

O Jornalismo no Discover do Snapchat - Estudo do Canal da CNN¹

Analia Mendonça²

Riverson Rios³

Universidade Federal do Ceará

Resumo

Este artigo estuda o espaço da Cable News Network (CNN) no aplicativo Discover do Snapchat. Analisando o Canal da CNN por uma semana, o presente estudo explica o funcionamento do Snapchat e da ferramenta Discover, além de procurar compreender como o conteúdo jornalístico da CNN tem se apresentado no Discover. Outro ponto observado neste artigo é a relação entre o canal no Snapchat e o site na Internet da CNN, investigando se os conteúdos postados no Discover do Snapchat são diferentes dos feitos para o site ou se são conteúdos do site que são readaptados para o Snapchat. O objetivo é compreender esse novo espaço em potencial para o jornalismo e analisar como a CNN tem utilizado essa área.

Palavras-Chave: Snapchat; CNN; Discover; Jornalismo.

Introdução

A partir dos anos 90 houve uma forte popularização da Internet. As redes sociais, espaços nos quais as pessoas interagem por meio da Internet, tiveram uma responsabilidade considerável nessa popularização. Os meios de comunicação tiveram que se adaptar à utilização cada vez mais intensa da rede mundial de computadores e à mudança na forma da sociedade se relacionar. Assim, o jornalismo passou a se inserir em sites e redes sociais em geral.

Ainda hoje essa relação é bastante conflituosa. Esse conflito decorre, principalmente de dois fatos, o primeiro é o lucro, já que a mídia tradicional, em geral, ainda não descobriu como obter um lucro de publicações na Internet, semelhante ao obtido nos demais suportes. O segundo

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado em São Paulo - SP de 05 a 09 de setembro de 2016.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social- Jornalismo do I.C.A.-UFC, email: analiamentonca.jornalismogmail.com.

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da UFC, e-mail: riverson@ufc.br.

advem do fato de na Rede Mundial de Computadores haver uma grande disponibilidade de conteúdo gratuita que concorre com o conteúdo da grande mídia. Apesar dessa relação tensa, é possível observar um movimento por parte dos veículos de mídia para chegar até a Internet. Um novo espaço para essa inserção é a rede social chamada Snapchat. O Snapchat foi lançado em 2011, por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, estudantes da Universidade Stanford. O aplicativo já é, segundo pesquisa de 2015 do Pew Research Center ⁴, a terceira rede social mais utilizada por jovens nos Estados Unidos. No Brasil, não existem pesquisas que mostrem exatamente quantos usuários há, mas de fato, o Snapchat tem ganhado bastante força e muitos adeptos.

Segundo matéria publicada no site G1 no mês de junho de 2016⁵, acredita-se que o Snapchat tenha, atualmente cerca de 150 milhões de usuários ativos, que usam diariamente o aplicativo. Esse número já supera redes sociais como o Twitter que tem cerca de 136 milhões de ativos, segundo o site. O que impressiona mais no Snapchat não é o número de usuários, mas sim o de visualizações: em janeiro de 2016, por exemplo, uma matéria no portal UOL ⁶ revelou que há cerca de 8 bilhões de visualizações no Snapchat por dia. Recentemente o Snapchat adicionou ao aplicativo a aba Discover, local onde empresas de comunicação em geral podem ter um espaço para postar conteúdo que é visto pelos usuários do aplicativo no mundo todo. O Discover é composto por diversos canais, de comportamento, entretenimento e todos são em língua inglesa.

Apesar de o Discover ser um espaço essencialmente tomado pelo entretenimento, a Cable News Network (CNN), um canal de notícias norte-americano, está presente desde o início. No canal da CNN no Discover do Snapchat, o conteúdo é totalmente jornalístico e isso difere o canal em relação aos demais. No Discover, a CNN é, até agora, o único meio de comunicação de jornalismo televisivo que possui um espaço no Snapchat com conteúdo 100% jornalístico, pois mesmo canais de jornais tradicionais como o Daily Mail, apresentam bastante conteúdo de entretenimento e comportamento, no referido canal.

A emissora CNN na TV é famosa por ter sido o primeiro canal de televisão a apresentar desde seu início conteúdo 24 horas jornalístico. A CNN foi escolhida para ser analisada porque

⁴ “Teen, Social Media and Technology Overview 2015”. Disponível em:

http://www.pewinternet.org/files/2015/04/PI_TeensandTech_Update2015_0409151.pdf. Acesso em: 30/04/2016

⁵ <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/snapchat-ultrapassa-twitter-em-numero-de-usuarios-ativos-por-dia.html>. Acesso em: 20/06/2016

⁶ <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2016/01/12/snapchat-rivaliza-com-facebook-em-visualizacoes-de-videos-mobile.htm>. Acesso em: 20/06/2016

tem uma relação com a produção jornalística intensa, é uma mídia tradicional inserida em um ambiente bastante voltado para o entretenimento e é a que tem mais foco no jornalismo, dentre as demais presentes no Discover. No Discover do Snapchat, cada canal tem seu horário diário de atualização. Para acessar o conteúdo basta o usuário pressionar o dedo sobre o símbolo do canal. A CNN tem experimentado e remodelado seu layout constantemente buscando atingir cada vez mais o público.

