

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

NARRATIVAS EFÊMERAS DO COTIDIANO:
UM ESTUDO DAS STORIES NO SNAPCHAT E NO INSTAGRAM

Laura Santos de Barros

Porto Alegre, 2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LAURA SANTOS DE BARROS

NARRATIVAS EFÊMERAS DO COTIDIANO:
UM ESTUDO DAS STORIES NO SNAPCHAT E NO INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

Porto Alegre, 2017

LAURA SANTOS DE BARROS

NARRATIVAS EFÊMERAS DO COTIDIANO:
UM ESTUDO DAS STORIES NO SNAPCHAT E NO INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Adriana Amaral | Unisinos

Prof. Dr. André Pase | PUCRS

Prof. Dra. Suely Fragoso | UFRGS

Prof. Dra. Elisa Piedras | UFRGS (Suplente)

*Aos meus pais, Silvia e Rui,
por todo o amor e confiança sempre*

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ou mãe UFRGS, por ter me dado mais uma entre tantas oportunidades que já me proporcionou. Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação e todas as pessoas que o integram, por todo o auxílio e apoio que recebi ali.

Ao meu orientador Alex por ter me dado um grande voto de confiança ao me selecionar para integrar o Limc, pela disponibilidade, paciência e também todos os ensinamentos ao longo destes dois anos.

Aos professores Suely, Pase e Adriana por terem aceitado o convite de integrar minha banca, avaliar e contribuir com este trabalho e desencadeamentos futuros a partir dele..

Às minhas amigas e colegas do PPGCOM, por serem mulheres inspiradoras e por suas palavras de apoio durante esses dois anos. À Ludmila, minha segunda orientadora, companheira de eventos e amiga para todas as horas, que viveu comigo os momentos mais difíceis, mas também os mais felizes da pós. À Vanessa, pela cumplicidade, pela empatia e pela disponibilidade para ouvir. À Mayara, por todo o apoio e parceria durante a fase de qualificação e também na banca final. À Camila, pelo primeiro olhar amigável que recebi quando ingressei no Programa e por todas as palavras bondosas que recebi. À Mariana, por sempre se preocupar comigo e me ajudar quando eu precisei. Às amigas Ane Schutz, Ane de Carli e Nathi pela troca, amizade e companhia ao longo desses dois anos.

Aos amigos do Limc, Ludimila, Willian, Marju e também à Camila Cornutti, que foi minha orientadora de monografia na graduação.

Às amigas Kelly e Ana, por todo o apoio moral, pelos os momentos de descontração e amizade incondicional, tão necessários nos meses de tensão durante todo o processo de mestrado. À MariB, pela amizade de longa data, pelo carinho e por se fazer presente em minhas bancas desde a monografia de graduação. Ao Antonio, também pela amizade de longa, por dividir parte de sua vida comigo em nosso apartamento e por ter adotado nossos gatinhos Darwin e Areta.

Por fim, agradeço principalmente aos meus pais por toda a confiança e suporte desde sempre, já que sem eles nada disso seria possível. Ao restante da minha família, pelo apoio.



Mark Zuckerberg

@zuckenberguiii



Não quis me vender a porra do snap
agora vou transformar todas as
MINHAS redes sociais nessa merda

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo compreender como se dá a construção e o consumo de narrativas efêmeras do cotidiano nas Histórias do Snapchat e Instagram. São levantados no referencial teórico aspectos técnicos de ambos serviços de rede social, principais propriedades, assim como seus usos e apropriações. Em um segundo momento, são trazidas questões pertinentes à esfera do cotidiano, como sua constituição e a relação do sujeito com o mundo. A seguir, tem-se a construção e a recepção de narrativas, que inclui uma breve abordagem das narrativas de si e da construção identitária na internet. A investigação empírica é desencadeada por meio de entrevistas semiestruturadas, em que, através da técnica da bola de neve, foram identificados e selecionados dez sujeitos que fazem uso intenso das Histórias. A partir da análise dos dados, evidencia-se cinco características básicas que permeiam toda a construção e o consumo de narrativas nas Histórias: o caráter cotidiano, a efemeridade, o aspecto imagético, o caráter dialógico e o entretenimento. Em termos gerais, processo de construção e consumo de narrativas nas Histórias tanto do Snapchat e do Instagram se dá em uma relação entrelaçada com a esfera cotidiana. Em função dessa relação e das características citadas, detectou-se um tensionamento entre o apelo à espontaneidade e a constante gestão de narrativas nas Histórias

Palavras-chave: Cotidiano; narrativas; efemeridade; Snapchat; Instagram Stories

ABSTRACT

This dissertation aims to understand how the construction and consumption of ephemeral narratives of daily life occur on Snapchat and Instagram Stories. There are technical aspects of both social network services, main properties, as well as their uses and appropriations. In a second moment, pertinent questions are brought to the sphere of the quotidian, as its constitution and the relation of the subject with the world. Next, there is the construction and reception of narratives, which includes a brief approach to narratives of self and identity construction on the internet. The empirical investigation is triggered by means of semi-structured interviews, in which, through the technique of the snowball, ten subjects that make intensive use of the Stories are identified and selected. From the analysis of the data, five basic characteristics that permeate the construction and consumption of narratives in the Stories are revealed: daily character, ephemerality, imagery, dialogical character and entertainment. In general terms, the process of constructing and consuming narratives in both Snapchat and Instagram Stories take place in an intertwined relationship with the quotidian sphere. Due to this relationship and the mentioned characteristics, it finds a tension between the call to spontaneity and the constant management of narratives in the Stories

Keywords: Daily life; narratives; ephemerality; Snapchat; Instagram Stories

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....	24
Figura 2.....	34
Figura 3.....	34
Figura 4.....	35
Figura 5.....	35
Figura 6.....	38
Figura 7.....	41
Figura 8.....	43
Figura 9.....	44
Figura 10.....	50
Figura 11.....	51
Figura 12.....	52
Figura 13.....	53
Figura 14.....	54
Figura 15.....	58
Figura 16.....	58
Figura 17.....	59
Figura 18.....	60
Figura 19.....	62
Figura 20.....	65
Figura 21.....	66
Figura 22.....	67
Figura 23.....	67
Figura 24.....	68
Figura 25.....	70
Figura 26.....	110
Figura 27.....	110

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Tema	16
1.2 Percorso Metodológico: desafios, reconstrução do objeto e justificativa	20
1.3 Estado da Arte	25
1.4 Problema de pesquisa	29
1.5 Objetivos.....	30
1.5.1 Objetivo geral	30
1.5.2 Objetivos específicos.....	30
1.6 Estruturação da dissertação	30
2 O SNAPCHAT E O INSTAGRAM STORIES	33
2.1 Breve Histórico.....	36
2.2 Funcionamento básico	45
2.2.1 Processos materiais.....	45
2.2.2 Snapchat: Primeiras telas.....	49
2.2.3 Snaps: captura da imagem e composição	52
2.2.4 Contatos no Snapchat	59
2.2.5 Snapchat Stories	61
2.2.6 Instagram Stories	64
2.2.7 Instagram Stories: Primeiras telas	65
2.3 Mídia Digital e efemeridade: temporalidades nas Histórias.....	68
2.3.1 Conteúdo efêmero: práticas de compartilhamento	69
2.3.2 Efemeridade e memória nas mídias digitais	72
3 O COTIDIANO	81
4 NARRATIVAS	90
4.1 Experiências pessoais e tempo vivido nas narrativas	91

