

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

DANIELA CAROLINE TREMARIN

BUZZFEED:

Diversidade editorial em novo modelo de jornalismo compartilhado

**São Leopoldo
2018**

DANIELA CAROLINE TREMARIN

BUZZFEED:

Diversidade editorial em novo modelo de jornalismo compartilhado

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo, pelo Curso de Jornalismo da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos -
UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Cesar Henn

São Leopoldo

2018

Para os meus pais Ivaldo e Ivana, a minha irmã Camila e a todos os meus amigos que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a minha família, meus pais Ivaldo e Ivana e a minha irmã Camila. Por serem meu porto seguro, e mesmo não entendendo o tema desse trabalho, me apoiaram incondicionalmente até o fim desse processo.

Agradeço por cada vez que me disseram “Vai ficar tudo bem”, pelo colo e carinho quando mais precisei, não somente agora, como na vida toda. Vocês, mais do que ninguém, sabem o quanto a nossa jornada têm sido intensa nos últimos anos, mas mesmo com todas as dificuldades sempre estiveram comigo e essa conquista é nossa. O amor e orgulho que tenho por vocês serem a minha família não tem medida. Vocês são a minha inspiração e continuarão sendo a voz da minha consciência para sempre.

Pai, mãe eu os amo e, por favor, nunca esqueçam que eu só sou a pessoa de hoje por causa de vocês.

Agradeço as amigas que a Unisinos me deu. Ellen, Grazielle e Carolina (#VaiTime #Caruleta). Obrigado por me aguentarem, por me apoiarem não apenas nas coisas da faculdade, mas em tudo que eu precisei na minha vida. Sei o quanto sou difícil e vocês não tem ideia da importância que têm. Vocês diversas vezes me guiaram e mantiveram firme sempre me lembrando quem eu sou. A Isabella e a Gabriela que mesmo de longe foram importantes para me manter calma durante esse percurso e me mantiveram sã.

A Verônica pela indicação pra IC e ajuda no TCC, eu já disse milhares de vezes o quanto tu és incrível e acho que nunca poderei agradecer o suficiente por todas as vezes que tu me disseste que o TCC não era tão horrível assim. Ao amigo Augusto, por entrar na minha vida de “supetão” e fazê-la mais feliz, não tenho dúvidas que nós devíamos ter sido irmãos em outra vida, porque é impossível a conexão que tivemos.

Ao “Estouro” por serem os melhores amigos que um cara poderia ter e a “Galera” por estarem sempre comigo e me aguentando, mesmo quando sou insuportavelmente chata.

Por último, mas sem sombra de dúvida não menos importante, ao meu orientador, Ronaldo Henn. Muito obrigada por todo o ensinamento neste percurso, por ter aceitado a ideia deste trabalho e ter me ajudado a construir algo que eu sempre quis, desde a época do projeto.

Contradições, confusões e múltiplos pontos de vista são esperados num momento de transição, em que um paradigma midiático está morrendo e outro está nascendo. Nenhum de nós sabe realmente como viver numa nesta época de convergência das mídias, inteligência coletiva e cultura participativa.

Henry Jenkins

RESUMO

Com a inclusão digital e com o acesso as redes sociais digitais, novas plataformas de comunicação surgiram modificando, assim, as maneiras como as notícias são compartilhadas na internet. É necessário reaprender a forma que de como se faz jornalismo e adequar-se a uma nova demanda composta por um público cada vez mais participativo. Uma plataforma especialista em produzir conteúdo de fácil réplica é o *BuzzFeed*; criado em 2006 nos Estados Unidos. Conhecido por produzir inúmeros conteúdos em formatos mais dinâmicos (testes e listas), a plataforma não faz apenas 94 tipos de testes diferentes. O seguimento de notícias está ganhando cada vez mais espaço entre os leitores. A plataforma chegou ao Brasil em 2013, mas já está disponível em sete idiomas diferentes e tem escritórios em vários países. O foco dessa monografia é analisar como o *Buzzfeed* cria seus conteúdos, os propaga nas redes digitais e, assim, aumenta sua área de atuação dentro do mercado de notícias. Também objetiva identificar a variedade temática dos assuntos tratados em suas postagens.

Palavras-chave: Comunicação; *BuzzFeed*; Jornalismo Online; Convergência; Cultura Participativa.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Diferentes formatos abordados pela plataforma.....	18
Figura 2 Engajamento dos usuários.....	18
Figura 3 Compartilhamentos	24
Figura 4 Cobertura realizada pela plataforma	25
Figura 5 Atualizações rápidas	25
Figura 6 Interação direta do leitor.....	26
Figura 7 Acesso ao <i>Trending</i>	33
Figura 8 Assuntos em alta (Trending)	33
Figura 9 BuzzFeed News	39
Figura 10 Interação	40
Figura 11 <i>BuzzFeed Community</i> – criação de posts Fonte: BuzzFeed.....	41
Figura 12 Formato - Listas	42
Figura 13 Formato – Notícia/Reportagem	43
Figura 14 Formato – Testes	44
Figura 15 Notícia publicada no dia 15 de fevereiro	50
Figura 16 Postagem no Facebook	52
Figura 17 Teste permaneceu em alta.....	53
Figura 18 Número de compartilhamento durante os 30 dias.....	54
Figura 19 Destaque para premiação	55
Figura 20 Engajamento baixo pelos leitores.....	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tempo conectado	29
Gráfico 2 Consumo por mobile vs Desktops	30
Gráfico 3 Quantidade de assuntos do período	46
Gráfico 4 Quantidade de publicações por formato	47
Gráfico 5 Número de capas separadas por assunto	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 PROBLEMA	10
1.2 OBJETIVOS	10
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	10
1.2.2 Objetivos Específicos	11
1.3 JUSTIFICATIVA	11
2 CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS	12
2.1 CULTURA DA CONEXÃO	15
2.2 CULTURA PARTICIPATIVA	16
2.2.1 CIBERESPAÇO E ACONTECIMENTO	19
2.3 JORNALISMOS ONLINE	21
2.3.1 NARRATIVA TRANSMÍDIA	22
2.4 REDES SOCIAIS	26
2.4.1 MOBILIDADE	28
3. BUZZFEED	31
3.1. DIVIDIR PARA CONQUISTAR	33
3.1.1. BuzzFeed News	39
3.1.2. BuzzFeed Community	40
3.2. FORMATOS	41
4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS RESULTADOS	45
4.1. ASSUNTOS E FORMATOS	46
4.2. TEMPO DE CAPA	48
4.2.1. Análise das publicações	49
4.2.1.1. Como uma brincadeira racista fez um estagiário ser demitido pelo chefe negro	50
4.2.1.2. Quando % de Regina George você tem no coração?	52
4.2.1.3. Vote nos indicados ao prêmio BuzzFeed – "A Internet Merece um Oscar" ..	54
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	60
ANEXO A – TABELA DELIMITANDO ASSUNTOS MONITORADOS	63
ANEXO B – TABELA MONITORANDO TEMPO DE CAPA	83
ANEXO C – CAPTURA DE TELA DOS COMENTÁRIOS NO FACEBOOK	84

1 INTRODUÇÃO

As mudanças causadas pelos avanços tecnológicos e a inclusão digital, modificou a forma de acesso à informação das pessoas. Isso fez com que os formatos tradicionais de jornalismo fossem questionados. O webjornalismo não bateu na porta, ele a colocou abaixo. Com isso, grandes (e tradicionais) veículos de comunicação se viram perdidos na crescente participação do leitor com seus conteúdos.

Dentro dessa nova realidade, o *BuzzFeed* surgiu como uma plataforma disposta a deixar que suas publicações sofram interferência das pessoas e de tudo que está acontecendo no mundo. Estudar a plataforma como um novo formato de jornalismo sempre esteve nos meus planos, desde que descobri o quanto ela era capaz de aceitar essas interferências externas, que muitas vezes são esquecidas pelos modelos tradicionais de escrita. Levar informação de forma leve, inteligente e de fácil entendimento para qualquer pessoa, independentemente do seu nível de instrução, é isso que o *BuzzFeed* faz.

Conforme Prado (2011), as experiências dos leitores com as notícias estão se tornando cada vez mais compartilhadas. Isso ocorre principalmente pela interação do usuário nas plataformas de sites de redes sociais, no caso do *BuzzFeed*, principalmente *Twitter* e *Facebook*. É possível reagir, comentar e compartilhar as notícias em suas páginas pessoais.

Durante a construção dessa pesquisa, a análise inicial seria sobre como o *BuzzFeed* influencia os veículos a investir em uma nova linguagem para web. Essa ideia se manteve durante a primeira etapa do trabalho (TCC1) e foi trocada no início da segunda parte. É notório que as empresas que já estão no mercado há mais tempo se apropriaram de muitas características da plataforma, por exemplo, as famosas listas e testes conhecidos como marca do veículo de origem norte-americana.

O tema desta análise agora é observar como o *BuzzFeed* se comporta como um portal que vai além do entretenimento, como fornecedor de notícias bem estruturadas que continuam tendo as características marcantes do entretenimento.

Trabalhando com equipes e jornadas de trabalho reduzidas, o site vai muito além de escrever histórias, eles vivenciam as experiências, se comunicando e se envolvendo com os leitores na internet, gerando engajamento dos mesmos. Com

mais de 11 milhões de seguidores no *Facebook* e seis milhões no *Twitter* o que não falta para a plataforma são acessos.

O *BuzzFeed* vem preenchendo um mercado em ascensão na internet. O novo formato de fazer notícia é o caminho para trazer jovens que não possuem interesse pelo “velho” formato de jornalismo e estão sempre conectados em seus aparelhos móveis.

1.1 PROBLEMA

O problema da pesquisa busca entender qual tipologia de acontecimento, linguagem, formatos e processos o *BuzzFeed* operacionaliza na construção das suas narrativas.

Por isso, questiona-se:

A plataforma ganhou notoriedade com a linha editorial de entretenimento. Utilizando o sistema de listagens e testes como uma forma de chamar a atenção do público e com isso criar conteúdo virais na rede. Em 2011, começou a inserir em seus conteúdos o segmento *News* responsável pela criação de reportagens de assuntos que saiam do entretenimento. Como o *BuzzFeed* vêm postando seus conteúdos? O site vem investindo em formatos e assuntos diversificados para aumentar o engajamento dos leitores? Qual são as ferramentas que utilizam para que suas publicações sejam propagadas e, além disso, como eles inserem o leitor dentro das suas narrativas?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar como a plataforma se comporta na construção dos seus materiais noticiosos em relação aos temas que são acionados e as estratégias de formatos e linguagens utilizados.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) identificar todas as linhas editoriais da plataforma, explicando como um grande número de segmentos pode ajudar na propagação dos conteúdos;
- b) entender como a plataforma utiliza os recursos visuais e multimídias para fidelizar o público;
- c) analisar como a participação dos leitores é importante para criação dos conteúdos.

1.3 JUSTIFICATIVA

O *BuzzFeed* pode ser considerado um site referência no quesito de interatividade, hipertextualidade e multimídia. Por isso é possível criar conteúdos virais e de fácil compreensão do público. Por esse motivo, analisar qual a personalidade adotada pela plataforma na hora de escolher quais assuntos que terão destaque é importante para entendermos como a nova forma de consumir informação ocorre com as novas gerações. Além disso, o *BuzzFeed* possui diversas linhas editoriais dentro do site aonde o usuário pode buscar aquilo que o interessa, desde o entretenimento barato ao *hardnews*. Assim, produzindo conteúdo direcionado ao leitor e analisando como antigos meios convergem com o webjornalismo.

2 CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS

Quando estudamos cultura da convergência é impossível não usarmos Henry Jenkins como referência. O termo não foi criado por ele, mas foi por meio do seu livro, publicado em 2009, que o conceito ficou popular.

Segundo o autor, o cenário cultural atual se caracteriza pela reapropriação de conteúdos e produções midiáticas. Tudo que se é produzido pela antiga e nova mídia se tornam híbridos. Em razão disso, a relação entre as tecnologias, gêneros, mercados, indústria e públicos é reconfigurada.

Desse modo, é realizada uma fusão entre as mídias alternativas e as de massa. Elas tornam-se receptivas por múltiplos suportes, caracterizando a era da convergência midiática.

O fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

Adorno (1924)¹, defendia, de forma bastante crítica, a ideia da cultura de massa, aonde não importava qual era a forma que a informação era passada, mas sim a quantidade de pessoas que ela conseguia atingir e fazer acreditar nas ideias transmitidas.

Jenkins (2009), afirma que a convergência é uma transformação cultural e ocorre nos cérebros dos consumidores individuais e nas suas interações sociais com os outros. No *BuzzFeed*, tema desse trabalho, percebemos que a convergência está presente em cada lista, teste ou reportagens da plataforma. É por meio dela que a plataforma vem adquirindo cada vez mais notoriedade e ocasionando mudanças de paradigmas na forma como vemos notícias.

A busca por transformar o usuário em protagonista dos conteúdos é algo crescente nas plataformas digitais. No âmbito da convergência, toda história é importante. Até mesmo a dona de casa que busca a melhor receita de bolo. Para Jenkins (2009), essa dona de casa ou qualquer outro indivíduo, mesmo com mínima instrução no mundo da internet, possui plenas condições para produzir e disseminar

¹ Disponível em: <https://www.infoescola.com/biografias/theodor-adorno/> acessado em 22/032018.

vídeos, imagens, entre outros conteúdos em escala global. A convergência representa uma transformação cultural para todos. Ela força o consumidor a procurar informações em diferentes plataformas e formatos.

Ao falar sobre convergência, o autor traz o conceito de *Falácia da Caixa Preta*, levantando a hipótese de que, com o passar do tempo, os conteúdos de mídia irão convergir em um único aparelho (caixa preta) na sociedade. Se antes a proposta era focar em um público específico, as mídias contemporâneas têm interesse em produzir material que atenda o todo da sociedade, em diferentes canais.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento (JENKINS, 2009, p. 43).

É por meio da convergência que notamos o quanto a sociedade vem se incluindo no âmbito digital. Com o acesso facilitado através dos computadores, e principalmente pelos *smartphones*, todo mundo pode acessar e compartilhar conteúdos na rede, ou seja, é a nossa caixa preta. O autor ainda ressalta a importância de entendermos que os antigos meios de comunicação não estão morrendo, mas sim, as ferramentas que os consumidores utilizam. Jenkins ainda ressalta que os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mas suas funções estão sendo transformadas pela introdução de novas tecnologias.

A convergência vem modificando a forma que os grandes conglomerados de comunicação conversam com o público. Elas são forçadas a repensar como o público vem consumindo informações. O antigo público era visto como passivo, já o atual se mostra cada vez mais participativo e dentro da rede. Essas mudanças começaram a afetar diretamente o jornalismo:

A convergência jornalística é: um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separadas, permitindo que os jornalistas elaborem conteúdos para serem distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma. (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010, p. 59, apud BARBOSA, 2013, p. 36, org. CANAVILHAS).

As mídias tradicionais ainda estão se encontrando dentro da convergência. Isso faz com que plataformas, como o *BuzzFeed*, cresçam muito rapidamente dentro da rede. Ele utiliza diferentes ferramentas para aumentar o engajamento dos seus leitores com o material produzido. O *BuzzFeed* dominou processos de compartilhamento e transmídia para tornar a experiência dos consumidores cada vez mais real. A plataforma não trata os leitores apenas como clientes e sim como parte fundamental na construção das suas narrativas.

A presente estrutura midiática digital demonstra o quanto a Internet se desenvolveu ao longo dos anos desde as primeiras formas de comunicação mediada por computador e o quanto se desviou de seus propósitos iniciais direcionando-se para a sociabilidade e para o estabelecimento de processos de convergência midiática (AQUINO BITTENCOURT, 2017, p. 63).

O jornalismo transmídia não segue um processo linear. Jenkins (2009) relata três conceitos principais: cultura da convergência (já citada acima) dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. E fica muito evidente a forma que o *BuzzFeed* utiliza da convergência para “dar vida” às suas postagens. Com a expressão dar vida, refiro-me justamente a dois conceitos: cultura participativa e inteligência coletiva. A plataforma vem ganhando espaço por trabalhar dessa forma.

A maneira como as pessoas compartilham conteúdos midiáticos e o que as leva a compartilhar isso ou aquilo são fatores que provocam a reflexão sobre o panorama midiático (AQUINO BITTENCOURT, 2017, p. 56).

Com uma rápida passada de olho na página principal do site já temos a percepção dos mais variados assuntos. É dado ao consumidor o poder de escolher entre “*As 100 coisas mais engraçadas que os brasileiros já escreveram*”², brócolis, Dilma, Disney e homens sobreviventes ao estupro. Quais outras plataformas de comunicação fazem isso? A plataforma é um fluxo livre de ideias e conteúdos que utiliza todas as possibilidades de um bom jornalismo transmídia.

Após dominar e fidelizar o público com os formatos de listagem e testes, o portal começou a investir em um novo segmento: o *BuzzFeed News*. De forma

² Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/rafaelcapanema/100-imagens-sobre-o-dom-de-comunicacao-do-brasileiro> - acessado em 22/03/2018

dinâmica, direta e criativa eles utilizam todos os recursos de mídias possíveis para trazer ao leitor uma reportagem mais interativa e coesa.

2.1 CULTURA DA CONEXÃO

A forma que um conteúdo circula na internet atualmente não possui um sistema linear. As pessoas consomem e produzem conteúdo em múltiplas plataformas, sempre buscando informações que estejam em alta nas redes. Para os autores Jenkins, Green e Ford (2014) a mensagem é clara: se algo não se propaga, está morto.

No livro *Cultura da Conexão* (2014), os três autores trazem a proposta de um modelo híbrido de informações. A proposta é mostrar como um conjunto de forças não lineares determina como um material é compartilhado na internet. Todos os fatores são levados em consideração, desde a participação dos usuários à relevância do que se é propagado.

Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento da direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e *remixando* conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 24)

O *BuzzFeed* utiliza muitas técnicas para gerar aderência do seu conteúdo com o público da internet. Os autores fazem referência a Malcolm Gladwell³ que afirma que o “conteúdo que gruda que tem aderência, é o material que as pessoas querem propagar”.

Fluxo de ideias, material disperso, experiências diversificadas, participação livre e compartilhamento facilitado são algumas das ideias abordadas para definir a importância da aderência para criar mídias propagáveis.

A propagabilidade permitia que o público e os ativistas formem novas conexões e comunidades por meio de seu papel ativo na formatação da circulação de conteúdos de mídia. (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 48)

³ Malcolm Gladwell é um jornalista britânico - disponível em <https://12min.com.br/authors/malcolm-gladwell> - acessado em 25/04/2018.

Com tudo isso, os veículos se viram obrigados a mudar suas formas de produzir conteúdo online. Com o número de pessoas utilizando seus aparelhos celulares e computadores para ler e compartilhar informações aumentando, foi necessário se adaptar a esses novos tipos de formatos midiáticos cada vez mais interativos.

Para isso, o termo “buzzfeedização” foi criado para denominar este novo método de fazer jornalismo. Enquanto isso se observou que veículos de comunicação tradicionais precisaram adaptar suas redações.

