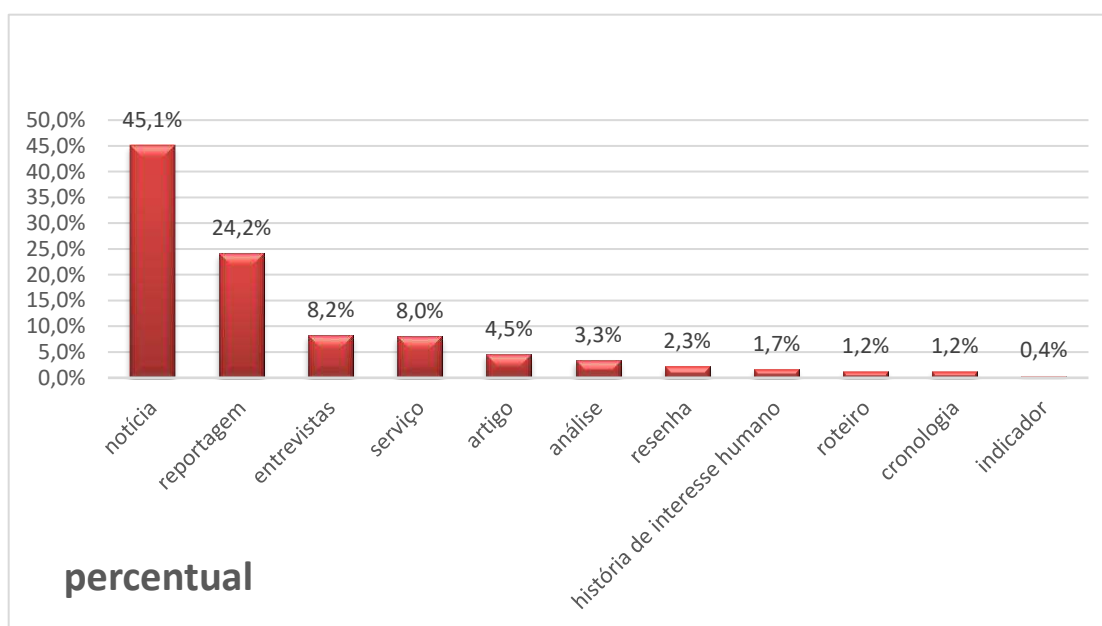
Gênero Jornalístico	Total	Percentual
informativo	790	68%
branded content	141	12%
utilitário	98	8%
opinativo	67	6%
interpretativo	48	4%
diversional	17	1%
total de posts analisados	1161	



Apêndice P: Tabela 16 - Instagram
Dados consolidados: Formatos Jornalísticos

267

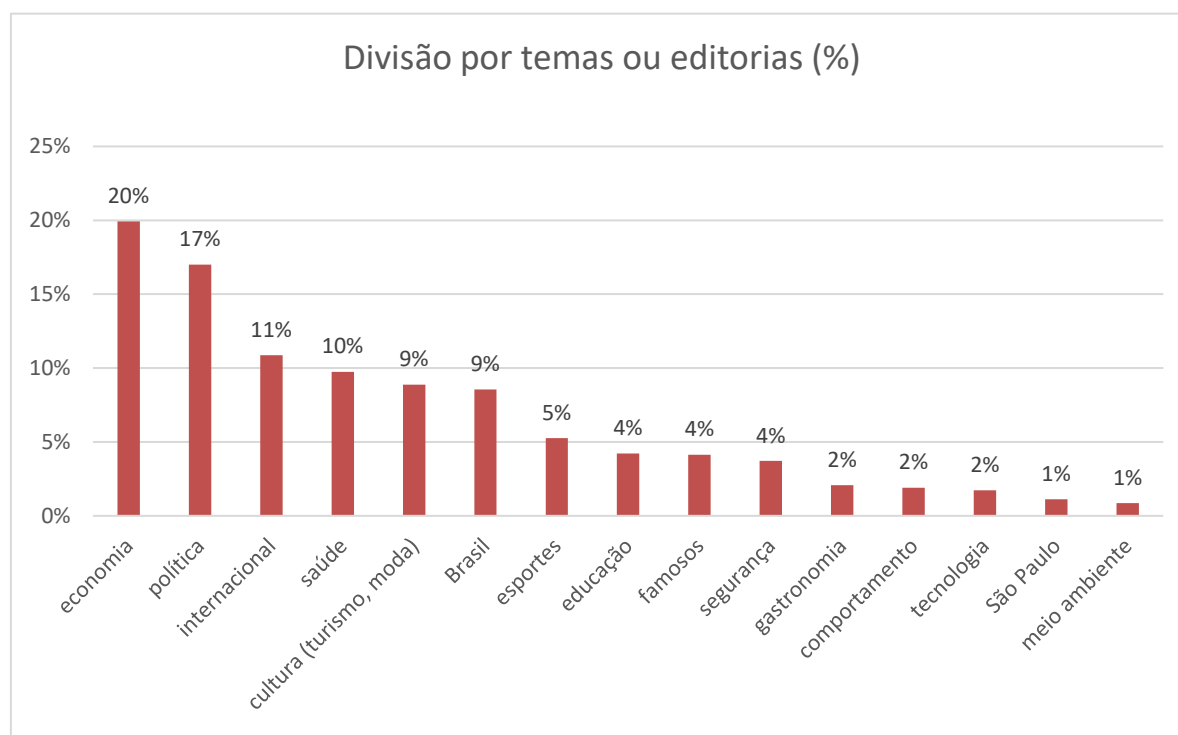
Formato Jornalístico	Total	percentual
notícia	460	45,1%
reportagem	247	24,2%
entrevistas	84	8,2%
serviço	82	8,0%
artigo	46	4,5%
análise	34	3,3%
resenha	23	2,3%
história de interesse humano	17	1,7%
roteiro	12	1,2%
cronologia	12	1,2%
indicador	4	0,4%
Total	1021	



Apêndice Q: Tabela 17 - Instagram
Dados consolidados: Editorias ou Temas

268

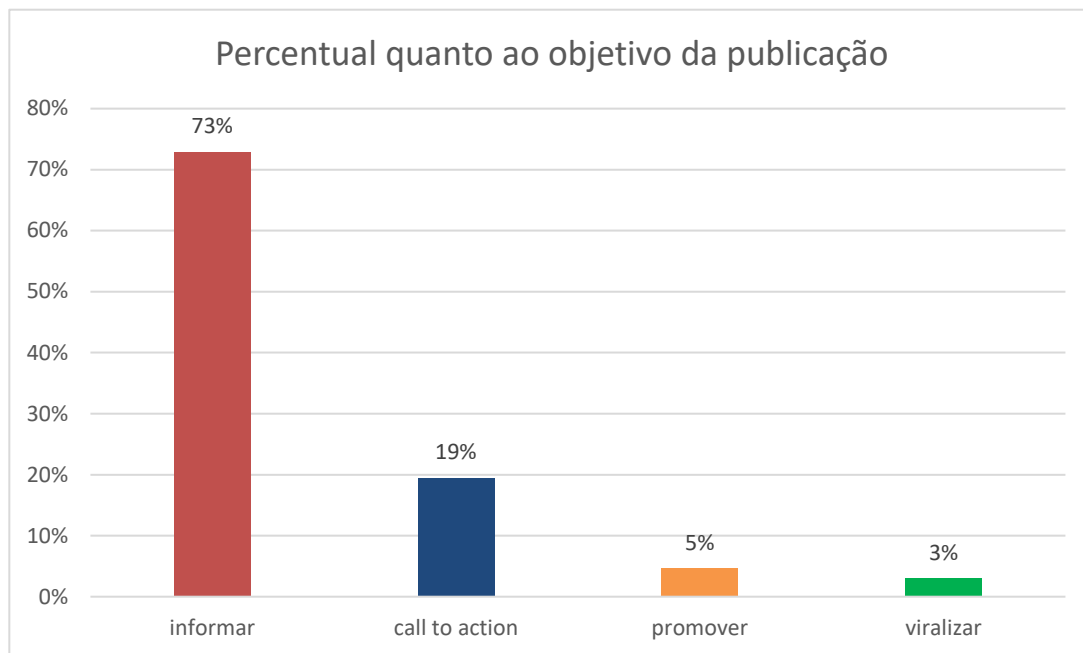
Editoria	Quantidade Total	percentual
economia	231	20%
política	197	17%
internacional	126	11%
saúde	113	10%
cultura (turismo, moda)	103	9%
Brasil	99	9%
esportes	61	5%
educação	49	4%
famosos	48	4%
segurança	43	4%
gastronomia	24	2%
comportamento	22	2%
tecnologia	20	2%
São Paulo	13	1%
meio ambiente	10	1%
Total analisado	1159	



Apêndice R: Tabela 18 - Instagram
Dados consolidados: Quanto ao objetivo

269

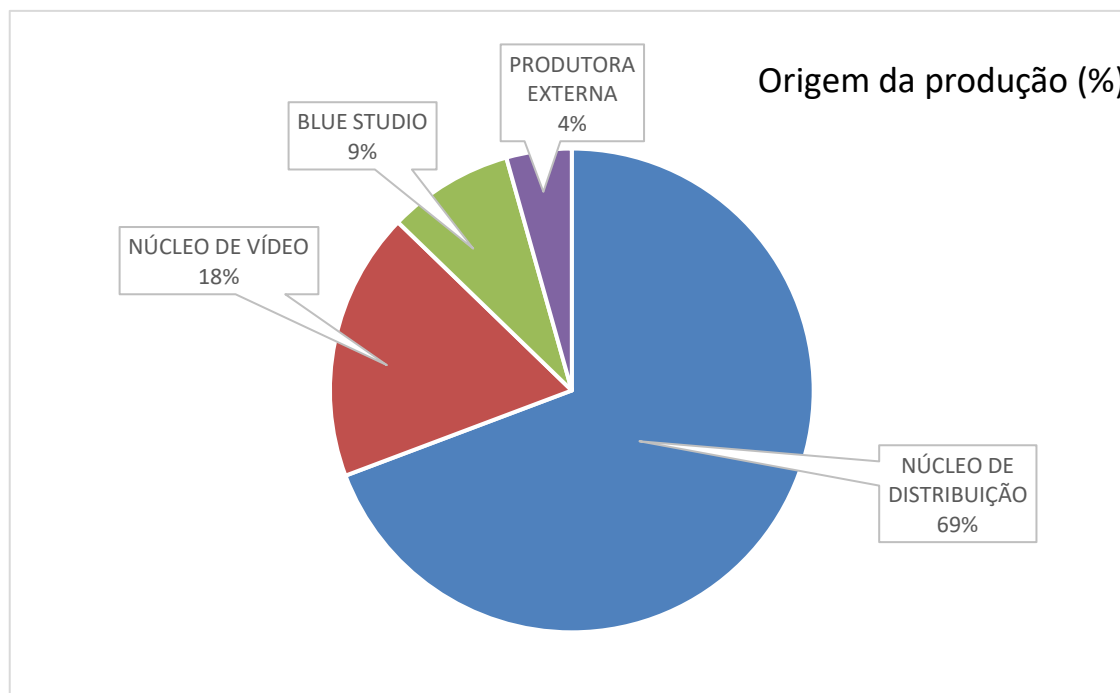
Quanto ao objetivo	total	percentual
informar	920	73%
call to action	246	19%
promover	58	5%
viralizar	38	3%
Total	1262	



Apêndice S: Tabela 19 - Instagram
Dados consolidados: Origem da produção

270

Origem da Produção	Total	percentual
NÚCLEO DE DISTRIBUIÇÃO	825	69%
NÚCLEO DE VÍDEO	214	18%
BLUE STUDIO	100	8%
PRODUTORA EXTERNA	52	4%
Total	1191	1

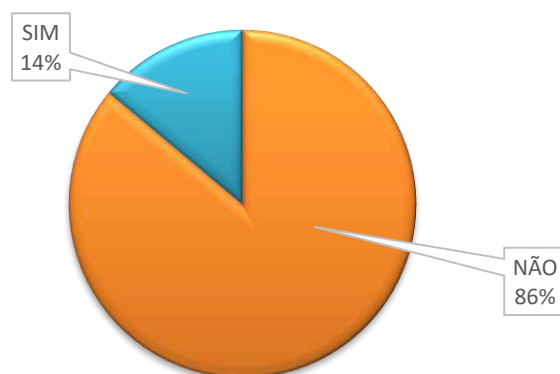


Apêndice T: Tabela 20 - Instagram
Dados consolidados: Patrocínio ou parceria
Posts pagos por anunciante

271

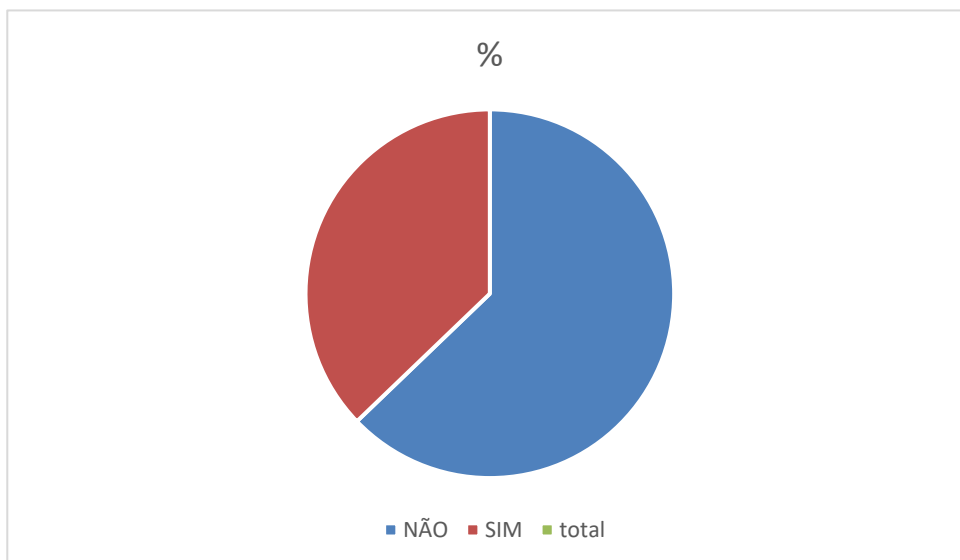
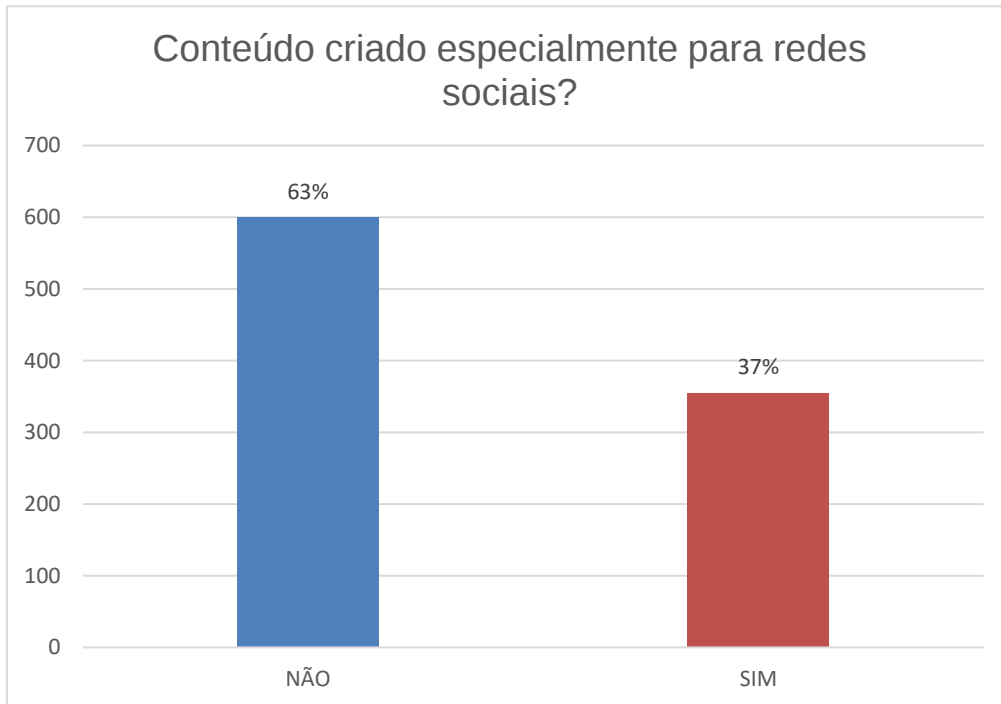
Publicações patrocinadas	Quantidade Total
NÃO	1.055
SIM	171
	1.226

Total publicações patrocinadas



Dados consolidados: Publicação produzida exclusivamente para redes sociais?

