

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Usos do aplicativo Snapchat na cobertura jornalística do Portal UOL

Cleber Stevani, jornalista e aluno do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP.

Resumo

O trabalho apresenta resultados parciais da pesquisa em andamento no Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP cujo objetivo é analisar o uso do aplicativo *Snapchat* pelos principais sites de notícias brasileiros. Para efeito de análise, foi definido como *corpus* as postagens no Snapchat realizadas por sites noticiosos durante as eleições municipais da cidade de São Paulo em 2016, em especial na semana de votação. Nesta parcial dos resultados, focaremos atenção sobre o maior site de notícias do país, o UOL. Para tanto, além de acompanhar as postagens, foi entrevistada a gerente de novas mídias do portal, Denise Maria Perotti. As conclusões preliminares apontam para um uso ainda irregular e de pouco aproveitamento das possibilidades da ferramenta, uma das mais populares do mundo entre o público jovem.

Palavras-chave: jornalismo digital; ciberjornalismo; redes sociais; *Snapchat*

Introdução

Em setembro de 2011, o aplicativo *Snapchat* foi lançado por Evan Spiegel e Bobby Murphy, ainda estudantes na Universidade de Stanford, nos Estados Unidos. A partir de 2015, o aplicativo começou a se tornar popular entre o público mais jovem das redes sociais, a chamada geração *Millennial*¹. Atualmente, o aplicativo conta com 150 milhões de usuários ativos (HOELZEL, 2016) e seu valor de mercado ultrapassa os US\$ 20 bilhões (LUNDEN e ROOF, 2016).

¹ Geração *Millennials*, também chamada geração Y, geração milênio ou ainda geração da internet. É referência aos nascidos após 1980. Geração que se desenvolveu numa época de grandes avanços tecnológicos. A comScore define como “*millennials*” jovens com idades entre 18 e 34 anos.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

O *Snapchat* é um aplicativo social que permite fazer fotos e vídeos curtos, inserir legendas, *emojis*² e compartilhá-los de forma instantânea com amigos e seguidores. O usuário define o tempo de duração de cada *snap*³. A grande inovação, em comparação às outras redes sociais (*Facebook, Twitter e Instagram*), é que as imagens não ficam armazenadas. Após o período de exibição, que dura no máximo 24 horas, elas são apagadas do smartphone e dos servidores.

No Brasil, o *Snapchat* começou a crescer rapidamente nos últimos dois anos. Hoje, o serviço recebe a adesão não só dos adolescentes, mas também de usuários descolados e sintonizados nas novidades do universo virtual.

Metodologia

A coleta de dados sobre o uso do *Snapchat* apresentada neste trabalho compreendeu 15 dias, de 16 a 30 de setembro de 2016. Durante o período foram acompanhados os cinco principais sites de notícias brasileiros, segundo o critério de visitantes únicos. São eles: G1 (Globo Notícias), UOL Notícias, Folha de S. Paulo, Blasting News e R7, respectivamente, segundo ranking da comScore. Em seguida, fizemos uma Análise Documental desses dados, que permitiu uma conclusão preliminar sobre como o *Snapchat* está sendo usado na imprensa. Paralelamente à coleta de *snaps*, foi realizada uma entrevista exploratória com Denise Maria Perotti, gerente de novas mídias do site UOL.

Discussão

No início da década de 1990, a internet proporcionou diversas mudanças para a sociedade, entre elas, a possibilidade de expressão e sociabilização utilizando a rede mundial de computadores.

Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de

² Emoji é uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa, como um pictograma ou ideograma.

³ *Snap* é uma história, em foto ou vídeo, de 1 até 10 segundos.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais (RECUERO, 2011, p.24).

As redes sociais ficaram mais acessíveis com a popularização dos smartphones e a criação de aplicativos, a maioria de uso livre e gratuito. Dessa forma, os sites e aplicativos sociais tem recebido uma atenção especial dos usuários da web. Segundo Recuero (2011, p.24), uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais).

No site de notícias UOL, o uso do *Snapchat* começou em agosto de 2015. A jornalista Denise Perotti, editora de Novas Mídia e Inovação, teve a iniciativa de usar o aplicativo com os redatores e repórteres. O primeiro passo foi buscar entender os jovens que utilizam o *Snapchat*. “Nós estamos sempre pesquisando o que estão fazendo lá fora e analisando o comportamento dessa moçada. O que estão curtindo? Porque eles serão, naturalmente, o nosso público quando amadurecer”⁴.

Durante a coleta de dados, entre os sites pesquisados, apenas o site UOL produziu *snaps* diariamente. A equipe formada por 10 jornalistas se reveza na realização dos vídeos e consegue veicular de uma a duas histórias por dia sobre os mais variados assuntos.

Resultados

Após analisar os cinco principais sites de notícias brasileiros, constatamos que apenas o site de notícias UOL utiliza o aplicativo Snapchat com frequência, de uma a duas vezes ao dia. As pautas são das editorias de economia, cultura, política, esporte, tecnologia, lazer e entretenimento. A quantidade de *snaps* utilizados para contar essas histórias varia de 4 a 18, dependendo do assunto.

⁴ Entrevista concedida ao autor do projeto.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Tabela 1: Uso diário do Snapchat no UOL (tabela 1)

Site	Frequência	Editorias	Pautas	Nº de Snaps
UOL	1 a 2 vezes	Cultura, tecnologia, economia, política	Estreias no cinema, manifestações populares, séries de TV, entrevistas, debate político, dica para economizar no orçamento, exposição e arte e novidade em tecnologia.	4 a 18

Conclusões

As conclusões preliminares desta análise apontam para um uso ainda irregular e de pouco aproveitamento das possibilidades da ferramenta, uma das mais populares do mundo entre o público jovem.

Referências

FIGO, Anderson. **Snapchat turbina seu valor para mais de US\$ 20 bilhões**. Disponível em <http://exame.abril.com.br/mercados/noticias/snapchat-turbina-seu-valor-para-mais-de-us-20-bilhoes> último acesso 16 de setembro de 2016.

FRAGOSO, Suely. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

G1. **Snapchat ultrapassa Twitter em número de usuários ativos por dia**. Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/snapchat-ultrapassa-twitter-em-numero-de-usuarios-ativos-por-dia.html> último acesso 15 de setembro de 2016.

HOELZEL, Mark. **New Study Shows Instagram And Snapchat Beating Twitter Among Teens And Young Adults**. Disponível em <http://www.businessinsider.com/instagram-and-snapchat-are-more-popular-than-twitter-among-teens-and-young-adults-sai-2014-3> último acesso 18 de setembro de 2016.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

LUNDEN, Ingrid. ROOF, Kate. **Snapchat is raising more money around \$20 billion valuation.** Disponível em <https://techcrunch.com/2016/05/23/sources-snapchat-is-raising-more-money-at-about-a-20-billion-valuation/> último acesso 28 de setembro de 2016.

MORRISON. Kimberlee. **Snapchat Is the Fastest Growing Social Network.** Disponível em <http://www.adweek.com/socialtimes/snapchat-is-the-fastest-growing-social-network-infographic/624116> último acesso em 15 de setembro de 2016.

OLIVEIRA, Willian. **Tudo Sobre o Snapchat: a Rede Social dos Millennials.** Disponível em <http://www.agenciamestre.com/redes-sociais/tudo-sobre-o-snapchat-a-rede-social-dos-millennials/> último acesso em 14 de setembro de 2016.

RECUERO. Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

SNAPCHAT. Disponível em <https://www.snapchat.com/l/pt-br/> último acesso 19 de setembro de 2016.