De fato, o Snapchat tem bastante público, já que a rede hoje, tem milhares de usuários espalhados pelo mundo, mas é preciso saber como o jornalismo tem utilizado esse espaço e pensar em novas formas de atrair mais os usuários da rede social. Será que o conteúdo publicado pela CNN no Discover, é diferente do que é publicado no site de notícia da CNN? Como tornar o espaço mais atraente? Com a intenção de responder essas perguntas o presente artigo se dedica a analisar o canal da CNN no Snapchat e comparar com o site durante 7 dias.

O objetivo deste trabalho é compreender o Discover como novo espaço em potencial para o jornalismo. Além disso, o artigo analisa como a CNN tem utilizado o Discover, comparando as postagens do canal no snapchat, com o portal da web, tentando entender se há uma diferenciação de conteúdo. Isso se faz importante, tendo em vista que o Discover ainda é pouco explorado pelo jornalismo e tem sido utilizado pelo jornalismo da Cable News Network.

Metodologia

O método de pesquisa é o estudo de caso, tendo como centro a análise de conteúdo. Utilizando-se da observação do Discover do canal da CNN no Snapchat e do portal da CNN na web, este artigo analisa as notícias postadas no canal da CNN no Snapchat. Além disso, foi feita uma pesquisa bibliográfica para embasar os temas de estudo.

O canal no Snapchat e o portal da CNN foram analisados durante sete dias, de 09/06/2016 à 15/06/2016 e as informações analisadas foram armazenadas através de capturas de tela. A cada dia, inicialmente foi analisado o Snapchat, em seguida diariamente, foi feita uma pesquisa no site da CNN, sobre as matérias que foram postadas no Snapchat, analisando se havia matéria no site semelhante a do canal da CNN no Discover. Havendo a notícia, foi analisado também qual a diferença de apresentação de um mesmo assunto entre os dois espaços da Cable News Network.

1. Jornalismo na Internet

Em seu início a Internet era muito difícil de ser usada, porém com avanços das pesquisas, ela foi ficando mais interativa. De fato, as pessoas sentiam uma grande necessidade de ter com a Internet uma relação diferente, de participar da produção de conteúdo na web. Por volta de 2004, surgiu o conceito de Web 2.0, segundo o qual haveria um ambiente digital dinâmico, baseado na troca. Esse conceito foi ao encontro das grandes mídias que focavam em determinados grupos, enquanto a Web 2.0 possibilitou a 'participação e interação de todos. Esse processo se intensificou com a criação das redes sociais, espaços de interação, onde as pessoas produzem e consomem conteúdo. Com essa mudança a sociedade tomou novos moldes e as mídias tradicionais viram que a sociedade havia se reconfigurado e que a comunicação também precisava se alterar para se adaptar ao novo modo de vida de todos. O jornalismo vive ainda uma fase de adaptação às plataformas da Internet, que durante bastante tempo foi vista com inimiga da mídia tradicional. Atualmente, muitos veículos midiáticos têm sites e redes sociais como o Facebook e o Twitter.

Nos últimos anos o uso da Internet tem se popularizado massivamente no Brasil e o jornalismo tradicional tem passado por crises, como cita o autor português Manuel Pinto, em seu texto "Digressão sobre a Crise do Jornalismo".

Foi, porém, com a emergência e rápida difusão da Internet, especialmente com a World Wide Web, que as condições do trabalho jornalístico se viram mais alteradas, na última dezena de anos. Considerando o trinómio fontes – jornalistas – públicos, em todos estes âmbitos se registaram mudanças significativas. No novo ambiente digital, as fontes passaram a poder curto-circuitar os intermediários que são os jornalistas para se dirigirem directamente aos seus destinatários. O jornalismo, que já havia sido profundamente marcado pela institucionalização e profissionalização das fontes através de serviços e competências próprios, via agora novas ferramentas abrirem novas potencialidades na esfera da publicação. Digressão sobre a 'crise do jornalismo' (PINTO, 2008, p.11)

Nesse sentido, o jornalismo tem encontrado plataformas diferentes para se difundir. A forma de fazer jornalismo tem mudado. Muitos acreditavam que a Internet levaria ao fim do jornalismo, todavia o que ocorre é que cada vez mais existem plataformas diferentes de se produzir conteúdo jornalístico e tanto as empresas de comunicação, quanto o público leitor, têm cada vez mais buscado se adaptar a essas novas plataformas. De fato, iniciativas interessantes

têm fomentado o jornalismo brasileiro na Internet, como é o caso de UOLTAB, um portal de notícias que traz reportagens em profundidade. Outro espaço, e que este presente artigo pretende estudar é exatamente o recurso, Discover do Snapchat, espaço ainda recente lançado em 2015, conforme mostrado a seguir.