Produto especialmente criado para Redes Sociais	Quantidade Total	%
NÃO	600	63%
SIM	355	37%
total	955	



DIAS	DESCRIÇÃO	TEXTOS	jornalismo ou publicidade	Gênero jornalístico	Formato jornalístico	origem da produção	Editoria	patrocinado	Quanto ao objetivo	observações
2	QUADRO FIXO - ESTADÃO - REDAÇÃO - Série do Estadão 'POV da Lousa'	Como controlar a ansiedade para o vestibular? Série do Estadão 'POV da Lousa' traz dicas para quem vai enfrentar a segunda fase dos principais vestibulares do Brasil. A primeira recomendação do Lucas Moreno (@moleculando) é respirar fundo e soltar o ar para acalmar o nervosismo.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
2	QUADRO FIXO - OPINIÃO - CULONISTA	OPINIÃO 🗣️ A nutricionista Desire Coelho, colunista do Estadão, explica por que pesar o mínimo possível é uma meta que ninguém deveria querer alcançar.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
2	QUADRO FIXO - ESTADÃO ANALISA	ESTADÃO ANALISA: Carlos Andreazza comenta a situação do governo Lula, que depende do apoio dos presidentes das casas parlamentares para viabilizar a aprovação de projetos relacionados ao pacote de corte de gastos no Congresso.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
2	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	POLÍTICA FISCAL E A INDÚSTRIA 🏭 A desvalorização do real em relação ao dólar e os efeitos do clima devem continuar impactando de forma negativa a inflação neste fim de ano e no início de 2025.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	CALL TO ACTION	
3	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	PEC DAS PRAIAS 🏖️ A proposta que está no Senado, e que deve ser votada nesta quarta-feira, 4, na CCJ da Casa, permite que o ocupante de um território em terreno de marinha obtenha a propriedade após pagamento. Além disso, a transferência de áreas ocupadas por Estados e municípios pode ser gratuita.	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	informar	
3	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	POLÍTICA FISCAL E A INDÚSTRIA 🏭 A desvalorização do real em relação ao dólar e os efeitos do clima devem continuar impactando de forma negativa a inflação neste fim de ano e no início de 2025. Com as expectativas de inflação fugindo da meta, o Banco Central começou um ciclo de alta da taxa Selic. De acordo com analistas consultados pelo Estadão/Broadcast, pesa também sobre este prolongamento do aperto no juro a preocupação com os rumos da política fiscal do Brasil.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	CALL TO ACTION	
3	QUADRO FIXO - ESTADÃO ANALISA	ESTADÃO ANALISA: Carlos Andreazza fala sobre a liberação das emendas defendida pela maioria dos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) que mantiveram a decisão do ministro-relator Flávio Dino.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
4	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO Fórum Estadão Think	DO BRASIL PARA O MUNDO: Empresários, autoridades, acadêmicos e líderes de opinião discutiram os desafios da indústria para a inserção global e como o momento geopolítico afeta o mercado internacional em um evento produzido pelo Estadão. Assista aos destaques! O conteúdo é patrocinado por @fiesp.official, @ciesp.official, @cnbr e @firjan.	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	informar	Divulgação do debate promovido pelo Estadão com patrocínio de @fiesp.official, @ciesp.official, @cnbr e @firjan.
4	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ELON MUSK Em 2024, Elon Musk acelerou nos negócios. Ele já era o homem mais rico do mundo com larga vantagem - atualmente, sua fortuna é de US\$ 343 bilhões, segundo a Bloomberg. Ele também já tinha o maior "megafone" do mundo desde que comprou o Twitter por US\$ 44 bilhões. Por lá, ele tem mais de 200 milhões de seguidores.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION	
4	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	SPOTIFY WRAPPED 🎧 O fim de ano só chega mesmo quando já podemos ver a retrospectiva anual do Spotify. O recurso está disponível para os usuários do aplicativo de música a partir desta quarta-feira, 4. Para alguns, é o momento de ostentar o bom gosto musical nas redes sociais. Já, outros, se envergonham de suas escolhas durante o ano.	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	informar	
4	QUADRO FIXO - ESTADÃO ANALISA	ESTADÃO ANALISA: Carlos Andreazza comenta a situação das emendas parlamentares que serão liberadas ao Congresso.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
5	QUADRO FIXO - OPINIÃO - CULONISTA	OPINIÃO 🗣️ Refletir sobre o assunto ajuda a entender o estágio atual da inteligência artificial. 📖 Leia mais na coluna de Alexandre Chiavogatto Filho em estadao.com.br.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
5	QUADRO FIXO - OPINIÃO - CULONISTA	OPINIÃO 🗣️ Polarização política em países latino-americanos indica dificuldades para que qualquer presidente possa ter apoio maciço a suas decisões, independentemente do rumo que escolha; eleitor brasileiro que votou em esquerdista é hoje mais liberal que argentino que elegeu direitista. 📖 Leia a coluna completa de Ricardo Corrêa em estadao.com.br.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
5	NOTICIÁRIO DO JORNAL	PM agride idosa durante aboragem em Barueri (SP). Polícia afirma que houve desacato por parte dos familiares.	jornalismo	informativo	notícia	redação	segurança	NÃO	informar	
5	CONTEÚDO PATROCINADO VODCAST PUC-PR	CONTEÚDO PATROCINADO por @pucproficial_ [O que faz da PUCPR a 3ª melhor instituição privada do Brasil, segundo o THE Latin America 2023?	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	educação	SIM	promover	VODCAST_ SÉRIE PUC-PR - jornalista e apresentador Marcelo Tas conversa com o professor Vidal Martins, Vice-Reitor da PUCPR
5	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA	VIOLÊNCIA DA PM DE SÃO PAULO 🚔 A Polícia Militar de São Paulo matou 496 pessoas entre janeiro e setembro, o maior número desde 2020, conforme dados da Secretaria da Segurança Pública do Estado. Além das estatísticas da letalidade policial crescente, uma sequência de casos no último mês acendeu o alerta sobre a violência em abordagens da corporação.	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	informar	
5	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	Em 2024, Elon Musk acelerou nos negócios. Ele conseguiu colocar no ar o #Starship, viu a #Neuralink realizar implantes técnicos e acompanhou a valorização da #Tesla, que recuperou as perdas do começo do ano. Este é o tema do episódio de Dois Pontos desta semana, que conta com a participação de Filipe Figueiredo, colunista do Estadão e criador do podcast Xadrez Verbal, e com Paulo Fernando Silvestre Jr., professor e pesquisador da PUC-SP. O programa é apresentado pela colunista do Estadão, Roseann Kennedy, com a participação de Bruno Romani, editor da Link, editoria de tecnologia do jornal.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION	
5	QUADRO FIXO - ESTADÃO ANALISA	ESTADÃO ANALISA: Carlos Andreazza comenta sobre a aprovação de urgência na Câmara de dois projetos do pacote de corte de gastos do governo Lula. Propostas incluem limitação ao crescimento do salário mínimo, mudança de regras no BPC, novos gatilhos para o arcabouço e autorização para bloqueio de emendas.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
6	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	QUEM É QUEM? 🇧🇷 A série que conta a história do tricampeão de #Formula1 Ayrton Senna é praticamente um multiverso de personagens icônicos - a começar pelo piloto. Galvão Bueno, Alain Prost, Niki Lauda, Xuxa e Galileu são algumas das pessoas retratadas na produção da Netflix, que está no Top 1 da plataforma de streaming desde a estreia.	jornalismo	interpretativo	crônica	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	informar	
6	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	Roberto Klabin, fundador da SOS Mata Atlântica, fala sobre as queimadas e a preservação, aprofundando temas como o desenvolvimento sustentável e a COP-30.	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	informar	
6	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	BARULHOS INSUPORTÁVEIS 🗣️ A Coreia do Norte tem uma nova arma contra a Coreia do Sul: o barulho. Mas não é qualquer barulho. Alguns moradores de uma região da fronteira entre as duas Coreias já disseram ter escutado lobos uivando, fantasmas gritando e metal rangendo. Outros disseram também ter ouvido o som de tiros bem pertinho.	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Internacional	SIM	informar	
6	QUADRO FIXO BATE E VOLTA SP	BATE-VOLTA SP 🍷 É verdade que quando falamos de rota de vinhos, a bebida é o ingrediente principal. Mas pesa também a possibilidade de o lugar oferecer um espaço aconchegante, próximo da natureza, para relaxar e desfrutar uma bela taça.	jornalismo	utilitário	roteiro	NÚCLEO DE VÍDEO	turismo	SIM	informar	
6	CONTEÚDO PATROCINADO - série PUC-PR	CONTEÚDO PATROCINADO por @pucproficial_ [Mais do que uma universidade, a PUCPR é um centro de inovação e excelência acadêmica. A instituição acredita que o conhecimento de ontem não é mais a certeza de hoje e, por isso, incorpora a tecnologia como elemento central na formação de seus estudantes; assista mais em:	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	educação	SIM	informar	VODCAST_ SÉRIE PUC-PR - jornalista e apresentador Marcelo Tas conversa com o professor Vidal Martins, Vice-Reitor da PUCPR
6	NOTICIÁRIO DO JORNAL	O QUE TEM POR LÁ? A #CCXP24, que vai até o domingo, 8, no São Paulo Expo, reunirá em seus painéis um grande time de famosos, que vai de Wagner Moura e Selton Mello a Sandra Oh e Anya Taylor-Joy. A maior parte deles estará no evento para divulgar novas produções no disputado auditório Thunder, onde só cabem 3 mil fãs por vez. Mas não se preocupe: caso você não consiga um lugar nos painéis, há muito mais o que fazer no festival de cultura pop.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	informar	
6	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ACORDO MERCOSUL-UE 🇪🇺 O ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, comemorou o anúncio do acordo de livre comércio entre o Mercosul e a União Europeia, nesta sexta-feira, 06, em Montevideu, no Uruguai. Segundo o ministro, o acordo prevê mais liberdade comercial, por exemplo, zero tarifas para frutas, café e outros produtos brasileiros.	jornalismo	informativo	notícia	redação	economia	NÃO	informar	
6	QUADRO FIXO - ESTADÃO ANALISA	ESTADÃO ANALISA: Carlos Andreazza fala sobre o pacote fiscal do governo que "empurra" pagamento de contas para 2027.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
6	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	PODER Em 2024, Elon Musk acelerou nos negócios. Ele conseguiu colocar no ar o Starship, viu a Neuralink realizar implantes cerebrais e acompanhou a valorização da Tesla, que recuperou as perdas do começo do ano. A maior vitória no ano do bilionário, no entanto, foi no mundo político. Após injetar US\$ 132 milhões na campanha de Donald Trump à Casa Branca, Musk conseguiu empurrar o republicano para a vitória.	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	debates	SIM	CALL TO ACTION	
7	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	IA DA META A Meta AI, ferramenta de inteligência artificial (IA) da Meta, chegou para os usuários brasileiros no final de outubro e gerou dúvidas sobre privacidade. A primeira delas é se é possível desativar a ferramenta. Resposta curta: não. A segunda é se ela tem acesso às nossas conversas no mensageiro. Nosso vídeo detalha como a Meta AI funciona.	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	Brasil	SIM	informar	
8	ESPECIAL DA REDAÇÃO	Ilha do Combu, cartão-postal de Belém, sofre com falta de água potável e turismo em massa, Governo do Pará diz buscar verba para rede de abastecimento e esgoto.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	turismo	NÃO	informar	
9	NOTICIÁRIO DO JORNAL	REFÉM NA AV. PAULISTA 🚶 Uma mulher foi feita refém por outra mulher em um ponto de ônibus na Avenida Paulista, em São Paulo, na tarde desta segunda-feira, 9. Conforme vídeo divulgado nas redes sociais, o caso ocorreu em frente ao prédio da Faculdade Cásper Líbero, na região central da cidade.	jornalismo	informativo	notícia	redação	segurança	NÃO	informar	
10	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	CIRURGIA DE LULA 🏥 A equipe médica responsável pela cirurgia do presidente Luiz Inácio Lula da Silva informou que ele está acordado, conversando normalmente, se alimentando bem e sem sinais de comprometimento cerebral. As informações foram divulgadas durante entrevista realizada na manhã desta terça, 10, no Hospital Sirio-Libanês, em São Paulo. O presidente foi submetido a um procedimento de emergência nesta madrugada após relatar dores de cabeça e deverá permanecer em observação na UTI pelas próximas 48 horas.	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	informar	
10	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SAÚDE DE LULA O presidente Luiz Inácio Lula da Silva teve que ser submetido às pressas a cirurgia na madrugada desta terça-feira, 10. Lula sentiu dores de cabeça, segundo informou boletim divulgado pelo Hospital Sirio-Libanês. Uma ressonância magnética identificou uma hemorragia intracraniana, decorrente do acidente domiciliar sofrido em outubro.	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	informar	