Ao mesmo tempo em que o jornalismo tradicional absorve elementos de canais mais informais e bem-humorados, paralelamente, sites como o BuzzFeed - que se tornaram conhecidos justamente por essas práticas de publicação de conteúdos simples, curtos e potencialmente propagáveis - estejam investindo também em jornalismo “sério”, aprofundado, com viés investigativo, objetivando uma maior credibilidade jornalística (SARDÁ, 2015, p. 16/17)

Com o acesso à internet cada vez mais facilitado para as pessoas, isso foi o responsável por esse novo modelo de jornalismo como ferramenta da indústria cultural e levou a sociedade ao consumo de massa. “Onde a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida” (CASTELLS, 2003, p. 68).

A apropriação da capacidade de interconexão por redes sociais de todos os tipos, pois levou à formação de comunidades on-line que reinventaram a sociedade e, em seu alcance e seus usos. Elas adotaram os valores tecnológicos da meritocracia, e esposaram a crença dos hackers no valor da liberdade, da comunicação horizontal e da interconexão interativa, mas usaram-na para sua vida social, em vez de praticar a tecnologia pela tecnologia. (CASTELLS, 2003, p. 53)

2.2 CULTURA PARTICIPATIVA

Lévy (1999), também explica que uma das premissas da cibercultura é a inteligência coletiva. A mesma que deu origem ao termo cultura participativa apresentada por Jenkins (2009). Ou seja, ela consiste na interação do usuário com diferentes formatos de mídia.

O leitor deixa de ser apenas um receptor passivo e se torna peça fundamental na participação da propagação das informações, criando e compartilhando seus projetos (ou opiniões) de forma coletiva. Isto é, a cultura participativa se baseia na apropriação de elementos pertencentes a certo produto midiático por pessoas que não o produziram originalmente e, a partir daí, geram novos conteúdos.

Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. (JENKINS, 2009, p. 30)

Jenkins também destaca o fato de estarmos utilizando esse “poder coletivo” apenas com fins de entretenimento, sugerindo, porém, que em breve essas habilidades serão aplicadas para propósitos mais “sérios”.

Um exemplo que podemos utilizar para mostrar o quanto a inteligência coletiva é fundamental para o *BuzzFeed* é sobre o caso “Qual cor é esse vestido?”⁶. Em 2015, uma imagem de um vestido começou a ganhar notoriedade em algumas páginas do *Tumblr*⁷. De acordo com os comentários na imagem era possível identificar dois tipos de cores no mesmo: Azul e preto ou branco e dourado. O *BuzzFeed* se apropriou dessa imagem e quase instantaneamente tornou a publicação um viral de compartilhamentos e comentários. Primeiramente pelo *Twitter* e após utilizando sua página no *Facebook*.

De acordo com Aquino Bittencourt (2015), 670 mil pessoas acessaram a história simultaneamente, 500 mil dessas por dispositivos móveis. Mais de 28 milhões acessos foram registrados no post (22 milhões só por *mobile*), que rendeu 2,7 milhões de votos computados na enquete.

Mas este caso não é apenas um exemplo de como tornar uma publicação viral. Ela mostra o protagonismo do público. O *BuzzFeed* utilizou o *Twitter* como mecanismo chefe e isso gerou uma comoção junto aos seguidores das páginas que enviaram suas experiências para plataforma. Após isso o portal criou diversas publicações utilizando o mesmo tema.

Esse modelo baseado na dinâmica social das redes transfere ao leitor, usuário de redes sociais, os papéis de distribuição e circulação. Twitter e Facebook são hoje os dois sites que possuem desempenho determinante na concretização desse modelo, pois são, atualmente, onde acontece a maior parte das movimentações de conteúdos originados em outros espaços da rede. (AQUINO BITTENCOURT, 2015, p. 349)

Figura 1 Diferentes formatos abordados pela plataforma

Fonte: BuzzFeed⁴

Figura 2 Engajamento dos usuários

Fonte: BuzzFeed⁵

⁴ Disponível em https://www.buzzfeed.com/rafaelcapanema/coisas-que-todo-mundo-pensou-sobre-o-caso-do-vestido?utm_term=.vckYwkLvy#.tfGwXnKRw - acessado em: 15/02/2018
<https://www.buzzfeed.com/virginiahughes/por-que-as-pessoas-tao-vendo-cores-diferentes-naquele-vestid#.puZq1Abjq> - acessado em: 15/02/2018

O exemplo sobre a cor do vestido é apenas um entre tantos casos que ocorrem na rede. É evidente que a participação dos usuários é essencial neste novo padrão de fazer jornalismo. Lemos (2000) explicou a importância dessa tomada de poder do usuário, que se tornou ativo e propagador dos conteúdos também:

Novas formas de pensamento e comportamento se tornam funcionais quando “fazem moda”, por exemplo, ou quando chamam atenção de uma opinião pública mais ou menos difundida. Estas novas formas se tornam atratores à medida que abrangem uma população maior. Novos estilos de vida surgem à medida que abrangem uma população maior. (LEMOS, 2001, p.120)

Para Shirky (2011), a inclusão do público geral na construção para criar os conteúdos é a transformação mais relevante da contemporaneidade. O leitor passa a ser protagonista da mídia que ele também consome. O *BuzzFeed* utiliza essa participação de forma coerente e principalmente dando o poder de interferir para o leitor e até mesmo criar suas próprias publicações utilizando o segmento *Community* que será abordado no próximo capítulo.

O acesso à web nos permite encontrar outras pessoas que gostam de construir modelos de trens e fazer macramê, ou desenhar avies de papel, se vestir como personagens de desenhos animados, praticar jnana yoga, tricotar meias, fotografar telefones públicos, fazer catalã e por aí afora, a qualquer hora do dia ou da noite, no mundo inteiro. (SHIRKY, 2011, p. 83)

É perceptível que as pessoas estão compartilhando cada vez mais suas histórias nas redes sociais e isso gera um sentimento de “Não sou apenas eu”, muito bem utilizado pela plataforma. O caso do vestido que muda de cor citado anteriormente só teve essa grande propagação por ter alimentando o sentimento de coletividade nos leitores.

2.2.1 Ciberespaço e acontecimento

Todos os dias os números de acesso à internet aumentam no mundo e isso não é mais segredo para ninguém. Novas pessoas passam a interconectar seus computadores e celulares na rede. O ciberespaço é justamente esta rede, é um novo meio de comunicação que ganha força diariamente com o avanço da

⁵ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/irangiusti/20-pessoas-que-levaram-o-debate-sobre-o-vestido-a-outro-pata?utm_term=.oh90jNm20#.gJENK02MN – acessado em 15/02/2018

tecnologia. Para Lévy (1999), a rede não é apenas está infraestrutura material, mas também o universo de seres humanos que ela condiciona a alimentarem o ciberespaço.

O autor nos traz a ideia de cibercultura, um neologismo, que nomeia o conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores. Dentro desta realidade, o *BuzzFeed* trabalha com uma plataforma que se importa com o que seu público (completamente ativo) tem a acrescentar para seus conteúdos. Para Lévy (1999), está é uma das formas para se criar uma interconexão na comunidade virtual.

Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais. (LÉVY, 1999, p. 127).

Além disso, o autor deixa claro que cada indivíduo tem responsabilidades sobre suas opiniões na rede, “elas não desaparecem no ciberespaço”. Justamente por isso, será raro que a comunicação através da rede substitua os encontros físicos, elas irão se complementar.

Dentro dessa rede temos o ciberacontecimento, que é caracterizado por ser naturalmente midiático, produzindo narrativas específicas, que geram diferentes níveis de conectividade e compartilhamento, que mais tarde transformam-se em pautas. O *BuzzFeed* monitora todas as tendências que ocorrem nas plataformas de redes sociais e busca histórias que possam gerar visualizações e engajamentos na sua plataforma.

De acordo com Henn (2013), os processos de produção do acontecimento inserido em uma narrativa jornalística não são lineares, não pertencem apenas ao jornalista ou a um meio de comunicação. Tendo esse raciocínio bem esclarecido, os *sites* de redes sociais são os maiores fornecedores ou distribuidores de novos conteúdos.

A partir daí o internauta pode interagir com os veículos de forma mais rápida, com curtidas, comentários e compartilhamentos para sua rede de contatos, em especial no *Facebook*, que já conta com mais de 1,65 bilhões de usuários. Enfim, Henn (2013) nos mostra que a percepção do acontecimento jornalístico está na sua força em potencializar o assunto discutido.

A atitude de compartilhar conteúdo não é uma consequência ou algo novo decorrente dessa digitalização da comunicação. Repassar uma informação é algo intrínseco ao processo comunicacional. Querer que uma mensagem chegue a outros, seja a um pequeno grupo ou uma ampla massa de pessoas, é objetivo inicial de um processo comunicativo. (AQUINO BITTENCOURT, 2017, p. 57).

De acordo com Lemos (2001), estes ciberambientes multiplicam a forma que as pessoas se conectam na rede. Muitas vezes podem ocorrer mudanças nos significados originais do que se é propagado. O autor destaca que “a informação ganha vida própria, dando lugar a um imaginário social diferente do ‘tradicional’, ‘habitual’, ‘normal’”.

O *BuzzFeed* tem como uma das suas características reaproveitar diversas vezes e de forma diferente o mesmo assunto. Os três tipos mais utilizados pela plataforma são as listas, testes e reportagens. Dependendo o tamanho da repercussão do assunto os três formatos são utilizados para causar mais compartilhamento dos usuários.

O intercâmbio (“metabolismo”) entre sistema social e ambiente virtual, onde novas interpretações são funcionalizadas, cria, no decorrer do tempo, uma linguagem e (sub) cultura próprias. Assim, a auto-organização está voltada para a reprodução dentro de um conjunto de significados distintos. (LEMOS, 2001, p. 116)

É desta forma que o ciberespaço funciona com um novo lugar para sociabilidade, gerando novos formatos de relações sociais. Este novo ambiente proporciona um contato mais participativo entre empresa-cliente e isso cria engajamento na rede, por consequência, gerando compartilhamentos e acessos.

2.3 JORNALISMOS ONLINE

O termo *online*, segundo Palacios (2003), remete à ideia de conexão em tempo real, com um fluxo de informações quase instantâneo. Assim, o jornalismo *online* “é desenvolvido utilizando tecnologias da transmissão de dados em rede e em tempo real” (PALACIOS, 2003, p. 44, apud de VIVAN, 2017).

Vivan (2017) acrescenta que existem seis características principais para uma comunicação online de qualidade - hipertextualidade, multimídia, personalização do conteúdo, memória, atualização contínua e interatividade.

Antes bastava apenas ler os jornais, acompanhar os principais portais de notícias, programas para televisão e rádio para manter-se informado. Com a

noticiabilidade gerada pelo jornalismo digital, já é possível acompanhar todas as informações diretamente das *timelines* das redes sociais, com a interatividade como grande diferencial.

No campo dos blocos informativos, a dimensão do texto é um elemento fundamental na arquitetura noticiosa. Um bloco textual demasiado curto deixará o leitor insatisfeito por conter pouca informação, enquanto um bloco demasiado longo pode tornar-se cansativo para uma leitura em monitor (SALAVERRÍA, 2005, apud CANAVILHAS, 2014, p. 6).

Canavilhas (2014), também traz a importância da hipertextualidade para o jornalismo digital. É por meio dela, que se podem ligar dois blocos informativos do texto, “um modo de organização textual cuja função é sentidos, situar o leitor no contexto temático e na macroestrutura”.

A palavra hipertexto foi utilizada pela primeira vez por Theodor Nelson (década de 60), que definiu o conceito como uma escrita não sequencial. Ou seja, um texto com diferentes opções de leitura que permite ao consumidor fazer uma escolha. É justamente isso que o *BuzzFeed* oferece ao leitor nas suas postagens, a possibilidade de acessar conteúdos correlacionados com o que está aberto na aba de navegação.

Por isso, de uma forma geral as notícias para *Web* devem possuir estruturas abertas e interativas e oferecendo ao leitor a oportunidade de se aprofundar no assunto sendo redirecionado para outras páginas. A expressão “*say it quick, say it well*”, em tradução livre “*diga rápido, diga bem*”, está se tornando uma regra na produção de conteúdos para a *Web*. Os conteúdos, segundo Canavilhas devem ser comprimidos e reduzidos (tamanho e tempo) para dimensões que permitam um bom acesso mesmo com ligações de baixa velocidade.

2.3.1 Narrativa transmídia

Narrativa transmídia é uma expressão citada pela primeira vez por Henry Jenkins (2009), e é definida como um meio de múltiplos canais de mídia, cada um deles contribuindo de forma distinta para a compreensão de um universo narrativo.

Duas características relevantes para um texto transmídia são a hipertextualidade e a interatividade. Segundo Canavilhas (2014), estas são

características essenciais da comunicação na *Web*. Ambas as características são fundamentais dentro dos conteúdos produzidos pelo *BuzzFeed*.

Em um relatório de tendências da indústria midiática, divulgado no fim de novembro de 2014, o site *BuzzFeed* indica que a ideia de *Home Page* como página principal não é mais a forma correta de gerar compartilhamentos e acessos ao site.

As pessoas pensam que o segredo do BuzzFeed são as listas e quizzes, quando na verdade não, na verdade é sobre pensar em compartilhamento, é aceitar que as pessoas vão encontrar o seu material em feeds sociais. (Will Hayward, VP do BuzzFeed da Europa, em entrevista ao *Journalism.co.uk* NOV, 2014)⁶

O impacto do compartilhamento e da produção de sentidos nas práticas jornalísticas, é exposto nos casos de compartilhamentos e em como as redes sociais vêm sendo cada vez mais utilizadas para divulgação de notícias, sejam elas de entretenimento ou *hardnews*. Sendo assim, responsável por estarem se criando um novo formato de disseminar conteúdo.

São perceptíveis as mudanças de como os veículos de comunicação tradicionais vêm modificando sua plataforma para se moldarem aos novos usuários das notícias. Aquino Bittencourt (2014) explica como os portais vêm utilizando os botões para compartilhamento direto para o *Twitter*, *Facebook*, *WhatsApp* e até mesmo para os e-mails pessoais.

Os jornalistas do BuzzFeed trabalham com foco na dinâmica das redes, muitas vezes produzindo conteúdo especificamente para ser compartilhado em sites de redes sociais, o que permite inserir o BuzzFeed dentro de uma nova categoria de jornalismo digital que provoca transformações no que se vinha fazendo até então. (AQUINO BITTENCOURT, 2015, p. 348/349).

É claro que número de compartilhamentos não significa credibilidade e por isso é necessário prestar atenção no que se vê na internet. O *BuzzFeed* divulgou em 2016 uma notícia que os números de compartilhamentos de notícias falsas sobre a Operação Lava Jato foram maiores do que as verdadeiras.

⁶ Entrevista disponível em <https://www.b9.com.br/53581/trafego-no-buzzfeed-advindo-de-midias-sociais-ja-e-5x-maior-que-o-que-vem-pelas-buscas/> - acessado em 20/10/2017

Figura 3 Compartilhamentos

BuzzFeed NEWS / REPORTING TO YOU BuzzFeed Menu

Pesquisa

Notícias falsas da Lava Jato foram mais compartilhadas que verdadeiras

Desde o início do ano, as 10 principais notícias falsas tiveram 3,9 milhões de engajamentos, enquanto as 10 principais notícias verdadeiras somaram 2,7 milhões. Conclusão é de análise do BuzzFeed Brasil com base em dados do Facebook.

originalmente publicado em 22 de Novembro de 2016, 7:59 a.m.
atualizado em 23 de Novembro de 2016, 4:06 p.m.

Alexandre Aragão
Repórter do BuzzFeed Brasil

Seguir **BuzzFeed** Brasil

Curta a gente no Facebook

Siga-nos no Twitter

Buzzing agora

PF conclui que Temer e PMDB da

Fonte: BuzzFeed⁷

Um exemplo disso foi a cobertura realizada na tragédia envolvendo o time de futebol Chapecoense, de Santa Catarina. O avião que levava a equipe sofreu uma queda a poucos minutos de pousar na Colômbia. O engajamento que se aconteceu nas plataformas de redes sociais foi quase instantâneo e o *BuzzFeed* realizou uma cobertura *online* completa, atualizando as informações sobre acidente minuto a minuto.

A principal característica do hipertexto é a sua maneira natural de processar informação, funcionando de uma maneira parecida com a mente humana, que trabalha por associações de ideias e não recebe a informação linearmente (LEMOS, 2003, p.50).

Este é apenas um exemplo de como a plataforma utiliza do hipertexto para gerar conteúdos propagáveis e de relevância dentro das redes. Não apenas isso, os editores do *BuzzFeed* utilizam nas suas narrativas formatos que geram de maneira mais eficaz o compartilhamento e o entendimento do que foi escrito. Uma das características da hipertextualidade é a utilização de blocos informativos e cada bloco deve ser autoexplicativo. Uma ferramenta muito bem empregada pela plataforma na utilização das listagens.

⁷ Disponível em: Disponível em: https://www.buzzfeed.com/alexandrearagao/noticias-falsas-lava-jato-facebook?utm_term=.hkDk1myex#.jvG6KPNAX – acessado em 02/11/2017

Figura 4 Cobertura realizada pela plataforma

BuzzFeed NEWS / **REPORTAGEM** BuzzFeed Menu

Pesquisa

O que sabemos até agora sobre a queda do avião da Chapecoense

Segundo autoridades colombianas, 75 morreram e 6 pessoas foram resgatadas com vida.

originalmente publicado em 29 de Novembro de 2016, 10:33 a.m.
atualizado em 29 de Novembro de 2016, 5:48 p.m.

Por Graciliano Rocha (Editor de Notícias do BuzzFeed, Brasil), Tatiana Farah (Repórter do BuzzFeed News, Brasil), Alexandre Aragão (Repórter do BuzzFeed News, Brasil), Severino Motta (Repórter do BuzzFeed News, Brasil)

f t e p t More



Fonte: BuzzFeed⁸

Figura 5 Atualizações rápidas


BuzzFeed NEWS / **REPORTAGEM** BuzzFeed Menu

Pesquisa

Atualizações

Postado às 29 de Novembro de 2016, 5:48 p.m.

Veja quem são os 20 jornalistas mortos na queda do avião




Mesa Sergio, ex-internado, sobreviveu na Pta. Chicagayá

Postado às 29 de Novembro de 2016, 2:23 p.m.

Atlético Nacional de Medellín oficializa pedido para que Chapecoense seja campeã da Sulamericana.

CAMPEÓN DE LA SUDAMERICANA



CAMPEÓN DE LA SUDAMERICANA

29 DE NOVIEMBRE DE 2016 - COMUNICADORES

COMPARTIR >> f t e p t

Atlético Nacional solicita a Conmebol que el título de la Sudamericana sea entregado a Chapecoense.

Fonte: BuzzFeed⁹

O *BuzzFeed* também acompanha as mobilizações mundiais, transformando todas as informações em uma grande reportagem transmídia. Sendo assim, a principal forma de visualizar o desempenho do seu conteúdo, mensurar as informações e criar estratégias para atrair cada vez mais usuários é através do número de visualizações de páginas (*pageviews*).