1.1 Snapchat

Criado em 2011, por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, estudantes da Universidade Stanford, o Snapchat é um aplicativo para dispositivos móveis de troca de mensagens, fotos e vídeos. Para fazer login é preciso apenas cadastrar um email e escolher uma senha. Segundo um de seus criadores, Evan Spiegel, em notícia postada no G1⁷, em junho de 2015, o aplicativo foi feito a partir de um conceito novo de fotografia. Para Evan, as pessoas antigamente tiravam fotos para guardar memórias, mas hoje a fotografia serve como forma de expressão e de fala, por isso o snapchat surge para suprir essa necessidade de expressão. No aplicativo, as fotos são apagadas em até 24hs. De acordo com o site Business Insider⁸, os usuários do Snapchat compartilham cerca de 8796 fotos por segundo. Em uma pesquisa recente, do Pew Research Center⁹ com adolescentes estadunidenses entre 13 a 17 anos, foi constatado que o Snapchat é a terceira rede social mais utilizada por este grupo.

Para fazer parte dessa rede social, o internauta deve baixar o aplicativo e criar uma conta. Ao cadastrar os dados na conta, o Snapchat envia uma mensagem de texto para o celular do novo usuário e confirma o acesso ao aplicativo. Após entrar, é possível adicionar amigos através do nome de usuários deles no Snapchat. Ao adicionar amigos é possível além de enviar fotos e vídeos, abrir um chat e conversar.

O aplicativo possui essencialmente quatro telas (cf. Figura1. A primeira delas é a da fotografia (ou snap, que é como os criadores e usuários chamam as fotos tiradas no aplicativo). Nessa tela é possível fazer fotos e vídeos, além de adicionar filtros e animações. A segunda tela à esquerda da anterior é o “chat”, onde ficam as mensagens que o usuário enviou para os amigos, essas mensagens são fotos, vídeos, que se destroem após serem vistos. Nessa segunda tela é possível também responder a um “snap” recebido de um amigo. A terceira tela é a “assistir”. Ela é uma aba que não existia na primeira versão do aplicativo e foi adicionada posteriormente. Na

⁷<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/06/snapchat-criador-explica-o-que-e-o-aplicativo-em-video-de-quatro-minutos.html>. Acesso em: 09/06/2016

⁸ <http://www.businessinsider.com/snapchat-photos-sent-per-second-2015-5>. Acesso em: 20/06/2016

⁹ http://www.pewinternet.org/files/2015/04/PI_TeensandTech_Update2015_0409151.pdf. Acesso em: 30/04/2016

terceira tela o usuário pode adicionar fotos que ficam em ordem cronológica durante vinte e quatro horas. É possível ver nesse espaço, também, a sua “história” e a de seus amigos. Lá ficam armazenadas as publicações das últimas 24 horas. A quarta e última aba é um adendo à terceira e é a parte mais recente do aplicativo. Essa quarta parte chama-se “Discover”, é destinada a empresas de comunicação e será o objeto principal deste artigo.