Apêndice V:
Tabela Análise ESTADÃO NO TIKTOK - DEZEMBRO/2024

11	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	ANACRONISMO EM NOVELAS 🗿 Machismo, racismo, homofobia, violência contra a mulher e preconceito. Embora esses temas sejam debatidos nas telenovelas brasileiras atualmente, nem sempre foi assim no passado. Em 2023, o corte de uma cena na reprise de Malhação no Canal Viva na qual garotos brancos faziam blackface para simular uma banda reggae causou polêmica e abriu um debate: esses conteúdos precisam passar por uma revisão corretiva?	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	CALL TO ACTION	
12	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA -	Alexandre Chiavegatto Filho OPINIÃO 🗿 Desenvolvimento de inteligência artificial sobre-humana está mais perto do que se imagina.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
12	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	OPINIÃO 🗿 O Congresso Nacional demonstrou mais uma vez que tem uma única prioridade qualquer que seja a situação do País e ela em nada tem a ver com a garantia de que o Brasil se fortaleça e mantenha a estabilidade econômica conquistada a duras penas.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
12	CONTEÚDO PATROCINADO SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra	Rodrigo Bressan é presidente do Instituto Ame sua Mente e professor livre-docente da Unifesp. Na próxima edição do programa Cênários, o psiquiatra e neurocientista fala sobre a importância da saúde mental nas empresas. O conteúdo é patrocinado por Banco Safra.	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	informar	
12	CONTEÚDO PATROCINADO VODCAST PUC-PR	CONTEÚDO PATROCINADO por @puccproficial Com 65 anos de história, a PUCPR é a 3ª melhor instituição privada do Brasil, segundo o The Latin America 2023. Descubra no podcast, em que o jornalista e apresentador Marcelo Tas conversa com o professor Vidal Martins, Vice-Reitor da PUCPR, quais são as estratégias da instituição para se manter entre as melhores. Assista na íntegra: https://youtu.be/ZW0DsR7zofE	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	educação	SIM	informar	VODCAST_SÉRIE PUC-PR - jornalista e apresentador Marcelo Tas conversa com o professor Vidal Martins, Vice-Reitor da PUCPR
12	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	QUEM SÃO OS REBELDES SÍRIOS AL-GOLANI E AL-BASHIR 🗿 Depois de atrair pouca atenção durante anos, Abu Mohammad al-Golani liderou uma impressionante ofensiva relâmpago que levou à queda do regime do presidente Bashar Assad na Síria, após mais de 13 anos de uma brutal guerra civil.12/12	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	internacional	SIM	informar	
12	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SAÚDE DE LULA 🗿 O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) passou por novo procedimento médico na manhã desta quinta-feira, 12. Segundo relato da equipe médica que o acompanha, a intervenção foi uma complementação a cirurgia de emergência na cabeça à qual foi submetido há dois dias.	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	informar	
12	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	CORTES EM REPRISES DE NOVELAS 🗿 Machismo, racismo, homofobia, violência contra a mulher e preconceito. Embora esses temas sejam debatidos nas telenovelas brasileiras atualmente, nem sempre foi assim no passado. Em 2023, o corte de uma cena na reprise de Malhação no Canal Viva na qual garotos brancos faziam blackface para simular uma banda reggae causou polêmica e abriu um debate: esses conteúdos precisam passar por uma revisão corretiva?	jornalismo	informativo	entrevistas	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	CALL TO ACTION	
12	NOTICIÁRIO DO JORNAL	QUEDA DE BASHAR AL-ASSAD 🗿 Uma ofensiva relâmpago de pouco mais de uma semana colocou fim a uma das ditaduras mais sangrentas e longevas do Oriente Médio. O ditador da Síria, Bashar Assad, fugiu do país após renunciar ao cargo, poucas horas antes do grupo rebelde Hayat Thair al-Sham (HTS) ter tomado as cidades de Homs e Damasco, os principais centros de poder do país em mãos do regime.	jornalismo	informativo	notícia	redação	internacional	NÃO	informar	
13	ESPECIAL DA REDAÇÃO	REPRESENTATIVIDADE NO BALÉ 🗿 Dandara Caetano está em 'O Quebra-Nozes no Mundo dos Sonhos', sendo a primeira bailarina negra a estrelar um balé de repertório da São Paulo Companhia de Dança. Ela reflete sobre representatividade e o apoio dos pais para chegar até a SPCD.	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	informar	
13	ESPECIAL DA REDAÇÃO	1 ANO DE MILEI 🗿 Em dezembro de 2023, o presidente argentino Javier Milei tomou posse prometendo uma política de ajuste fiscal completamente radical. Nas palavras dele, tudo iria piorar muito antes de começar a melhorar. Um ano se passou desde esse anúncio, e os argentinos agora esperam que os dias mais difíceis desse forte ajuste de Milei estejam ficando pra trás. Tem um problema: o índice de pobreza no país já superou a marca de 50% da população.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	internacional	NÃO	informar	
13	NOTICIÁRIO DO JORNAL	SAÚDE DE LULA 🗿 As redes sociais do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) foram usadas nesta sexta-feira, 13, para postagem de um vídeo onde o petista aparece caminhando nos corredores do Hospital Sírio-Libanês de São Paulo. Ele está internado desde a segunda-feira, 13. Nas imagens, é possível ver que o dreno, utilizado para realizar as cirurgias de remoção de hemorragias no cérebro, está protegido por uma fita micropore.	jornalismo	informativo	notícia	redação	política	NÃO	informar	
13	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	LETRAMENTO MIDIÁTICO 🗿 Machismo, racismo, homofobia, violência contra a mulher e preconceito. Embora esses temas sejam debatidos nas telenovelas brasileiras atualmente, nem sempre foi assim no passado. Em 2023, o corte de uma cena na reprise de Malhação no Canal Viva na qual garotos brancos faziam blackface para simular uma banda reggae causou polêmica e abriu um debate: esses conteúdos precisam passar por uma revisão corretiva?	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	CALL TO ACTION	
14	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	PERRENQUES TECNOLÓGICOS 🗿 Uma assunto que nunca falta nas confraternizações familiares de fim de ano são aquelas dúvidas com problemas tecnológicos. Sempre tem algum parente que sabe tudo - e fica responsável por ajudar todos - e aqueles que precisam de auxílio até para lembrar da própria senha.	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	informar	
14	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	QUEM É BRAGA NETTO? 🗿 O general da reserva Walter Souza Braga Netto, ex-ministro da Defesa e candidato a vice na chapa do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) foi preso preventivamente neste sábado, 14, por obstrução de justiça. Conhecido como "cunhaquês de ordens", segundo a Polícia Federal, Braga Netto é tido como "figura central" da tentativa de golpe que envolvia o assassinato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e do vice-presidente Geraldo Alckmin e do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Alexandre de Moraes.	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	política	SIM	informar	
14	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	REPRESENTATIVIDADE EM NOVELAS 🗿 Machismo, racismo, homofobia, violência contra a mulher e preconceito.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	cultura	SIM	CALL TO ACTION	
15	NOTICIÁRIO DO JORNAL	LULA FALA SOBRE PRISÃO DE BRAGA NETTO 🗿 O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) está em alta hospitalar e foi liberado pelo Hospital Sírio-Libanês, em São Paulo, neste domingo, 15. Lula apareceu durante entrevista coletiva da equipe médica que o acompanha e se emocionou ao falar sobre o resultado do exame de tomografia que o fez voltar ao hospital na última segunda-feira, 9.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	informar	
15	NOTICIÁRIO DO JORNAL	LULA SE EMOCIONA 🗿 O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) está em alta hospitalar e foi liberado pelo Hospital Sírio-Libanês, em São Paulo, neste domingo, 15. Lula apareceu durante entrevista coletiva da equipe médica que o acompanha e se emocionou ao falar sobre o resultado do exame de tomografia que o fez voltar ao hospital na última segunda-feira, 9. "Confesso para vocês que fiquei assustado".	jornalismo	informativo	reportagem	redação	política	NÃO	informar	
15	ESPECIAL DA REDAÇÃO	O PORQUÊ DO #5 🗿 Gabriel Bortoleto já escolheu o número com o qual vai estrear na #Fórmula1 na temporada 2025. O brasileiro atual campeão da Fórmula 2 pilotará pela Sauber-Audi e teve algumas opções em mente antes de definir o 5.	jornalismo	informativo	entrevista	redação	esportes	NÃO	informar	
15	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	CANCELAMENTO 🗿 Machismo, racismo, homofobia, violência contra a mulher e preconceito.?	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION	
15	ESPECIAL DA REDAÇÃO	CARRO SEM MOTORISTA 🗿 O trânsito caótico de cidades brasileiras como Rio de Janeiro e São Paulo não será o maior empecilho para que os carros autônomos cheguem ao Brasil, na avaliação de consultores da área. A tecnologia desses veículos será capaz de detectar, por exemplo, os milhares de motociclistas que cruzam as ruas da capital paulista o tempo todo e reagir a eles. O grande desafio será regulamentar esse novo tipo de automóvel.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	tecnologia	NÃO	informar	
16	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	OPINIÃO 🗿 Como saber a hora de parar de comer? A nutricionista Desire Coelho, colunista do Estadão, fala sobre a saciação, que é o sinal interno de que podemos parar de comer. Ela explica que, por causa de alguns fatores, temos dificuldade de perceber a saciação. Mas é possível treinar-la.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
16	ESPECIAL DA REDAÇÃO	CULTURA 🗿 Depois de nove meses em reforma, a Fundação Casa de Jorge Amado, em Salvador, reabriu suas portas com novidades para turistas e moradores da capital baiana. A principal delas é uma expansão: o centro cultural que fica no Largo do Pelourinho, coração do Centro Histórico da cidade e local que remete aos primeiros anos do período colonial brasileiro, agora conta com três casas interligadas - antes, o complexo era formado por dois casarões.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	cultura	NÃO	informar	
16	NOTICIÁRIO DO JORNAL	DIRETOR DE 'MUFASA' 🗿 A onda de spin-offs e sequências que inundou Hollywood nos últimos anos acaba de atingir um novo estágio ao arrastar um dos mais promissores diretores da atualidade para o cinema mainstream. Barry Jenkins foi recrutado para capturar Mufasa, projeto da Disney derivado do live-action de O Rei Leão (2019), com estreia nos cinemas brasileiros em 19 de dezembro.	jornalismo	informativo	entrevista	redação	cultura	NÃO	informar	
17	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	POLÍTICA MONETÁRIA x POLÍTICA FISCAL 🗿 O jornal O Estado de S. Paulo e o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE) promoveram o III Seminário de Análise Conjuntural nesta terça, 17, para discutir os rumos da economia brasileira e os impactos do cenário externo em nossa economia. A transmissão completa do evento está disponível no perfil do Estadão Economia no Facebook.	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	economia	SIM	promover	chamada para debate promovido pelo Estadão
17	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Depois de 17 anos, o Brasil volta a ter o melhor jogador do mundo eleito pela Fifa, entidade máxima do futebol. Vinícius Júnior, estrela do Real Madrid e da seleção brasileira, recebeu a honraria nesta terça-feira (17), na cerimônia do The Best, realizado em Doha, no Catar.	jornalismo	informativo	entrevista	redação	esportes	NÃO	informar	
18	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	PESSIMISMO TECNOLÓGICO 🗿 Como o mundo da tecnologia saiu do otimismo para o pessimismo?	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION	
18	CONTEÚDO PATROCINADO	Rodrigo Bressan é presidente do Instituto Ame sua Mente e professor livre-docente da Unifesp. Nessa edição do programa Cênários, o psiquiatra e neurocientista fala sobre a importância da saúde mental nas empresas. Parceria com Banco Safra.	publicidade	branded content		PRODUTORA EXTERNA	economia	SIM	CALL TO ACTION	SÉRIE FIXA: LIVE CENÁRIOS por @bancosafra
19	ESPECIAL BLUE STUDIO COM COLUNA PALADAR	CONTEÚDO PATROCINADO por Schweppes Drinks com tônica para as festas de fim de ano!	BLUE STUDIO	branded content					informar	
19	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	ONDE SEU TIME VAI PASSAR EM 2025? A gente te explica. 🗿 Você também pode ler mais detalhes no link em destaque no post.	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	esportes	SIM	informar	
19	QUADRO FIXO - OPINIÃO - EDITOR	OPINIÃO 🗿 RICARDO CORRÊA: 'País que perdeu medo de prender generais agora tem que saber enfrentar lobby da magistratura.'. Leia mais no Estadão.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
19	QUADRO FIXO - OPINIÃO - COLUNISTA	OPINIÃO: Alexandre Chiavegatto Filho 🗿 'Quanto mais uma IA raciocina, mais imprevisível ela se torna'.	jornalismo	opinativo	artigo	redação		NÃO	informar	
19	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	CONCENTRAÇÃO DE DADOS 🗿 Como o mundo da tecnologia saiu do otimismo para o pessimismo?	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION	
20	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	RECALL DO COPO STANLEY 🗿 Você tem um copo Stanley? Então presta atenção que você pode ter que pedir a troca da tampa da sua garrafinha. Isso porque a empresa, que é bem famosa por aqueles copos térmicos, disse que encontrou um defeito em mais de 400 mil canecas aqui no Brasil.	jornalismo	interpretativo	análise	NÚCLEO DE VÍDEO	economia	SIM	informar	