4.2 Narrativas do Eu: o diário íntimo	99
4.3 Narrativas e construção subjetiva na internet.....	103
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	111
5.1 Técnicas e corpus da investigação qualitativa.....	112
5.2 Estudo piloto e ajustes	116
5.3 Aplicação, desafios e desencadeamentos	119
5.4 Instrumento.....	122
5.4 Perfil dos sujeitos	123
5.4.1 Respondente 1: sexo feminino, 22 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	123
5.4.2 Respondente 2: sexo feminino, 30 anos, Novo Hamburgo, entrevista via Skype	123
5.4.3 Respondente 3: sexo feminino, 26 anos, Novo Hamburgo, entrevista via Skype	124
5.4.4 Respondente 4: sexo masculino, 25 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	124
5.4.5 Respondente 5: sexo feminino, 27 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	124
5.4.6 Respondente 6: sexo feminino, 27 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	125
5.4.7 Respondente 7: sexo feminino, 36 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	125
5.4.8 Respondente 8: sexo feminino, 35 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	125
5.4.9 Respondente 9: sexo feminino, 29 anos, Porto Alegre, entrevista presencial	126
5.4.10 Respondente 10: sexo masculino, programador e desenhista, 29 anos, Porto Alegre	126
5.5 Tópicos de Análise	126
6 ANÁLISE DOS DADOS	128
6.1 Os usos das Histórias.....	128
6.2 Snapchat x Instagram Stories	133
6.3 Processos e elementos na construção de um snap ou publicação.....	143
6.4 Efemeridade e persistência	148
6.5 Proximidade e Intimidade nas Histórias	154
6.6 Entretenimento e Diversão	159

6.7 Vida real, cotidiano e gestão de identidade	164
6.8 Consumo das Histórias	171
6.9 Gestão das narrativas e espontaneidade nas histórias.....	177
6.10 DISCUSSÃO	185
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	195
REFERÊNCIAS	199
APÊNDICE 1: TCLE	206

1 INTRODUÇÃO

De férias, Juliana acorda pela manhã com os raios de sol que entram pela fresta da janela do seu quarto. A primeira coisa que faz ao despertar é tomar o celular – um *smartphone* que repousa ao lado do travesseiro – selecionar a câmera do dispositivo e fazer uma foto da janela ainda fechada. Após fazer a foto, ela a envia a seu grupo de amigas, em uma conversa recorrente em um serviço de rede social acessível também através de seu celular, acompanhada da legenda “bom dia para quem ainda não levantou da cama!”. Em resposta, recebe uma fotografia de Natália, cujo assunto retratado é um computador e uma xícara de café, seguida da legenda “bom dia para quem está trabalhando desde às 9h da manhã”. Uma terceira foto é recebida na conversa em grupo, desta vez de Rafaela, onde se vê um palestrante ao palco, munido de uma apresentação em projeção atrás de si. A descrição da foto de Rafaela diz o seguinte: “bom dia! estou no meu curso”, sucedida por um *emoticon* de sorriso “:).” Juliana, Natália e Rafaela se cumprimentam todas as manhãs em seu grupo em uma rede social. Frequentemente, fazem uso da câmera acoplada ao seu *smartphone* para registrar uma foto daquele momento e enviam as demais. Elas não pretendem guardar de recordação as fotografias tiradas e enviadas. Sem qualquer cuidado técnico, retrataram aquele instante que estavam vivenciando, compartilhando suas perspectivas visuais umas com as outras. Provavelmente, sequer olharão para essas fotos novamente. A imagem retratada daqueles referentes – a janela fechada, a estação de trabalho e um sujeito palestrando – importava menos do que o seu ato de fazer a fotografia e compartilhá-la.

Início o presente trabalho buscando junto ao leitor alguma identificação com o cenário descrito. Embora Juliana, Natália e Rafaela sejam fictícias, suas práticas conversacionais são bastante comuns. Com o auxílio de um dispositivo móvel, nossas conversas são frequentemente preenchidas com imagens que retratam o espaço ocupado e que ilustram nossas narrativas cotidianas pessoais. Mais do que nunca, conversamos com imagens. Capturamos nosso entorno para demonstrar o que estamos fazendo, para explicitar onde estamos, contar com quem estamos; fotografamos nossos rostos, as chamadas *selfies*, para comentar acontecimentos de nosso dia-a-dia ou mesmo para puxar conversa. Ao mesmo tempo, desenvolvemos uma relação diferente com o espaço e o tempo no momento em que podemos registrar o instante imediato do nosso entorno e circulá-lo para outras pessoas em qualquer lugar naquele exato momento. Trata-se de ressignificar as experiências cotidianas, compartilhando-as no instante em que acontecem. O resultado disso é uma enxurrada de imagens digitais que emolduram as experiências diárias do indivíduo da sociedade ocidental.

O panorama atual de distribuição de imagens capturadas e circuladas imediatamente pelas pessoas representa uma reconfiguração na prática fotográfica e na relação das pessoas com seu cotidiano. A tecnologia fotográfica está inerentemente amarrada à prática do compartilhamento (LOBINGER, 2016). Pode-se fazer um paralelo com outras épocas, em que as tecnologias fotográficas, assim como seu acesso e prática, eram distintas. Desde o início do século XX até o princípio da digitalização da fotografia já nos anos noventa, a fotografia pessoal teve como função principal servir de espaço para as memórias e sua produção se dava por pessoas comuns para documentar seus rituais da vida cotidiana (RUBINSTEIN, SLUIS, 2008). Essas fotos tinham caráter altamente privado, expostas para poucos íntimos em porta-retratos nos lares dos indivíduos ou armazenadas em álbuns e caixas, escondidas do público. O compartilhamento da fotografia analógica se dava dessa forma, observando conjuntamente a fotografia ampliada em papel, cuja situação retratada se tornava assunto sobre o qual se desdobrava uma narrativa que adornava aquele instante capturado.