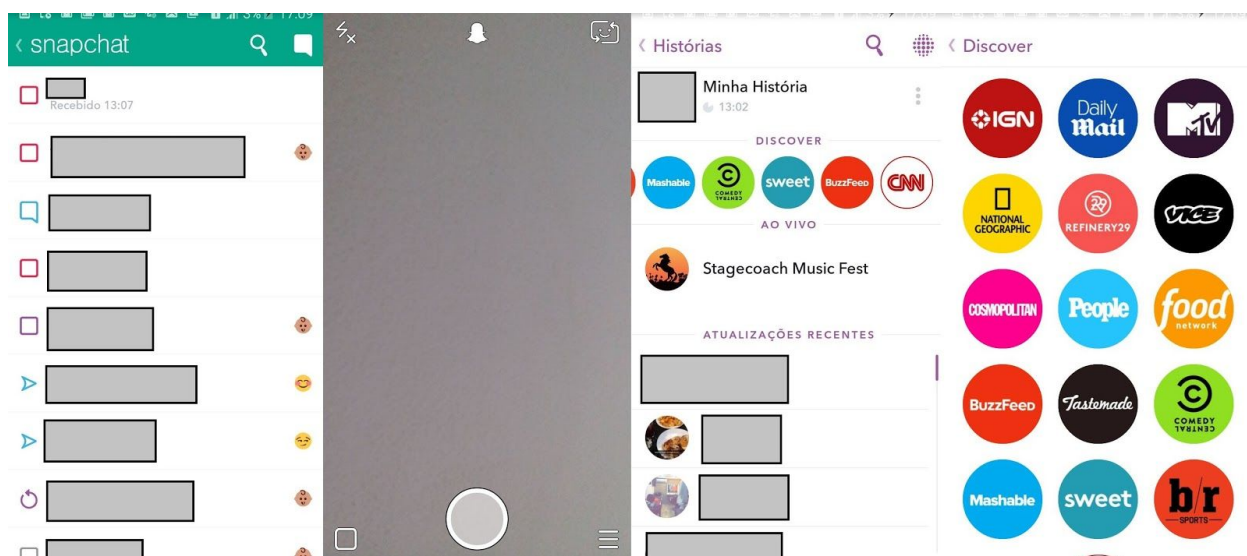


Figura 1- Montagem com a Interface do aplicativo

1.2 Discover

O Discover é uma sessão do Snapchat voltada para a “descoberta” de conteúdos de certos canais parceiros do Snapchat. Dentre os canais que hoje fazem parte do Discover estão: CNN, Daily Mail, Vice, Sweet, Mashable, BuzzFeed, Refinery29, Cosmopolitan, MTV, IGN, National Geographic, People, b/r SPORTS, Food Network e Comedy Central. Os canais são atualizados diariamente e possuem dinâmicas diferentes. No Discover, há a presença de vídeos, e fotos, que são acompanhadas de textos e músicas, dependendo de cada canal.

Ao acessar a aba Discover, veem-se todos os canais disponíveis, o usuário pressiona o dedo sobre o que quer assistir e quando o canal abre, em geral, há pequenos vídeos ou fotos acompanhadas de músicas, de cerca de 3 segundos com chamada para algum conteúdo. Ao se deparar com a chamada para o conteúdo, se o usuário quiser saber mais, ele desliza o dedo para o

canto inferior, onde, em geral, há uma seta com a opção ler. Essa seta só não vai existir se ao invés da chamada houver ali uma espécie de nota sobre determinado tema. Se for assim, o usuário só terá aquilo para ler sobre o assunto e ele pode deslizar da direita para a esquerda para que apareça uma nova chamada. Ao abrir o espaço de ler, o usuário poderá ver mais sobre o assunto, quem abre essa parte se depara com um ambiente bastante semelhante ao de um portal de Internet, onde há fotos, vídeos e textos, formando uma notícia sobre determinado assunto.

O Discover é, também, uma possibilidade de publicidade para o snapchat. No Discover, além do ambiente destinado às empresas de comunicação há um relacionado a acontecimentos, onde alguns anunciantes podem pagar para ter um espaço reservado no Snapchat, que é visto por todos os usuários no mundo. Esse ambiente é muito utilizado para eventos, e, assim, as pessoas que estiverem presentes no local poderão compartilhar “snaps” ali, formando uma espécie de história do evento. Além disso, é possível que a empresa pague por um espaço no snapchat para o lançamento de um produto. Por exemplo, o “007 Contra Spectre” (cf. Figura 2) foi o primeiro a criar um canal patrocinado no Snapchat, trazendo curiosidades, bastidores, fotos e vídeos sobre o filme. Isso ocorreu na época do lançamento dessa produção cinematográfica.

Todos os canais do Discover têm como idioma a língua inglesa. O usuário pode compartilhar o que leu apenas pressionando a tela, além de poder salvar o conteúdo em uma seta no canto esquerdo inferior. A maior parte dos canais do Discover é destinada ao entretenimento, com dicas de moda, assuntos de famosos, frases. Uma marca importante do Discover são os tópicos. Quando o usuário abre o canal e desliza para ler mais daquela informação, em geral as informações estão dispostas em forma de lista, ou de tópicos.