20	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	TRANSPARÊNCIA 📊 Como o mundo da tecnologia saiu do otimismo para o pessimismo?	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION
20	QUADRO FIXO - ESTADÃO EXPLICA	IMAGENS POR IA 🖼️ Após muito tempo de espera, no começo de dezembro, a OpenAI lançou sua ferramenta de inteligência artificial (IA) que produz vídeos curtos supostamente realistas. Quando revelou a IA em fevereiro, a companhia chamou muita atenção pela qualidade dos vídeos. Mas, nos testes feitos pela reportagem, os resultados não foram tão bons. Leia mais no link. 📄 Vídeo: Mariana Cury Edição: Julia Pereira	jornalismo	interpretativo	cronologia	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	informar
22	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Na manhã deste domingo, 22, um avião turboélice bimotor de pequeno porte caiu por volta das 9 horas deste domingo, 22, em Gramado, na serra gaúcha, na região da Avenida da Hortênsias, por volta das 9h. A estimativa é de que cerca de dez pessoas estavam no avião, segundo a Defesa Civil do Estado, e não há sobreviventes.	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	informar
22	NOTICIÁRIO DO JORNAL	ACIDENTE EM GRAMADO ✈️ Um avião turboélice bimotor de pequeno porte caiu por volta das 9 horas deste domingo, 22, em Gramado, na serra gaúcha, na região da Avenida da Hortênsias. Dez pessoas estavam no avião, segundo a Polícia Civil do Estado: o empresário Luiz Claudio Galeazzi, sua mulher, três filhas, a sogra, outro casal e duas crianças. Segundo informações da Infraero, o avião havia acabado de decolar na cidade de Canela, no Rio Grande do Sul, e estava indo para Jundiá, interior de São Paulo. Chovia e havia neblina na hora do acidente na região. Ao menos 14 pessoas que estavam na área em que o avião caiu foram levadas ao Hospital de Gramado. O avião atingiu a chaminé de um prédio, o segundo andar de uma casa - onde havia uma pessoa, que saiu sem ferimentos - e depois uma loja vazia.	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	informar
22	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Queda de Avião em Gramado não deixa sobreviventes, diz governador do RS. Ao menos 14 pessoas que estavam na área em que o avião caiu foram levadas ao Hospital de Gramado. O avião atingiu a chaminé de um prédio, o segundo andar de uma casa - onde havia uma pessoa, que saiu sem ferimentos - e depois uma loja vazia. Um avião turboélice bimotor de pequeno porte caiu por volta das 9 horas deste domingo, 22, em Gramado, na serra gaúcha, na região da Avenida da Hortênsias. Segundo o governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite (PSDB), não há sobreviventes. A estimativa é de que dez pessoas estavam no avião, segundo a Defesa Civil do Estado.	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	informar
22	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Avião de pequeno porte cai em zona residencial em Gramado: governador diz que não há sobreviventes. Acidente aconteceu na manhã deste domingo, 22, na região da Avenida das Hortênsias; a estimativa é de que 10 pessoas estavam na aeronave.	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	informar
22	ESPECIAL DA REDAÇÃO	JÁ VIU QUEM VOLTOU? 🏠 SP liberou o retorno das patinetes elétricas por aluguel. Como elas funcionam? A gente te conta no vídeo e no link em destaque no post.	jornalismo	informativo	reportagem	NÚCLEO DE VÍDEO	São Paulo	NÃO	informar
23	QUADRO FIXO - (IN) SEGURANÇA PÚBLICA	RADAR DA CRIMINALIDADE 📊 O verão faz com que milhões de pessoas viagem até as praias de São Paulo para aproveitar as férias. O êxodo temporário aumenta a preocupação com turistas, alvo preferencial de bandidos nesta época, e também com moradores. 📄 Por isso, para acompanhar a dispersão de crimes no litoral paulista, o Estadão disponibiliza, de forma exclusiva, o Radar da Criminalidade do Litoral de SP, disponível em estadao.com.br. Veja o vídeo e saiba mais.	jornalismo	utilitário	serviço	NÚCLEO DE VÍDEO	segurança	SIM	informar
23	KIT ESTADÃO E QUATRO RODAS	Estadão inicia comemoração de seus 150 anos a partir de janeiro com a publicação de hub de informação e prepara eventos, conteúdos especiais e outros projetos ao longo de 2025.	publicidade					anúncio	CALL TO ACTION
23	ESPECIAL DA REDAÇÃO	NOVA FÁBRICA DA GWM 🚗 População de Iracemápolis aguarda com cautela operações de fábrica da GWM. Moradores da cidade do interior paulista dizem que Mercedes, que fechou fábrica no fim de 2020, não chegou a movimentar de forma significativa comércio local. Saiba mais na reportagem no portal do Estadão.	jornalismo	informativo	reportagem	redação	economia	NÃO	informar
23	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	REDES SOCIAIS 📱 Como o mundo da tecnologia saiu do otimismo para o pessimismo? O vodcast Dois Pontos desta semana aborda as mudanças tecnológicas dos últimos 20 anos, que impulsionaram transformações fundamentais na política, na economia, no comportamento e na cultura. 📄 Assista ao episódio completo no canal do Estadão no Youtube.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION
24	QUADRO FIXO SÉRIE VODCAST DOIS PONTOS	VIDA FORA DAS TELAS 📺 Como o mundo da tecnologia saiu do otimismo para o pessimismo? O vodcast Dois Pontos desta semana aborda as mudanças tecnológicas dos últimos 20 anos, que impulsionaram transformações fundamentais na política, na economia, no comportamento e na cultura. 📄 Assista ao episódio completo no canal do Estadão no Youtube.	jornalismo	informativo	entrevista	NÚCLEO DE VÍDEO	tecnologia	SIM	CALL TO ACTION
26	QUADRO FIXO OPINIÃO - COLUNISTA - Alexandre Chiavegatto Filho	INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL 🤖 "Em 2024, começou a era das IAs de raciocínio. Esses algoritmos têm a capacidade de encadear relações lógicas, propor soluções criativas e, em muitos casos, integrar dados multimodais para análises ainda mais complexas. Seu impacto já começou a aparecer na ciência, onde estão sugerindo experimentos inovadores, refinando hipóteses complexas e acelerando o desenvolvimento de medicamentos e novos materiais." 📄 Leia a coluna completa em estadao.com.br	jornalismo	opinativo	artigo	redação	tecnologia	NÃO	informar
26	NOTICIÁRIO DO JORNAL	EM UBATUBA 🐉 Um menino precisou ser resgatado em Ubatuba, no litoral norte de São Paulo, de dentro de uma bolha inflável que ficou à deriva no mar. O caso ocorreu na terça-feira, 24, perto da Praia do Lázaro. A criança ficou bem, de acordo com o relato de uma pessoa que testemunhou o resgate.📄	jornalismo	informativo	notícia	redação	São Paulo	NÃO	informar
28	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Isaac Karabtschewsky faz o público dançar valsa na Cinelândia em concerto de celebração de 90 anos À frente da Orquestra Petrobras Sinfônica, ele regeu clássicos como 'Valsa do Imperador', de Strauss, 'Bolero', de Ravel, e 'O Trenzinho do Caipira'.	jornalismo	informativo	notícia	redação	cultura	NÃO	informar
28	NOTICIÁRIO DO JORNAL	Veja imagens aéreas do local da queda da ponte Juscelino Kubitschek de Oliveira, no Rio Tocantins, entre as cidades de Aguiarnópolis (TO) e Estreito (MA). A localização de corpos tem sido um desafio para os mergulhadores, em razão das características do rio, como água turva e correnteza, além das as presenças de escombros da própria estrutura colapsada e de materiais tóxicos que estavam sendo transportados por caminhões que caíram na água.	jornalismo	informativo	notícia	redação	Brasil	NÃO	informar
30	CONTEÚDO BLUE STUDIO PATROCINADO	Ganhando cada vez mais espaço entre os brasileiros, o consumo de cervejas zero disparou nos últimos anos.	publicidade	branded content		BLUE STUDIO	gastronomia	SIM	informar

CONTEÚDO PATROCINADO por @ambev | Marca apresenta vantagens sobre seu produto

Análise de conteúdo do perfil Estadão na plataforma de redes sociais digitais TikTok

	Data	Descrição do tipo de postagem	TEXTO / LEGENDA	audiência	jornalismo X branded content	origem da produção
2020						
MARÇO						
1	19/03	recado de famosos	Olha quem mandou recado para o BigState! A RAINHA@gretchenoficial! 👑 Diz aí o que vocês estão fazendo na#quarentena #fiqueemcasa #coronavírus	3,2 milhões	branded	externo
1	21/03	Campanha covid	Homenagem dos repórteres aos guerreiros que combatem o#coronavírus 🤝 Saiba tudo sobre a#COVID-19no nosso site#fiqueemcasa	35,8 mil	branded	EDITORIA
1	26/03	recado de famosos	Lorelay Fox conta o que tem feito#felizemcasa #desafiofiqueemcasaE você? O que foi feito? Escreva aqui!#para você	34,3 mil	branded	externo
3	total do mês					
ABRIL						
1	03/04	recado de famosos	Conversamos com@familiamionsobre o Dia Mundial de Conscientização do#autismo(2 de abril). Confira no nosso site!#para você #tiktok	138,8 mil	branded	externo
1	06/04	recado de famosos	A Heslaine Vieira e a Gabriela Medvedovski já mandaram um#AbracoNaSaude! Use a nossa tag e mande o seu!#trabalhandoporvocê #malhacao	133 mil	branded	externo
1	08/04	recado de famosos	O Fabio Porchat contornou pra gente o que mais tem feito na#quarentena: vidas! 💕🤝 E vocês? Contem nos comentários!#felizemcasa #para você #ao vivo	10,4 mil	branded	externo
1	09/04	recado de famosos	Entrevista muito bacana com a@batomatrevido, sucesso aqui não#tiktok! Link na bio!#para você #estadoo	6.378	branded	externo
1	14/04	recado de famosos	💖 Recado especial do Castelo Rá-Tim-Bum! Quem se lembra? Vídeo completo em estadao.com.br#felizemcasa #paracoronavírus #para você	7.652	branded	externo
1	15/04	recado de famosos	#paracoronavírus não ao#cyberbullying, recados importantes da@laurapihn! 💧 Não se esqueça: lave as mãos!	7.126	branded	externo
1	15/04	MEME	Quem também está cozinhando nessa quarentena? 🤖 Poste seu#RemakeDaGretchenpra gente ver!#lancheemcasa#felizemcasa#dublagem@blogdaba	8.558	branded	EDITORIA
1	17/04	recado de famosos	YUKÊ? 💎 Uma diva@pabllovittarpassando para convidar nossos seguidores a ouvir o '111' na#quarentena! Se puder,#fiqueemcasa!#desafiotimida #para você	147,3 mil	branded	externo
1	29/04	recado de famosos	UM@monique.alfradiqueenviou um recado aos seguidores do Drops Estadão no Instagram: hoje estreia a nova temporada de 'A Vila', no@multishow	34,8 mil	branded	externo
9	total do mês					

MAIO						
1	06/05	REPORTAGEM	O Estadão foi o 1º jornal a entrar no maior hospital de campanha de SP. Veja o especial em estadao.com.br e, se puder, #fiqueemcasa! #coronavírus #fyp	126 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	08/05	recado de famosos	@larissamanoelapassando por aqui para dar uma super#dicapara o#diadasmães! 🙌💕 #para você #fyp #tiktokers	123,3 mil	branded	externo
1	13/05	MEME	Depois do Jornal Nacional, a escalada do#DropsEstadãotambém deu#erro! 😭😂 Assista à edição completa no Insta do Estadão! #notícias #fyp #para você	2.343	branded	EDITORIA
1	25/05	recado de famosos	😭 O@portadosfundosestreou no#tiktok, vocês viram? Leia a matéria e saiba como usar máscara da maneira correta em estadao.com.br 😂 #humor	2.656	branded	externo
4	total do mês					
JUNHO						
1	02/06	REPORTAGEM	Boa notícia: Pela primeira vez desde o início da pandemia, a#Espanhanão registrou mortes por#coronavírus! Leia mais em estadao.com.br	1.577	JORNALISMO	EDITORIA
1	03/06	REPORTAGEM	♥ Formadora do#teatrobrasileiro, um#atrizMaria Alice Vergueiro, conhecida pelo ‘Tapa na Pantera’, morreu nesta quarta, 3. Leia no site do#estadoo	3.059	JORNALISMO	EDITORIA
1	05/06	videos das redes	EMOCIONANTE ♥ A filha de George Floyd nos ombros de Stephen Jackson, jogador da NBA. Siga os protestos nos EUA no nosso site#vidas negras importam #blm	21,5 mil	JORNALISMO	externo
1	25/06	REPORTAGEM	🐛🧠 Ministério da Agricultura montou plano para acompanhar nuvem de insetos, que está em direção ao sul da#Argentina. Leia sem link! #notícias #estadoo	4.121	JORNALISMO	EDITORIA
1	25/06	videos das redes	🐱 CORRE! Haha Clinton-Dix, do Dallas Cowboys, tomou o maior susto ao ver os animais! Veja mais em esportefera.com.br #nfl #esporte #estadoo	2.572	JORNALISMO	externo
1	28/06	Tod Trend Desafio	🏳️ #Desafio6SérieLGBTem 60 segundos ou menos, pelo Episódio#estadoo. Participe e indique suas preferidas! #orgulhodeser	1.554	branded	EDITORIA
6	total do mês					
JULHO						
1	01/07	ANÚNCIO DA CASA	ESTADÃO agora tem assinatura digital GRATUITA para quem faz graduação e pós! 🎓 Marca aí aquele amigo universitário 🙌 #para você #tiktoknoticias	16,9 mil	branded	CALHAU
1	03/07	recado de famosos	COBRA VENENESA' 🐍 Quem aí já ouviu o novo som da@ludmilla? O clipe tá lá no nosso site e ela deixou um recado especial! #música #para você #ludmila	2.847	branded	externo
1	04/07	CHAMADA PARA SITE	#TIKTOKERS: Onde vivem? O que vem? 😂 Falamos com@lzmaario,@zettichav,@_naabuenoe@jeremycohene você pode ver lá no nosso site! #para você #tiktok	2.376	branded	EDITORIA

1	06/07	CHAMADA PARA SITE	🙅 “Recusar a máscara é colocar em risco aqueles que você encontra no caminho”, diz Nicholas Kristof, do NY Times. Leia no site. 📺 #máscara #usemascara	2.455	branded	EDITORIA
1	07/07	CHAMADA PARA SITE	Muitos#tiktokersnem foram nascidos quando Cazuza nos deixou, mas as músicas dele seguem vivas até hoje. Leia o especial no Cultura Estadão 📺 #música	19,3 mil	branded	EDITORIA
1	09/07	Campanha covid	BASTIDORES DO HOME OFFICE 🤖 @joaoabel_ Tentei gravar um take do Drops e um “intruso” quis aparecer no fundo 🐱 #FiqueEmCasa #quarentena #gato	3.471	branded	EDITORIA
1	14/07	REPORTAGEM	CADÊ TODO MUNDO,@felipegoldenb? 🤖 Nossa redação continua trabalhando de casa! 🏠 #quarentena #fiqueemcasa #jornalismo	2.966	JORNALISMO	EDITORIA
1	17/07	CHAMADA PARA SITE	Figurinhas animadas são TUDO, né não? 📺 Lá em link.estadao.com.br a gente te ensina como baixar e usar no#WhatsApp! 📺 #tiktoknotícias #fyp	4.040	branded	EDITORIA
1	21/07	MEME	Todo dia ou mesmo#desafio: montar a capa do impresso que mais circula no País! 📺 📺 #tiktoknotícias #fyp #jornalismo	2.863	branded	EDITORIA
1	21/07	CHAMADA PARA SITE	E VAMOS DE TOP 10 📺 Lá no site do Cultura Estadão, você vê a lista completa! Spoiler:#Coisas estranhastá na liderança#netflix #série	3.223	branded	EDITORIA
10	total do mês					
AGOSTO						
1	03/08	Campanha covid	#USEMÁSCARA 🙅 Usar máscara é um ato de empatia: você se protege e protege o outro. Bora compartilhar essa ideia?#desafiodamascara #quarentena #covid	3.662	branded	EDITORIA
1	05/08	REPORTAGEM	Saudades da redação né, meu filho? 🤖 Mas, por enquanto, os repórteres do Estadão seguem em casa! 🏠 📺 #quarentena #escritório em casa	3.557	JORNALISMO	EDITORIA
1	18/08	MEME	Paulistano não pode ver um friozinho que... TIRA TODAS AS ROUPAS DO ARMÁRIO 🤖 📺 Saiba tudo sobre a frente fria que vem aí no site#fy #quarentena	4,335	branded	EDITORIA
1	19/08	top trend - #desafioverdefazer#estadoo!	📺 #desafioverdefazer#estadoo! Use esse áudio e mostre o que você fez para ajudar o meio ambiente! 🌿 Desafio Verde do Estadão - Estadão	235,4 mil	branded	EDITORIA
1	21/08	vídeo de redes sociais	DEIXA GOOO 📺 Olha como a frente fria saiu da cidade de Canela, no Rio Grande do Sul! 🤖 #fyp #tiktoknotícias #brasil	9.359	JORNALISMO	EDITORIA
1	22/08	top trend - #desafioverdefazer#estadoo!	#DesafioVerde 📺 A @engenheirainsana contou 3 coisas que fazem para ajudar o planeta com coreô? 🤖 📺 Quem também consegue fazer o desafio dançando?	179,7 mil	branded	externo
1	23/08	top trend - #desafioverdefazer#estadoo!	O ator Allan Souza Lima mostrou no#desafioverdesuas plantas cultivadas em casa 📺 Tem até visita de pássaros! Use uma tag e mostre o que você tem feito!	58,1 mil	branded	externo