Atualmente, o ato de capturar imagens e circular importa mais do que a imagem em si (LEMOS, 2007; RUBINSTEIN, SLUIS, 2008; MILLER, 2014; JURGENSON, 2014; LOBINGER, 2016). Isso acontece em parte porque cada vez mais as experiências do cotidiano estão pautadas pela presença de dispositivos móveis. Lemos (2007) denominou tais dispositivos de mídia *mobile* como Dispositivo Híbrido Móvel de Conexão Multirrede, ou DHMCM. Essa nomenclatura visa abarcar as características particulares do artefato de comunicação, que é híbrido por agregar diversas funções – como telefone, GPS, câmera fotográfica, processador de texto, entre outras – é portátil, permanece conectado em mobilidade, além de ter acesso à uma gama de redes, como wi-fi, 3G, *bluetooth*, etc. Esses dispositivos representam a ferramenta mais importante de convergência midiática na atualidade (LEMOS, 2007, RUBINSTEIN, SLUIS, 2008). Devido às suas características, reconfiguram práticas sociais de mobilidade informacional, na medida em que, aliando ubiquidade e conectividade, facilitam a produção e portabilidade de textos, fotos, vídeos, sons e os tornam vetores de contato de situações cotidianas (LEMOS, 2007), conectando esferas sociais digitais e físicas (SHROCK, 2015) a qualquer momento. A possibilidade de conexão constante, *always-on* (PELLANDA, 2009), somada à portabilidade desses dispositivos, potencializam a ampla circulação do “aqui” e “agora” das pessoas, que conseguem, por meio do hibridismo da ferramenta, produzir, armazenar e principalmente circular suas vivências imediatas. Essa reconfiguração implica uma fruição estética particular: “Pequenos excertos do dia-a-dia, em mobilidade, disseminados, exploram as potencialidades da portabilidade, da mobilidade, da conectividade e da ubiquidade”. (LEMOS, 2007, p. 33).

Lobinger se refere a esta prática como “fotografia em rede” que, segundo a autora:

se refere à prática de compartilhar fotografias imediatamente após a captura da comunicação visual móvel em tempo real, utilizando, por exemplo, mensagens instantâneas (IM) ou ferramentas ou aplicações de mídias sociais. Com a proliferação da fotografia em rede, o compartilhamento fotográfico tornou-se um ato comunicativo de rotina generalizado. (LOBINGER, 2016, 474)¹

A prática de fazer uma foto “por fazer” e circular foi consolidado pelo aplicativo Snapchat (MILLER, 2014, LOBINGER 2016), que introduz, ainda, um formato de interação por meio da imagem até então inédito: as imagens compartilhadas, sejam elas fotografias ou vídeos, são temporárias. Os chamados “snaps” tomam conta da tela do dispositivo móvel e se autodestroem após um determinado período de tempo. Uma vez que o destinatário visualiza o snap e o tempo limite especificado pelo remetente (de 0 a 10 segundos) houver decorrido, a mensagem desaparecerá. Lobinger (2016), ao destacar formas de compartilhamento fotográfico, enfatiza que o compartilhamento via Snapchat é frequentemente do tipo fático, isto é, está muito mais atrelado ao reforço dos laços sociais, “comunicando por comunicar”, do que para de fato significar algo. Miller (2014) compara a foto realizada através do aplicativo Snapchat a um *emoticon* mais elaborado.

A maior inovação trazida pelo Snapchat foram as *Stories*, formato interacional a que se dedica este trabalho. As *Stories* são um agrupamento de snaps, enviados e exibidos em uma sequência temporal, de forma consecutiva e assíncrona, podendo ser armazenados e exibidos por até vinte e quatro horas. O formato se popularizou e posteriormente o Instagram agregou a função homônima *Stories* à sua plataforma, com funcionamento muito semelhante às *Stories* do Snapchat. Além disso, o mensageiro instantâneo WhatsApp também passou a emular o serviço em seu aplicativo, pelo nome de “Status”; o Facebook Messenger introduziu o “Messenger Day” no aplicativo e o Facebook, da mesma forma, adicionou o Facebook *Stories* à plataforma.

Ao longo deste trabalho, o formato interacional será chamado de “História”, respeitando a tradução para o português adotada pelo Snapchat e Instagram e também como forma de unificar o termo e aplica-lo no contexto de ambas plataformas. As Histórias, portanto, que são compostas por fotos, vídeos capturados pelos usuários, não se organizam em uma *timeline* como nos serviços de redes sociais mais tradicionais. Tal qual um botão de controle remoto que muda de canal, as Histórias são acionadas na tela do dispositivo móvel ao terem o nome do usuário ou foto de perfil tocadas. A partir daí, tomam conta da tela do dispositivo imagens, entre

¹ Tradução da autora: “refers to the practice of sharing photographs immediately after capture in real-time, mobile visual communication, using, for example, instant messaging (IM) tools or social media applications. With the proliferation of networked photography photo sharing has become a pervasive routine communicative act.”

fotografias, vídeos e diversas composições criativas, a serem assistidas em sequência temporal, uma após a outra, na ordem em que foram enviadas. Essa narrativa formada por fragmentos de capturas de experiências cotidianas acaba, também, desaparecendo após o período de um dia. Nesse sentido, parte-se do princípio de que a efemeridade é o principal diferencial das Histórias e também seu atrativo: diferente de outros serviços de comunicação online, cuja publicação de conteúdos fica exposta por tempo indeterminado no perfil do sujeito, as publicações das Histórias não armazenam esse conteúdo, destruindo-o após o tempo de visualização determinado pelo usuário.

É a partir desse panorama, portanto, que se inicia a investigação neste trabalho, que tem por foco as práticas narrativas nas Histórias do Snapchat e do Instagram, buscando compreender a relação entre a efemeridade das imagens, experiências cotidianas e a construção e o consumo de narrativas dessas experiências.

1.1 TEMA

Ao falar da efemeridade das publicações das Histórias, é essencial que se compreenda o conceito de persistência. A persistência é a qualidade relacionada a *affordances*² temporais que designa a acessibilidade das informações. Ela pode influenciar a experiência de usuário em plataformas sociais na medida em que prolonga o acesso às informações sociais (BAYER et al., 2015, p. 2). De acordo com Bayer et al. o compartilhamento de conteúdo persistente “aumenta o tamanho do público potencial e permite que cada membro da audiência visualize os artefatos sociais por um tempo maior e mais frequentemente”³ (2015, p. 2). Um exemplo de como a persistência pode afetar as expectativas e experiências do usuário na interação mediada são as situações de "colapso de contexto" (MARWICK, boyd, 2010) em que os usuários acham difícil decidir quais informações publicar em quais serviços online, visto suas diversas audiências. O conceito de persistência é essencial para que se compreenda as Histórias, objeto empírico de análise deste estudo. O Snapchat foi pioneiro na introdução das Histórias. O aplicativo, nativo da tecnologia mobile, tem toda sua lógica baseada no compartilhamento de fotos e vídeos temporários, que se desaparecem após um determinado período.

² O conceito de *affordances* será trabalhado mais adiante neste trabalho no item 2.

³ Tradução da autora: “increases the potential audience size and allows each audience member to view social artifacts longer and more often.”