⁸ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/gracilianorocha/o-que-sabemos-ate-agora-sobre-a-queda-do-aviao-da-chapecoens?utm_term=.gxpk38mRo#.cqlN65Vd0 -acessado 03/12/2017

⁹ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/gracilianorocha/o-que-sabemos-ate-agora-sobre-a-queda-do-aviao-da-chapecoens?utm_term=.gxpk38mRo#.cqlN65Vd0 -acessado 03/12/2017

Figura 6 Interação direta do leitor

BuzzFeed News Menu ▾ Pesquisa

Alguém "criou" o jogo entre a Chape e o Atlético no videogame e ficou emocionante

Spoiler: a Chape é campeã!

publicado 1 de Dezembro de 2016, 3:51 p.m.

 **Raphael Evangelista**
Equipe BuzzFeed, Brasil








Um cara simplesmente imaginou e criou toda a atmosfera do jogo Atlético Nacional X Chapecoense, que não aconteceu, usando o jogo de videogame "Pro Evolution Soccer 2017".

SULAMERICANA-FINAL
Estádio El Campín

Fonte: BuzzFeed¹⁰

2.4 REDES SOCIAIS

As redes sociais digitais mudaram o modo como às pessoas consomem notícias na internet. A chance das pessoas chegarem a um site de notícias através do Twitter e Facebook estão cada vez maiores, se comparadas as pesquisas feitas por um mecanismo de busca, como o *Google*, ou acessando diretamente os portais dos veículos.

Segundo Recuero (2014), as redes sociais na internet têm como característica básica a capacidade de disseminar informações “através das conexões existentes entre os atores” (p.115).

¹⁰ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/raphaelevangelista/alguem-criou-o-jogo-entre-a-chape-e-o-atletico-no-videogame> - acessado 03/12/2017

O surgimento da Internet proporcionou às pessoas a possibilidade de difundir às informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais. (RECUERO, 2014, p. 116)

A autora ainda destaca a importância do capital social, novamente voltamos para o fato de o público ser ativo na rede. Neste caso, eles se tornam atores sociais. Por isso, é perceptível que haja uma conexão entre aquilo que se é publicado na internet e de como isso irá impactar na vida do receptor.

É importante destacar que sites de redes sociais e redes sociais não são a mesma coisa. Os sites são os espaços utilizados para as expressões as redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram* entre outras).

Um site de rede social é uma plataforma de comunicação em rede na qual os participantes 1) possuem perfis de identificação única que consistem em conteúdos produzidos pelo usuário, conteúdos fornecidos pelo sistema; 2) podem articular publicamente conexões que podem ser vistas e cruzadas por outros; e 3) podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerado por usuários fornecidos por suas conexões no site. (BOYD: ELLISON, 2013, p.158 apud BASTOS; RECUERO; ZAGO, 2015, p. 26)

Recuero (2014) também traz dois termos muito importantes para entendermos melhor como funciona o mecanismo de uma rede social: Capital social relacional e cognitivo.

No capital social relacional é a utilização das informações que se propagam rapidamente pelas redes e têm um apelo claro. O *BuzzFeed* utiliza este método na criação de seus testes e listagens. O material produzido é de interesse absolutamente pessoal e criam uma conexão 'relacional' com o consumidor.

O formato *listicle* permite que o veículo "brinque" com o internauta, mesclando os conteúdos mais densos e sérios com histórias mais leves e descontraídas, além de, novamente, humanizar a *timeline* do *Facebook*, apresentando matérias que façam com que o internauta identifique-se com o que está sendo dito, gerando, assim, mais compartilhamentos da publicação. (VIVIAN, 2017, p. 9).

Já o capital social cognitivo possui um apelo informacional maior. No caso do *BuzzFeed* são as reportagens criadas para editoria *News* da plataforma. Esses conteúdos apelam para busca de conhecimento e muitas vezes não geram tanto propagabilidade nas redes sociais, mas sim, dentro da própria plataforma.

O *BuzzFeed* dá total atenção às suas redes sociais, pois é por meio delas que eles criam conteúdo virais e se destacam dentro de um mercado que ainda olha para a plataforma apenas como uma fonte de entretenimento (por mais que este ainda seja o carro chefe da mesma).

O termo viral pode ser definido como o processo de transmissão de uma mensagem de um internauta a outro no contexto digital. O fato de a mensagem poder tomar proporções gigantescas na rede, num processo semelhante à lógica de uma epidemia viral, foi o que deu origem à expressão (BARICHELLO; OLIVEIRA, 2010, p. 35, apud VIVAN; PARAGINSKI, 2017, p. 6)

2.4.1 Mobilidade

Segundo a União Internacional de Telecomunicações, o número de celulares em uso no mundo já passou de sete bilhões. Na internet, principalmente nos dispositivos móveis, a leitura parece ser veloz, superficial e de memória curta. Por isso, é necessário criar formatos que prendam a atenção do leitor em uma tela de cinco polegadas. O *BuzzFeed* pensando nisso começou a investir em uma versão *mobile* da sua plataforma. Isso proporciona o usuário mais praticidade para visualizar os conteúdos no dia-a-dia.

Aplicativos de leitura em aparelhos móveis como o Pocket5 permitem salvar matérias e artigos para leitura posterior em uma conta de usuário. O texto se adapta à tela que o usuário utiliza – computador, *tablet* ou celular –, permitindo configurações personalizadas de interface como cor de fundo, corpo e tipo de fonte (VIEIRA, 2017, p. 2).

A pesquisa “Futuro Digital em Foco Brasil 2015”¹¹, divulgada pela empresa de consultoria *ComScore* mostra que os brasileiros são líderes no tempo gasto nas redes sociais. A nossa média é 60% maior do que a do resto do mundo. Logo atrás do Brasil vêm Filipinas, Tailândia, Colômbia e Peru. No Brasil, o usuário gasta 650 horas por mês em redes sociais. Logo após, são 290 horas gastas em portais de notícias e entretenimento, muitas vezes, direcionados pelas plataformas sociais.

¹¹ Disponível em: Disponível em: <http://blog.aotopo.com.br/wp-content/uploads/2015/02/Futuro-Digital-do-Brasil-em-Foco-2015-ComScore.pdf> - acessado 02/11/2017.

Gráfico 1 Tempo conectado



Fonte: ComScore¹²

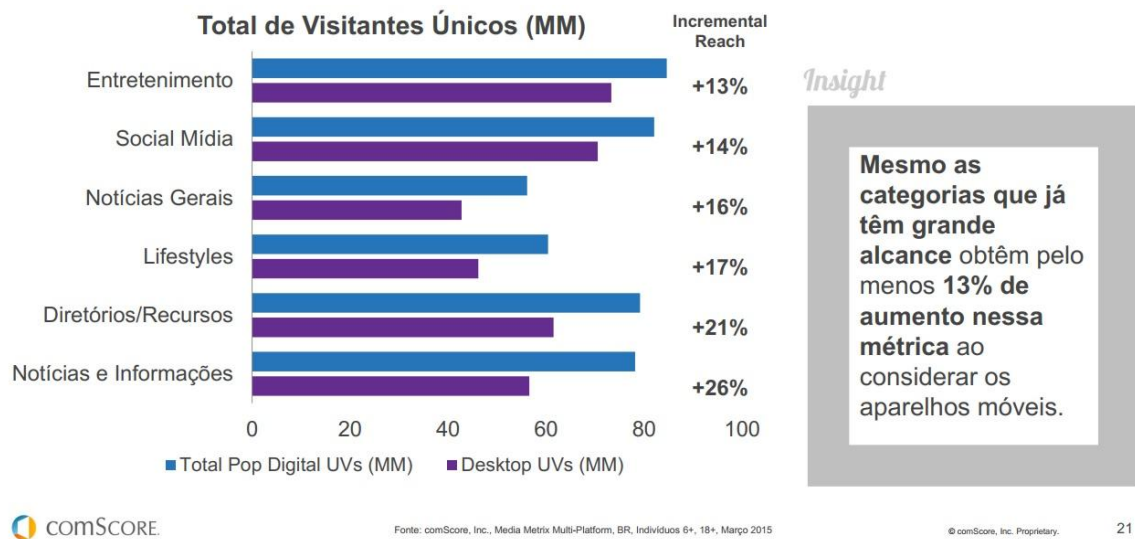
O uso do telefone celular é o principal meio para acessar a internet no Brasil. É o que mostra o Suplemento de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2015, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Em 2015, todas as regiões passaram a navegar na rede pelo celular. A Região Norte apresenta o maior percentual de domicílios que usam o telefone celular para acesso à internet (96,7%), seguida do Centro-Oeste (95,6%), do Nordeste (93,9%), do Sudeste (91,5%) e do Sul (88,2%).

O Brasil é o 4º país em número de usuários de internet, com 120 milhões de pessoas conectadas. Em 1º está o Estados Unidos (242 milhões), 2º a Índia (333 milhões) e em 3º a China (705 milhões).

¹² Disponível em: Disponível em: <http://blog.aotopo.com.br/wp-content/uploads/2015/02/Futuro-Digital-do-Brasil-em-Foco-2015-ComScore.pdf> - acessado 02/11/2017

Gráfico 2 Consumo por mobile vs Desktops



Fonte: ComScore¹³

Como é notado, a utilização de aparelhos móveis é um número que cresce a cada dia, não apenas no Brasil, mas no mundo inteiro. O *BuzzFeed* é acessado milhares de vezes diariamente por estes dispositivos. Portanto, criar uma plataforma que possa ser acessada no formato mobile é fundamental.

Na internet a leitura precisa ser dinâmica e de fácil acesso como já mencionado anteriormente. Com a criação do aplicativo, disponibilizando de forma gratuita, o *BuzzFeed* criou mais uma forma de manter seu público fiel a plataforma.

¹³ Disponível em: Disponível em: <http://blog.aotopo.com.br/wp-content/uploads/2015/02/Futuro-Digital-do-Brasil-em-Foco-2015-ComScore.pdf> - acessado 02/11/2017

3. BUZZFEED

O site de notícias e entretenimento foi fundado em 2006 por Jonah Peretti e John Johnson na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos. Para os dois, o *BuzzFeed* sempre teve como objetivo principal ser um tipo de laboratório experimental para conteúdos virais. Não levou muito tempo para perceberem que as publicações tinham agrado, gerando de forma veloz uma propagação na internet.

De acordo com informações divulgadas pela empresa, eles possuem uma cultura de busca pela inovação empreendedora de tecnologia. Encontrar informações sobre a estrutura da plataforma não é uma tarefa fácil. Todos os dados expostos aqui são originados do “*About BuzzFeed*”¹⁴.

O *BuzzFeed* se estruturou com elementos de um negócio de mídia moderno: uma equipe global de notícias, seu próprio estúdio de produção de vídeos, uma sofisticada operação de dados e uma agência publicitária criativa interna.

Com o crescimento, em 2011, pensando na ampliação do seu conteúdo, a plataforma começou a investir no jornalismo mais aprofundado, criando o *BuzzFeed News*. Então foi contratado o repórter Ben Smith, como editor chefe da plataforma; e o jornalista investigativo vencedor do Prêmio Pulitzer, Mark Schoofs, para trabalhar como diretor de uma equipe, a fim de realizar grandes reportagens investigativas.

Percebendo que empresa começava a ganhar alcances globais, Peretti iniciou a expansão internacional da empresa. Inicialmente na Inglaterra e Austrália, depois Brasil, França, Espanha e Alemanha. Atualmente já se incluem nesta lista o México, a Índia, o Canadá e alguns países árabes. Sendo que, a plataforma sempre se adaptada para respeitar a cultura de cada um dos países.

No fim de 2014, a plataforma mudou drasticamente a sua estratégia comercial. Ao invés de tentar atrair os leitores para o próprio site diretamente (como é realizado pelos grandes portais de comunicação), o *BuzzFeed* começou a publicar textos originais, imagens e vídeos com características próprias para cada site de rede social; atraindo diretamente o seu público que passa a maior parte do seu tempo nessas plataformas

O *BuzzFeed* se tornou invejado pelos veículos tradicionais de comunicação que tentaram utilizar a mesma fórmula mágica de propagação de conteúdos - seja um vestido que muda de cor ou sobre a investigação de uma corte de arbitragem.

¹⁴ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/about> - acessado em 10/05/2018

Um dos fatores que leva a empresa a ser bem-sucedida é o fato de a empresa estar plantada em uma cultura dinâmica, colaborativa e que aceita as mudanças constantes do mundo cada vez mais conectado. Porém, permanece com uma análise contínua das métricas de dados.

O BuzzFeed é um loop de feedback contínuo, onde todos os seus artigos e vídeos são a entrada para a sua sofisticada operação de dados, que informa como o BuzzFeed cria e distribui a publicidade que produz. (tradução nossa)¹⁵

Trabalhando com equipes e jornadas de trabalho reduzidas, eles vão muito além de escrever histórias, eles vivenciam as experiências se comunicando e se envolvendo com os leitores na internet, causando engajamento dos mesmos. Possuindo mais de 11 milhões de seguidores no *Facebook* e seis milhões no *Twitter*, o que não falta para a plataforma são acessos.

Além de matérias de entretenimento, o site passou a produzir notícias de cunho político e social, com textos mais longos e investigativos sobre os assuntos. Sempre sem perder a característica informal de escrita adotada pelo *BuzzFeed*. Com isso, a plataforma vem preenchendo um mercado em ascensão na internet, o novo formato de fazer notícia é o caminho para trazer jovens que não possuem interesse pelo “velho” jornalismo.

Atualmente o *BuzzFeed* possui cerca de 1.200 funcionários e está avaliado em US\$ 1,5 bilhão. Mesmo assim, a plataforma está tendo que passar por alguns ajustes. No segundo semestre de 2017, a empresa precisou diminuir suas redações. Foram aproximadamente 100 funcionários demitidos pelo *BuzzFeed*. Peretti disse ao jornal britânico *Financial Times*¹⁶ que não existem planos para vender a divisão de notícias, mas descarta a possibilidade de ter investidores. Para ele, “as notícias acrescentam muito valor de várias maneiras diferentes”.

Eles se intitulam como uma rede global com múltiplas plataformas, líder de mídia digital. Eles utilizam o site, aplicativos móveis e contas no *Facebook*, *Snapchat*, *Youtube*, *Twitter*, *Instagram* e mais de 30 sites de redes sociais espalhados através do globo.

¹⁵ Disponível em: <https://www.fastcompany.com/3056057/how-buzzfeeds-jonah-peretti-is-building-a-100-year-media-company> - acessado em 10/05/2018 - tradução do autor

¹⁶ Disponível em: <https://www.ft.com/content/482dc54a-1594-11e8-9376-4a6390addb44> - acessado em:18/05/2018

Outra ferramenta utilizada pela plataforma é a que permite separar os conteúdos por assunto. Dentro do site *BuzzFeed* Brasil é possível escolher entre: “HAHAHA”; “WTF”, “Meu Deus!”, “Fofo” e “Trending”. Clicando em cada uma das categorias o leitor é redirecionado para uma página com conteúdos relacionados às suas nomenclaturas.

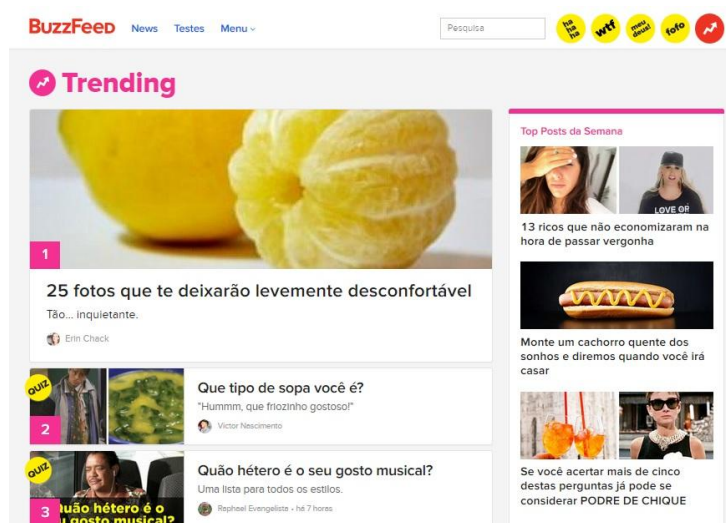
Ao clicar em *Trending* (tendência em português), o usuário tem acesso a todas as listas, testes ou reportagens que estejam em alta na plataforma.

Figura 7 Acesso ao *Trending*



Fonte: BuzzFeed¹⁷

Figura 8 Assuntos em alta (Trending)



Fonte: BuzzFeed¹⁸

3.1. DIVIDIR PARA CONQUISTAR

Uma das alternativas editoriais do *BuzzFeed* é segmentar suas postagens. Com isso, eles ampliaram a forma de propagação dos seus conteúdos nos sites de redes sociais – *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* e *Twitter* são as mais utilizadas. Atualmente eles possuem mais de 25 páginas de assuntos diferentes, mas relacionadas com a *fanpage* oficial da plataforma nas redes.

¹⁷ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/> - acessado em 18/05/2018

¹⁸ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/> - acessado em 18/05/2018

O *BuzzFeed* tem seu público nativo originado desses tipos de site, por isso, segmentar é uma estratégia de marketing e a forma mais rápida de gerar conteúdos virais. Com páginas voltadas especificamente para mulheres, ciências, tecnologia, gastronomia entre outros assuntos.

Quando acessada a plataforma não se percebe os segmentos, porém se o leitor acessa a postagem por meio das redes sociais, o site gera um algoritmo que mostra apenas publicações relacionadas ao assunto. Além dos segmentos citados a seguir, o *BuzzFeed* possui *fanpages* com pouca atualização. É o caso da *College*, *Sweaty*, *Business*, *Ladylike*, *Live Quizzes*, *SOML*, *Open MIC* e *Brews*. Essas páginas não possuem postagens regulares (algumas há mais de um ano), porém ainda estão ativas na plataforma.

- ***BuzzFeed Migas***

A descrição “Um lugar para mulheres se encontrarem” é levada bem a sério nessa *fanpage*. O segmento *Migas* foi feito para se aproximar do público feminino. Nela são postados conteúdos sobre defesa pessoas, casos de assédio e até mesmo quais tipos de absorvente existem.

- ***BuzzFeed Vídeo***

Ligada diretamente ao seu Canal do *Youtube*, a *fanpage* dedicada aos vídeos possui mais de 13 milhões de seguidores e reproduz os conteúdos criados pela *Motion Picture*. São produções originais do *BuzzFeed* como *Worth It*, *reacts de games* e a web série *The Try Guys*.

- ***BuzzFeed Animals***

Com mais de três milhões de seguidores apenas no *Facebook*, a página é voltada para os animais e pode fazer você perder muito tempo. Nela são compartilhados diariamente conteúdos fofos, principalmente de cães e gatos, curiosidade do mundo animal, incentivo à adoção, entre outros temas relacionados aos animais.

- ***BuzzFeed BFF***

Abreviação do termo “*Best Friends Forever*”, em tradução livre “melhores amigos para sempre”. Essa *fanpage* tem justamente o propósito de fazer o

consumidor criar um verdadeiro laço de amizade com a página. Com conteúdos de assuntos gerais como dicas de filmes, viagens, música, amizade e família.