1	24/08	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	UM@larissamanoelatambém entrou no#desafioverdee mostramos o que foi feito para ajudar o planeta! 💚 Use um # e compartilhe você também!	1,4 milhões	branded	externo
1	25/08	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	UM@eujulianamottatambém entrou no#desafioverde 🌿 Agora, só falta você! Use uma hashtag e marque o Estadão no seu vídeo!	93,2 mil	branded	externo
1	26/08	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	Olha quem entrou no#desafioverde, um@_pequenalo 💚 Use a tag do desafio você também e mostre o que tem feito para ajudar o planeta 🌍 #para você	99,3 mil	branded	externo
1	28/08	vídeo de redes sociais	“Querem se sentir velho? Tenho 40”, brincou Macaulay Culkin, do Esqueceram de Mim, no Twitter, em 26/8, dia do seu aniversário 🎂 🎬 #filmes #fy	23 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	28/08	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	CANECA bonita e 'verde' 💚 Quem também não usa mais canudo de plástico? Faça como o@lucianodvseo@bbrunoaguiare participar do#desafioverde #fyp	13,7 mil	branded	externo
1	29/08	REPORTAGEM	#LUTO 💚 Morreu o ator Chadwick Boseman, sucesso em#panteranegra 🎬 Ele tratou de um câncer de cólon 🧐@marvelstudios #maravilha	13K	JORNALISMO	EDITORIA
1	29/08	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	🧐 @hugobonemer zerou o#desafioverde 💚 Arrasou! Quem também está participando? Poste seu vídeo com a tag e marque o Estadão!#segura #fyp	112,7 mil	branded	externo
1	30/08	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	#DesafioVerde 💚 O que você tem feito para ajudar o planeta? Conte no seu vídeo usando nossa tag e marque o Estadão#duetovertical #devido a	220,8 mil	branded	EDITORIA
15	total do mês					
SETEMBRO						
1	01/09	REPORTAGEM	🧐 Viram isso? 🎬 A@netflixbrasillivre#sériee#filmespara assistir gratuitamente, sem precisar criar uma conta! Qual é o seu favorito?#Netflix	12,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	02/09	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	#DesafioVerde 💚 Um@alexandrismosfez um vídeo super bacana falando sobre os 5Rs da#sustentabilidade 🧐 Ainda tem dúvidas? Deixe nos comentários!	5.984	branded	externo
1	03/09	top trend - #desafioverde#faz#e stadoo!	A atriz Isabel Fillardis topou o#desafioverde 🧐 💚 Quem também usa o canudinho de metal e/ou atrapalha o consumo de plástico?#fyp	3.710	branded	externo
1	04/09	CHAMADA PARA SITE	Quem também está ansioso para esse lançamento? Leia mais em estadao.com.br#esporte #f1 #sena #netflix M to the B - Millie B	4.225	branded	EDITORIA

1	04/09	top trend - #desafioverdefazer#estadoo!	Olha que show esse#faça você mesmofazer@marthowpró#desafioverdecom material reciclado! 🧠💡 Uma super dica sustentável!#casteloratimbumParticipe também!#fy	4.223	branded	externo
1	05/09	top trend - #desafioverdefazer#estadoo!	Olha a@vistradanão#desafioverdedo Estadão 🤔😏 E você? Já está participando?#estadoo	4.960	branded	externo
1	09/09	REPORTAGEM	FORA! 🏆 #Djokovicnão perdeu só a chance de ser campeão do#EUAAOpen, mas também 280 mil dólares após acertar uma bolada na juíza de linha!#fy #tênis	5.976	JORNALISMO	externo
1	10/09	REPORTAGEM	#ohjuliana💖 Um@julianagpioveio lembrar que o#setembroamarelochegou para conscientizar sobre a prevenção ao suicídio!#vamosamar #demilovato	2.234	JORNALISMO	EDITORIA
1	11/09	REPORTAGEM	🧠👊 @mayagabeiraaumentou o seu próprio recorde de 20,7 metros para 22,4 metros. Incrível! 🏄 #surf #ondasgrandes #fy	3.232	JORNALISMO	EDITORIA
1	11/09	top trend - #desafioverdefazer#estadoo!	O@apollooficialentrou não#desafioverde💖 E, você? Também já está participando? Use um # e marque o Estadão!#vamosamar #fy	2.356	branded	externo
1	11/09	vídeos oficiais	O atendendo às Torres Gêmeas em NY completa 19 anos. Quem se lembra?#tiktoknoticias #jornalismo #noticias #fy	18,8 mil	JORNALISMO	externo
1	11/09	REPORTAGEM	📺 O#esfera do dragãofoi mesmo interrompido pelo Plantão da Globo no atentado de 11 de setembro?#finalinesperado #fy	4.582	JORNALISMO	EDITORIA
1	12/09	entrevista	@mayagabeirabateu novo recorde mundial para maior onda já surfada por uma mulher 🏄♀️ O@paulofavero1falou com ela!#surf #vamosligar #poder feminino #wsl	36,8 mil	JORNALISMO	externo
1	14/09	REPORTAGEM	Você conhece o termo SHOPSTREAMING? A repórter Carla Menezes explica o que significa; acesse o Estadão para saber mais!#lojafluxo #tecnologia	2.150	JORNALISMO	EDITORIA
1	16/09	MEME	Quem aí também fica nesse mix de reações quando lê notícias sobre a vacina da#covid? 🤔😏 Siga a cobertura no nosso site#tiktok #fy #tiktoknoticias	5.505	branded	EDITORIA
1	17/09	REPORTAGEM	QUEM É O CAVALEIRO NO SÍMBOLO DO ESTADÃO? 🤔🐎 Vem descobrir!#historiasdetiktok #tiktoknoticias #fy #jornalismo	368,4 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	26/09	REPORTAGEM	O Dia Nacional do Surdo é comemorado em 26 de setembro! Um repórter faz#estadoo @analulourencostá aprendendo#libras 🗣️ Quem já sabe?	3.734	JORNALISMO	EDITORIA
1	29/09	REPORTAGEM	VEM SER UM FOCA!!! 🐶 Inscrições abertas para nosso curso de Jornalismo Econômico. Saiba tudo em estadao.com.br/focas 🐶 #jornalismo #tiktoknoticias #fy	3.211	JORNALISMO	EDITORIA
18	total do mês					
OUTUBRO						
1	09/10	REPORTAGEM	Viu algum barco por aí? Mande para o ESTADÃO VERIFICA, nossa equipe de verificação de fatos! 🗣️ #efeitosdevoz #você tem que #jornalismo #fy	54,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA

Apêndice W: Tabela 23 - TikTok - 2020

281

1	20/10	REPORTAGEM	E esse “gráfico” hein? 🤔 Os 'xerleque home' da internet, claro, não deixei passar! 🤔 Saiba mais em nosso site#tiktoknotícias #fyp #política	99,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	23/10	CHAMADA PARA SITE	Coisas que você não contaram sobre sua carreira! Use uma hashtag#suacarreirae faça você também o#desafiodo Estadão#fyp #testevocacional	194,3 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	30/10	CHAMADA PARA SITE	Saiu a vencedora do Comedy#Animais selvagensPrêmios de Fotografia 2020! 📸 É a PISTOLA TARTARUGA 🐢 🤔 Veja mais fotos no nosso site!#foto #fotografia #fyp	36,5 mil	branded	EDITORIA
4	total do mês					
NOVEMBRO						
1	01/11	REPORTAGEM	DESCANSE EM PAZ, LOURO ❤️ Use este áudio para homenagear Tom Veiga, intérprete do papagaio mais famoso do Brasil!#tiktoknotícias #TV #rasgar	803,9 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	05/11	MEME	Quem está você esperando o resultado das eleições nos Estados Unidos? 🤔 🤔 🤔#eleições2020 #EUA	4.235	branded	EDITORIA
1	07/11	Vídeos de redes sociais	Eleições nos#EUABR#joebidenderrota#trunfoe#kamalaharrisé a 1ª mulher e 1ª negra vice-presidente dos EUA! Saiba mais no link na bio#fy	26,3 mil	JORNALISMO	externo
1	08/11	REPORTAGEM	48 homens depois... temos a primeira mulher eleita vice-presidente dos EUA us#KamalaHarris #tiktoknotícias #eleição #fyp	123 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	14/11	REPORTAGEM	☑️#Eleiçõessem tempos de pandemia: veja o que levar no domingo! 🗳️ Os locais de#votaçãoabrem das 7h às 17h 🤔#voto #fy	57,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	16/11	CHAMADA PARA SITE	#Eleições2020🗳️veja os resultados para prefeituras nas capitais ☑️ Saiba mais no link na bio.#voto #fyp #prefeitura	19,4 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	18/11	entrevistas	#MinhaHistóriaImporta1ª trans e negra eleita para a Câmara dos Vereadores de SP, Erika Hilton falou ao Estadão ano passado sobre sua trajetória#fyp	158,3 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	26/11	vídeos oficiais	GÊNIO DA BOLA ⚽ AR Em 1986, Maradona driblou seis ingleses e fez essa pintura! O gol mais bonito das Copas. Descanse em paz, Deus!#futebol #fyp	83,4 mil	branded	externo
8	total do mês					
DEZEMBRO						
1	01/12	vídeo de redes sociais	Na madrugada desta terça, ao menos 30 crimes fortemente armados realizaram um mega-assalto e fizeram reféns na cidade de Criciúma#fy	62,3 mil	JORNALISMO	externo
1	08/12	vídeos oficiais	HISTÓRICO: Jogadores do Paris Saint-Germain e do Istanbul Basaksehir deixam o campo como represália a um ato racista durante o jogo da Liga dos Campeões	11,9 mil	JORNALISMO	externo
1	18/12	CHAMADA PARA SITE	Quem aí ama@vittorfernandoe@_pequenalo? 🤔 Eles produziram os vídeos na mesma casa e conversaram com o Estadão!#tiktokers #casa #fyp	8.689	branded	externo
3	total do mês	157 - posts no ano				

Análise de conteúdo do perfil Estadão na plataforma de redes sociais digitais TikTok

	Data	Descrição do tipo de postagem	TEXTO / LEGENDA	audiência	jornalístico ou branding?	origem da produção
2021						
JANEIRO						
1	14/01	trend chamada para site	#redacaonota1000O@lfelpi(nota mil não#enem2018) revela os 5 conectores mais usados! Veja mais dicas no link!#enem2020 #TokDoEnem #fyp	98,8 mil	branding	externo
1	15/01	trend chamada para site	CREPÚSCULO NÃO#ENEM?Dá para usar esse e outros#filmesna redação! O@lfelpiexplica como encaixar alguns temas ✨ #TokDoEnem #fyp	7.178	branding	externo
1	15/01	COBERTURA	Doria se revolta com a falta de oxigênio para recém-nascidos em Manaus 😞 Bolsonaro rebateu chamar governador de 'moleque'#tiktoknotícias #covid #fyp	1,5 milhões	JORNALISMO	externo
1	16/01	trend chamada para site	CHECKLIST ✅ Vai fazer#Enem?O@lfelpi te mostra tudo o que pode e não pode levar! Compartilha com os amigos que vão fazer a prova ☺#TokDoEnem #fyp	31,5 mil	branding	externo
1	17/01	COBERTURA	TEMOS A PRIMEIRA VACINADA! ✍ BR Mônica Calazans, profissional de saúde de SP recebeu a Coronavac! 🙌 #vacina #covid #tiktoknotícias #fyp	126,8 mil	JORNALISMO	externo
1	20/01	REPORTAGEM	Neste domingo, temos as provas de Matemática e Ciências da Natureza no Enem. Chamamos o Professor Boaro para dar dicas de última hora#tokdoenem	3.780	branding	externo
1	21/01	REPORTAGEM	Preste atenção na GEOMETRIA PLANA! Essa é uma dica do Professor Ferretto para o#enem2020 🙌 #tokdoenem #fyp	4.804	branding	externo
1	21/01	REPORTAGEM	⚡ Mais uma dica do Professor Boaro de física para o#Enem2020no segundo dia de prova#tokdoenem	5.009	branding	externo
1	22/01	REPORTAGEM	MATEMÁTICA ENEM 📊 Gráficos e tabelas são a dica de hoje do professor Ferretto para a prova do#enem2020. Concentração!#tokdoenem	6.210	branding	externo
1	22/01	ENTREVISTA	VAI NÃO BUMBUM TAMTAM! ✍ ✨ @mcfiotirealfalou sobre o hit que virou o'#funkda vacina' e mandou o recado: 'Bora vacinar!'#TodosPelasVacinas #vacina	7,9 mil	JORNALISMO	externo
10	total do mês					
FEVEREIRO						
1	08/02	vídeos oficiais	HISTÓRICO: a juíza Sarah Thomas se tornou a 1ª mulher a entrar em campo em um#SuperBowl	5.739	JORNALISMO	externo
1	09/02	CHAMADA PARA interagir	Tem algum fã de#Beatlespor aí? Há 60 anos, eles estrearam no Cavern Club! 🎸 #música	5.900	branding	externo
1	10/02	COBERTURA	#VacinaSim! O ator Ary Fontoura, de 88 anos, recebeu a primeira dose do imunizante contra#covid	63,6 mil	JORNALISMO	externo
3	total do mês					

MARÇO						
1	04/03	vídeos de redes socais	DESABAFO 🤬 O técnico Lisca criticou a realização de jogos da Copa do Brasil em meio à pandemia. 🏆 E aí, você concorda?#covid #futebol #tiktoknotícias	14,7 mil	JORNALISMO	externo
1	total do mês					
ABRIL						
1	10/04	REPORTAGEM	Por que príncipe Philip e não 'rei'? 👑 Uma dúvida que muita gente tem 🤔 GB#tiktoknotícias #curiosidades	161,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	21/04	CHAMADA PARA SITE	Só personagens icônicos! ❤️ 🎧 #dublagem #tiktoknotícias	10,7 mil	branding	EDITORIA
1	29/04	vídeos oficiais	Foram duras críticas a Bolsonaro no Parlamento Europeu BR🌐 #tiktoknotícias #covid	2 milhões	JORNALISMO	externo
3	total do mês					
MAIO						
1	04/05	REPORTAGEM	Obrigado,@paulogustavo41, por isso ensinamos tanto! ☐	465,3 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	05/05	REPORTAGEM	É PAU!!! Campeã,@juliettefreireencerrar o#BBBcom uma legião de fãs! 🎤 #julietta #TV #bbb21	104,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	06/05	#trend chamada para site	#VACINASIM! ✍️ 🤖 Já estamos com o look pronto por aqui! Clique no link e veja o calendário de#vacinaçãoem 20 cidades	12 K	branding	EDITORIA
1	07/05	REPORTAGEM	águas cristalinas: ✅ vacina: ✅ dinheiro pra viajar: 🤖 #VacinaSim #viagem #Maldivas #tiktoknotícias	391,3 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	10/05	REPORTAGEM	Quantas árvores você já plantou? O Seu Hélio plantou 33 mil e criou um#parque! 🌳 📧 #sp #natureza #tiktoknotícias	191,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	11/05	REPORTAGEM	#TRATORAÇO 🚧 Não é invenção. É investigação. Clique no link e entenda o 'orçamento secreto' de R\$ 3 bi do governo#IssoOTikTokMostra #tiktoknotícias	793,3 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	12/05	REPORTAGEM	Quem aí já viu ‘ELES’? A série eleva o horror do racismo ao 'nível máximo' e divulgada nas redes 🤖 #série #eles #amazon	246,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	13/05	REPORTAGEM	O governo ignorou por 3 meses a compra de#vacinasda PFIZER. Já imaginamos ter 18 milhões de doses. Siga a CPI da#Covidsem link ✍️ #tiktoknotícias	110 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	14/05	REPORTAGEM	Nesta sexta, estreia no Disney+ a segunda temporada de#hsmmttse um repórter@carlamenezesmconversou com o elenco sobre os novos episódios	15 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	15/05	vídeos oficiais	us Nos EUA, mais da metade dos adultos foram imunizados contra covid e não precisam mais usar máscaras#tiktoknotícias #vacina	2,5 milhões	JORNALISMO	externo
1	16/05	REPORTAGEM	🇧🇷 O adeus ao prefeito de São Paulo, Bruno Covas, aos 41 anos#luto #tiktoknoticias	107,9 mil	JORNALISMO	EDITORIA