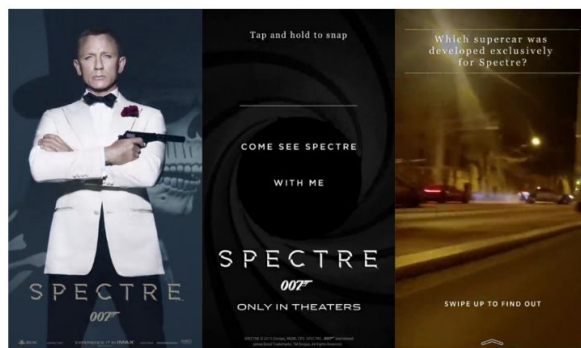


Figura 2- Montagem com a interface de canal patrocinado no Snapchat¹⁰

¹⁰ <http://www.b9.com.br/61446/social-media/007-contra-spectre-e-o-primeiro-canal-patrocinado-no-snapchat/>. Acesso em: 15/06/2016

2. CNN

A CNN foi inaugurada em 1 de junho de 1980, na cidade de Atlanta nos Estados Unidos. Foi o primeiro canal de televisão no mundo a ter uma programação composta de notícias durante 24 horas do dia. A CNN cobriu diversos momentos históricos importantes, como a Guerra do Golfo, que começou em agosto de 1990, além de ter sido a primeira emissora a anunciar os ataques do 11 de setembro de 2001. Criada pelo empresário Ted Turner, a princípio o sinal via satélite da CNN atingia somente as Américas do Norte e Central e a partir de 1984, a emissora começou a desenvolver uma estrutura internacional. De acordo com dados de 2013, a empresa está presente em mais de 200 países e territórios, além de possuir mais de mil afiliadas ao redor do mundo (PASA, 2013). No livro *Nós Mudamos o Mundo- Um pioneiro revela a história da CNN*¹¹, Sydney Park descreve o início da emissora:

O público de televisão começou a perceber que noticiário era interessante a qualquer hora do dia. Havia também um apelo visual, tornando-se mais atraente que o noticiário radiofônico. Nossa maior preocupação era saber se haveria notícias suficientes e com que frequências elas deveriam ser repetidas ao longo de um período 24 horas. Isso foi solucionado não só por meio de um sistema de centrais de notícias nacionais e mundiais, como também pelos boletins das agências de notícia e, mais tarde, pela cooperação com as estações de televisão do mundo todo. (PARK, 2006, p. 93)

A Cable News Network (CNN) está no discover do Snapchat desde o início. O canal foi escolhido para análise no presente artigo por a CNN ser um canal mais tradicional de jornalismo, que tem em sua característica a ideia de notícia 24 horas, além de se destacar em relação aos outros canais que em sua maioria são mais focados no entretenimento.

No Snapchat a CNN costuma funcionar como um jornal diário, onde pela manhã são postadas algumas notícias. Ao longo do dia alguma notícia pode ser acrescentada, mas raramente, no período observado, isso ocorre. Não existe a possibilidade de edição de um conteúdo que já foi postado.

No site, as notícias são atualizadas constantemente e há um grande fluxo de informações. O conteúdo é variado e pode ser apresentado tanto em forma de pequenas notícias, como de

¹¹ A construção da CNN é detalhada no livro de memórias “Nós mudamos o mundo: um pioneiro revela a história da CNN” (Manole, 2006), de Sidney Pike. Acesso em: 15/05/2016

grandes reportagens. Uma característica marcante do site é o aproveitamento de vídeos feitos para a TV que são anexados aos textos escritos e às vezes postados sozinhos.

3. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

Como foi exposto anteriormente, o Discover do Snapchat é um novo espaço para difusão do jornalismo. O canal da CNN no Snapchat por ser o canal que tem mais foco em jornalismo diário dentre as que fazem parte da plataforma, tendo em vista que os demais têm mais foco em entretenimento, comportamento. Desse modo é preciso pensar como esse espaço tem sido utilizado pelo jornalismo e de que forma o conteúdo se apresenta. Será que o conteúdo publicado pela CNN no Discover, é diferente do que é publicado no site de notícia da CNN? Como tornar o espaço mais atraente? Com a intenção de responder essas perguntas o presente artigo se dedica a analisar o canal da CNN no Snapchat e comparar com o site durante 7 dias.

As informações foram armazenadas através de screenshots e é importante salientar que, durante o período estudado, o conteúdo foi atualizado pela CNN, diariamente entre 9:00 e 10:00 da manhã, horário do Brasil.

A tabela a seguir apresenta em que datas as matérias do dia no Snapchat foram postadas no site da CNN na Internet e também apresenta se houve alguma que não foi postada no site, mas somente no Snapchat.