O Snapchat foi fundado em 2011, em Stanford, por Evan Spiegel e Bobby Murphy. De acordo com o fundador do aplicativo, Evan Spiegel⁴, a ideia do aplicativo surgiu após ouvir histórias “hilárias” (sic) sobre pessoas desmarcando-se em fotos que consideravam desagradáveis no Facebook, pois não queriam que outras pessoas as vissem. Seu objetivo era proporcionar um espaço de comunicação engraçado e honesto, que rejeita “noções irrealistas de beleza e perfeição”⁵ (SPIEGEL, 2012, online), que são incentivadas por outros aplicativos de compartilhamento de fotos no mercado.

Com a maioria dos aplicativos no mercado anunciando formas como tornar fotos mais bonitas e estilizadas, nós pensamos que era hora de fazer algo diferente. Nós queríamos um lugar para compartilhar *selfies* estranhas e fotos divertidas com nossos amigos.⁶ (SPIEGEL, 2012, online)

Desde seu surgimento, o aplicativo angariou grande popularidade. De acordo com o Pew Internet Research, o Snapchat estava em terceiro lugar em serviço de rede social mais utilizado entre os adolescentes americanos de 13 a 17 anos em 2015 – 41% dos adolescentes americanos que utilizavam *smartphone* em 2015 faziam uso do serviço – atrás somente do Facebook e Instagram⁷. Embora o Snapchat não forneça números, estimou-se, também em 2015, que 8.796 fotos fossem compartilhadas por segundo⁸, totalizando o compartilhamento de mais de 700 milhões de fotos por dia⁹ e ultrapassando o volume de fotos compartilhadas em outros serviços populares como Whatsapp, Instagram e Facebook¹⁰. Entre o total de usuários ativos – que em 2016 superou os 200 milhões¹¹ – 45% são da faixa etária dos 18 aos 24 anos¹². Ainda em 2013, o Snapchat chegou a receber uma proposta de aquisição por parte do Facebook, de 3 bilhões de dólares, que rejeitou¹³. Poucos meses depois, em 2014, a *startup* foi avaliada

⁴ Disponível em: <http://snapchat-blog.com/post/22756675666/lets-chat> Último acesso: 15/06/16

⁵ Tradução da autora: “unrealistic notions of beauty or perfection”

⁶ Tradução da autora: “With most photo apps on the market advertising ways to make photos prettier or more stylized, we thought there was an opportunity to do something different. We wanted a place to share awkward selfies and funny photos with our friends.”

⁷ Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/> Último acesso: 14/06/16

⁸ Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/06/snapchat-supera-whatsapp-instagram-e-facebook-em-volume-de-fotos.html>. Último acesso: 14/06/16

⁹ Disponível em: <http://www.businessinsider.com/a-primer-on-snapchat-and-its-demographics-2014-7?IR=T> Último acesso: 25/06/16

¹⁰ Disponível em: <https://cewe-photoworld.com/how-big-is-snapchat/> Último acesso: 10/06/16

¹¹ Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/06/snapchat-supera-whatsapp-instagram-e-facebook-em-volume-de-fotos.html> Último acesso: 14/06/16

¹² Disponível em: http://comunicadores.info/2016/03/07/infografico-por-que-as-marcas-precisam-estar-no-snapchat/?utm_content=bufferb608f&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer Último acesso: 14/06/16

¹³ Disponível em: <http://tecnologia.ig.com.br/2015-10-23/manda-nudes-afinal-para-que-serve-o-aplicativo-snapchat.html> Último acesso: 14/06/16

em 10 bilhões de dólares¹⁴ e, em junho de 2016, em 16 bilhões de dólares¹⁵, mantendo a posição de sétima *startup* mais valiosa do mundo, segundo o Statista (2016).

Foi em agosto de 2016 que o Instagram introduziu as Histórias em sua plataforma, como uma forma clara de conseguir competir com a popularidade e o crescimento contínuo do Snapchat. O recurso, segundo o blog do serviço, veio como uma forma de permitir ao usuário compartilhar “todos os momentos do seu dia, não apenas os que você quer manter em seu perfil”. O Instagram, pertencente à empresa Facebook, é um serviço de compartilhamento de imagens via dispositivos móveis, em que os usuários capturam fotografias ou vídeos, inserem filtros de cor e publicam e armazenam em seus perfis. As fotografias e vídeos capturados tendem a aparecer na *timeline* de seus seguidores, que podem interagir com elas, atribuindo *likes*, fazendo comentários e ainda marcando outros usuários nos comentários na publicação. Diferente do Snapchat que baseou toda a sua lógica na efemeridade das imagens, o Instagram garante o armazenamento e a persistência das imagens publicadas ali. A ferramenta de Histórias no Instagram oferece, portanto, um recurso alternativo e paralelo de compartilhamento de imagens persistentes. De acordo com o blog da ferramenta, se anteriormente o usuário publicava em sua *timeline* somente imagens que representassem o ponto alto de suas experiências diárias, com as Histórias eles poderiam compartilhar quaisquer momentos do dia “Agora você pode compartilhar seus destaques do seu dia e tudo que está entre eles também”¹⁶.

Seus criadores entendem que a efemeridade das imagens enviadas nas Histórias reduz a necessidade de auto censura; fotos e vídeos que os usuários deixam de publicar em outros serviços de redes sociais devido ao caráter persistente da publicação acabam ganhando espaço em um serviço como o Snapchat ou Instagram Stories. De fato, na pesquisa realizada por Bayer et al. (2015) acerca da relação entre as interações sociais e a efemeridade do Snapchat, as autoras descobriram que os jovens universitários estão interessados em compartilhar momentos do dia-a-dia no Snapchat, “*selfies*” e assuntos considerados por eles engraçados. Dessa forma, muitos interagentes entendem o Snapchat mais como um mensageiro instantâneo do que como um serviço de compartilhamento fotográfico (BAYER et al., 2015).

Conforme ressalta Spiegel, o Snapchat “não se trata de capturar o tradicional momento Kodak”¹⁷, mas sim “sobre comunicar com toda a gama de emoções humanas”¹⁸ (2012, online).

¹⁴ Disponível em: <http://www.wsj.com/articles/snapchat-fetches-10-billion-valuation-140908879> Último acesso: 14/06/16

¹⁵ Disponível em: <http://www.statista.com/statistics/407888/ranking-of-highest-valued-startup-companies-worldwide/> Último acesso: 14/06/16

¹⁶ Disponível em: <http://blog.instagram.com/post/148348940287/160802-stories>

¹⁷ Tradução da autora: “isn’t about capturing the traditional Kodak moment”

¹⁸ Tradução da autora: “about communicating with the full range of human emotion”

Conforme relatado à Forbes pelo empresário¹⁹, "as pessoas estão vivendo com esse fardo enorme de gerir uma versão digital de si mesmos"²⁰ e afirma que esta necessidade de gestão "tirou toda a diversão de comunicar"²¹.