1	18/05	vídeos oficiais	DIA 7 DA CPI: Ernesto disse que não criou atritos com a China. E Katia Abreu rebateu. Siga as investigações no link  #covid #vacinas #tiktoknoticias	2 milhões	JORNALISMO	externo
1	19/05	REPORTAGEM	Não sei vocês, mas a gente tá apaixonado pela Dona Maria Helena e suas abelhas sem ferro   (vídeo completo no link) #abelha #tiktoknoticias	149,4 mil	JORNALISMO	externo
1	20/05	vídeos oficiais	DIA 9 DA CPI: Otto, Pazuello e o conhecimento sobre o vírus.   Clique no link e veja o que já rolou na comissão até agora #covid #tiktoknoticias	1,5 milhões	JORNALISMO	externo
1	21/05	REPORTAGEM	Uma linda homenagem ao eterno Paulo Gustavo  #tiktoknoticias #rasgar	642,5 mil	branding	EDITORIA
1	23/05	REPORTAGEM	Já avisa aquele seu amigo que adora mandar um áudio longo  #WhatsApp #tecnologia #tiktoknoticias #agoravocêsabe Outfit inspire food - THEFASHIONCOUPLE	98,1 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	24/05	vídeos redes sociais	Xuxa, Felipe Neto, Fabio Porchat e outras personalidades protocolaram um pedido de impeachment de #Bolsonaro; saiba mais no link  #tiktoknoticias	112,7 mil	JORNALISMO	externo
1	25/05	REPORTAGEM	“Eu estarei lá para você”  O especial #Amigos: A Reunião está chegando e a gente aquecendo com algumas curiosidades #tiktoknoticias #TV #agoravocêsabe	107,7 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	26/05	vídeos oficiais	PAPA 'SINCERÃO': “Muita cachaça e pouca oração”  BR #tiktoknoticias #papai Kokiri Forest with Ocarinas - David Erick Ramos - Ocarina	82,5 mil	JORNALISMO	externo
1	27/05	vídeos oficiais	CPI DA COVID: Dimas Covas diz que negociação com governo travou após Bolsonaro criticar a Coronavac #vacina #tiktoknoticias	50 mil	JORNALISMO	externo
1	28/05	REPORTAGEM	Seria Olivia Rodrigo a Avril Lavigne da nova geração?  O colunista de cultura pop Murilo Busolin comenta #música #tiktoknoticias #oliviarodrigo	139,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	29/05	vídeo redes sociais	Abordagem policial em Goiás gerou muita revolta nas redes sociais; leia a matéria completa no link  #tiktoknoticias	7,3 milhões	JORNALISMO	externo
1	31/05	REPORTAGEM	SP agora tem uma livreria só com livros escritos por mulheres: é o Gato Sem Rabo.   #tiktoknoticias #livroparatok #livros	131,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA

23 total do mês

JUNHO

1	01/06	vídeos oficiais	Enquanto isso na CPI da Covid... uma citação ao filósofo contemporâneo Gilberto do Vigor  #tiktoknoticias #bbb	98,6 mil	JORNALISMO	externo
1	02/06	REPORTAGEM	VACINA SIM!   Diz aí nos comentários qual sua data prevista pelo governo de SP para receber a 1ª dose #vacina #covid #TikTokNoticias	104,7 mil	branding	EDITORIA
1	04/06	REPORTAGEM making of	Dois flashes + gambiarra = clique incrível da nossa fotógrafa Gabriela Biló   @ricodallasam @groovegloria #linndaquebrada #foto	15 mil	branding	EDITORIA
1	09/06	REPORTAGEM	A ginasta Júlia Soares pode se juntar a Daiane dos Santos e Simone Biles no grupo de atletas que têm elementos com seus nomes #TikTokNoticias	3,1 milhões	JORNALISMO	EDITORIA
1	10/06	recado de famosos - chamada para site	ELAH FAZ O NEGÓCIOH DELAH   @larissamanoelalançou a Lari Cel e vendeu 2,5 mil chips em 6 dias (leia a entrevista no link) #tiktoknoticias	25 mil	branding	externo

1	11/06	vídeos de redes sociais	Turma do fundão protestou e pediu 'Fora Bolsonaro'. A turma da frente tirou uma selfie com o presidente. 🦋 #TikTokNotícias	32 mil	JORNALISMO	externo
1	12/06	REPORTAGEM	VIDA LONGA À 🏰 - Joe Biden se tornou o 13º presidente dos EUA a encontrar a rainha Elizabeth #tiktoknotícias	498,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	14/06	REPORTAGEM	ESTADÃO VERIFICA 📢 A 'motocada' de Bolsonaro não teve 1,3 milhão de motos. Foram cerca de 12 mil. #checagem de fatos #tiktoknotícias #agoravocêsabe	979,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	15/06	vídeo de redes sociais	Parece que o #CR7 não é muito refrigerante, hein? 🧊 🏆 #TikTokNotícias #Futebol	10,4 milhões	branding	externo
1	19/06	REPORTAGEM	O modelo chinês de ensino chegou ao Brasil. São até 10h de aula por dia. BR 🤝 CN #TikTokNotícias #China #educação	711,98	JORNALISMO	EDITORIA
1	21/06	entrevista - chamada para site	A vencedora do #BBB @julietefreire conversou com o Estadão. Acesse o link e leia a coluna de Murilo Busolin #TikTokNotícias #Julieta	155,2 mil	JORNALISMO	externo
1	24/06	vídeos oficiais	CPI DA COVID: O epidemiologista Pedro Hallal criticou postura de Bolsonaro na pandemia durante depoimento #TikTokNotícias	771,4 mil	JORNALISMO	externo
1	28/06	vídeos de redes sociais	Ovacionada pela galera! Essa merece todas as homenagens! 🇧🇷 GB #vacina #tênis #tiktoknotícias	4 M	JORNALISMO	externo

13 total do mês

JULHO

1	05/07	REPORTAGEM	Quem aí já ajudou o 'LUCA'? Animação traz uma doce mensagem sobre representatividade 🏡 #disney #pixar #filmes #tiktoknotícias	153,9 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	06/07	vídeos oficiais	'AQUELE CARA NO BRASIL': Em Cannes, o cineasta Spike Lee chamou Bolsonaro de 'gângster' #TikTokNotícias #cinema #política	215,8 mil	JORNALISMO	externo
1	10/07	vídeos oficiais	O futuro é logo ali 🚀 🦋 O AirCar, protótipo de carro voador, fez seu 1º voo entre dois aeroportos #TikTokNotícias #carros	128,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	14/07	REPORTAGEM	Olivia Rodrigo visita a Casa Branca, conhece Biden e incentiva 🗳️ #TikTokNotícias #OliviaRodrigo	198,8 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	17/07	REPORTAGEM	Rayssa Leal, de 13 anos, vai representar o Brasil no #patimnos Jogos Olímpicos! 🏍️ Bora, @timebrasil! BR 🇧🇷 #TikTokNotícias #EspíritoOlímpico	3,1 milhões	JORNALISMO	EDITORIA
1	20/07	REPORTAGEM	🏆 🏆 5 recordes mundiais de futebol #DiaDoFutebol #TikTokNotícias #esporte #messi #cr7 #marta	861,9 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	20/07	vídeos oficiais	Jeff #Bezos vai para o espaço. Viagem coloca #OrigemAzul no mapa do turismo espacial 🚀 #TikTokNotícias	468,7 mil	JORNALISMO	externo
1	21/07	vídeos de redes sociais	Como a gente tá depois da goleada por 5 a 0 na China? BR 🧐 Marta se tornou a 2ª maior artilheira da história olímpica #EspíritoOlímpico #TikTok	1,4 milhões	JORNALISMO	externo
1	22/07	MEME	Errinho na conta... 🧮 📊 O presidente Bolsonaro somou uma queda de 4% com alta de 5% para dizer que o PIB vai crescer 9% #TikTokNotícias	1,7 milhões	JORNALISMO	EDITORIA

Apêndice X: Tabela 24 - TikTok - 2021

286

1	23/07	REPORTAGEM	COMEÇOU A OLIMPIÁDA! E aí, curtiram a abertura?#EspíritoOlimpico #TikTóquio	122,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	24/07	entrevista	EXCLUSIVO: Deputada Joice Hasselmann reconstitui episódio sobre seus ferimentos; veja vídeo completo e a matéria no link  #TikTokNotícias	2,3 milhões	JORNALISMO	EDITORIA
1	25/07	entrevista	ELE É O MOMENTO! Kelvin Hoefler garantiu a medalha de prata na estreia do skate nas Olimpíadas e falou com o Estadão   #TikTóquio #EspíritoOlimpico	80,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	25/07	REPORTAGEM	#PELE DE MÃNES: Os italianos que colocaram o rock no topo   #música #TikTokNotícias	21 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	26/07	REPORTAGEM	 SKATE já é o melhor esporte dos Jogos de Tóquio? Sim ou claro? O Brasil garantiu duas pratas!   #TikTóquio #EspíritoOlimpico #TikTokNotícias	145 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	27/07	entrevista	O OUROÉ DELE!  Ítalo Ferreira sobe ao pódio na estreia do surfe nos Jogos Olímpicos#TikTóquio #EspíritoOlimpico	26,6 mil	JORNALISMO	externo
1	28/07	REPORTAGEM	TOME VACINA E GANHE US\$100 - Esta é a estratégia definida por NY para convencer as pessoas a tomarem a vacina contra a covid#TikTokNotícias	186,8 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	29/07	vídeo redes sociais	DAIANE DOS SANTOS: A 1ª mulher negra campeã mundial, emocionada com a medalha olímpica de Rebeca Andrade   #TikTóquio #EspíritoOlimpico	84,9 mil	JORNALISMO	externo
1	29/07	#trend vídeo	Daiane correu para que Rebeca pudesse voar!    BR  #ginástica #TikTóquio #EspíritoOlimpico	1,5 milhões	JORNALISMO	EDITORIA
1	29/07	REPORTAGEM	Responder a@xbidu12Prontos para aula de matemática?  Hora de entender o erro de cálculo do presidente Bolsonaro#TikTokNotícias	66,1 mil	JORNALISMO	EDITORIA
19	total do mês					

AGOSTO

1	05/08	vídeo redes sociais	A FORÇA DA UNIÃO   Que mensagem bonita o#patimpassou nessa Olimpíada, né não? Boa, Pedro!#EspíritoOlimpico #TikTóquio	21,6 mil	JORNALISMO	externo
1	14/08	REPORTAGEM	#SAMPKY: a sensação de 'flutuar' no novo mirante de São Paulo#TikTokNotícias #sp	70 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	16/08	REPORTAGEM	O que está acontecendo no Afeganistão? Af Siga a cobertura no nosso site #taliban#Afeganistão #TikTokNotícias	1,6 milhões	JORNALISMO	EDITORIA
1	18/08	REPORTAGEM	Grupo extremista Taleban reassumiu poder após 20 anos fora do Afeganistão; relembre a história Af#Afeganistão #tiktoknoticias	91,9 milhões	JORNALISMO	EDITORIA
1	19/08	vídeo redes sociais	VACINAS SALVEM VIDAS!  Zeca Pagodinho teve alta após se recuperar da covid-19!#vacina #covid #TikTokNotícias	24,9 mil	JORNALISMO	externo
1	26/08	CHAMADA PARA SITE	Já segui o@aqueleassunto? Vamos falar de educação íntima sem tabu para quem está começando a se entender!#saúde #jornalismo #TikTokNotícias	20,4 mil	CALHAU	EDITORIA
6	total do mês					

SETEMBRO						
1	01/09	REPORTAGEM	LENDA DA NATAÇÃO! 🐬🏊🏆 Daniel Dias encerrou sua carreira nos Jogos de Tóquio#EspíritoOlímpico #TikTóquio #TikTokNotícias	89,4 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	07/09	vídeo redes sociais	Em tom golpista, Bolsonaro fez discurso na Paulista. Veja cobertura do 7 de Setembro no link 📺#TikTokNotícias	13K	JORNALISMO	externo
1	08/09	vídeo oficial	RESPOSTA A BOLSONARO: Luiz Fux, presidente do STF, reagiu com forte discurso às ameaças do presidente#TikTokNotícias	208,6 mil	JORNALISMO	externo
1	17/09	REPORTAGEM	Estadão de graça no 1º mês? SIM! Deguste nosso conteúdo clicando no link 📺#tiktoknoticias #vacinasim 🧑🏻@barbararpereira. OBS. Legenda vende assinatura. mas matéria é sobre proibição da pfizer pra adolescentes.	2.641	JORNALISMO	EDITORIA
1	21/09	vídeo oficial	CONFUSÃO NA CPI 🗣️ Ministro da CGU chama senadora de ‘descontrolada’ e sessão termina; leia mais sem link#TikTokNotícias	153,9 mil	JORNALISMO	externo
1	22/09	REPORTAGEM	CHECAMOS 🗣️ Bolsonaro mentiu e omitiu informações durante discurso na ONU#TikTokNotícias #AGNU	44,4 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	24/09	REPORTAGEM	O@Raphael Vicentetraz as dúvidas e o Dr. Daniel responde! Siga o@aqueleassuntopara ver mais vídeos!#TikTokNotícias #urologia	21,8 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	29/09	vídeo oficial	Médicos demitidos, corte de gastos e 'pacto' com governo: as revelações sobre a Prevent Senior na CPI#TikTokNotícias	20,7 mil	JORNALISMO	externo
8	total do mês					
OUTUBRO						
1	04/10	REPORTAGEM	Melhor postar esse vídeo logo, né não? Vai que o TikTok também cai... 📺#WhatsApp #Facebook #Instagram #TikTokNotícias	16,9 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	08/10	COBERTURA	RITA LEE: Uma exposição para a rainha do rock brasileiro! 🎸 #pedra #música #TikTokNotícias #VaiPraOnde	67,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	10/10	vídeo redes sociais	🗣️ Carol Solberg critica Bolsonaro e lamenta 600 mil mortes por covid no Brasil: 'Me dói muito'#esporte #TikTokNotícias	152,2 mil	JORNALISMO	externo
1	17/10	ANÚNCIO CALHAU	Novo Estadão impresso. Vem pensar com a gente!#novoestadaoimpresso #novoimpresso #estadaoimpresso #vempenssarcomagente #novoestadooo #vempensar #leandrokarnal	7.411	branding	AGENCIA
1	28/10	ANÚNCIO CALHAU	Já conhece o novo impresso? 🗣️#novoestadaoimpresso #novoimpresso #estadaoimpresso #vempenssarcomagente #novoestadooo #vempensar #soniaracia	57,1 mil	branding	AGENCIA
5	total do mês					
NOVEMBRO						
1	01/11	vídeo redes sociais	Tempo esquentou em Pádua, na Itália 17 Presidente esteve na cidade para receber homenagem#TikTokNotícias	100,6 mil	JORNALISMO	externo