- ***BuzzFeed Books***

Voltada para o público literário. Todos os compartilhamentos possuem referências a livros. Nele é possível saber novidades sobre suas obras preferidas, adaptações para tela e lugares para quem gosta de ler.

- ***BuzzFeed Comics***

Criada para divulgar o trabalho de ilustrações animadas ou não da equipe da plataforma, ou de terceiros. Os conteúdos compartilhados são sobre assuntos do cotidiano, mas sempre com um toque de ironia.

- ***BuzzFeed Now***

Dedicada apenas para armazenar as transmissões ao vivo realizadas pela plataforma. Nela é possível visualizar pronunciamentos do Presidente dos *EUA*, *Donald Trump*, e coberturas sobre eventos sociais e tudo que acaba gerando as transmissões.

- ***BuzzFeed Science***

Focada em tudo que é relacionado a ciências. As postagens são realizadas diariamente e os assuntos são os mais diversos. Curiosidades sobre biologia, testes de conhecimentos matemáticos e experimentos científicos e emocionais.

- ***BuzzFeed Health***

Canalizada para discutir apenas assuntos que tenha relação com bem-estar e saúde. O segmento realiza postagens regulares com dicas de beleza, autoestima, terapia e tudo relacionado à área.

- ***BuzzFeed Rewind***

Totalmente dedicado a fazer com que o consumidor desse conteúdo se sinta completamente nostálgico. O segmento *Rewind* (rebobinar) é responsável por aglomerar todas as postagens que fazem você voltar no tempo seja com “22 motivos

pelos quais crescer nos anos 90 foi péssimo”¹⁹ ou “Assim viviam os punks de Los Angeles nos anos 80”²⁰.

- **BuzzFeed LGBT**

“We've got a lot to talk about”, em tradução livre “nós temos muito sobre o que conversar”. A página não é apenas para o público LGBTQ+, mas para todos que têm interesse em conversar sobre o assunto. As postagens são às vezes bem-humoradas, como testes sobre “O quão gay você é”, a assuntos de relevância social como, por exemplo, o casamento homossexual.

- **BuzzFeed Celeb**

Fanpage dedicada a compartilhar assuntos sobre as celebridades de Hollywood. De acordo com sua descrição “A fofoca que nós confiamos”. Nela é encontrado desde fofocas e projetos que os artistas estão trabalhando.

- **BuzzFeed Violet**

É a Web Série original do BuzzFeed. A página no Facebook já possui mais de um milhão de seguidores. No canal do Youtube são mais de três milhões de inscritos, com vídeos novos todas quartas, sextas e domingos. Violet retrata histórias do cotidiano de quatro amigas (Ashly, Quinta, Sara e Ella) e todo o desenrolar das situações vividas pelas protagonistas.

- **BuzzFeed Parents**

Direcionada para os interessados na vida com filhos. O Parents divulga um conteúdo pedagógico, dicas sobre saúde das crianças, testes engraçados sobre a vida dos pais. Ele também possui listagens e testes para os filhos como, por exemplo, “14 vezes em que você finalmente entendeu sua mãe”²¹.

19 Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/daves4/crescer-nos-anos-90-foi-horrivel> - acessado em 18/05/2018.

20 Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/gabrielsanchez/punks-los-angeles-anos-80> - acessado em 18/05/2018.

21 Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/susanacristalli/vezes-em-que-voce-finalmente-entendeu-sua-mae> - acessado em 18/05/2018.

- **BuzzFeed World**

Compartilha conteúdos diversos, mas sempre possui uma informação ou curiosidades históricas. Não importa o assunto, enquanto se navega pela página é possível encontrar “18 fotos de pessoas que acreditam ser Jesus Cristo”²² ou “Esta poderosa série de fotos captura o horror do assédio sexual”²³.

- **BuzzFeed Politics**

Um segmento com diálogo aberto para debater e compartilhar tudo relacionado à política. Não apenas de assuntos atuais como eleições presidências, mas também busca o resgate de memória/histórico sobre conteúdos que abordem racismo, feminismo e direitos civis.

- **BuzzFeed Geeky**

Totalmente produzido para quem é apaixonado por cultura pop. Na *Geeky* é possível encontrar postagens sobre quadrinhos, animações, adaptações cinematográficas, séries e tudo que se possa imaginar sobre o assunto.

- **BuzzFeed Tech**

Abreviação de *Technology* (tecnologia em português). Possui a função de juntar assuntos sobre a área no quesito inovação, mas também aborda conteúdos que envolvem tecnologia. Como por exemplo, recursos escondidos que o *Gmail* (conta de e-mail da Google) possui e pode facilitar a vida de quem usa.

- **BuzzFeed Reader**

A descrição feita pela plataforma já explica o que será encontrado: “*BuzzFeed's home for cultural criticism, personal essays, fiction, and poetry*”, em uma tradução livre “*O lar do BuzzFeed para críticas culturais, ensaios pessoais, ficção e poesia*”.

22 Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/gabrielsanchez/18-fotos-pessoas-acreditam-ser-jesus> - acessado em 18/05/2018

23 Disponível em: [https://www.buzzfeed.com/gabrielsanchez/esta-poderosa-srie-de-fotos-captura-o-horror-do-a](https://www.buzzfeed.com/gabrielsanchez/esta-poderosa-serie-de-fotos-captura-o-horror-do-a) - acessado em 18/05/2018

- **BuzzFeed As/Is**

Foi criada com o propósito de debater sobre assuntos considerados tabus e questões sociais como aceitação do próprio corpo. *As/Is* em português se assemelha a “como é”. Os conteúdos produzidos têm o intuito de criar um engajamento nas redes sociais e se tornar um espaço de diálogo aonde todos são aceitos como são.

- **BuzzFeed Bring Me**

Vontade de conhecer lugares e pessoas diferentes, é isso que a página do *Bring Me* tenta despertar nos leitores. Nela são publicados todos os dias vídeos e reportagens sobre países, bares, pontos turísticos, culinárias típicas e até mesmo sobre *Spas* e hotéis. Apenas no *Facebook* são mais quatro milhões seguidores.

- **BuzzFeed Food**

A página compartilha testes, listas e reportagens que o assunto principal seja tipos de comidas e alimentação. Os principais conteúdos publicados são vinculados as *fanpages* do *Tasty*.

- **BuzzFeed Tasty**

Um dos canais com maior conteúdo viral da plataforma. O segmento é responsável por compartilhar vídeos rápidos e fáceis com as mais variadas receitas gastronômicas. Além da versão norte-americana, o *Tasty* já possui páginas em vários idiomas e tipos de alimentação. No Brasil, o conteúdo fica por conta do *Tasty Demais*, nele são oferecidos conteúdos originais como o “Ovo de Páscoa de coxinha”²⁴ ou postagens traduzidas de outras *fanpages* do segmento. Entre as mais conhecidas estão a vegetariana, a japonesa, a infantil e uma apenas com receitas de feijão.

- **BuzzFeed Nifty**

Outro sucesso vital da plataforma. O *Nifty* tem como lema o “faça você mesmo”. Grande parte das postagens são tutoriais em vídeo e neles é possível aprender de forma simples como realizar diversos trabalhos manuais. É possível

24 Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/isadoramanzaro2/ovo-pascoa-coxinha> - acessado em 18/05/2018.

aprender como customizar camisetas e jeans, construir prateleiras para livros, dicas de decoração e muitas outras coisas que podem facilitar o dia a dia.

- **BuzzFeed GoodFull**

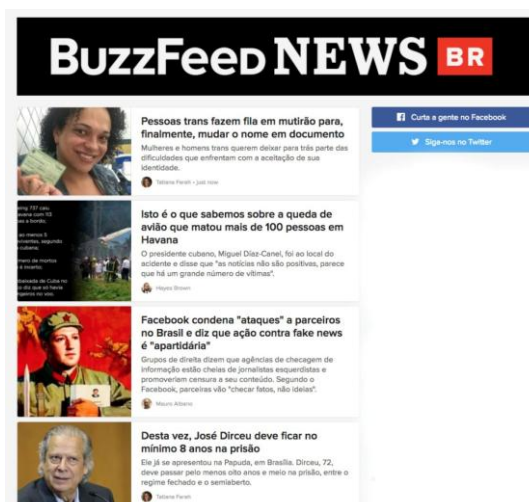
É uma mistura do *Tasty* e *Nifty*, porém com tutoriais de assuntos que tragam qualidade de vida e bem-estar. Além dos vídeos, diariamente são postadas listas e reportagens sobre assuntos que trazem sensações positivas e confortáveis.

3.1.1. BuzzFeed News

Pensando em expandir os conteúdos produzidos, o *BuzzFeed* investiu no segmento *News*. Nele são produzidas reportagens investigativas com a principal característica em manter a hipertextualidade dos textos. O segmento *News* já possui versões para diversos países, incluindo o Brasil.

No exterior, principalmente nos Estados Unidos, o segmento *News* já conseguiu se destacar no mercado (incluindo parcerias com uma das maiores redes de televisão norte-americana, a NBC). No Brasil, o *BuzzFeed News* ainda vem se posicionando lentamente como um portal de credibilidade no jornalismo. Como já citado anteriormente no capítulo dois, a plataforma foi uma das responsáveis por realizar uma cobertura completa e em tempo real da tragédia que ocorreu com o time de futebol da Chapecoense.

Figura 9 BuzzFeed News



Fonte: BuzzFeed²⁵

25 Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/badge/newsbr> - acessado em 20/05/2018

- **BuzzFeed IRL**

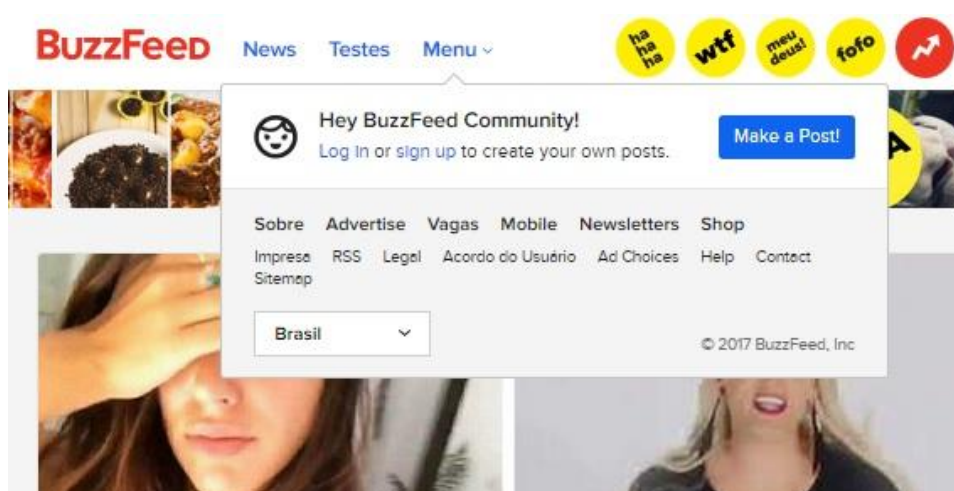
Utilizando a descrição da plataforma o *BuzzFeed IRL*, é “Tudo o que você precisa saber sobre o grande e estranho mundo lá fora”. O segmento é utilizado como uma subpágina da editoria de reportagens da plataforma. Também é por meio dele que se abre um diálogo com os leitores que consomem ou tem informações de possíveis pautas para o *BuzzFeed News*.

3.1.2. BuzzFeed Community

O *Community* não é apenas mais um segmento da plataforma. Nele é posto em prática o que já abordamos nesse trabalho sobre cultura participativa. O *BuzzFeed* dá poder aos seus consumidores – independentemente da formação acadêmica – para criarem seus próprios testes ou listas.

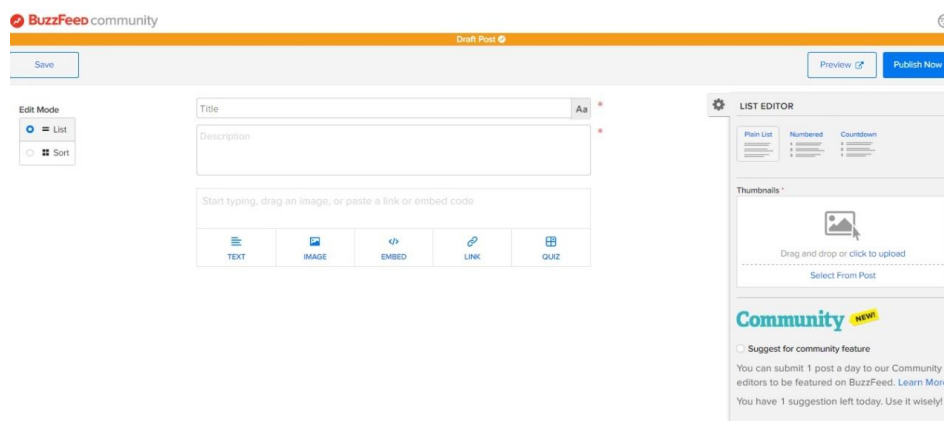
Para fazer isso é utilizado um sistema bem simples, porém é necessário possuir o mínimo domínio da língua inglesa, já que todas as instruções estão no idioma nativo da plataforma. Basta acessar o site do *BuzzFeed* e realizar o *login* no item “menu”, localizado na parte superior da tela. Depois é só realizar o acesso utilizando uma das opções dadas pela plataforma e clicar em “*Create New Post*” que o usuário será levado automaticamente para a página com as opções de postagens e orientações.

Figura 10 Interação



Fonte: BuzzFeed²⁶

26 Disponível em: <https://community.buzzfeed.com/> - acessado em 20/05/2018.

Figura 11 *BuzzFeed Community* – criação de posts

Fonte: BuzzFeed²⁷

3.2. FORMATOS

Portais como o *BuzzFeed*, trabalham exatamente para mobilizar as pessoas a acompanharem seu site, em busca de cliques, visualizações e notoriedade. Todos os conteúdos são disponibilizados em três formatos básicos: listas, testes e reportagens.

Muitas vezes eles criam modelos híbridos nos seus conteúdos utilizando os três tipos simultaneamente. Os assuntos são sempre abordados com muita fluidez e bom humor. Isso torna a leitura leve, rápida e interessante.

- **Listas**

O formato mais utilizado pelo *BuzzFeed* é o *listicle* (list + article), um termo bem conhecido no jornalismo, mas que virou marca da plataforma. Elencar as notícias nos formatos de listas é uma forma de linguagem com o público criando um relacionamento com seus leitores, tornando a informação mais descontraída e prendendo sua atenção na matéria.

Este formato também atrai mais acessos para a plataforma, uma vez dentro da mesma, é quase impossível não clicar em outro hiperlink ou matéria relacionada ao assunto. O diretor editorial do *BuzzFeed*, *Jack Shpherd explica* a utilização das listas da seguinte forma:

27 Disponível em: <https://community.buzzfeed.com/> - acessado em 20/05/2018.

“Listas são um jeito muito natural de processarmos informação, na ‘caótica e assustadora’ internet. Uma lista é apenas um suporte para uma história, é bastante útil para explicar as notícias e contextualizar” (STYLIANOU, 2014, apud SARDÁ, 2015, p. 4).

Figura 12 Formato - Listas



Fonte: BuzzFeed²⁸

- **Reportagem**

Este formato começou a ser utilizado com mais frequência após a criação do segmento *News* da plataforma. Com o investimento em gerar conteúdos de maior credibilidade as notícias começaram a fazer parte diária do *BuzzFeed*.

Mark Schoofs é responsável por uma equipe que vem cada vez mais se destacado. O editor-chefe da divisão de jornalismo declarou que o *BuzzFeed* não pode mais apenas ser visto com um site de listas engraçadas e curiosas e sim como fonte de um jornalismo investigativo sério. Um exemplo foi à reportagem produzida sobre a corte de arbitragem *Investor-State Dispute Settlement (ISDS)*, que levou 18 meses e mais de 200 entrevistas para ser realizada.

²⁸ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/rafaelcapanema/pessoas-elegantes-no-frio> - acessando em 20/05/2018.

Figura 13 Formato – Notícia/Reportagem

The screenshot shows the top of a BuzzFeed News article. At the top left is the BuzzFeed News logo with the tagline 'REPORTING TO YOU'. To the right are navigation links for 'BuzzFeed', 'Videos', 'Quizzes', 'Tasty', and 'More'. A search bar is on the far right. The main headline is 'THE COURT THAT RULES THE WORLD' in large, gold, serif font on a black background. Below the headline is a small icon of a person. The text reads: 'A parallel legal universe, open only to corporations and largely invisible to everyone else, helps executives convicted of crimes escape punishment. Part one of a BuzzFeed News investigation — read the whole series here.' Below this is the date 'Posted on August 28, 2016, at 10:00 a.m.' and the author's name 'Chris Hamby, BuzzFeed News Reporter' with a small profile picture. There are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, Email, Pinterest, and Tumblr, along with a 'More' button. At the bottom, a sub-headline reads: 'Imagine a private, global super court that empowers corporations to bend countries to their will.'

Fonte: BuzzFeed²⁹

- **Testes**

Responsáveis por boa parte do conteúdo viral do *BuzzFeed* os testes abordam assuntos variados. Ao acessar o site é possível ser direcionada para uma página onde estão localizados todos os testes postados. Basta clicar na palavra “Testes” na parte superior da janela. Nele você vai encontrar opções como: “Você manja MESMO destes hits de karaokê?”³⁰ ou até mesmo testar seus conhecimentos gerais sobre arte moderna ou geografia.

O formato dos testes é simples: Perguntas e múltiplas escolhas como resposta, no fim é gerado um resultado com base no que é respondido pelo leitor. Tanto em inglês, quanto em português, foram criadas páginas em sites de redes sociais para divulgar apenas esses conteúdos. O *BuzzFeed Quiz*, nos Estados Unidos, e o “Todo dia um teste diferente do *BuzzFeed*” possuem milhares de seguidores e compartilhamentos diários.

²⁹ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/chrishamby/super-court?utm_term=.xpWNb82XZ#.arlapbAjW – acessado em 15/09/2017

³⁰ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/florapaul/teste-letras-de-karaoke?utm_term=.Seyom2p5o#.cmqLgXR2L – acessado em 20/05/2018

Figura 14 Formato – Testes

BuzzFeed News Testes Menu

Pesquisa

he he he he WTF meu deus! foto

Trending
Diga quantas destas novelas você assistiu e diremos sua idade
Será que a gente vai acertar?
Juliana Kataoka - há 5 horas

Trending
Quão hétero é o seu gosto musical?
Uma lista para todos os estilos.
Rspheef Evangelista - há 6 horas

Curta a gente no Facebook

Siga-nos no Twitter

Testes bombando

Planeje um casamento real e diremos se você está mais para Meghan Markle ou Kate Middleton

Fonte: BuzzFeed³¹

³¹ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/br/quizzes> - acessado em 20/05/2018

4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A metodologia escolhida para execução do trabalho inspira-se na análise do Conteúdo (BIRDAN, 1977). Para tanto, realizou-se um monitoramento dos conteúdos postados no site *BuzzFeed Brasil*. E com isso, buscou-se entender como a plataforma se comporta na utilização de suas postagens para adquirir mais visibilidade e, ao mesmo tempo, compreender suas escolhas editoriais.