O Snapchat se distingue dos demais mensageiros instantâneos e serviços de redes sociais uma vez que ao invés de texto e/ou vídeo-chamadas, as narrativas acontecem principalmente através de fotografias e vídeos capturados de poucos segundos que ocupam a tela inteira do dispositivo. Esta característica do Snapchat demonstra uma consolidação da função dialógica da imagem em detrimento da função de memória. Da mesma forma, a adoção à lógica das Histórias pelo Instagram – e posteriormente, por outros serviços da empresa Facebook – evidenciam essa função dialógica e reforçam tal papel.

Os usuários, portanto, compõe uma cobertura imediata, fragmentada e assíncrona, através de imagens do seu cotidiano. Assim, a portabilidade do *smartphone* somada ao seu caráter hiperpessoal (WALTHER, 2009), são características fundamentais pelas quais é moldada a transmissão de imagens pelo indivíduo. Essa combinação de características, somadas à crença dos criadores do aplicativo de que a efemeridade das mensagens reduz a autocensura, levanta uma série de questionamentos. Na lógica da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2005) - onde o que não é visto corre o risco de não existir (PRIMO *et al.*, 2015) – o uso do *smartphone*, unido a uma cultura que fetichiza a exibição, provoca essa emergência que vemos do alto consumo e compartilhamento de experiências cotidianas e também, muitas vezes, privadas. Nesse sentido, busca-se aqui compreender que processos envolvem a construção e consumo dessas narrativas imagéticas efêmeras – ou seja, pouco persistentes – compartilhadas nas Histórias e como se relacionam com a esfera cotidiana dos sujeitos. A partir dessa problemática, objetiva-se contribuir para a reflexão acerca de como situações da vivência cotidiana dos sujeitos são cada vez mais transmitidas através dos serviços de redes sociais e dos dispositivos móveis, ao passo que tais dispositivos se introduzem como suporte para a constituição da esfera cotidiana atualmente.

¹⁹ Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/jjcolao/2012/11/27/snapchat-the-biggest-no-revenue-mobile-app-since-instagram/#53b10bdd3ac1> Último acesso: 15/06/15

²⁰ Tradução da autora: "People are living with this massive burden of managing a digital version of themselves"

²¹ Tradução da autora: "It's taken all of the fun out of communicating."

1.2 PERCURSO METODOLÓGICO: DESAFIOS, RECONSTRUÇÃO DO OBJETO E JUSTIFICATIVA

Para a apresentação do tema pelo qual se desdobra esta investigação, é imprescindível que se contextualize, logo no princípio, como se deu todo o percurso metodológico para a realização deste trabalho. Esses esclarecimentos são essenciais para que se compreenda o desenvolvimento da pesquisa, visto que, como há de se perceber ao longo da leitura, esta dissertação sofreu uma atualização estratégica nos objetivos inicialmente apresentados no projeto de qualificação. O que segue, portanto, é um relato prático do percurso investigativo, que envolve a construção do objeto empírico e as devidas justificativas.

Em 2016, as investigações para esta dissertação se iniciaram motivadas por inquietações acerca das interações que aconteciam no âmbito no Snapchat, aplicativo que inaugurou e popularizou a troca de imagens que desaparecem após certo período. No começo do citado ano, o Snapchat encontrava-se em processo de ascendente popularidade e constantes atualizações, sendo frequentemente mostrado em pesquisas como um dos serviços de redes sociais com maior número de imagens compartilhadas diariamente. A ampla adoção pelo aplicativo se mostrou, sem dúvidas, algo a ser observado nos estudos associados à cibercultura. Os números que o Snapchat alcançou, apresentados neste item 1 do trabalho, evidenciam que sua popularidade se compara, inclusive, a outros grandes serviços de redes sociais que seguem sendo discutidos nesse campo. Ainda em 2014, a quantidade de imagens diárias enviadas pelo Snapchat superou a de outros serviços bastante reconhecidos pela circulação de imagens, como Facebook, WhatsApp e Instagram, com mais de 700 milhões de snaps trocados por dia, entre fotos e vídeos.

Além disso, o Snapchat vem se mostrando tema incipiente em trabalhos acadêmicos, conforme apontado no estado da arte apresentado anteriormente. Ainda assim, sua recente emergência pode ser a causa de ainda não haver investigações científicas que abordem o Snapchat como objeto empírico. Esse número é ainda menor no Brasil. Nenhuma dissertação ou tese, até o momento da entrega deste trabalho, foi encontrada sobre o tema. Vale ressaltar ainda que nenhum dos trabalhos encontrados analisa as Histórias do aplicativo, objeto de observação que motiva este trabalho. O ineditismo desse tema se mostrou, também, como fator mobilizador para o engajamento nesta investigação.

As reflexões acerca das interações via aplicativo emergiram com meu ingresso no Laboratório de Interação Mediada por Computador (LIMC). As pesquisas que viemos a realizar ao longo do período de 2015 e 2016 no LIMC estavam associadas aos fluxos conversacionais

que escorriam por um espectro de diversos serviços e dispositivos, parte de uma pesquisa mais ampla que busca compreender a manutenção dos relacionamentos atuais através e por causa desses serviços e dispositivos. Nesse sentido, houve, em reuniões do grupo de pesquisa, discussões advindas da curiosidade acerca do Snapchat, serviço que introduziu e popularizou o formato de interação que, até então inédito, é a produção e a circulação de imagens efêmeras. Percebe-se aqui, portanto, a aproximação desse recente formato de interação com a pesquisa que já vem sendo realizada pelo LIMC, na linha de pesquisa Informação, Redes Sociais e Tecnologias.

Os esforços empregados para a realização deste trabalho envolveram também motivações pessoais da pesquisadora. Minha aproximação com o aplicativo se deu em 2013, alguns meses após eu obter meu primeiro *smartphone* Android. Foi fácil me tornar *heavy user* do Snapchat, visto que eu já utilizava com frequência imagens feitas com a câmera do meu *smartphone* para me comunicar com meus amigos; minhas experiências se assemelham muito às práticas descritas na Introdução (item 1) deste trabalho. Fotografava e filmava motivos dos mais diversos, porém que não tinham significado especial para a maioria das pessoas que as visualizassem isoladamente e fora do contexto em que se dava aquela comunicação. Igualmente, recebia imagens do gênero dos meus contatos. Evidentemente, me relacionava com esses registros de forma diferente com que me relacionava com registros feitos como a minha câmera fotográfica. As fotos tiradas com o *smartphone* faziam sentido somente se enviadas naquele momento, em que aquela ocasião se tornava assunto de uma conversa que ocorria em concomitância com a situação, sendo parte dela. Por adquirir o costume de conversar com imagens, o Snapchat logo se tornou o serviço de rede social que mais utilizei durante certo período, em especial devido aos seus recursos, possibilidades de customização e facilidade em consumir imagens semelhantes dos contatos que sigo. Ademais, a efemeridade das imagens trocadas de forma assíncrona permitia uma interação descompromissada em termos de conteúdo e estéticos, em minha opinião pessoal, tendo em vista que a imagem capturada se autodestruiria determinado período depois.