Apêndice X: Tabela 24 - TikTok - 2021

288

1	17/11	ANÚNCIO CALHAU	NOVO ESTADÃO IMPRESSO ASSINE JÁ: 0800 770 2166#novoestadaoimpresso #novoimpresso #estadaoimpresso #vempenssarcomagente #novoestadoo #vempensar	1.507	branding	AGENCIA
1	17/11	REPORTAGEM	Bora de 3ª dose!#vacina #vacinacovid19 #vacinasim	55,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	18/11	REPORTAGEM	Tá sabendo da treta do#Enem?A gente explica! #enem2021 #educacao##bolsonaro	13,6 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	22/11	REPORTAGEM	Hopi Hari é disputado por rivais com projeto da “Disney paulista”#tiktoknotícias	7.264	JORNALISMO	EDITORIA
1	23/11	REPORTAGEM	Uma saga#HarryPotterchega aos 20 anos em meio a polêmicas e fidelidade dos fãs#TikTokNotícias	108,2 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	24/11	REPORTAGEM	NASA lança com sucesso sonda em missão para alterar rota de asteroide 🚀 #TikTokNotícias	59,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	25/11	REPORTAGEM	Tem fã de#beatlespor aqui? Então vem que temos uma novidade fresquinha para você com The Beatles: Get Back#tiktoknotícias #música #série #estadoo	13,1 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	26/11	REPORTAGEM	Uma nova variante do COVID-19 surgiu. Para entender, conversamos com o@wasimvacinase Lorena Chaves.#tiktoknotícias #COVID-19 #ciência #estadoo	45,3 mil	JORNALISMO	EDITORIA
9	total do mês					
DEZEMBRO						
1	01/12	REPORTAGEM	Dezembro chegou e com ele vem aquela tradição que todos amamos: ouvir@mariahcareyaté curtir! Vem com a gente.#tiktoknotícias #mariahcarey #natal	23,4 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	13/12	vídeo redes sociais	QUE SUSTO! Quando a montanha-russa tava pronta para sair... 🤯 #hopihari #montanha-russa #TikTokNotícias	6.901	JORNALISMO	externo
1	14/12	vídeo redes sociais	🔪 🐾 🐾 🐾 AGUARDE 🐾 🐾 🐾 Esse cãozinho viralizou na web depois de bancar o herói 😊 🐾 Leia mais no link#cachorro #cachorro #TikTokNotícias	160,8 mil	JORNALISMO	externo
1	17/12	MEME	Quem aí se acordou? 🤔 🐼 Já estamos prontos pra noite de nostalgia emo no@Rock in Rio 🌟 #TikTokNotícias #diaverde #avrillavigne	177,7 mil	JORNALISMO	EDITORIA
1	18/12	vídeo redes sociais	Dono da#Havanfoi atingido pela bebida durante a final da Copa do Brasil 🍷 🤔 Entenda o caso no link#TikTokNotícias #futebol	502,9 mil	JORNALISMO	externo
1	25/12	REPORTAGEM	Finalmente o James Webb voou! Você realmente sabe da importância desse novo passo que damos para descobrir sobre nós?#tiktoknoticias #astronomia	8.407	JORNALISMO	EDITORIA
1	28/12	REPORTAGEM	E AÍ, LEU ALGUM? 📖 Estes foram os 7 livros mais vendidos do Brasil na Amazon em 2021 📚 #LivroTok #livros #TikTokNotícias	23,5 mil	JORNALISMO	EDITORIA
7	total do mês					
107	total do ano					

Análise de conteúdo do perfil Estadão na plataforma de redes sociais digitais TikTok

	Data	Descrição do tipo de postagem	TEXTO / LEGENDA	audiência	jornalismo ou branded content
2022					
JANEIRO					
1	04/01	CALHAU	ANIVERSÁRIO ESTADÃO		Branded
1	11/01	reportagem	Conheça a Magawa, uma fêmea de rato-gigante-africano que ajudou a salvar vidas detectando minas#agoravocêsabe #estadoo #TikTokNotícias		JORNALISMO
1	11/01	reportagem	ESTADÃO VERIFICA:O que a DNA descobriu tem a ver com a vacina contra a covid? Nada!#agoravocêsabe #tiktoknoticias #covid #COVID-19 #vacina DNA alienígena na vacina da covid		JORNALISMO
1	25/01	anúncio	aniversário de São Paulo		Branded
1	28/01	video redes sociais	Tubarão em Saquarema		JORNALISMO
5					
FEVEREIRO					
1	02/02		CASOS DE FAMÍLIA! 🗣️ Tiago Abravanel falou sobre o avô no#BBB22. Leia mais no link 🔗#TikTokNotícias #TV #BBB		JORNALISMO
1	03/02		Ei, rapaz... era de mentira! 🗣️ 🗣️#TikTokNotícias #LivroTok Kokiri Forest with Ocarinas - David Erick Ramos - Ocarina bibliotec de desembargador fake cai durante reunião online		JORNALISMO
1	10/02		Números da Oi serão transferidos para Tim, Claro e Vivo. 🗣️ 🗣️ Pause o vídeo para ver os DDDs#TikTokNotícias 🗣️ Reportagem especial estadão explica		JORNALISMO
1	12/02		Não tá fácil para ninguém 🗣️ Em janeiro, a inflação no Brasil atingiu a maior taxa para o mês em 6 anos; leia mais sem link#TikTok Notícias menos. Meme sobre inflação feita por social medias		Branded
1	14/02		Já passou por algo parecido? 🗣️ 🗣️ Veja 6 passos para aumentar suas chances de conseguir um estágio no link 🔗#TikTokNotícias #empregos #estágio menos. Meme sobre pedido de experiência para quem vai fazer estágio		Branded
1	14/02		Responder a@rogherborgesOi ➡️ Tim, Claro e Vivo. Algumas respostas sobre o tema#TikTokNotícias 🗣️ Estadão explica novamente sobre o mesmo tema		JORNALISMO
1	15/02		Teve 'baldada' no Jogo da Discórdia do#BBB22. 🗣️ 🗣️ E aí, foi agressão?#TikTokNotícias #BBB BBB - trend		JORNALISMO
1	15/02	BBB	Maria está EXPULSA do#BBB 🗣️ após acertar balde em Natália. E aí, achou justo?#BBB22 #TikTokNotícias		JORNALISMO
1	16/02		Muita chuva e destruição em Petrópolis (RJ) 🗣️ Siga a cobertura no site#TikTokNotícias #chuva - - redes sociais		JORNALISMO
1	16/02		Bicampeão olímpico de hipismo, Mark Todd foi suspenso após um vídeo mostrá-lo batendo em um cavalo com um galho#tiktoknoticias #maustratos #cavalosoftiktok v		JORNALISMO
1	16/02		AUTOESTIMA? 🗣️ Anúncio de retirada de parte das tropas russas ocorreu antes da chegada de Bolsonaro a Moscou#TikTokNotícias discurso de Bolsonaro falando informação que induz a erro. video de agencia		JORNALISMO

1	18/02		Quem você perdeu na lista? 💖 #TikTokNotícias #Dia dos Namorados #música #beyoncé lista de músicas para dia dos namorados.		Branded
1	22/02		avião arremete após jato cruzar pista de Guarulhos sem autorização - vídeo de agencia		JORNALISMO
1	22/02		Também tem esses problemas na hora de fazer a prova? Então, confira as dicas de uma aluna nota mil na Redação#enem #tiktoknoticias #educacao #ovídeo da social media tipo meme sobre candidatos no enem		JORNALISMO
1	23/02		O melhor meme, agora em live action 🕸️ #homem-aranha #PeterParker #aranhaverso #maravilha #homemaranhadejeitocasa #tiktoknoticias #fy #fyp - fala sobre meme do homem aranha		JORNALISMO
1	24/02		O repórter Eduardo Gayer mostra como é um bunker por dentro. Kiev acionou uma sirene de emergência após bombardeios#ucrânia #tiktoknoticias #o Repórter especial se vê preso na guerra da Ucrânia e relata em vídeos o seu dia a dia em série. Reportagem própria		JORNALISMO
1	24/02		Repórter Eduardo Gayer em Kiev mostra abandono de hotel com chegada russa#ucrânia #tiktoknoticias #o #europa		JORNALISMO
1	25/02		BUNKER LABIRINTO 🏰 O lugar é claustrofóbico e como um labirinto, mas pode salvar vidas no meio do conflito entre Rússia e Ucrânia#tiktoknoticias #fyp #fy #Rússia		JORNALISMO
1	25/02		Siga a cobertura da guerra na Ucrânia acessando o link 🔗 (conteúdo aberto)#TikTokNotícias #ucrânia #Rússia Vídeo oficial do presidente agência de notícias		JORNALISMO
1	26/02		O repórter Eduardo Gayer mostra o desespero de milhares ao tentar fugir de trem para a Polônia#TikTokNotícias #ucrânia #Rússia série do repórter		JORNALISMO
1	26/02		NA#ucrâniaUA- Reportagem acompanha viagem dos que fogem da invasão em#Kieve tenta cruzar para a Polônia#tiktoknoticias		JORNALISMO
1	27/02		A ESTREIA DO BOTÃO DA DESISTÊNCIA 🟡 O cantor e ator Tiago Abravanel abriu o botão e deixou a casa do#bbb22na tarde deste domingo#tiktoknoticias		JORNALISMO
22					
MARÇO					
1	03/03	CONTEÚDO PATROCINADO por@Voude99:	O hub#SUAGRANAchegou para te dar as dicas mais simples sobre educação financeira. EP 1 - Dicas para economizar		Branded
1	04/03		CONTEÚDO PATROCINADO por@voude99: Você está enrolando para fazer seu primeiro investimento? EP 02 - Dicas para seu 1º investimento.		Branded
1	08/03		A rede vira uma das principais fontes de imagem do conflito na Ucrânia, gerando mobilização dentro e fora do país#tiktoknoticias #ucrânia #oExplica sobre primeira guerra coberta pelo TikTok		JORNALISMO
1	15/03		Em sua primeira participação no programa Roda Viva, Glória Maria afirmou que "nada blindo o preto do racismo" e causou situações em que suas duas filhas, Laura e Maria, foram vítimas de preconceito.#tiktoknoticias #o -vídeo oficial		JORNALISMO
1	16/03		Conteúdo feito em parceria com @: Conheça o hub “Defensores da Terra”, parceria do @ com a #Rolex,que conta as histórias de pessoas de agricultura por trás de iniciativas que a marca apoia em prol do meio ambiente.Acesse especiais..com.br/defensores-da-terra. #Porplaneta petual dancinha sobre tomar alegria em tomar a vacina		Branded
1	18/03		Um bico novinho em folha! 🐣 🐣 #TikTokNotícias #animais #jardim zoológico. Siriema recebe bico falso prótese		JORNALISMO

1	21/03		O#Oscarjá acontece no próximo domingo, 27, e você confere aqui uma categoria exclusiva: os indicados a Melhor Filme já disponíveis no streaming#tiktoknotícias #netflix #hbomax #vídeoprime		JORNALISMO
1	25/03		Bora votar, galera? Se você faz 16 anos até outubro, já pode tirar seu título de eleitor online. A gente te explica como 🗳️#eleicoes2022 #tiktoknotícias #o #política		JORNALISMO
1	26/03		Tem lobinhos aí? 🐾 O#@jao fez o show mais cheio da tarde deste sábado no#lollapaloozae todo mundo cantou "Idiota" junto!cobertura		JORNALISMO
1	27/03		#LollaPaloozanão é só música! 🎵 Separamos 4 atrações legais pra aproveitar nos intervalos dos shows#tiktoknotícias #fy #fyp #lollapalooza2022 obertura		JORNALISMO
1	28/03		POR SUPUESTO 🐼 Os tiktokers vão à loucura!@marina senacoloque o público pra dançar e cantar seu maior hit no Lolla!#lollapalooza #tiktoknotícias cobertura		JORNALISMO
1	28/03		Ainda estamos em êxtase com esse dueto histórico entre@Anittae@Miley Cyrusnão#Lollapalooza! ✨ Miley canta com anitta		JORNALISMO
1	28/03		QUE TAPA! 🤔 Entenda o que levou Will Smith a agredir Chris Rock no#Oscar.tapa de will smith em apresentador - vídeo oficial		JORNALISMO
1	30/03		Será que uso obrigatório de máscara continua no Uber e 99? Na matéria, a gente explica como ficou a situação nas corridas de app#pandemia #COVID-19 #o MEME - representação sobre a importância do uso de máscara		JORNALISMO
1	31/03		QUER SER UM FOCA DO ? 🐾 Vem que as inscrições estão abertas! Só clique no link 🔗#jornalismo #empregos #repórter original sound - MINUTO FOCAS		Branded
1	31/03		CONTEÚDO PATROCINADO por @99pay : #CASHBACK 📺 Como recuperar parte do dinheiro utilizado em compras?Assista ao mais novo vídeo da série SUA GRANA e veja como funcionam programas de cashback e veja alguns cuidados importantes. ➡ Para mais dicas de educação financeira acesse o hub especial @99pay + @patrocinados ..com.br/99pay/suagrana/Apresentação/roteiro: @murilobusolin Edição: @isacbarrios Produção @bluestudio		Branded
16					
ABRIL					
1	01/04		Precisa transferir o título eleitoral e votar em 2022. O prazo termina em 4 de maio. Dá pra fazer tudo online! tiknotícias#eleições #minutoeleição		JORNALISMO
1	07/04		Conteúdo feito em parceria com Estadão: O projeto de desenvolvimento sustentável do Pirarucu é uma das iniciativas premiadas pelos Prêmios @rolex de Empreendedorismo 2019. Direto da Amazônia, a história da preservação do segundo maior peixe de água doce do mundo revela como desenvolvimento social e ambiental andam juntos. Conheça mais sobre a transformação social promovida pelo pirarucu em nosso hub especial.estadao.com.br/defensores-da-terra/#PlanetaPerpétuo #PrêmiosRolex		Branded
1	07/04		VEM SER UM FOCA! 🐾 As inscrições para o Curso de#JornalismoEstão abertos! Tem dúvidas? Manda que a gente tira!#estagiário #cursos		JORNALISMO
1	08/04		Confira como foi a pré-estreia de 'Animais Fantásticos: Os segredos de Dumbledore'#ossegredosdedumbledore #cabeça de potter #tiktoknotícias #animaisfantásticos		JORNALISMO
1	13/04		CONTEÚDO PATROCINADO por@voude99: Como realizar pagamentos utilizando o WhatsApp?O aplicativo de mensagens permite transferir dinheiro e pagar boletos de forma rápida e segura; aprenda a usar essa funcionalidade com as dicas do projeto SUA GRANA!Uma nova funcionalidade da #99Psim porMesmo que você realize essas transações sem precisar de uma conta bancária. Acesse patrocinados..com.br/99pay/suagrana/ para mais dicas financeiras!		Branded