Na web	09/06	10/06	11/06	12/06	13/06	14/06	15/06
Postadas no mesmo dia que no Snapchat	3	3				2	3
Postadas um dia antes no site em relação ao Snapchat	1	3			5	3	4
Postadas dois dias antes no site em relação ao Snapchat	1	1		1		2	2
Postadas até uma semana antes no site em relação ao Snapchat	1	1	1	2		1	

Postadas até um mês antes no site em relação ao Snapchat	1		4	1			
Postadas mais de um mês antes no site em relação ao Snapchat				2			
Não encontradas no site	2	2			1	1	1

Tabela 1 – Número de matérias postadas no Snapchat, que foram publicadas no site da CNN

É possível perceber que a grande maioria das matérias do Snapchat foram postadas primeiro no site, com exceção das que são exclusivas para o Snapchat. Porém, em geral a forma como é apresentada a notícia no canal no Snapchat é diferente do site, havendo sempre no Snapchat um volume maior de vídeos, além de um esforço bem maior em dividir a informação em tópicos e intertítulos.

os dias 9/06 e 10/06, uma quinta e uma sexta-feira respectivamente, só há uma matéria no Snpachat, que não tenha sido postada no site, na mesma semana, enquanto no fim de semana, 11/06 e 12/06, há no sábado quatro matérias do mês anterior e no domingo três, assim é possível observar na tabela que, no fim de semana, o número de matérias que já foram postadas no site a mais tempo e que são postadas no Snapchat aumenta. Essas matérias são modificadas e readaptadas, enquanto no site há mais textos e fotos, no Snapchat predomina, em geral, texto e vídeos. Os intertítulos no canal da CNN no Snapchat, em quase todos os dias observados, eram diferentes dos do site. Na segunda-feira, 13/06, todas as notícias eram das últimas horas e traziam uma cobertura interessante do domingo. No domingo, 12/06, ocorreu o ataque a uma boate gay nos Estados Unidos, que matou cerca de 50 pessoas. Na segunda-feira, 13/06, todas as notícias estavam voltadas para este fato, mais na frente haverá um pouco mais sobre esse dia. Na terça-feira, 14/06 e na quarta 15/06, repetiu-se um pouco do panorama da quinta-feira e da sexta-feira, havendo somente matérias que forma postadas na mesma semana no snapchat e no portal da CNN. semana, há um volume bem maior de notícias do momento, anunciadas no site, ou no mesmo dia, ou nas ultimas horas do dia anterior.

Quanto ao conteúdo é possível perceber que a CNN apresenta as matérias no Discover, sempre com imagens ou vídeos, jamais há só texto. É possível observar, em todas as reportagens postadas, durante o período de estudo, intertítulos, ou divisões em tópicos, o que torna a leitura mais objetiva e interessante, tendo em vista que o público do Snapchat é em sua maioria

composto por jovens e isso facilita e orienta a leitura. A questão dos intertítulos, talvez, seja um dos principais diferenciais entre o site e o Snapchat. No site, há bastante presença de intertítulo, mas no Snapchat, durante o período observado, isso funciona quase como uma regra, sempre há intertítulo.

Diariamente, a CNN traz no Snapchat uma espécie de resumo de alguns dos acontecimentos mundiais, em um formato dinâmico e mais fácil de ler. Todavia, nem sempre esses assuntos são resumos dos últimos acontecimentos e há ainda muitas pautas frias, de assuntos antigos, mas todos eles têm uma relevância no momento como por exemplo uma matéria sobre a Educação nos Estados Unidos. Entretanto, nem tudo o que é postado tem uma relevância mundial, ainda há muito conteúdo local, como uma pauta sobre um juiz de Stanford, que saiu em 10 de junho de 2016.

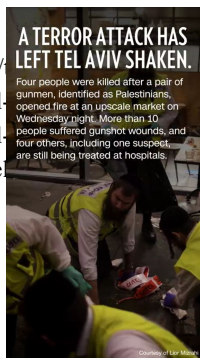
O aplicativo do Snapchat em si é traduzido para o Português e tem suas funções em nossa língua, porém as notícias do Discover não. Todas as notícias da CNN e dos demais canais do Discover, são dadas em inglês. Isso impossibilita a experiência de quem não fala o idioma.

Existe constantemente um exercício no snapchat de juntar as notícias publicadas sobre determinado assunto e transformá-las em uma reportagem maior em formato de tópicos. Um exemplo pode ser observado na reportagem que a CNN trouxe no Discover, sobre o Ataque Terrorista em Tel Aviv, publicada, no Snapchat, em 9 de junho de 2016. Nesse caso, após a chamada (cf. Figura 3), a matéria que segue, é uma colagem de pelo menos outras quatro matérias que saíram no portal¹². Isso se repete com outros assuntos, ao longo dos dias da análise. Sempre ao fim das matérias no Snapchat, há uma espécie de chamada para o site, onde é indicado que é possível saber mais sobre o assunto no portal da Cable News Network.