Durante 30 dias, em três horários diferentes, foi realizada a captura de tela do site e a tabulação de todas as postagens. Foram 878 publicações enquadradas nos três tipos utilizados pelo *BuzzFeed*, como já explicado anteriormente: Notícias/reportagem, testes e listas. Além disso, foi efetuada a separação dos conteúdos, adotando como critério quais eram os assuntos abordados nas publicações e uma análise da escolha editorial referente ao tempo de capa das postagens.

Entre os dias 5 de fevereiro a 6 de março desse ano (2018), foi feito um acompanhamento completo da plataforma nos seguintes horários: às 9h, 17h e 22h. Quando pensamos no *BuzzFeed*, sempre associamos a plataforma a conteúdos para se acessar quando não se tem mais nada para fazer, a famosa procrastinação. Esse trabalho busca justamente analisar que não é apenas de testes “*Que tipo de batata você é?*”³² ou listas sobre “*23 restaurantes hipsters que foram longe demais*”³³ formam os conteúdos produzidos pela equipe.

O *BuzzFeed* absorveu uma das principais características defendida por Jenkins, Green e Ford (2014): “aquilo que não se propaga ou espalha-se, está morto”. Como já vimos no capítulo anterior, uma das ferramentas mais importantes da plataforma são seus conteúdos virais e a participação ativa dos leitores para que isso ocorra. A plataforma produz seus conteúdos com base no que está em alta nas redes sociais.

Optei por dividir todas as informações observadas durante o monitoramento em três tabelas: Assuntos e formatos, tempo de capa e matérias que valem uma análise mais detalhada levando em consideração as características da plataforma e as influências externas para escolha das mesmas. Ainda, foi utilizado como critério para escolha das publicações uma para cada formato usado pela plataforma.

³² Disponível em: https://www.buzzfeed.com/sarahaspler/teste-qual-batata-batatinha-voce-eh?utm_term=.lh1kKnwbk#.jurJ6v0VJ – acessado em 20/05/2018

³³ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/crystalro/comida-hipster-restaurantemico-modinhas> - acessado em 20/05/2018.

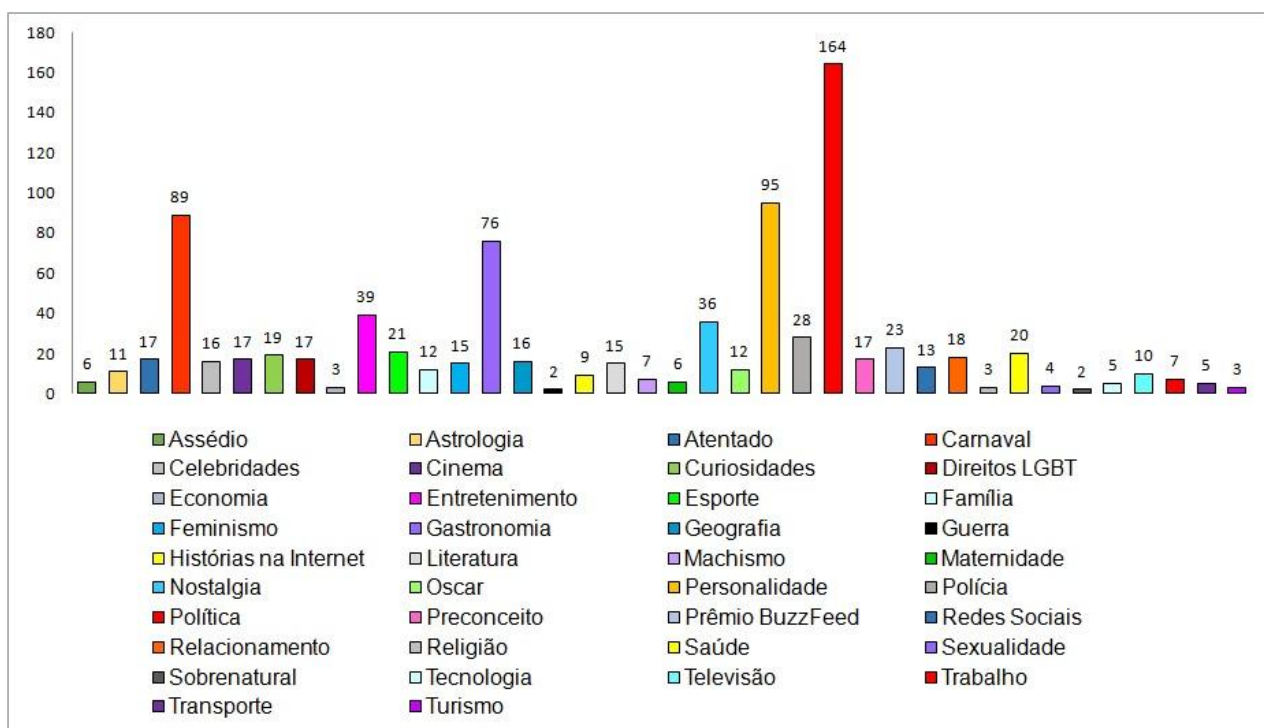
Acompanhando tão continuamente o site é possível notar que as escolhas dos conteúdos que ficam em maior destaque seguem um padrão. Podemos dividir a imagem na tela em três partes.

A primeira se dá na matéria que aparece com a foto maior. Ela se comporta como a capa do site. Depois disso, em um segundo momento, nosso olhar é atraído para as postagens no canto direito da tela – onde se encontra os conteúdos que estão em *Trending* ou “*Bombando no BuzzFeed*”. A última parte é a seção “As últimas” na parte inferior da tela (logo abaixo da capa), nela são publicadas as notícias vinculadas a editoria *News* da plataforma. A primeira parte a ser analisado são os assuntos postados no decorrer dos 30 dias.

4.1. ASSUNTOS E FORMATOS

A primeira parte a ser analisado são os assuntos postados no decorrer dos 30 dias. Notamos que publicações vinculadas aos temas carnaval, gastronomia, personalidade e política obtiveram um maior número de postagens no site.

Gráfico 3 Quantidade de assuntos do período

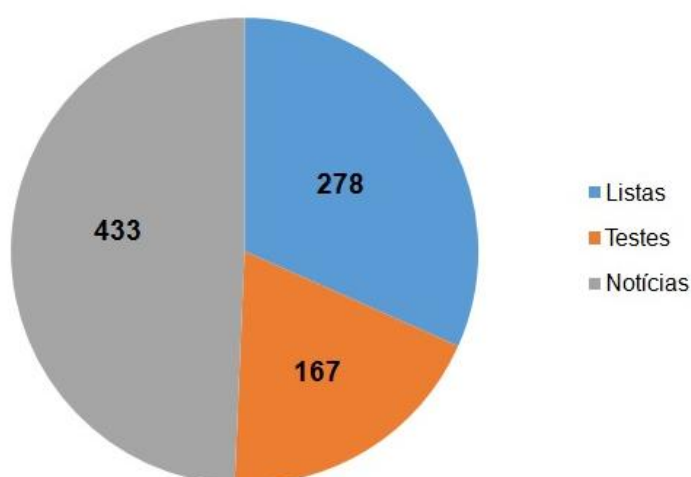


Fonte: Elaborada pelo autor

É importante destacar que o período de monitoramento ocorreu na mesma época que o carnaval e a entrega do maior prêmio do cinema, o Oscar. Por isso, muitas das postagens tiveram seus assuntos atrelados a esses eventos. As publicações envolvendo carnaval variaram desde listas com as melhores fantasias a notícias envolvendo racismo e machismo. As matérias de política foram todas publicadas no segmento *News* da plataforma, contendo a situação de escândalos do país.

Além disso, personalidade e gastronomia também permaneceram em destaque no período, com 95 e 76 publicações respectivamente. O *BuzzFeed* possui um segmento apenas envolvendo comida - *Tasty* - suas publicações não são apenas receitas, mas tudo que envolve alimentação e que sempre acabam se tornando destaque dentro da plataforma. Incorporado ao assunto personalidade se encontram todas as postagens com relação ao ato de nos conhecermos melhor e se divertir com as situações do dia a dia. Nesse assunto estão testes sobre “Todo mundo é uma princesa da Disney OU um herói da Marvel – qual dos dois você é”³⁴ é “22 coisas que só quem não é nem jovem nem velho vai entender”³⁵. Não é surpresa que esse assunto permaneça sempre na página principal do *BuzzFeed*, já que boa parte de seus conteúdos virais se dão por meio desses assuntos.

Gráfico 4 Quantidade de publicações por formato



Fonte: Elaborado pelo autor

³⁴ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/perpetua/teste-princesa-disney-ou-heroi-marvel?utm_term=.shGBkvl0B#.ayNkW3mwk – acessado em 20/05/2018

³⁵ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/irangiusti/coisas-que-so-quem-nao-e-novo-nem-velho-vai-entender> - acessado em 20/05/2018

Outra importante informação retirada do monitoramento são referentes aos três tipos de postagens que o *BuzzFeed* produz. Durante os 30 dias foram disponibilizados 433 notícias de diversos assuntos, mas principalmente de política e economia. Mesmo sendo em maior número, este formato ainda não gera tanto engajamento na plataforma quanto as listas e testes.

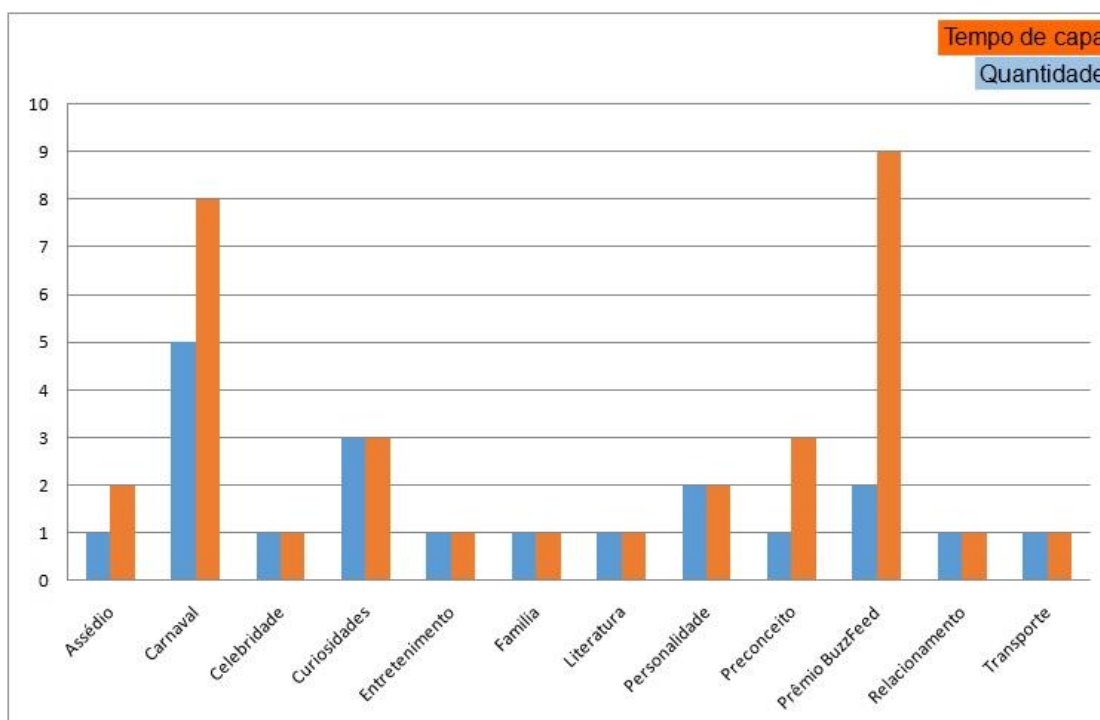
É possível perceber que mesmo sendo expressiva a quantidade de notícias, se somado os números dos outros dois formatos, eles são maioria. Isso se dá por causa da consolidação do *BuzzFeed* como um site que produz conteúdos virais de entretenimento e ainda está trabalhando no segmento *News* introduzindo apenas em 2016 na plataforma brasileira, mas que em dois anos já teve um crescimento exponencial e com coberturas realizadas de forma mais interativa, como foi o caso já citado aqui sobre a tragédia envolvendo o time de futebol Chapecoense. Além do mais, acessando as notícias do portal lemos um texto com maior fluidez e atentando a dar oportunidade ao leitor a ser redirecionado, por meio de hiperlinks, a outros conteúdos relacionados à leitura.

4.2. TEMPO DE CAPA

No decorrer do monitoramento foi possível identificar uma característica sobre a escolha dos destaques do site. Mesmo sendo caracterizado como uma plataforma que acompanha a mudança na internet, isso não ocorreu com a escolha dos destaques de capa do portal.

Em 30 dias ocorreram 22 capas diferente. A primeira vista isso pode ser considerado um número equivalente em relação aos dias de acompanhamento. Mas a verdade é que, se esse número for comparado a veículos de mídia tradicionais, ele fica pequeno em relação à postura da empresa em ser a empresa líder de mídia digital do mundo. É necessário levar em consideração que, durante o monitoramento era época de Carnaval no Brasil, e isso acabou influenciando a escolha editorial da empresa em manter a capa e os outros destaques com essa temática.

Gráfico 5 Número de capas separadas por assunto



Fonte: Elaborado pelo autor

Por outro lado, houve um investimento no “*Prêmio BuzzFeed: A internet merece um Oscar*”³⁶ as publicações fazem referência a premiação do cinema que ocorreu durante os períodos também como citado anteriormente. No total elas foram duas matérias publicadas sobre o assunto que permaneceram o dia inteiro como destaque durante nove dias. Isso foi umas das principais diferenças em relação às outras capas que eram mudadas no decorrer dos turnos que a captura de tela era realizada (9h, 17h e 22h).

4.2.1. Análise das publicações

Foram escolhidas três publicações referentes a cada um dos formatos utilizados pelo *BuzzFeed*. O critério escolhido, além do formato, foi o destaque dado dentro da plataforma para cada uma delas. Além da captura de tela dos conteúdos, também foi realizado o monitoramento das publicações na página oficial do *Facebook* da plataforma. As capturas desses dados se deram no último dia do

³⁶ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/davirocha/vote-nos-indicados-ao-premio-buzzfeed-a-internet-merece-um?utm_term=.xkkQjyPmQ#.aj42V08y2 – acessado em 23/02/2018

período analisado (seis de março) e é possível visualizar o número de compartilhamentos e reações das postagens geradas pelos leitores.

4.2.1.1. Como uma brincadeira racista fez um estagiário ser demitido pelo chefe negro

Durante os festejos de Carnaval, um assunto acabou se ganhando destaque na internet. O caso de um rapaz branco que postou em suas redes sociais uma imagem se divertindo com outros foliões, o problema é que a publicação continha uma “brincadeira” de péssimo gosto que se caracterizava com racismo. No dia 15 de fevereiro, após às 17h o *BuzzFeed Brasil* publicou a notícia “*Como uma brincadeira racista fez um estagiário ser demitido pelo chefe negro*”³⁷.

Figura 15 Notícia publicada no dia 15 de fevereiro



Fonte: BuzzFeed³⁸

A matéria ficou destacada como capa por três dias, uma das maiores durações, e gerou quase dois mil compartilhamentos e 13 mil reações na plataforma. Além é claro, de centenas de comentários de leitores discutindo sobre o assunto. Dentre os comentários um deles obteve 1.300 curtidas: “Racismo não é brincadeira, é crime. Acho é pouco. Devia responder legalmente por isso e por usar a imagem

³⁷ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/ramosaline/como-uma-brincadeira-racista-fez-um-estagiario-ser-demitido> - 15/02/2018

³⁸ Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/ramosaline/como-uma-brincadeira-racista-fez-um-estagiario-ser-demitido> - 15/02/2018.

dos rapazes de forma indevida”³⁹, dizia o comentário que gerou debate e tantas reações dos usuários. A comoção envolvendo os rapazes vítimas do preconceito foi geral. Todos apoiaram o fato do homem ter perdido seu emprego e deveria responder legalmente pelo ocorrido.

Além disso, devemos analisar que a participação dos usuários foi tão forte que alguns leitores buscaram pelo autor das postagens nas redes sociais e isso gerou uma comoção um tanto extrema. Foram inúmeros xingamentos e ofensas todos afirmando que perder o emprego foi pouco, mas o que chama a atenção é os usuários terem acesso as redes sociais de todos os envolvidos e poderem interagir e trazer novas informações para notícia.

Sabe o que é “melhor” São os amigos desse indefeso rapaz dando apoio e defendendo ele na carta aberta que ele postou. Se retratou e tá tudo certo, força ícone! Coitadinho do garotinho que só fez brincadeirinha. (Comentário de usuária do BuzzFeed na página do Facebook)⁴⁰

Dentro da postagem na plataforma também ocorreram manifestações – situação rara no site, já que a maior participação do público se dá por meio das redes sociais.

Acessando a notícia é perceptível que o *BuzzFeed* optou por expor a situação de forma cronológica, explicando, inclusive, como a frase causadora de toda a história surgiu por meio de um *meme* na internet. Além disso, é possível notar que existe uma preocupação de buscar as informações de todos os envolvidos, seja por notas oficiais – como foi o caso – ou por entrevistas. O tipo de notícia proposto por eles aborda os assuntos de uma maneira mais leve e acessível a qualquer tipo de leitor.

A plataforma fez uma única matéria sobre o caso, já que ela acabou ganhando destaque apenas após o Carnaval. Não houve uma busca para falar com os entrevistados, toda a construção da narrativa foi realizada por meio de apuração de dados e conectando essas informações através de hiperlinks que redirecionavam o leitor para as páginas originais das fontes.

³⁹ Ver anexo C.

⁴⁰ Ver anexo C

Figura 16 Postagem no Facebook



Fonte: Facebook/BuzzFeed Brasil⁴¹

4.2.1.2. Quanto % de Regina George você tem no coração?

No dia 20 de fevereiro a plataforma publicou mais um dos seus famosos testes e quase instantaneamente alcançou o “*Bombando no BuzzFeed*”, mas ao contrário da publicação anterior, o teste “*Quanto % de Regina George você tem?*”⁴² não chegou a ser capa do site, ele apenas entrou para o *Trending* e obviamente tinha um conteúdo de entretenimento voltado para um público que acompanha cultura pop.

O teste fazia referência a uma caricata personagem do mundo do cinema: Regina George. Originada de um filme adolescente de 2004, *Meninas Malvadas*⁴³, foi um sucesso de bilheteria e girava em torno da vida escolar comandada pela bela

⁴¹ Disponível em: https://www.facebook.com/pg/BuzzFeedBrasil/posts/?ref=page_internal – acessado em 06/03/2018.

⁴² Disponível em: https://www.buzzfeed.com/cassiesmyth/o-quanto-voce-eh-a-regina-george-de-meninas-malvadas?utm_term=.cl0qZK1gg#.trg4nW1v4 – acessado em 16/02/2018.

⁴³ Disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-55567/> - acessado em 16/02/2018

e cruel personagem de Rachel McAdams. Enfim, o filme ainda instiga muita comoção entre o público adolescente e, principalmente dos agora adultos, que assistiram ao filme no seu lançamento.