Nesse sentido, percebi que houve uma modificação em minha relação com esse registro fotográfico feito pelo *smartphone* quando passei a utilizar imagens efêmeras para me comunicar, semelhante ao que ocorrera com minhas experiências cotidianas, que entendo que foram de certa forma com a aquisição e utilização do *smartphone*. Entendendo que me considero adicta ao uso do *smartphone* e em especial ao registro de imagens possibilitado por ele, encontro por meio deste trabalho uma maneira de compreender melhor essa relação que tenho com os dispositivos móveis e com as conexões por ele possibilitadas.

O projeto de dissertação foi, portanto, qualificado no princípio de novembro de 2016, com o título “Narrativas Efêmeras do Cotidiano no Snapchat”. No projeto apresentado, me comprometi com objetivos que envolvessem as interações que ocorriam no Snapchat, compreendendo como os usuários apropriavam-se do aplicativo para construir e consumir narrativas diariamente. Meu escopo estava voltado às narrativas de práticas cotidianas dos sujeitos comuns, construídas e consumidas por meio da combinação do *smartphone* e suas facilidades e das oportunidades e recursos que o Snapchat oferece em sua interface.

Ainda em agosto de 2016, após frequentes tentativas do Facebook de superar o Snapchat – fosse desenvolvendo aplicativos semelhantes ou fazendo ofertas de compra ao Snapchat - foi lançado pelo Instagram um recurso dentro da plataforma bastante semelhante à lógica de funcionamento do Snapchat: o Instagram Stories. As *Stories* do Instagram emulam, tanto em nomenclatura, quanto em aspectos técnicos, as *Stories* do Snapchat. O recurso foi introduzido na tela principal do Instagram, permitindo que os usuários publicassem e visualizassem imagens de forma alternativa à *timeline* do aplicativo, que as armazena nos perfis, como estavam acostumados. Os ícones no topo da tela indicavam o acesso às imagens efêmeras, que abriam quando o usuário tocasse no ícone do perfil escolhido, ocupando a tela do *smartphone* com a exibição sequencial dessas imagens, cada uma com duração de até quinze segundos.

O surgimento do Instagram Stories, conforme apresentei no projeto de qualificação, apenas ratificava a eficiência do formato de interação inaugurado pelo Snapchat e comprovava a relevância das narrativas efêmeras de caráter imagético que vinham sendo compartilhadas em seu ambiente. Com o projeto qualificado, passei a me dedicar ao início dos procedimentos metodológicos empíricos da investigação, que envolviam a seleção de sujeitos que fizessem uso intenso do Snapchat, por meio da técnica da bola de neve, para a realização de uma entrevista semiestruturada. Os critérios de seleção, assim como técnicas aplicadas no procedimento empírico serão abordados com maior minúcia no capítulo de procedimentos metodológicos (item 5) deste trabalho. Adianto brevemente aqui, porém, dada a relevância para a discussão que segue, algumas dessas informações.

Desde o princípio do trabalho, objetivou-se entrevistar sujeitos para compreender, a partir de sua própria visão acerca de suas práticas relacionais, como eles percebiam a construção e o consumo de narrativas efêmeras do cotidiano no Snapchat. Julgou-se que os sujeitos selecionados deveriam fazer uso frequente do serviço, o que incluía abrir e visualizar Histórias dos usuários ao menos uma vez por dia e, no caso da construção de narrativas, publicassem ao menos três snaps por semana. Ao apropriar a técnica da bola de neve (PATTON, 2002) para este estudo, o sujeito entrevistado deve, considerando os critérios de seleção, identificar outro

sujeito que utilizasse o aplicativo para ser convidado a participar da entrevista. Este outro sujeito, por sua vez, indicaria um terceiro sujeito, que indicaria um quarto e assim por diante. Uma das vantagens desta técnica é que usuários que estão inseridos e interagem nas redes do Snapchat são capazes de identificar outros que também o fazem.

As entrevistas iniciaram ao longo de novembro do mesmo ano e se estenderam durante os meses de dezembro, janeiro e fevereiro. E, em todas elas, o Instagram Stories foi mencionado. Mesmo com questionamentos acerca do Snapchat, a cada nova sessão de entrevista realizada, a reflexão acerca do Instagram Stories e sua comparação com o Snapchat aumentava. No princípio da coleta de dados, não houve dificuldade por parte dos sujeitos de identificarem outros usuários que utilizassem o Snapchat de forma intensa. Percebeu-se, ao longo das quatro primeiras entrevistas, que os usuários construíram uma rede sólida no Snapchat e mantinham a utilização das Histórias somente neste serviço. Entretanto, foi a partir da sexta entrevista, conforme mostra a Figura 1, que a relevância do Instagram Stories tomou uma proporção inesperada no discurso do sujeito, uma vez que, mesmo tendo sido indicado por fazer uso intenso do Snapchat e por utilizar termos típicos daquele ambiente – como “snaps” – o sujeito afirmou que já havia excluído o aplicativo há meses. Em meio a entrevista, o sujeito revelou que tudo o que estava falando era referente, principalmente, ao Instagram Stories, visto que era o aplicativo que estava utilizando no momento, porém que cabia, da mesma forma, ao seu antigo uso do Snapchat. A entrevista seguiu até o final e os questionamentos feitos a partir daquele ponto acabaram envolvendo os dois serviços. Já na entrevista anterior, a quinta, o sujeito entrevistado afirmou que fazia uso de ambos os aplicativos diariamente, porém percebia que sua utilização do Instagram Stories vinha aumentando gradualmente. No momento da entrevista, o sujeito revelou que, naquele momento, acessava o Instagram Stories mais vezes ao dia do que acessava ao Snapchat.

Foi em meio ao desenvolvimento da investigação empírica deste trabalho, portanto, que foi detectada a relevância do Instagram Stories como ambiente para a construção e consumo das narrativas efêmeras do cotidiano. Nos discursos dos sujeitos, ficou evidente um movimento de migração entre uma plataforma e outra. Um movimento corrente, que acontecia naquele momento e que eles mesmos declararam reconhecer em suas falas. Após a sexta entrevista, o sujeito deveria identificar um usuário que fizesse uso do Snapchat para dar seguimento na cadeia de entrevistas, porém ele não soube identificar outro usuário que ainda reunisse os critérios de seleção. Ora, uma das principais características da bola de neve é, partindo de um sujeito que detenha conhecimento acerca de um determinado assunto, contar que este sujeito saiba identificar outro que também possa conceder informações acerca do assunto referido.

Como o sexto sujeito entrevistado já não fazia mais uso do Snapchat e não pertencia mais àquele ambiente, ele não saberia identificar usuários que fazem uso diariamente da ferramenta.