Por ser uma emissora de televisão a CNN tem bastante produção de vídeo e essa produção é uma vantagem para o uso do Snapchat, em relação a outros veículos de comunicação. Isso ocorre porque em sua essência o Snapchat é utilizado para transmissão de fotos e vídeos e o fato de a Cable News Network ser uma emissora de TV, faz com que seu conteúdo possa dialogar e se instalar facilmente no Snapchat.

¹² <http://edition.cnn.com/videos/world/2016/06/09/>
<http://edition.cnn.com/videos/world/2016/06/09/tel-aviv-terror-attack-09>
<http://edition.cnn.com/videos/world/2016/06/09/tel-aviv-terror-attack-09>
<http://edition.cnn.com/2016/06/09/middleeast/israel-terror-attack-09>

Acesso em: 09/06/2016



liebermann-cnni-nr-lklv.cnn
egel-cnni-nr-intv.cnn
michael-oren-cnni-nr-intv.cnn
dex.html

Figura 3 - Captura de Tela da página inicial da matéria no Snapchat sobre Tel Aviv

O problema em relação ao vídeo, em si é o formato. Tradicionalmente no jornalismo, o. Os autores Luciano Costa e Antonio Brasil, no artigo Imagens Verticais no Telejornalismo, abordam a característica rígida de enquadramento horizontal, e atentam para as mudanças que já estão ocorrendo nesse sentido:

“No campo visual, a proporção de tela (do inglês aspect ratio) descreve uma relação matemática entre altura e largura de uma imagem bidimensional e é utilizada para padronizar a captação e exibição destas imagens nas mais diversas telas e dispositivos. Na fotografia, cinema e televisão, as imagens atendem às proporções mais rígidas do que às artes plásticas, por exemplo, onde o conceito de tela ultrapassa os limites físicos e espaciais. No entanto, o desenvolvimento tecnológico proporcionou modificações importantes de enquadramento.”
(COSTA e BRASIL, 2016, p. 3)

A CNN é uma emissora americana e, por isso, há algumas publicações relacionadas aos Estados Unidos que tem teor de editoria local,. Isso faz com que algumas informações se tornem pouco interessantes para boa parte dos usuários. A CNN poderia focar mais em assuntos de outros países, o que tornaria o espaço mais atrativo para todos que utilizam essa rede social. Até há um exercício de internacionalização, pois quase sempre há algumas matérias relacionadas a outros países do mundo, porém essas outras matérias em sua grande maioria aparecem apenas como uma espécie de nota no Snapchat, ocupando, quase sempre, somente uma tela e com no máximo dez linhas de informação, como é o caso da nota sobre os navios da Inglaterra e sobre os problemas florestais na Noruega.

Apesar de haver um espaço bem construído, atualizado diariamente e com notícias relevantes, a CNN ainda parece não ter o Snapchat como foco, uma vez que há muito pouco conteúdo produzido exclusivamente para a plataforma. Pensar conteúdos e publicações exclusivos para o Snapchat poderia trazer um público mais fidelizado para o canal, porque não há dentro do Discover outra opção que traga jornalismo, então quanto mais atrativa a CNN se tornar, nesse espaço, mais ela conseguirá adeptos.

Apesar de ainda necessitar de algumas melhoras, o espaço é muito bem utilizado no que tange à função a que se propõe: apresentar conteúdo noticioso. Isso pode ficar mais evidente no dia 13/06, um dia depois do atentado à boate gay Pulse em Orlando. Nesse dia, o Snapchat trouxe somente notícias relacionadas ao assunto e que explicavam bem e abrangiam bastante o

assunto. Havia uma matéria bem composta, em tópicos como é tradicional no canal no Snapchat, sobre o atirador, outra sobre a história da boate. Havia também uma notícia sobre os sobreviventes, com fotos, vídeos e bastante texto. As chamadas para cada matéria traziam em sua maioria perguntas, o que chama a atenção do usuário porque prendia o leitor a questionamentos, que provavelmente ele já estaria fazendo sobre o assunto. Assim, é possível perceber que houve uma cobertura, no Snapchat interessante e completa.

Considerações Finais

O presente artigo analisou durante uma semana o canal da Cable News Network no Snapchat e também estudou como as notícias que apareciam no aplicativo se apresentavam no site na Internet.

O espaço do Discover ainda é subaproveitado pelo jornalismo, mas é possível realizar jornalismo no Snapchat e a CNN tem feito isso de forma interessante. O espaço é extremamente fértil para o jornalismo, mas ainda existem muitos pontos problemáticos, como o fato de as notícias da CNN no Discover serem todas em Inglês. A CNN apresenta algumas notícias locais, de cidades americanas, que para um canal acessado no mundo todo não se tornam interessantes.