1	13/04		A partir de agora, ou@patrickmfsfaz parte do time de redes sociais aqui do 'BigState!' A gente te deseja todo o tipo, porque você vai precisar... 🤖 #estadoo #tiktoknoticias #boasorte #bemvindo		Branded
1	14/04		Se você acompanhou o começo da cobertura da guerra da Ucrânia aqui no Estadão, com certeza se impressionou com os vídeos que o repórter Eduardo Gayer trouxe, mostrando como estão sendo tensos os dias por lá. Gayer foi Foca! É claro que o @patrickmfs conversou com ele para saber mais como foi a cobertura e o seu avanço profissional! Está no ar mais um Minuto Focas! E as inscrições começam abertas, hein. Não deixe de se inscrever! #tiktoknoticias #jornalismo #foccomo #esparaadao		JORNALISMO
1	14/04		O mundo não gira... ele capota 🤖 🤖 🤖 Siga a cobertura das#eleições2022no site do Estadão#TikTokNoticias #política discurso de Alckmin exaltando lula como maior líder popular do país		JORNALISMO
1	15/04		OS MELHORES OVOS DE PÁSCOA DE 2022 🍫 🍫 Provamos e mostramos quais são#chocolate #páscoa #TikTokNoticias		JORNALISMO
1	16/04		Isso é muito Black Mirror! 🤖 🤖 CN#TikTokNoticias #China #robôs China póe roboôs para vigiar se pessoas saem nas ruas		JORNALISMO
1	17/04		Do Maranhão para o mundo! ✨ @Pablllo Vittar fez história não#Coachellaneste domingo#música #TikTokNoticias		JORNALISMO
1	17/04		Presidente ouviu gritos negativos da maioria da torcida do Santos 🗣️ #TikTokNoticias #bolsonaro		JORNALISMO
1	18/04		Você conhece Bezerra da Silva? O sambista chegou a vender cerca de 3 milhões de discos, mas hoje é fadado ao esquecimento. Conheça mais clicando no link! #samba #pagode #música #tiktoknoticias		JORNALISMO
1	19/04		Hoje temos a honra de contar com a@cunhaporanga_oficialno nosso perfil humilde! Clique no link e conheça mais sobre a história e tradições da tribo de Jūgoa! #tiktoknoticias #indiosbrasil #Índia #cunhaporanga - vídeo de entrevista chamado para o site		JORNALISMO
1	20/04		Se você teve acesso a uma barrinha que retarda o efeito do álcool no seu corpo, você comeria para beber ou comeria depois de beber? Vem entender esse dilema com a gente! #carnaval #carnavrau #álcool #bebacommoderação #tiktoknoticias		JORNALISMO
1	21/04		Neste domingo, 24, serão encerradas as inscrições para a nova turma de Focas aqui do Estadão. Uma das dúvidas muito frequentes é sobre como montar uma sugestão de pauta para o @aqueleassunto, um dos pré-requisitos de inscrição. Confira como o especial nasceu! #focas #jornalismo #estado #estagiário		Branded
1	26/04		Essa festa vai virar um enterro? Vem entender esse rolo todo com a compra do Twitter por Elon Musk! #tiktoknoticias #Twitter #almíscar de elon #tesla #espaçox		JORNALISMO
1	28/04		No mundo do jornalismo, não dá para ficar parado. Por isso preparamos uma lista com cursos para você, estudante de jornalismo, se especializar. Confira! #tiktoknoticias #cursos #jornalismo #Texas		JORNALISMO
1	29/04		O que há mais: um 'McPicanha' sem picanha ou um BigMac por mais de 26 reais? Deixa o seu lamento aí, o ADM não quer sofrer sozinho 🤖 #tiktoknoticias #mcdonalds #hamburger #comida rápida		Branded
19					
MAIO					
1	02/05		Conteúdo em parceria com @estadoo: Laureada dos Prêmios Rolex de Empreendedorismo, a suíça Anita Studer veio para o Brasil em 1976, atrás do anamará, uma pequena e rara ave. Alguns anos depois, ela ajudou a salvar a espécie de pássaro da extinção e fundou a Associação Nordeste Reflorestamento & Educação. #PlanetaPerpétuo #PrêmiosRolex		Branded
1	02/05		69% dos alunos da rede estadual de São Paulo relataram sintomas de ansiedade e depressão. E desde a volta às aulas, esse tem sido o maior desafio de pais e escolas de todo o Brasil. #tiktoknoticias #ansiedade #depressão #saude mental		Branded

1	02/05		Procurando séries para assistir? 📺 Tem novidades chegando!#netflix #coisas estranhas #hbomax #guerra nas estrelas #TikTokNotícias #EntretêNews		JORNALISMO
1	03/05		RACISMO 🗣️ Fala atribuída ao vereador Camilo Cristóvão provocou revolta na Câmara de SP#TikTokNotícias		JORNALISMO
1	04/05		QUE A FORÇA ESTEJA COM VOCÊ 🙌 Vem saber mais sobre o dia de hoje e como o futuro de Star Wars tá bem garantido. Aproveita para comentar qual é o seu filme preferido da saga clicando no link da matéria para ver o trailer completo.#guerra nas estrelas #4 de maio #obiwan #geek #tiktoknotícias		JORNALISMO
1	05/05		O brasileiro já gastou até R\$ 268 com streamings por aqui. A alta de preços da Netflix e do Amazon Prime Video fez a conta mensal subir. Afinal, ser brasileiro não é fácil.#transmissão #netflix #hbomax #amazon #tiktoknotícias		JORNALISMO
1	05/05		Entender o básico de economia é fundamental para qualquer jornalista. Mas quem disse que aqui no Estadão a gente só fica no básico? Venha conhecer o Broadcast!#economia #inflação #mercado #ações #tiktoknotícias		Branded
1	06/05		BURACO NEGRO 🕒 Entenda como os cientistas da Nasa extraíram o som no link 🔗#TikTokNotícias #espaço #ciência #nasa		JORNALISMO
1	10/05		E depois de 21 anos, a Apple finalmente aposenta o iPod. Você vai sentir falta? Clique no link para saber mais sobre essa aposentadoria!#maçã #ipod #ripipod #tiktoknotícias		JORNALISMO
1	11/05		No Brasil, ao menos 5 LGBTI+ morrem por semana, segundo o Observatório de Morte e Violências contra LGBTI+. Um aumento de 21,9% em relação a 2020. Saiba mais clicando no link.#lgbt 🏳️ #gay #lésbica #transgênero #bissexual 🏳️ #tiktoknotícias		JORNALISMO
1	12/05		Pela segunda vez na história, cientistas conseguiram fotografar um buraco negro. Mas desta vez a imagem inédita mostra o buraco negro supermassivo no centro da nossa galáxia, a Via Láctea.A imagem foi capturada por meio de um consórcio que reúne oito observatórios em todo o planeta para formar um telescópio virtual do tamanho da Terra. (Imagens: Reprodução/YouTube/ESO) #tiktoknotícias #umestronomia #vocêialactea #buraconeiro		JORNALISMO
1	12/05		Conteúdo em parceria com @Rolex: Projeto do engenheiro florestal Laury Cullen, Laureado de um dos Prêmios Rolex de Empreendedorismo de 2004, restaura paisagens, beneficia animais e possibilita geração de empregos no Pontal do Paranapanema, no estado de São Paulo. Acesse https://bit.ly/3kGent4 , conheça esse e outros projetos inspiradores que focam na preservação ambiental #Planeta Perpétuo#Prêmios Rolex		Branded
1	12/05		Que focas estão por todos os lugares que você já conhece. Então venha conhecer a Beatriz Bulla. Bia foi correspondente do Estadão durante as eleições americanas de 2020 e agora está de volta para reforçar o momento da cobertura das eleições de 2022, aqui no Brasil.#eleicoes2022 #Biden #capitólio #tiktoknotícias		JORNALISMO
1	16/05		Momento emocionante no 'Altas Horas' viralizou nas redes 📺#EntretêNews #TikTokNotícias #olhar		JORNALISMO
1	17/05		Se você estiver fora do domicílio eleitoral e não transferir o título de eleitor, você ainda poderá votar nas eleições de 2022. Ao menos nas capitais e cidades acima de 100 mil eleições. Entre 12/7 e 18/8, você pode solicitar o chamado "voto em trânsito" no site TítuloNet. Se estiver fora do Estado onde votar, poderá votar para presidente da República. Mas se for apenas outra cidade no mesmo Estado, poderá votar para todos os cargos#tiktoknotícias #fyp #fy #fyp 🇺🇸 #tiktoknotícias #tiktoknotícias #eleicoes2022		JORNALISMO
1	18/05		Um partido contra o seu próprio candidato? Vem ver a cronologia e entenda essa treta Doria x PSDB! *nenhum jornalista foi agredido durante a gravação do vídeo*#tiktoknotícias #psdb #política #eleicoes2022 #presidência		JORNALISMO

1	19/05		O hard-news é bom, mas não é momento de calma o jornalismo literário é tudo. E, por isso, inauguramos hoje a nossa Estante Focas, com dicas sobre os melhores livros-reportagem! #LivroTok #livrotokbrasil #livros #literatura #entretênews #tiktoknotícias		JORNALISMO
1	19/05		CONTEÚDO PATROCINADO por @@voude99: Como as criptomoedas existem só pra gente rica? 🎧 PARTE 1. Entenda a história dessas moedas digitais, como funcionam e o que justifica o aumento de popularidade delas no mercado financeiro Apresentação e roteiro: @murilobusolin Edição: @isacbarrios Produção: @estadaobluestudio		Branded
1	20/05	COBERTURA	Conheça a#exposição“A Beleza Sombria dos Monstros: 13 anos de Arte de Tim Burton” em#saopaulo🔗#oquefazeremsp		JORNALISMO
1	24/05		Nós realmente não gostamos do que está no noticiário, mas está... o tempo todo' #tiktoknoticias #estadoo #estilosharry		JORNALISMO
1	24/05		CONTEÚDO PATROCINADO por@voude99: Como as criptomoedas existem só pra gente rica? 🎧 PARTE 2. Entenda a história dessas moedas digitais, como funcionam e o que justifica o aumento de popularidade delas no mercado financeiro Apresentação e roteiro: @murilobusolin Edição: @isacbarrios Produção: @estadaobluestudio		Branded
1	25/05		Nem o Pedrinho aguenta com o Brasil, mas você pode clicar no link para saber mais sobre o sucesso da banda Jovem Dionísio.#entretênews #acordapedrinho #jovemdionísio #tiktoknotícias #paralisiadosono		JORNALISMO
1	26/05		Reportagem, coluna, editorial. E tem também a crônica, a resenha... Você se perde ou conhece a variedade de gêneros de texto que a gente vê na imprensa? Então bora lá que a gente repassa tudo juntos! #jornal #texto #entretenimentonews #tiktoknotícias - minuto focas		JORNALISMO
1	26/05		ENCONTRO DE MILHÕES 🎧🎧 @Iran Ferreira (Lai)e@Camila Cabeloem Paris, antes do final da#Liga dos Campeões! Receba! #EntretêNews		JORNALISMO
1	27/05		O bodysurf é uma das formas mais antigas de surf e nos últimos anos cresceu muito em termos de competições e praticantes. Kalani Lattanzi, de 28 anos, é um dos atletas mais reconhecidos. Conheça mais clicando no link! #tiktoknoticias #estadoo		JORNALISMO
1	31/05		Andréa Beltrão lançou o papo: chega de preconceito por idade. “Tenho 58 anos e me sinto maravilhoso” 🎧🎧 #EntretêNews #mulheres		JORNALISMO
26					
JUNHO					
1	01/06		CONTEÚDO PATROCINADO por@voude99: Como controlar seus gastos e sair do endividamento? PARTE 1.Com crescimento no número de indivíduos no Brasil, @murilobusolin apresenta dicas de um especialista para sair do abertura e economizar uma grana.Acesse nosso hub especial “SUA GRANA” patrocinados.estadao.com.br/99pay/suagrana/		Branded
1	01/06		O@BTSvisitou a Casa Branca e fez um importante discurso sobre os crimes de ódio contra asiáticos nos EUA us#TikTokNotícias #EntretêNews #BTS #exércitos		JORNALISMO

1	01/06	EXPLICA	Se perdeu na treta entre Anitta e cantora sertaneja que culminou em diversas investigações sobre pagamento de shows por prefeituras? A gente fez um currículo pra te deixar em dia! E o caso mais recente é o da cidade de Teolândia (BA), cuja prefeita tinha o sonho de ver Gustavo Lima e contratou o show por gastou mais com o cache de artistas do que com ações de socorro pelas chuvas. Veja no link vinculado à postagem#tiktoknoticiastiktoknoticias#anitta#gostavolima#cpidosertanejo#fyp#fy#fypシ		JORNALISMO
1	02/06		Idêntica ele? (**) A#GarotaDoRio @Anittaé a 1ª cantora brasileira a ter uma estátua de cera no@MadameTussaudsUSABR#Anitta#EntretêNews		JORNALISMO
1	02/06	REPORTAGEM	A Virada Cultural de São Paulo é um evento baita que leva a cultura para os quatro cantos da cidade. A edição de 2022 foi a primeira pós volta dos eventos e, pela noite, rolaram muitos furtos, assaltos, arrastões, brigas e shows interrompidos por conta dessa confusão toda, com imagens que impressionaram. Como um jornalista pode se preparar para imprevistos como esse? Cola nesse Minuto Focas!#viradacultural#cultura#mostrar#briga#minutofocas#EntretêNews		JORNALISMO
1	06/06		Conteúdo em parceria com@ROLEX: Você sabia que o clima do Ártico já foi quente e úmido no passado? A expedição à península Wulff Land, liderada por Gina Moseley, uma das Laureadas dos Prêmios Rolex de Empreendedorismo, estuda as variações das temperaturas ao longo dos anos para debater o futuro climático. Acesse https://bit.ly/38TFui1 #PlanetaPerpétuo #PrêmiosRolex		Branded
1	06/06		LUGAR MAIS FELIZ DO MUNDO? ☺ Não para esse casal, que teve o pedido de casamento interrompido por um funcionário da Disneylândia Paris porque, completo, não poderia estar em frente ao Castelo. UM#Disneypedi desculpas e se ofereceu para “consertar as coisas”#pedidodecasamento#entretênews		JORNALISMO
1	07/06		△ O jornalista britânico Dom Phillips e o indigenista brasileiro Bruno Ferreira, ameaçados por garimpeiros, estão há mais de 48h desaparecidos na região do Vale do Javari, na Amazônia. A esposa de Phillips, Alessandra Sampaio, faz um apelo por buscas. Siga a cobertura completa no link.#TikTokNotícias		JORNALISMO
1	07/06		No Dia Nacional da Liberdade de Imprensa, relembremos a censura imposta ao Estadão pelos militares, com o depoimento dos jornalistas Luiz Roberto Queiroz e Flavio Tavares. As imagens fazem parte do documentário 'Estranhos na Noite- mordaca no Estadão em tempos de censura'.#imprensa#liberdadeimprensa#censuranuncamais#estadão#ditadura		JORNALISMO
1	08/06		Hoje faz 25 anos da conquista do primeiro Roland Garros de Guga, em 1997! E para comemorar, nosso mestre das raquetes soltou esse vídeo. Conheça mais da história dessa conquista clicando no link!#NotíciasEsportivas#tênis#rolandgarros#guga#esporte		JORNALISMO