Figura 17 Teste permaneceu em alta



Fonte: BuzzFeed⁴⁴

O formato do teste é similar a todos os outros. Várias perguntas que você responde de acordo com a sua personalidade e no fim é dado o resultado de qual a sua porcentagem de vilania é igual à personagem do filme. A verdade é que o teste desperta nas pessoas não apenas a vontade de saber o resultado, mas um sentimento de nostalgia que remetendo a época adolescente.

Boa parte dos comentários dos leitores cita a “abelha rainha”- como era chamada a personagem dentro do filme – como fonte de inspiração e admitem terem adulterado suas respostas para serem mais como Regina George. Com muito bom humor e fazendo referências ao filme em cada pergunta a publicação atinge seu objetivo ao fazer com que o leitor compartilhe seus resultados com seus amigos. Entre os comentários: “89% Regina George. Mas não vou mentir, manipulei o teste pq queria parecer com a rainha hahahaha.”⁴⁵

A postagem no *Facebook* apenas evidencia mais ainda o alcance da publicação. Apenas entre os dias 20 de fevereiro até 06 de março foram 30 compartilhamentos e duas mil reações à postagem. A publicação ainda foi

⁴⁴ Disponível em: Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/br/quizzes> - acessado em 16/02/2018.

⁴⁵ Ver anexo C.

compartilhada na página “Todo dia um teste diferente do *BuzzFeed*” onde também obteve números expressivos de compartilhamento.

Figura 18 Número de compartilhamento durante os 30 dias



Fonte: Facebook/BuzzFeed Brasil⁴⁶

4.2.1.3. Vote nos indicados ao prêmio BuzzFeed – "A Internet Merece um Oscar"

A última análise é referente à lista em formato de votação que foi planejada em referência a premiação do Oscar. A publicação “Vote nos indicados ao prêmio BuzzFeed – "A Internet Merece um Oscar"”⁴⁷, foi publicada pela primeira vez no dia 23 de fevereiro e ficou como capa do site por nove dias. Foi o assunto com maior duração de destaque o que começou a irritar pelo terceiro dia consecutivo, pois assuntos com maior relevância, inclusive o próprio Oscar, foram deixados de lado para se investir em um conteúdo que gerou pouca participação do público.

⁴⁶ Disponível em: https://www.facebook.com/pg/BuzzFeedBrasil/posts/?ref=page_internal – acessado em 06/03/2018

⁴⁷ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/davirocha/vote-nos-indicados-ao-premio-buzzfeed-a-internet-merece-um?utm_term=.xkkQjyPmQ#.aj42V08y2 – acessado em 23/02/2018

Além da publicação mostrada na Figura 20, o *BuzzFeed* ainda insistiu com uma transmissão ao vivo no dia 4 de março (mesmo dia da premiação Hollywoodiana). A matéria tinha a intenção de elencar os melhores conteúdos virais da internet e promover uma grande premiação, sem prêmio nenhum, para quem concorria. No total eram nove categorias que compilaram os melhores vídeos, *Gifs*, fotos e músicas virais de 2017 e primeiro trimestre de 2018.

Figura 19 Destaque para premiação



Fonte: BuzzFeed⁴⁸

Foi uma tentativa de envolver os leitores da plataforma, mas que acabou não dando muito certo. Os vencedores foram escolhidos, porém a propagação nas redes sociais da plataforma foi fraca. O *BuzzFeed* investiu em um formato que unia listas e testes, mas com um assunto que acabou sendo uma bagunça de conteúdos, muitos repetiam entre as categorias, e sem um propósito definido.

No *Facebook* foram apenas 368 reações e sete compartilhamentos. Um número baixíssimo comparado aos dos conteúdos analisados anteriormente. Isso prova que por mais envolvente que um conteúdo viral seja até mesmo o BuzzFeed conhecido justamente por isso falha às vezes

⁴⁸ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/davirocha/vote-nos-indicados-ao-premio-buzzfeed-a-internet-merece-um?utm_term=.xkkQjyPmQ#.aj42V08y2 – acessado em 23/02/2018

Figura 20 Engajamento baixo pelos leitores



Fonte: Facebook/BuzzFeed Brasil⁴⁹

⁴⁹ Disponível em: https://www.facebook.com/pg/BuzzFeedBrasil/posts/?ref=page_internal - acessado em 06/03/2018.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou responder a seguinte questão: qual tipologia de acontecimento, linguagem, formatos e processos o *BuzzFeed* operacionaliza na construção das suas narrativas?

Desse modo, fizemos um percurso para atingir os seguintes objetivos: analisar como a plataforma se comporta na construção dos seus materiais em relação aos temas que são acionados e as estratégias de formatos e linguagens utilizados. Dando ênfase em identificar as linhas editoriais da plataforma, analisando como são utilizados seus recursos visuais e a participação ativa dos seus leitores na construção da narrativa.

Constatamos que a convergência forma um ambiente em que é possível a realização de um jornalismo de natureza participativa e ao mesmo tempo com elementos padrões do jornalismo tradicional. É claro que sempre utilizando duas características essenciais de um texto produzido para web: interatividade e hipertextualidade. É notório que o *BuzzFeed* conseguiu dominar essas características de forma hábil em seus textos. Todos os elementos para uma boa narrativa transmidiática estão em cada teste, lista ou notícia da plataforma.

Uma das ferramentas de maior sucesso utilizada pelo site são justamente os leitores. A cultura participativa explicada por diversos autores nesse trabalho é uma das armas mais poderosas para criar conteúdos altamente propagáveis. Uma das formas de conseguir isso é por meio do *BuzzFeed Community* e do grupo da empresa no *Facebook*. Além dos comentários nas publicações, à plataforma da “poder de escrita” para os seus leitores e isso faz com que as pessoas criem um sentimento afetivo do tipo “Eu ajudei a fazer isso”, construindo um vínculo entre plataforma e usuário.

Também, foi possível notar o trabalho que o *BuzzFeed Brasil* vem realizando para se destacar como um veículo de comunicação que vai além de entretenimento. Durante o período de monitoramento podemos comprovar isso com a quantidade de notícias/reportagens publicadas dentro dos 30 dias analisados. Ao total, foram 433 notícias postadas, entre elas 164 eram apenas sobre política.

Esses dados nos prova que a plataforma busca esse reconhecimento como “jornalismo sério”. Utilizando o que aprendeu com os testes e listas a como tornar suas reportagens agradáveis até mesmo para um público jovem que busca por mais

agilidade em uma leitura que pode ser realizada de qualquer dispositivo que possua conexão.

Também é a partir dos processos de propagação ou espalhamento que a plataforma consegue ampliar seus horizontes tanto de formatos, como de público. Por mais que o *BuzzFeed* utilize de três formatos básicos, eles conseguem adequá-los a qualquer tipo de assunto abordado. Uma listagem de “34 coisas...” pode muito bem ser usada com caráter noticioso e não de entretenimento. Isso faz com que eles usem de bom-humor e até mesmo ironia para mostrar o quanto aquela informação precisa ser discutida. Entre notícias, testes e listas a plataforma abordou 38 assuntos diferentes dentro de um mês. Identificou-se uma amplitude temática da plataforma, ao contrario dos veículos tradicionais, não existe uma limitação de editorias. Por exemplo, o que é tratado como editoria de cultura para os demais jornais, o *BuzzFeed* segmenta em páginas diferentes. Cinema, livros, comida cada um possui destaque e tratado com uma editoria pelo site.

Um dos processos de construção desse trabalho foi a realização da curadoria de todos os segmentos que o *BuzzFeed* busca compartilhar histórias. Como a principal forma de propagação das postagens são por meio dos sites de rede sociais eles criam páginas nas mesmas para espalhamento dos conteúdos. Foram mais de 25 páginas de diferentes segmentos e que são utilizadas pela plataforma. Essa estratégia é feita para que novos leitores comecem a navegar no portal. É muito mais fácil fidelizar um usuário que busca apenas por vídeos de animais fofos por meio da página do *BuzzFeed Animals* do que pela principal da plataforma.

Fica claro que o maior destaque do *BuzzFeed* ainda são os testes e listas. As pessoas gostam de conteúdos que elas possam se identificar e compartilhar com outras pessoas que também irão se ver neles. Isso acaba se tornando uma rede infinita de interconexões geradas por causa de um conteúdo muitas vezes tachado como “perda de tempo”, mas que possui um significado muito grande para algo que o jornalismo busca desde o princípio: contar histórias e fidelizar leitores.

Desde o início da construção dessa monografia o foco era trabalhar como o *BuzzFeed* vem apresentando um novo modelo de jornalismo. Durante todo o curso, escutei de colegas, familiares e até mesmo professores, de que o jornalismo estava morrendo. Não acredito nisso, e o *BuzzFeed* prova que um novo formato é o caminho para compartilhar informações cada vez mais rápidas e usando os próprios usuários da rede como peças fundamentais para que isso ocorra.

Não é o jornalismo que está morrendo, apenas o formato tradicional. É inadmissível fecharmos os olhos para realidade de um mundo cada vez mais conectado e com um público jovem que busca agilidade na informação.

Já não é mais suficiente narrar uma história respondendo cinco perguntas. Quem, o que, quando, onde e por que ainda estão presentes em todos os textos, mas além deles as pessoas querem saber “e depois?”, “como”, “e agora”, entre outros infinitos questionamentos que a *web* permite ao leitor.

A plataforma tem um esforço de criatividade nos modos como os textos são construídos e as estratégias de participação são acionadas e isso a diferencia dentro do mercado. Como citado no início do trabalho, logo que o *BuzzFeed* ganhou destaque entre os sites de notícias e entretenimento, ocorreu um processo de “buzzfeedização” em diversos portais. A plataforma obrigou que veículos tradicionais, voltados quase que unicamente para o impresso, abrissem seus olhos para o que estava acontecendo no ambiente digital. Produzir um conteúdo para o jornal é completamente diferente do que uma narrativa transmidiática da *web*.

Aliás, sempre me interessou analisar como a plataforma fomentava a participação dos seus leitores e se aproveitava disso para criar novos conteúdos. Acredito que foi juntamente isso que conseguimos responder dentro dessa pesquisa. Desde o começo o processo era justamente apresentar o *BuzzFeed* como uma solução para o jornalismo atual, não que ele seja, mas é possível identificar que está no caminho certo para um modelo do que será o consumo de informação.

Dentro dos conteúdos compartilhados na plataforma, sempre me chamou a atenção o fato deles darem importância para tudo. Todas as postagens passam a sensação de serem únicas e que foi pensada exclusivamente para a pessoa que está lendo. Este vínculo criado é uma das coisas que eu sempre busquei na criação dos meus textos: trazer as pessoas como atores principais da matéria; não apenas como o *case*, mas influenciado diretamente na história ajudando a construí-la.

Ou seja, o *BuzzFeed* pode ser considerado um portal de notícias completo, dando conta de vários seguimentos temáticos (que dentro do jornalismo tradicional chamaríamos de editorias), com soluções de formatos e linguagens diferenciadas. Um esforço de comunicabilidade com incentivo à interação e participação dos seus usuários. Seja dando autonomia para criar seus próprios conteúdos ou incentivando seus leitores a compartilhar suas histórias e fazer parte de todo o universo idealizado.

REFERÊNCIAS

_____, **Buzzfeed mostra como levantar assuntos sérios no entretenimento.** Disponível em <<http://admin.adnews.com.br/midia/buzzfeed-mostra-como-levantar-assuntos-serios-no-entretenimento.html>> Acessado em 15 de maio de 2018.

_____, **BuzzFeed: O Rei do Viral da Internet.** Disponível em <<https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/05/buzzfeed-o-rei-do-viral-da-internet.html>> Acessado em 15 de maio de 2018.

_____, **BuzzFeed's Dao Nguyen: 'We Don't Think of Ourselves as na Island'.** Disponível em <<https://digiday.com/podcast/buzzfeed-dao-nguyen-digiday-podcast/>> Acessado em 18 de maio de 2018.

_____, **How BuzzFeed Motion Pictures is retaining its top talent.** Disponível em <<https://www.hollywoodreporter.com/news/how-buzzfeed-motion-pictures-is-885433>> Acessado em 18 de maio de 2018.

_____, **How BuzzFeed's Jonah Peretti is building a 100-year media Company.** Disponível em <<https://www.fastcompany.com/3056057/how-buzzfeeds-jonah-peretti-is-building-a-100-year-media-company>> Acessado em 18 de maio de 2018.

_____, **Inside BuzzFeed's pivot to programmatic advertising.** Disponível em <<https://digiday.com/media/buzzfeed-selling-programmatic-ads-without-alienating-existing-advertisers/>> Acessado em 15 de maio de 2018

_____, **Inside BuzzFeed's Mobile plans for breaking-news domination.** Disponível em <<https://digiday.com/uk/inside-buzzfeeds-mobile-plans-breaking-news-domination/>> Acessado em 18 de maio de 2018.

_____, **Jonah Peretti, do Buzzfeed: "O que fazemos é uma mistura de arte e ciência".** Disponível em <<https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/04/jonah-peretti-do-buzzfeed-o-que-fazemos-e-uma-mistura-de-arte-e-ciencia.html>> Acessado em 15 de maio de 2018.

_____, **O BuzzFeed não quer destruir os jornais, mas melhorá-los.** Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed818-o-buzzfeed-nao-quer-destruir-os-jornais-mas-melhora-los/>> Acessado em 15 de maio de 2018.

AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. **Ciberacontecimento e jornalismo digital: o impacto do compartilhamento e da produção de sentidos nas práticas jornalísticas.** Universidade do Vale do Rio dos Sinos, artigo publicado em 2015.

AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. **Convergência Midiática e Redes Digitais.** Curitiba, editora Appris, 2017.

BULLOCK, Tara. **The Buzz on BuzzFeed: Can Readers Learn the news from lists?** Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in the Department of Journalism in the Graduate School of The University of Alabama, 2014.

BUZZFEED. **How Technology Is Changing Media.** Disponível em: <<http://insights.buzzfeed.com/industry-trends-2014/>> Acessado em 10 de outubro de 2017

CANAVILHAS, João, organizador. **Notícias em Mobilidade.** São Paulo, editora Livros LabCom. São Paulo, 2013.

CANAVILHAS, João, organizador. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** São Paulo, editora Livros LabCom. São Paulo, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet.** Rio de Janeiro, editora Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** São Paulo, editora Paz e Terra, 1999.

HENN, Ronaldo Cesar. OLIVEIRA, Felipe Moura de. **Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica.** Publicação na Revista Famecos da PUCRS.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Segunda Edição - São Paulo, editora Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. GREEN, Joshua. FORD, Sam. **Cultura da Conexão – Criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo, editora Aleph, 2008.

JR, Edson C Tandoc. **Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field.** Article submitted in SAGE Journals, 2017.

JR, Edson C Tandoc. JENKINS, Joy. **The Buzzfeedication of journalism How traditional news organizations are talking about a new entrant to the journalistic field will surprise you.** Article submitted in SAGE Journals, 2015.

LEMOS, André, PALACIOS, Marcos. **Janelas do Ciberespaço – comunicação e cibercultura.** Porto Alegre, editora Sulina, 2001.

LEMOS, André, CUNHA, Paulo, organizador. **Olhares sobre a cibercultura.** Porto Alegre, editora Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo, editora 34, 1999

MATTOS, Thamires Ribeiro de. MOURA, Andréia Guimarães. **Jornalismo Buzzfeed: hipertexto e fluidez para o público pós-moderno.** Centro Universitário Adventista de São Paulo, Engenheiro Coelho, SP, 2016.

PALACIOS, Marcos. RIBAS, Beatriz. **Manual de Laboratório de Jornalismo na Internet**. Salvador, editora EDUFBA, 2007.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro, Editora LTC, 2011

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Segunda Edição – Porto Alegre, editora Meridional, 2014.

SARDÁ, Thais. LUPINACCI, Ludmila. BARBOSA, Camila Cornutti. ZAGO, Gabriela. VALIATI, Vanessa. ARAÚJO, Willian. **A buzzfeedização do jornalismo: 5 coisas que você precisa saber sobre o caso Zero Hora**. Publicação na Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora, 2015.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Rio de Janeiro, editora Zahar, 2011.

SILVA, Dinorá Fraga da, Suely Fragoso, organizadores. **Comunicação na Cibercultura**. Série Comunicação 3, editora Unisinos - São Leopoldo, 2001.

SOMAIYA, Ravi. **How Facebook Is Changing the Way Its Users Consume Journalism**. Submitted in New York Times, 2014.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: Como jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Editora Nova Fronteira Participações - Agir Negócios - Rio de Janeiro, 2010.

VELOSO, Pedro Miguel Wortmann. **Web jornalismo e entretenimento: as dinâmicas de produção de conteúdo no site BuzzFeed**. Trabalho de conclusão, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014.

VIEIRA, Taynée Mendes. GONÇALVES, Márcio Souza. **Ler no celular: perspectivas e apontamentos para práticas de leitura em dispositivos móveis**. Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

VIVAN, Ana Carolina Mosele. PARAGINSKI, Ana Laura. **Cinco estratégias que o BuzzFeed Brasil utiliza para viralizar as publicações no Facebook**. Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior.