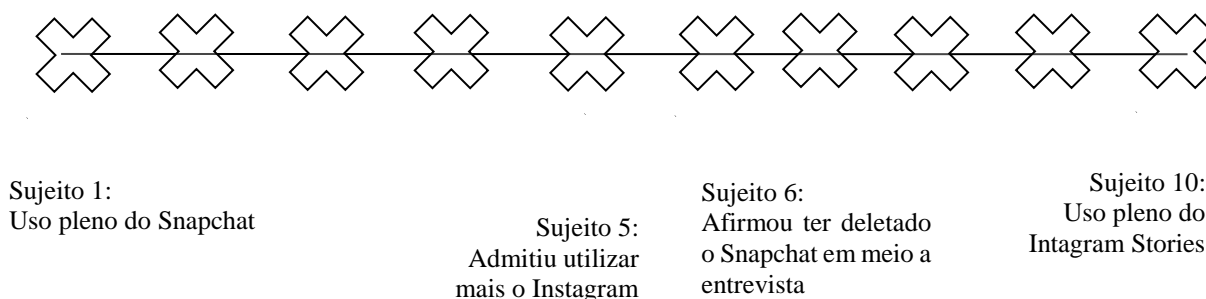


Figura 1: Linha de entrevistados e a migração entre aplicativos.

Diante desse percalço e considerando o que foi sendo percebido ao longo da investigação empírica, os objetivos desta dissertação foram atualizados. Dali em diante, passou-se a considerar, também, as narrativas efêmeras do cotidiano compartilhadas no Instagram Stories. Ainda que manter apenas o Snapchat como objeto de estudo empírico traria, certamente, avanços no campo da cibercultura, não se poderia ignorar o que vinha sendo dito nos discursos das entrevistas já feitas. Mais do que isso, não se poderia ignorar esse movimento de migração real que vinha e vem, de fato, acontecendo. Entende-se aqui que a investigação social precisa acompanhar o real enquanto ele acontece. Portanto, a escolha da atualização dos objetivos apresentados inicialmente foi, mais do que qualquer coisa, estratégica e em respeito ao caráter emergente da pesquisa. Viu-se aqui uma oportunidade de retratar tal movimento de migração em meio à sua emergência e, assim, fazer uma contribuição ainda maior para o campo. Trata-se de não limitar as narrativas efêmeras do cotidiano a uma única plataforma, mas buscar entender sua construção e consumo para além desses limites, de forma transversal.

Nesse sentido, o que segue é uma dissertação que iniciou com o foco nas interações que ocorriam em uma plataforma, o Snapchat, mas que, em meio ao que foi detectado na investigação empírica, optou-se por ampliar a discussão para as interações que ocorrem também no Instagram Stories. Será possível perceber, ao longo da leitura deste texto, certo desequilíbrio na abordagem entre os dois serviços, com foco maior no primeiro do que no segundo. Este desequilíbrio pode ser explicado devido ao tempo dedicado para a reunião de material e reflexão acerca de um e de outro, considerando que o esforço e projeto inicial foram inteiramente dedicados ao Snapchat. Além disso, não se pode esquecer que foi o Snapchat que inaugurou a lógica narrativa presente nas Histórias, algo que foi somente anos depois introduzido na

plataforma do Instagram. Como pioneiro e ainda em posição relevante e emergente em termos de ambiente de interações sociais online, o Snapchat acaba recebendo destaque orgânico neste trabalho. Mesmo diante desse possível desequilíbrio, optou-se por ampliar esta discussão de modo que o Instagram Stories pudesse ser debatido, já que seu crescimento, e até mesmo abandono do Snapchat em alguns casos, foi detectado no estudo empírico. Nesse sentido, apesar do risco em ampliar-se o escopo do projeto, entendeu-se que seria uma forma de respeitar a fluidez do real e narrar o fenômeno em emergência.

Dando sequência aos acontecimentos externos fortemente ligados ao tema desta pesquisa e que permearam seu desenvolvimento, ressalta-se o surgimento de lógicas de interação semelhantes às Histórias nos demais serviços de redes sociais integrantes da empresa Facebook. Após a implementação das *Stories* no Instagram, o mensageiro instantâneo *mobile* WhatsApp passou oferecer o recurso Status, que simula o funcionamento das Histórias e permite que o usuário publique narrativas efêmeras para todos os seus contatos do WhatsApp. Meses depois, foi lançado também o Messenger Day para o aplicativo *mobile* Facebook Messenger e, poucos dias depois, o Facebook Stories, para usuários do aplicativo *mobile* do Facebook. O lançamento de “*Stories*” em todos os serviços de redes sociais do Facebook revela claramente o potencial interacional das narrativas efêmeras de caráter imagético, o que, mais uma vez, justifica a importância deste estudo para o campo da cibercultura e da comunicação. Esse lançamento revela também a forma combativa como a empresa Facebook enfrenta serviços de redes sociais concorrentes. Após tentar competir com o Snapchat com o aplicativo *Poke*, em 2012, e tentar a adquirir a Startup, em 2013, Mark Zuckerberg engajou-se em uma busca declarada para destruir o Snapchat, situação que será melhor descrita mais à frente neste trabalho. Vale ressaltar que somente as Histórias no Snapchat e no Instagram foram observadas, visto que a inserção do Status, do Messenger Day e do Facebook Stories ocorreu após a investigação empírica deste trabalho já estar finalizada. O surgimento de diversos sistemas de interação que permitem o compartilhamento de narrativas efêmeras de caráter imagético, entretanto, reafirma a importância de se fazer uma análise transversal das Histórias em mais de um serviço.

1.3 ESTADO DA ARTE

Após os esclarecimentos acerca da reconstrução do objeto a que se dedica esta investigação e justificativas acerca da relevância deste estudo, o que segue nesta sessão é um

breve estado da arte a fim de se verificar o que já foi investigado sobre o tema proposto. O estado da arte feito inicialmente, ainda para o projeto de qualificação dedicou-se inteiramente a buscar trabalhos acerca do Snapchat. Até o momento do fechamento desta sessão, nenhum trabalho de pós-graduação foi encontrado no Banco de Teses e Dissertações da CAPES que envolvesse o Snapchat. A busca se deu pela palavra-chave “Snapchat”, porém nenhum trabalho foi encontrado. Da mesma forma, buscando atualizar este estado da arte, procurou-se também por trabalhos com abordagens ao Instagram Stories. Embora existam diversos trabalhos que abordem o Instagram, nenhum com foco nas Histórias, provavelmente devido ao seu lançamento recente.

Ainda assim, foram encontrados, através de uma busca no Portal de Periódicos da CAPES, alguns trabalhos publicados em periódicos, artigos e comentários, que centralizam suas análises no Snapchat. Esta verificação foi essencial tanto para circunscrever e assimilar um dos objetos empíricos do trabalho, quanto para perceber a ainda escassa pesquisa sobre as Histórias. Houve uma busca também sobre Instagram Stories no Portal de Periódicos da CAPES e também no Google Scholar, porém, nenhuma publicação científica que abordasse às Histórias no Instagram foi encontrada.