O Snapchat é marcado fortemente pela verticalidade, as telas do aplicativo são na vertical, elas até podem ser giradas, mas o aplicativo na horizontal fica com um “ar” distorcido. O jornalismo por sua vez é historicamente marcado pela horizontalidade em seus vídeos e fotos, e isso é um embate em relação ao formato. Excluindo a foto de apresentação na tela inicial, todas as demais fotos ao longo das matérias têm o formato jornalístico tradicional horizontal. Seria interessante que a CNN abrisse um pouco mão desse formato horizontal jornalístico para ter uma verticalidade em algumas fotos, o que chamaria mais a atenção.

As notícias aliam fotos a textos e têm bastante vídeo, o que combina com o Snapchat, já que os usuários do aplicativo costumam utilizar constantemente o espaço para colocar vídeos. Desse modo, o público do Snapchat está acostumado a ver vídeos e isso pode ser um elo importante entre a CNN e o Snapchat, já que é uma empresa de comunicação para televisão e possui uma produção de vídeos bastante intensa.

Quanto ao conteúdo, é possível perceber que no canal da CNN no Snapchat há bastante conteúdo “frio”, ou seja, conteúdo que não é necessariamente daquele dia, trazendo bastante pesquisas, reportagens. Isto não deixa de ser interessante, pois assuntos mais frios, tem um tom de curiosidade e devem interessar mais ao público jovem.

Assim, é possível perceber que o espaço é fértil para o jornalismo, e em especial, para veículos que já têm uma produção de vídeos intensa. É possível ver, também, que a CNN tem utilizado o espaço de forma interessante, mas que ainda há algumas adaptações que precisam ser feitas. O que diferencia ambos, em geral, é o formato e a disposição do conteúdo, além da presença de mais vídeos no Snapchat do que no site.

Referências Bibliográficas

BRASIL, ANTONIO e COSTA, LUCIANO, Imagens Verticais no Telejornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

EADICICCO, LISA e KOSOFF, MAYA, Snapchat is reportedly raising \$650 million at a \$16 billion valuation, Business Insider, 29/05/2015. Disponível em:
<http://www.businessinsider.com/snapchat-is-reportedly-raising-650-million-at-a-16-billion-valuation-2015-5>. Acesso em: 09/06/2016

FRIER, SARAH. Snapchat rivaliza com Facebook em visualizações de vídeos mobile. UOL, 12/01/2016. Disponível em:
<<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2016/01/12/snapchat-rivaliza-com-facebook-em-visualizacoes-de-videos-mobile.htm>>. Acesso em: 20/06/2016

GIUSTI, IRAN; GASPAR, JOSÉ; ORRICO, ALEXANDRE. 27 passos que vão fazer você entender o Snapchat. BuzzFeed, 21/08/2015. Disponível em:
https://www.buzzfeed.com/irangiusti/o-guia-definitivo-para-voce-comecar-a-usar-o-snapchat-e-s-e-a?utm_term=.xwOmoky4G#.tml5erMPO Acesso em: 10/05/2016

G1, Snapchat: Criador explica o que é o aplicativo em vídeo de quatro minutos. G1, 17/06/2015. São Paulo, Disponível em:
<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/06/snapchat-criador-explica-o-que-e-o-aplicativo-e-m-video-de-quatro-minutos.html> Acesso em: 09/06/2016

JURGENSON, NATHAN. The Frame Makes the Photograph, Snapchat Blog, 2014, Disponível em: <http://snapchat-blog.com/post/72561406329/the-frame-makes-the-photograph>. Acesso em: 14/06/2016

LENHART, AMANDA. Teen, Social Media and Technology Overview 2015. Pew Research Center, April 2015, Disponível em:

http://www.pewinternet.org/files/2015/04/PI_TeensandTech_Update2015_0409151.pdf. Acesso em: 30/04/2016

PINTO, MANUEL Digressão sobre a ‘crise do jornalismo’ - Entre definimento e re-invenção. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho.

RECUERO, RAQUEL Redes Sociais na Internet, Editora Meridional, 2009

SILVA, RAFAEL. 007 Contra Spectre é o primeiro canal patrocinado no Snapchat. B9, 26/08/2015. Disponível em:

<http://www.b9.com.br/61446/social-media/007-contra-spectre-e-o-primeiro-canal-patrocinado-no-snapchat/> Acesso em: 15/06/2016

SILVA, JOELMA SILVA, PIASECKI SILVA, JAQUELINE para Universidade Positivo, Normas para Apresentação de Trabalhos Acadêmicos Ilustrações. Disponível em:

http://www.up.edu.br/cmspositivo/uploads/imagens/files/Biblioteca/2012/Norma_Ilustra%C3%A7%C3%B5es.pdf Acesso em: 15/06/2016