ANEXO A – TABELA DELIMITANDO ASSUNTOS MONITORADOS

Data	Horário	Assunto/Editoria	Formato	Obs
05/fev	Manhã	Curiosidades	Teste	Capa
05/fev	Manhã	Política	Notícia	
05/fev	Manhã	Política	Notícia	
05/fev	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
05/fev	Manhã	Economia	Notícia	
05/fev	Manhã	Redes Sociais	Notícia	
05/fev	Manhã	Entretenimento	Teste	
05/fev	Manhã	Sexualidade	Listagem	
05/fev	Manhã	Machismo	Listagem	
05/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	
06/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	Capa
06/fev	Manhã	Política	Notícia	
06/fev	Manhã	Política	Notícia	
06/fev	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
06/fev	Manhã	Política	Notícia	
06/fev	Manhã	Política	Notícia	
06/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	
06/fev	Manhã	Feminismo	Teste	
06/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	
06/fev	Manhã	Maternidade	Teste	
06/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
06/fev	Tarde	Entretenimento	Listagem	Capa
06/fev	Tarde	Política	Notícia	
06/fev	Tarde	Política	Notícia	
06/fev	Tarde	Política	Notícia	
06/fev	Tarde	Trabalho	Notícia	
06/fev	Tarde	Histórias na internet	Notícia	
06/fev	Tarde	Feminismo	Teste	
06/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
06/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
06/fev	Tarde	Histórias na internet	Entrevista	
06/fev	Tarde	Política	Notícia	
06/fev	Noite	Entretenimento	Listagem	
06/fev	Noite	Política	Notícia	
06/fev	Noite	Política	Notícia	
06/fev	Noite	Política	Notícia	
06/fev	Noite	Trabalho	Notícia	
06/fev	Noite	Histórias na internet	Entrevista	
06/fev	Noite	Feminismo	Teste	
06/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
06/fev	Noite	Carnaval	Listagem	

06/fev	Noite	Histórias na internet	Entrevista	
06/fev	Noite	Política	Notícia	
07/fev	Manhã	Carnaval	Entrevista	Capa
07/fev	Manhã	Política	Notícia	
07/fev	Manhã	Política	Notícia	
07/fev	Manhã	Política	Notícia	
07/fev	Manhã	Política	Notícia	
07/fev	Manhã	Política	Notícia	
07/fev	Manhã	Histórias na internet	Entrevista	
07/fev	Manhã	Feminismo	Teste	
07/fev	Manhã	Carnaval	Teste	
07/fev	Manhã	Astrologia	Teste	
07/fev	Manhã	Nostalgia	Teste	
07/fev	Tarde	Carnaval	Entrevista	
07/fev	Tarde	Política	Notícia	
07/fev	Tarde	Política	Notícia	
07/fev	Tarde	Política	Notícia	
07/fev	Tarde	Política	Notícia	
07/fev	Tarde	Política	Notícia	
07/fev	Tarde	Histórias na internet	Entrevista	
07/fev	Tarde	Feminismo	Teste	
07/fev	Tarde	Carnaval	Teste	
07/fev	Tarde	Astrologia	Teste	
07/fev	Tarde	Nostalgia	Teste	
08/fev	Noite	Redes Sociais	Listagem	Capa
08/fev	Noite	Esporte	Notícia	
08/fev	Noite	Redes Sociais	Notícia	
08/fev	Noite	Esporte	Notícia	
08/fev	Noite	Política	Notícia	
08/fev	Noite	Feminismo	Notícia	
08/fev	Noite	Cinema	Teste	
08/fev	Noite	Curiosidades	Listagem	
08/fev	Noite	Feminismo	Teste	
08/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
08/fev	Noite	Curiosidades	Teste	
09/fev	Manhã	Redes Sociais	Listagem	
09/fev	Manhã	Esporte	Notícia	
09/fev	Manhã	Redes Sociais	Notícia	
09/fev	Manhã	Esporte	Notícia	
09/fev	Manhã	Política	Notícia	
09/fev	Manhã	Feminismo	Notícia	
09/fev	Manhã	Curiosidades	Listagem	
09/fev	Manhã	Saúde	Teste	

09/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	Capa
09/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
09/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
09/fev	Tarde	Redes Sociais	Notícia	
09/fev	Tarde	Esporte	Notícia	
09/fev	Tarde	Esporte	Notícia	
09/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
09/fev	Tarde	Carnaval	Teste	
09/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
09/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
09/fev	Tarde	Saúde	Notícia	
09/fev	Noite	Carnaval	Teste	Capa
09/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
09/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
09/fev	Noite	Política	Notícia	
09/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
09/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
09/fev	Noite	Esporte	Notícia	
09/fev	Noite	Redes Sociais	Notícia	
09/fev	Noite	Curiosidades	Listagem	
09/fev	Noite	Feminismo	Teste	
09/fev	Noite	Trabalho	Notícia	
09/fev	Noite	Carnaval	Teste	
09/fev	Noite	Saúde	Notícia	
10/fev	Manhã	Carnaval	Teste	
10/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
10/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
10/fev	Manhã	Política	Notícia	
10/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
10/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
10/fev	Manhã	Esporte	Notícia	
10/fev	Manhã	Redes Sociais	Notícia	
10/fev	Manhã	Curiosidades	Listagem	
10/fev	Manhã	Feminismo	Teste	
10/fev	Manhã	Trabalho	Notícia	
10/fev	Manhã	Carnaval	Teste	
10/fev	Manhã	Saúde	Notícia	
10/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	Capa
10/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
10/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
10/fev	Tarde	Política	Notícia	
10/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	Capa
10/fev	Tarde	Astrologia	Listagem	
10/fev	Tarde	Feminismo	Teste	
10/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	

10/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
10/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
10/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
10/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
10/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
10/fev	Noite	Astrologia	Listagem	
10/fev	Noite	Feminismo	Teste	
10/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
11/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	Carnaval não foi atualizado
11/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
11/fev	Manhã	Astrologia	Listagem	
11/fev	Manhã	Feminismo	Teste	
11/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
11/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
11/fev	Tarde	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Tarde	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Tarde	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
11/fev	Tarde	Astrologia	Listagem	
11/fev	Tarde	Feminismo	Teste	
11/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
11/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
11/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
11/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
11/fev	Noite	Astrologia	Listagem	
11/fev	Noite	Feminismo	Teste	
11/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
12/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
12/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	
12/fev	Manhã	Gastronomia	Entrevista	
12/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	
12/fev	Manhã	Curiosidades	Listagem	
12/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
12/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
12/fev	Manhã	Entretenimento	Teste	
12/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
12/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	Capa
12/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
12/fev	Tarde	Carnaval	Entrevista	
12/fev	Tarde	Política	Notícia	

12/fev	Tarde	Carnaval	Teste	
12/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
12/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
12/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
12/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
12/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
12/fev	Noite	Carnaval	Entrevista	
12/fev	Noite	Política	Notícia	
12/fev	Noite	Carnaval	Teste	
12/fev	Noite	Personalidade	Teste	
12/fev	Noite	Personalidade	Teste	
12/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
13/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	Capa
13/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
13/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
13/fev	Manhã	Política	Notícia	
13/fev	Manhã	Astrologia	Teste	
13/fev	Manhã	Entretenimento	Teste	
13/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
13/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
13/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
13/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
13/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
13/fev	Tarde	Política	Notícia	
13/fev	Tarde	Astrologia	Teste	
13/fev	Tarde	Entretenimento	Teste	
13/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
13/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
13/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
13/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
13/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
13/fev	Noite	Política	Notícia	
13/fev	Noite	Astrologia	Teste	
13/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
13/fev	Noite	Personalidade	Teste	
13/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
14/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
14/fev	Manhã	Televisão	Notícia	
14/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
14/fev	Manhã	Política	Notícia	
14/fev	Manhã	Política	Notícia	
14/fev	Manhã	Política	Notícia	
14/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
14/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
14/fev	Manhã	Personalidade	Teste	

14/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
14/fev	Manhã	Astrologia	Teste	
14/fev	Manhã	Cinema	Teste	
14/fev	Manhã	Geografia	Listagem	
14/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
14/fev	Tarde	Curiosidades	Listagem	
14/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
14/fev	Tarde	Esporte	Notícia	
14/fev	Tarde	Redes Sociais	Notícia	
14/fev	Tarde	Política	Notícia	
14/fev	Tarde	Política	Notícia	
14/fev	Tarde	Política	Notícia	
14/fev	Tarde	Entretenimento	Listagem	
14/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	Capa
14/fev	Tarde	Celebridades	Notícia	
14/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
14/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	
14/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
14/fev	Noite	Literatura	Notícia	
14/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
14/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
14/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
14/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
14/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
14/fev	Noite	Política	Notícia	
14/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
14/fev	Noite	Personalidade	Teste	
14/fev	Noite	Saúde	Listagem	
14/fev	Noite	Sexualidade	Teste	
14/fev	Noite	Personalidade	Teste	
15/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	Capa
15/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
15/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
15/fev	Manhã	Redes Sociais	Notícia	
15/fev	Manhã	Política	Notícia	
15/fev	Manhã	Política	Notícia	
15/fev	Manhã	Saúde	Notícia	
15/fev	Manhã	Saúde	Notícia	
15/fev	Manhã	Saúde	Notícia	
15/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
15/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
15/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
15/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	Capa
15/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
15/fev	Tarde	Política	Notícia	

15/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
15/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
15/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
15/fev	Tarde	Redes Sociais	Notícia	
15/fev	Tarde	Celebridades	Notícia	
15/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	
15/fev	Tarde	Curiosidades	Listagem	Capa
15/fev	Tarde	Entretenimento	Teste	
15/fev	Noite	Curiosidades	Listagem	Capa
15/fev	Noite	Curiosidades	Listagem	
15/fev	Noite	Saúde	Listagem	
15/fev	Noite	Geografia	Notícia	
15/fev	Noite	Política	Notícia	
15/fev	Noite	Polícia	Notícia	
15/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
15/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
15/fev	Noite	Redes Sociais	Notícia	
15/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
15/fev	Noite	Carnaval	Teste	
15/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
15/fev	Noite	Saúde	Listagem	
15/fev	Noite	Personalidade	Listagem	
15/fev	Noite	Preconceito	Listagem	
16/fev	Manhã	Literatura	Listagem	Capa
16/fev	Manhã	Política	Notícia	
16/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
16/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
16/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
16/fev	Manhã	Redes Sociais	Notícia	
16/fev	Manhã	Preconceito	Notícia	
16/fev	Manhã	Preconceito	Notícia	
16/fev	Manhã	Nostalgia	Listagem	
16/fev	Manhã	Saúde	Listagem	
16/fev	Manhã	Relacionamento	Listagem	
16/fev	Tarde	Preconceito	Notícia	Capa
16/fev	Tarde	Entretenimento	Notícia	
16/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
16/fev	Tarde	Atentado	Listagem	
16/fev	Tarde	Política	Notícia	
16/fev	Tarde	Celebridades	Notícia	
16/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
16/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
16/fev	Tarde	Preconceito	Notícia	
16/fev	Tarde	Entretenimento	Teste	
16/fev	Noite	Preconceito	Notícia	Capa

16/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
16/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
16/fev	Noite	Polícia	Notícia	
16/fev	Noite	Nostalgia	Listagem	
16/fev	Noite	Nostalgia	Listagem	
16/fev	Noite	Literatura	Teste	
16/fev	Noite	Sexualidade	Teste	
17/fev	Manhã	Preconceito	Notícia	Capa igual ao do dia 16/02
17/fev	Manhã	Carnaval	Notícia	
17/fev	Manhã	Carnaval	Listagem	
17/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
17/fev	Manhã	Nostalgia	Listagem	
17/fev	Manhã	Nostalgia	Listagem	
17/fev	Manhã	Literatura	Teste	
17/fev	Manhã	Sexualidade	Teste	
17/fev	Tarde	Preconceito	Notícia	Capa
17/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
17/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
17/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
17/fev	Tarde	Entretenimento	Teste	
17/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
17/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
17/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
17/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	Capa
17/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
17/fev	Noite	Personalidade	Listagem	
17/fev	Noite	Polícia	Notícia	
17/fev	Noite	Nostalgia	Listagem	
17/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
17/fev	Noite	Saúde	Teste	
17/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
17/fev	Noite	Gastronomia	Teste	
18/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	Capa
18/fev	Manhã	Gastronomia	Notícia	
18/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
18/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
18/fev	Manhã	Atentado	Notícia	
18/fev	Manhã	Política	Notícia	
18/fev	Manhã	Celebridades	Notícia	
18/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
18/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
18/fev	Manhã	Entretenimento	Teste	
18/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
18/fev	Manhã	Turismo	Listagem	
18/fev	Tarde	Preconceito	Notícia	Capa

18/fev	Tarde	Carnaval	Notícia	
18/fev	Tarde	Carnaval	Listagem	
18/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
18/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
18/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
18/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
18/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
18/fev	Noite	Preconceito	Notícia	Capa
18/fev	Noite	Carnaval	Notícia	
18/fev	Noite	Carnaval	Listagem	
18/fev	Noite	Polícia	Notícia	
18/fev	Noite	Relacionamento	Teste	
18/fev	Noite	Cinema	Listagem	
18/fev	Noite	Personalidade	Teste	
18/fev	Noite	Personalidade	Teste	
18/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
19/fev	Manhã	Preconceito	Notícia	Capa
19/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	
19/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
19/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
19/fev	Manhã	Cinema	Listagem	
19/fev	Manhã	Entretenimento	Teste	
19/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
19/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	Capa
19/fev	Tarde	Gastronomia	Notícia	
19/fev	Tarde	Gastronomia	Notícia	
19/fev	Tarde	Gastronomia	Notícia	
19/fev	Tarde	Política	Notícia	
19/fev	Tarde	Celebridades	Notícia	
19/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
19/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	
19/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
19/fev	Tarde	Gastronomia	Teste	
19/fev	Tarde	Gastronomia	Teste	
19/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	Capa
19/fev	Noite	Gastronomia	Notícia	
19/fev	Noite	Saúde	Notícia	
19/fev	Noite	Política	Notícia	
19/fev	Noite	Personalidade	Teste	
19/fev	Noite	Personalidade	Listagem	
19/fev	Noite	Personalidade	Teste	
19/fev	Noite	Personalidade	Teste	
20/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	Capa
20/fev	Manhã	Política	Notícia	
20/fev	Manhã	Política	Notícia	

20/fev	Manhã	Política	Notícia	
20/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
20/fev	Manhã	Atentado	Notícia	
20/fev	Manhã	Cinema	Listagem	
20/fev	Manhã	Preconceito	Listagem	
20/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	
20/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	Capa
20/fev	Tarde	Turismo	Teste	
20/fev	Tarde	Política	Notícia	
20/fev	Tarde	Política	Notícia	
20/fev	Tarde	Política	Notícia	
20/fev	Tarde	Política	Notícia	
20/fev	Tarde	Política	Notícia	
20/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
20/fev	Tarde	Cinema	Listagem	
20/fev	Tarde	Turismo	Listagem	
20/fev	Tarde	Entretenimento	Notícia	
20/fev	Noite	Personalidade	Listagem	Capa
20/fev	Noite	Histórias na internet	Entrevista	
20/fev	Noite	Assédio	Entrevista	
20/fev	Noite	Maternidade	Notícia	
20/fev	Noite	Personalidade	Teste	
20/fev	Noite	Curiosidades	Teste	
20/fev	Noite	Cinema	Listagem	
20/fev	Noite	Literatura	Listagem	
21/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	Capa
21/fev	Manhã	Histórias na internet	Entrevista	
21/fev	Manhã	Política	Notícia	
21/fev	Manhã	Política	Notícia	
21/fev	Manhã	Política	Notícia	
21/fev	Manhã	Política	Notícia	
21/fev	Manhã	Maternidade	Notícia	
21/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	
21/fev	Manhã	Curiosidades	Listagem	
21/fev	Manhã	Entretenimento	Notícia	
21/fev	Manhã	Personalidade	Listagem	
21/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	Capa
21/fev	Tarde	Histórias na internet	Entrevista	
21/fev	Tarde	Política	Notícia	
21/fev	Tarde	Política	Notícia	
21/fev	Tarde	Política	Notícia	
21/fev	Tarde	Política	Notícia	
21/fev	Tarde	Maternidade	Notícia	
21/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	
21/fev	Tarde	Curiosidades	Listagem	

21/fev	Tarde	Entretenimento	Notícia	
21/fev	Tarde	Personalidade	Listagem	
21/fev	Noite	assédio	Entrevista	Capa
21/fev	Noite	Política	Notícia	
21/fev	Noite	Política	Notícia	
21/fev	Noite	Política	Notícia	
21/fev	Noite	Política	Notícia	
21/fev	Noite	Maternidade	Notícia	
21/fev	Noite	Sobrenatural	Listagem	
21/fev	Noite	Gastronomia	Teste	
21/fev	Noite	Cinema	Teste	
21/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
21/fev	Noite	Machismo	Listagem	
22/fev	Manhã	Assédio	Entrevista	
22/fev	Manhã	Política	Notícia	
22/fev	Manhã	Política	Notícia	
22/fev	Manhã	Política	Notícia	
22/fev	Manhã	Política	Notícia	
22/fev	Manhã	Maternidade	Notícia	
22/fev	Manhã	Sobrenatural	Listagem	
22/fev	Manhã	Gastronomia	Teste	
22/fev	Manhã	Cinema	Teste	
22/fev	Manhã	Entretenimento	Teste	
22/fev	Manhã	Machismo	Listagem	
22/fev	Tarde	Assédio	Entrevista	Capa
22/fev	Tarde	Política	Notícia	
22/fev	Tarde	Política	Notícia	
22/fev	Tarde	Política	Notícia	
22/fev	Tarde	Política	Notícia	
22/fev	Tarde	Política	Notícia	
22/fev	Tarde	Relacionamento	Teste	
22/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
22/fev	Tarde	Relacionamento	Listagem	
22/fev	Tarde	Machismo	Notícia	
22/fev	Tarde	Entretenimento	Listagem	
22/fev	Noite	Assédio	Entrevista	Capa
22/fev	Noite	Guerra	Notícia	
22/fev	Noite	Política	Notícia	
22/fev	Noite	Política	Notícia	
22/fev	Noite	Política	Notícia	
22/fev	Noite	Política	Notícia	
22/fev	Noite	Preconceito	Notícia	
22/fev	Noite	Relacionamento	Listagem	
22/fev	Noite	Machismo	Notícia	
22/fev	Noite	Relacionamento	Listagem	

22/fev	Noite	Gastronomia	Teste	
23/fev	Manhã	Assédio	Entrevista	Capa
23/fev	Manhã	Guerra	Notícia	
23/fev	Manhã	Política	Notícia	
23/fev	Manhã	Política	Notícia	
23/fev	Manhã	Política	Notícia	
23/fev	Manhã	Política	Notícia	
23/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	
23/fev	Manhã	Nostalgia	Listagem	
23/fev	Manhã	Saúde	Listagem	
23/fev	Manhã	Preconceito	Listagem	
23/fev	Manhã	Esporte	Teste	
23/fev	Tarde	Relacionamento	Listagem	Capa
23/fev	Tarde	Religião	Listagem	
23/fev	Tarde	Tecnologia	Listagem	
23/fev	Tarde	Atentado	Notícia	
23/fev	Tarde	Gastronomia	Teste	
23/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
23/fev	Tarde	Política	Listagem	
23/fev	Tarde	Relacionamento	Teste	
23/fev	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/votação	Capa
23/fev	Noite	Política	Notícia	
23/fev	Noite	Atentado	Notícia	
23/fev	Noite	Política	Notícia	
23/fev	Noite	Política	Notícia	
23/fev	Noite	Política	Notícia	
23/fev	Noite	Política	Notícia	
23/fev	Noite	Gastronomia	Teste	
23/fev	Noite	Entretenimento	Listagem	
23/fev	Noite	Nostalgia	Teste	
23/fev	Noite	Transporte	Listagem	
24/fev	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/Votação	Capa
24/fev	Manhã	Política	Notícia	
24/fev	Manhã	Atentado	Notícia	
24/fev	Manhã	Política	Notícia	
24/fev	Manhã	Política	Notícia	
24/fev	Manhã	Política	Notícia	
24/fev	Manhã	Política	Notícia	
24/fev	Manhã	Gastronomia	Teste	
24/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	
24/fev	Manhã	Nostalgia	Teste	
24/fev	Manhã	Transporte	Listagem	
24/fev	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/Votação	Capa

24/fev	Tarde	Política	Notícia	
24/fev	Tarde	Atentado	Notícia	
24/fev	Tarde	Política	Notícia	
24/fev	Tarde	Política	Notícia	
24/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
24/fev	Tarde	Cinema	Teste	
24/fev	Tarde	Cinema	Listagem	
24/fev	Tarde	Curiosidades	Listagem	
24/fev	Tarde	Entretenimento	Listagem	
24/fev	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
24/fev	Noite	Política	Notícia	
24/fev	Noite	Atentado	Notícia	
24/fev	Noite	Política	Notícia	
24/fev	Noite	Política	Notícia	
24/fev	Noite	Personalidade	Teste	
24/fev	Noite	Cinema	Listagem	
24/fev	Noite	Personalidade	Teste	
24/fev	Noite	Curiosidades	Listagem	
25/fev	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
25/fev	Manhã	Política	Notícia	
25/fev	Manhã	Atentado	Notícia	
25/fev	Manhã	Política	Notícia	
25/fev	Manhã	Política	Notícia	
25/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
25/fev	Manhã	Cinema	Listagem	
25/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
25/fev	Manhã	Curiosidades	Listagem	
25/fev	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
25/fev	Tarde	Política	Notícia	
25/fev	Tarde	Atentado	Notícia	
25/fev	Tarde	Política	Notícia	
25/fev	Tarde	Política	Notícia	
25/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
25/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
25/fev	Tarde	Tecnologia	Listagem	
25/fev	Tarde	Saúde	Notícia	
25/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
25/fev	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
25/fev	Noite	Política	Notícia	
25/fev	Noite	Atentado	Notícia	
25/fev	Noite	Política	Notícia	
25/fev	Noite	Política	Notícia	
25/fev	Noite	Personalidade	Teste	

25/fev	Noite	Personalidade	Teste	
25/fev	Noite	Tecnologia	Listagem	
25/fev	Noite	Saúde	Notícia	
25/fev	Noite	Nostalgia	Listagem	
26/fev	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
26/fev	Manhã	Política	Notícia	
26/fev	Manhã	Atentado	Notícia	
26/fev	Manhã	Política	Notícia	
26/fev	Manhã	Política	Notícia	
26/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
26/fev	Manhã	Gastronomia	Listagem	
26/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
26/fev	Manhã	Tecnologia	Listagem	
26/fev	Manhã	Cinema	Listagem	
26/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
26/fev	Tarde	Celebridades	Listagem	Capa
26/fev	Tarde	Atentado	Notícia	
26/fev	Tarde	Esporte	Notícia	
26/fev	Tarde	Política	Notícia	
26/fev	Tarde	Atentado	Notícia	
26/fev	Tarde	Saúde	Listagem	
26/fev	Tarde	Gastronomia	Listagem	
26/fev	Tarde	Política	Listagem	
26/fev	Tarde	Religião	Listagem	
26/fev	Noite	Esporte	Listagem	
26/fev	Noite	Atentado	Notícia	
26/fev	Noite	Esporte	Notícia	
26/fev	Noite	Política	Notícia	
26/fev	Noite	Polícia	Notícia	
26/fev	Noite	Polícia	Notícia	
26/fev	Noite	Saúde	Listagem	
26/fev	Noite	Entretenimento	Teste	
26/fev	Noite	Relacionamento	Listagem	
26/fev	Noite	Geografia	Teste	
26/fev	Noite	Personalidade	Teste	
27/fev	Manhã	Esporte	Listagem	
27/fev	Manhã	Atentado	Notícia	
27/fev	Manhã	Esporte	Notícia	
27/fev	Manhã	Política	Notícia	
27/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
27/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
27/fev	Manhã	Saúde	Listagem	
27/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
27/fev	Manhã	Personalidade	Teste	

27/fev	Manhã	Economia	Listagem	
27/fev	Manhã	Relacionamento	Listagem	
27/fev	Tarde	Esporte	Listagem	
27/fev	Tarde	Atentado	Notícia	
27/fev	Tarde	Esporte	Notícia	
27/fev	Tarde	Política	Notícia	
27/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
27/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
27/fev	Tarde	Saúde	Listagem	
27/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
27/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
27/fev	Tarde	Economia	Listagem	
27/fev	Tarde	Relacionamento	Listagem	
27/fev	Noite	Família	Teste	Capa
27/fev	Noite	Política	Notícia	
27/fev	Noite	Política	Notícia	
27/fev	Noite	Política	Notícia	
27/fev	Noite	Polícia	Notícia	
27/fev	Noite	Relacionamento	Notícia	
27/fev	Noite	Nostalgia	Listagem	
27/fev	Noite	Personalidade	Teste	
27/fev	Noite	Família	Teste	Capa
27/fev	Noite	Gastronomia	Listagem	
28/fev	Manhã	Família	Teste	Capa
28/fev	Manhã	Política	Notícia	
28/fev	Manhã	Política	Notícia	
28/fev	Manhã	Política	Notícia	
28/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
28/fev	Manhã	Relacionamento	Notícia	
28/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
28/fev	Manhã	Família	Listagem	
28/fev	Manhã	Televisão	Teste	
28/fev	Manhã	Família	Listagem	
28/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
28/fev	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
28/fev	Tarde	Geografia	Notícia	
28/fev	Tarde	Relacionamento	Notícia	
28/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
28/fev	Tarde	Política	Notícia	
28/fev	Tarde	Política	Notícia	
28/fev	Tarde	Machismo	Listagem	
28/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
28/fev	Tarde	Televisão	Listagem	
28/fev	Tarde	Personalidade	Teste	

28/fev	Tarde	Televisão	Teste	
28/fev	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
28/fev	Noite	Geografia	Notícia	
28/fev	Noite	Relacionamento	Notícia	
28/fev	Noite	Polícia	Notícia	
28/fev	Noite	Política	Notícia	
28/fev	Noite	Direitos LGBT	Notícia	
28/fev	Noite	Personalidade	Teste	
28/fev	Noite	Família	Listagem	
28/fev	Noite	Entretenimento	Listagem	
28/fev	Noite	Entretenimento	Listagem	
28/fev	Noite	Nostalgia	Listagem	
28/fev	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
28/fev	Manhã	Geografia	Notícia	
28/fev	Manhã	Relacionamento	Notícia	
28/fev	Manhã	Polícia	Notícia	
28/fev	Manhã	Política	Notícia	
28/fev	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
28/fev	Manhã	Personalidade	Teste	
28/fev	Manhã	Família	Listagem	
28/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	
28/fev	Manhã	Entretenimento	Listagem	
28/fev	Manhã	Nostalgia	Listagem	
28/fev	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
28/fev	Tarde	Geografia	Notícia	
28/fev	Tarde	Relacionamento	Notícia	
28/fev	Tarde	Polícia	Notícia	
28/fev	Tarde	Política	Notícia	
28/fev	Tarde	Direitos LGBT	Notícia	
28/fev	Tarde	Personalidade	Teste	
28/fev	Tarde	Família	Listagem	
28/fev	Tarde	Entretenimento	Listagem	
28/fev	Tarde	Entretenimento	Listagem	
28/fev	Tarde	Nostalgia	Listagem	
28/fev	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
28/fev	Noite	Literatura	Notícia	
28/fev	Noite	Geografia	Notícia	
28/fev	Noite	Direitos LGBT	Notícia	
28/fev	Noite	Política	Notícia	
28/fev	Noite	Política	Notícia	
28/fev	Noite	Esporte	Notícia	
28/fev	Noite	Personalidade	Listagem	
28/fev	Noite	Esporte	Notícia	

28/fev	Noite	Personalidade	Teste	
28/fev	Noite	Cinema	Listagem	
02/mar	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
02/mar	Manhã	Literatura	Notícia	
02/mar	Manhã	Geografia	Notícia	
02/mar	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
02/mar	Manhã	Política	Notícia	
02/mar	Manhã	Política	Notícia	
02/mar	Manhã	Esporte	Notícia	
02/mar	Manhã	Personalidade	Listagem	
02/mar	Manhã	Esporte	Notícia	
02/mar	Manhã	Nostalgia	Listagem	
02/mar	Manhã	Personalidade	Teste	
02/mar	Manhã	Personalidade	Listagem	
02/mar	Manhã	Personalidade	Teste	
02/mar	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
02/mar	Tarde	Celebridades	Notícia	
02/mar	Tarde	Literatura	Notícia	
02/mar	Tarde	Geografia	Notícia	
02/mar	Tarde	Direitos LGBT	Notícia	
02/mar	Tarde	Política	Notícia	
02/mar	Tarde	Gastronomia	Listagem	
02/mar	Tarde	Machismo	Listagem	
02/mar	Tarde	Nostalgia	Listagem	
02/mar	Tarde	Gastronomia	Listagem	
02/mar	Tarde	Família	Listagem	
02/mar	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
02/mar	Noite	Televisão	Teste	
02/mar	Noite	Direitos LGBT	Listagem	
02/mar	Noite	Política	Notícia	
02/mar	Noite	Preconceito	Teste	
02/mar	Noite	Nostalgia	Listagem	
02/mar	Noite	Personalidade	Listagem	
02/mar	Noite	Família	Listagem	
03/mar	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
03/mar	Manhã	Televisão	Teste	
03/mar	Manhã	Direitos LGBT	Listagem	
03/mar	Manhã	Política	Notícia	
03/mar	Manhã	Preconceito	Teste	
03/mar	Manhã	Nostalgia	Listagem	
03/mar	Manhã	Personalidade	Listagem	
03/mar	Manhã	Família	Listagem	
03/mar	Manhã	Celebridades	Notícia	

03/mar	Manhã	Literatura	Notícia	
03/mar	Manhã	Geografia	Notícia	
03/mar	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
03/mar	Manhã	Política	Notícia	
03/mar	Manhã	Gastronomia	Notícia	
03/mar	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
03/mar	Tarde	Televisão	Teste	
03/mar	Tarde	Direitos LGBT	Listagem	
03/mar	Tarde	Política	Notícia	
03/mar	Tarde	Preconceito	Teste	
03/mar	Tarde	Nostalgia	Listagem	
03/mar	Tarde	Personalidade	Listagem	
03/mar	Tarde	Família	Listagem	
03/mar	Tarde	Celebridades	Notícia	
03/mar	Tarde	Literatura	Notícia	
03/mar	Tarde	Geografia	Notícia	
03/mar	Tarde	Direitos LGBT	Notícia	
03/mar	Tarde	Política	Notícia	
03/mar	Tarde	Gastronomia	Notícia	
03/mar	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/v otação	Capa
03/mar	Noite	Celebridades	Notícia	
03/mar	Noite	Literatura	Notícia	
03/mar	Noite	Geografia	Notícia	
03/mar	Noite	Direitos LGBT	Notícia	
03/mar	Noite	Política	Notícia	
03/mar	Noite	Gastronomia	Notícia	
03/mar	Noite	Personalidade	Teste	
03/mar	Noite	Nostalgia	Teste	
03/mar	Noite	Nostalgia	Listagem	
03/mar	Noite	Personalidade	Teste	
04/mar	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/v otação	Capa
04/mar	Manhã	Celebridades	Notícia	
04/mar	Manhã	Literatura	Notícia	
04/mar	Manhã	Geografia	Notícia	
04/mar	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
04/mar	Manhã	Política	Notícia	
04/mar	Manhã	Gastronomia	Notícia	
04/mar	Manhã	Personalidade	Teste	
04/mar	Manhã	Nostalgia	Teste	
04/mar	Manhã	Nostalgia	Listagem	
04/mar	Manhã	Personalidade	Teste	
04/mar	Tarde	Prêmio BuzzFeed	Listagem/ Votação	Capa
04/mar	Tarde	Celebridades	Notícia	

04/mar	Tarde	Literatura	Notícia	
04/mar	Tarde	Geografia	Notícia	
04/mar	Tarde	Direitos LGBT	Notícia	
04/mar	Tarde	Política	Notícia	
04/mar	Tarde	Gastronomia	Notícia	
04/mar	Tarde	Personalidade	Teste	
04/mar	Tarde	Nostalgia	Teste	
04/mar	Tarde	Nostalgia	Listagem	
04/mar	Tarde	Personalidade	Teste	
04/mar	Noite	Prêmio BuzzFeed	Listagem/votação	Capa
04/mar	Noite	Oscar	Notícia	
04/mar	Noite	Oscar	Notícia	
04/mar	Noite	Política	Notícia	
04/mar	Noite	Personalidade	Teste	
04/mar	Noite	Nostalgia	Listagem	
04/mar	Noite	Personalidade	Teste	
05/mar	Manhã	Prêmio BuzzFeed	Listagem/votação	Capa
05/mar	Manhã	Oscar	Listagem	
05/mar	Manhã	Política	Notícia	
05/mar	Manhã	Celebridades	Notícia	
05/mar	Manhã	Literatura	Notícia	
05/mar	Manhã	Geografia	Notícia	
05/mar	Manhã	Direitos LGBT	Notícia	
05/mar	Manhã	Nostalgia	Listagem	
05/mar	Manhã	Oscar	Teste	
05/mar	Manhã	Oscar	Listagem	
05/mar	Manhã	Oscar	Listagem	
05/mar	Manhã	Oscar	Listagem	
05/mar	Tarde	Transporte	Notícia	Capa
05/mar	Tarde	Oscar	Notícia	
05/mar	Tarde	Celebridades	Notícia	
05/mar	Tarde	Literatura	Notícia	
05/mar	Tarde	Política	Notícia	
05/mar	Tarde	Televisão	Teste	
05/mar	Tarde	Oscar	Teste	
05/mar	Tarde	Personalidade	Teste	
05/mar	Tarde	Nostalgia	Listagem	
05/mar	Tarde	Personalidade	Teste	
05/mar	Noite	Transporte	Notícia	Capa
05/mar	Noite	Oscar	Notícia	
05/mar	Noite	Celebridades	Notícia	
05/mar	Noite	Política	Notícia	
05/mar	Noite	Política	Notícia	
05/mar	Noite	Política	Notícia	

05/mar	Noite	Personalidade	Teste	
05/mar	Noite	Cinema	Listagem	
05/mar	Noite	Gastronomia	Listagem	
05/mar	Noite	Religião	Listagem	
05/mar	Noite	Oscar	Listagem	
06/mar	Manhã	Transporte	Notícia	Capa
06/mar	Manhã	Oscar	Notícia	
06/mar	Manhã	Celebridades	Notícia	
06/mar	Manhã	Política	Notícia	
06/mar	Manhã	Política	Notícia	
06/mar	Manhã	Política	Notícia	
06/mar	Manhã	Personalidade	Listagem	
06/mar	Manhã	Trabalho	Listagem	
06/mar	Manhã	Cinema	Listagem	
06/mar	Manhã	Gastronomia	Listagem	
06/mar	Manhã	Trabalho	Listagem	
06/mar	Tarde	Curiosidades	Listagem	Capa
06/mar	Tarde	Gastronomia	Listagem	
06/mar	Tarde	Política	Notícia	
06/mar	Tarde	Política	Notícia	
06/mar	Tarde	Política	Notícia	
06/mar	Tarde	Política	Notícia	
06/mar	Tarde	Política	Notícia	
06/mar	Tarde	Televisão	Teste	
06/mar	Tarde	Personalidade	Listagem	
06/mar	Tarde	Personalidade	Listagem	
06/mar	Tarde	Relacionamento	Listagem	
06/mar	Tarde	Trabalho	Listagem	
06/mar	Tarde	Personalidade	Teste	
06/mar	Noite	Curiosidades	Listagem	Capa
06/mar	Noite	Tecnologia	Listagem	
06/mar	Noite	Política	Notícia	
06/mar	Noite	Política	Notícia	
06/mar	Noite	Política	Notícia	
06/mar	Noite	Política	Notícia	
06/mar	Noite	Política	Notícia	
06/mar	Noite	Personalidade	Teste	
06/mar	Noite	Televisão	Teste	
06/mar	Noite	Personalidade	Listagem	
06/mar	Noite	Personalidade	Teste	
06/mar	Noite	Gastronomia	Listagem	
06/mar	Noite	Personalidade	Listagem	

ANEXO B – TABELA MONITORANDO TEMPO DE CAPA

Data	Título	Temp.	Assunto	Formato
05/fev	De quantas comidas polêmicas você gosta	1	Curiosidades	Teste
06/fev	10 coisas muito legais para você experimentar em fevereiro	1	Curiosidades	Listagem
07/fev	Seis pessoas reagem a fantasias de Carnaval consideradas ofensivas	1	Carnaval	Entrevista
08/fev	18 piadas de WhatsApp que vão te fazer ser a melhor pessoa do grupo	1	Entretenimento	Listagem
09/fev	As 50 melhores fantasias de Carnaval dos últimos tempos	1	Carnaval	Listagem
10/fev	17 provas que tudo era possível no Carnaval de antigamente	2	Carnaval	Listagem
11/fev				
12/fev	Os peitos da Bruna Marquezine abriram um debate sobre padrão	2	Carnaval	Notícia
13/fev				
14/fev	Estas aqui são as 29 melhores fantasias do Carnaval 2018	1	Carnaval	Listagem
15/fev	30 pessoas que foram vítimas do corretor automático em pleno 2018	1	Literatura	Listagem
16/fev	Como uma brincadeira racista fez um estagiário ser demitido pelo chefe negro	3	Preconceito	Notícia
17/fev				
18/fev				
19/fev	13 situações que pessoas magras jamais vão entender comportamento	1	Personalidade	Listagem
20/fev	Trago verdades muito duras sobre morar sozinho	1	Personalidade	Listagem
21/fev	Onze mulheres contam suas histórias de assédio no audiovisual	2	Assédio	Notícia
22/fev				
23/fev	16 crushes famosos que envergonham muita gente	1	Relacionamento	Listagem
	Prêmio BuzzFeed "A internet merece um Oscar"	3	Premiação/ memes	Listagem/ Votação
24/fev				
25/fev				
26/fev	Neymar entrou no Instagram em 7 de março de 2012	1	Celebridades	Listagem
27/fev	Conseguimos adivinhar se você é o irmão mais velho, do meio ou caçula?	1	Família	Teste

28/fev	Prêmio BuzzFeed "A internet merece um Oscar"	2	Premiação/ memes	Listagem/ Votação
01/mar				
02/mar	Assista ao Prêmio BuzzFeed "A internet merece um Oscar"	2	Premiação/ memes	Listagem/ Votação
03/mar				
04/mar	Conheça os vencedores do prêmio BuzzFeed "A internet merece um Oscar"	1	Premiação/ memes	Listagem/ Votação
05/mar	Veja neste mapa interativo se o seu ônibus pode ser afetado pela licitação em São Paulo	1	Transporte	Notícia
06/mar	10 coisas muito legais para você experimentar em março	1	Curiosidades	Listagem

ANEXO C – CAPTURA DE TELA DOS COMENTÁRIOS NO FACEBOOK

Escreva um comentário...

Racismo não é brincadeira, é crime. Acho é pouco. Devia responder legalmente por isso e por usar a imagem dos rapazes de forma indevida. 1,3 mil

Sabe o que é "melhor" São os amigos desse indefeso rapaz dando apoio e defendendo ele na carta aberta que ele postou. Se retratou e tá tudo certo, força ícone! Coitadinho do garotinho que só fez uma brincadeirinha! 240

89% Regina George. Mas não vou mentir, manipulei o teste pq queria parecer com a rainha hahahahahahahha 82

O que faz de vc mais Regina George ainda 4

Escreva uma resposta...

Você tirou: 77% Regina George! Você é SUPER Regina George! Talvez você tenha assistido ao filme tantas vezes que acabou decorando algumas falas e incorporado a personagem. Não te falta confiança e você é uma pessoa bem honesta. Além disso, não é motivo de vergonha se achar atraente – todo mundo deveria ter um pouco da sua autoconfiança 21

4 Respostas