Nesse sentido, o que segue é uma breve descrição da abordagem das publicações encontradas que também munirão, ao longo deste trabalho, a argumentação em torno do Snapchat e das Histórias.

Len e Mazzilli (2015) abordam a construção de identidade do Snapchat por meio do envio de imagens efêmeras através dos dispositivos móveis. Para as autoras, essa construção condiz com a liquidez de Bauman e ressaltam que a efemeridade é o principal diferencial do Snapchat em comparação com outros serviços de redes sociais. A efemeridade atribui certo valor à imagem no momento em que, partindo de uma perspectiva econômica, o tempo de sua apreciação é escasso. Isto é, após o tempo decorrido, a imagem desaparece para sempre e por isso, no momento em que o sujeito se dispõe a visualizá-la, ele “aproveita ao máximo” a oportunidade de consumo da imagem. Nesse sentido, as autoras defendem que o uso do aplicativo envolve um “jogo de poder” entre os interagentes, visto que o remetente da imagem tem a possibilidade de definir o tempo em que ela será exibida aos receptores, possuindo então certo “controle” sobre a maneira como ela será consumida. A publicação limita-se, entretanto, em abordar apenas o envio de snaps diretamente entre os usuários, sem considerar as Histórias. Além disso, a relação entre efemeridade das imagens e a construção de uma identidade não se mostrou clara, apesar do título do trabalho, que se limitou a descrever identidades do sujeito

pós-moderno e a lógica de funcionamento do aplicativo, não aprofundando nos efeitos dessa relação.

Em um segundo artigo brasileiro, Monteiro e Mazzilli (2016) analisam uma ferramenta específica do Snapchat, as *Live Stories*, tratando-as como uma pasta compartilhada de registros de vida. As *Live Stories* são uma série de vídeos e fotos, compartilhadas por usuários, selecionada por funcionários do aplicativo, sobre algum evento específico para exibição na rede durante 24 horas. As autoras refletem acerca do uso das redes sociais como plataformas que viabilizam dinâmicas de construção identitária, além de especificar o funcionamento do Snapchat, por meio de capturas de tela que detalham a interface do aplicativo. O artigo, entretanto, não levanta considerações acerca do uso das *Live Stories* para a construção identitária dos sujeitos, limitando-se apenas à descrição das *Live Stories*.

Darcie e Gobbi (2015) ressaltam aspectos culturais e emotivos que tangem a relação ídolo-fã e o intenso compartilhamento de imagens na sociedade pós-moderna. A análise das autoras aborda como essa relação vem ganhando novos formatos, colocando em pauta novas ferramentas de conexão, como o Snapchat. A proposta do estudo se mostra interessante, porém o artigo não traz contribuições sólidas acerca de como a relação ídolo-fã se dá no ambiente do Snapchat, tampouco preocupa-se em explorar por que o aplicativo vem ganhando destaque nesse tema – problemáticas apontadas no resumo como foco de abordagem.

Alguns trabalhos internacionais também foram encontrados. Roesner et al. (2014) obteve respostas por meio de questionário de 127 adultos, todos usuários do Snapchat, para descobrir sobre o que as pessoas gostavam de conversar através do Snapchat, visto que a efemeridade das imagens pode evocar a ideia do envio de conteúdo sensível e íntimo. Apesar do apelo à intimidade associado ao aplicativo ter motivado a investigação, a maioria dos respondentes afirmou não enviar conteúdo dito sensível através da plataforma. A pesquisa evidenciou que o conteúdo enviado, principalmente, tem cunho divertido, casual e momentâneo, cujo envio via Snapchat seria mais “socialmente aceito”, como o fato de não configurar spam, por exemplo (ROESNER et al., 2014). A publicação certamente trouxe avanços para a discussão, na medida em que consegue desmistificar a relação do Snapchat com a troca de conteúdo íntimo, como envio de nudes e sexting. Seu foco, entretanto, está em retratar envio de snaps diretamente entre os usuários e não há qualquer citação às Histórias.

Chateris et al. (2014), em sua publicação, faz uma revisão do discurso dos adolescentes da Oceania em meio a serviços que chamam de “mídia efêmera”. O comentário baseia-se somente em uma recuperação bibliográfica, destacando discursos de representação de si e construção de identidade dos adolescentes e jovens, com foco especialmente na construção dos

discursos da sexualidade, através da perspectiva de Foucault. A relação que faz com o Snapchat, nesse sentido, é a de que o aplicativo empodera os adolescentes e dá-lhes controle desses discursos, devido ao caráter efêmero e privado do aplicativo. Os autores ressaltam, ao final, que o tema é rico e merece explorações mais aprofundadas.

UTZ et al. (2015) vem de uma perspectiva da psicologia e questiona, em seu trabalho, se o Snapchat provoca mais ciúmes do que o Facebook em seus usuários, fazendo uma comparação dos seus usos, visto a frequente ligação do Snapchat ao envio de mensagens íntimas. Através de um questionário espalhado por meio do Snapchat, Facebook e Twitter, e respondido por 77 indivíduos que utilizavam os dois serviços, UTZ et al. (2015) conclui que o Facebook, por ter um caráter mais público que o Snapchat, provoca mais ciúmes de seus parceiros nos usuários. Além disso, a pesquisa descobriu que, assim como o Facebook, a procrastinação e distração foram os motivos mais populares para o uso do Snapchat. A abordagem e o método certamente avançam na discussão do Snapchat, em especial por trazer comparações com outros serviços.

Billings et al. (2015) analisa, através da perspectiva dos usos e apropriações, as motivações pelas quais os fãs de esporte utilizam o Snapchat para compartilhar fotografias e vídeos relacionadas a eventos esportivos. Os autores partem da inquietação de que o Snapchat já se tornou o serviço de rede social mais utilizado para o compartilhamento de tal conteúdo, juntamente com Facebook – e à frente do Twitter e Instagram.

A pesquisa realizada por Bayer et al. (2015) coincide com as pesquisas anteriores acerca dos usos que as pessoas fazem do Snapchat. O objetivo das autoras era entender as experiências sociais e emocionais dos estudantes universitários no Snapchat, em geral comparando-as com experiências em outros serviços digitais de interação. Num primeiro momento, ressaltam características acerca do funcionamento do Snapchat e contextualizam princípios do seu funcionamento. Num segundo momento, empreenderam, portanto, uma pesquisa de duas fases, em que coletaram dados por meio de questionários e, posteriormente, realizaram entrevistas em profundidade com os usuários. Concluíram que jovens universitários estão interessados em compartilhar momentos do dia-a-dia no Snapchat, “*selfies*” e assuntos engraçados. Seus resultados determinaram que as interações tendem a ocorrer entre laços estreitos e são vistas como mais agradáveis do que mensagens de texto, e-mail e Facebook – mas muito menos agradáveis do que interações face-a-face – e geralmente estão associadas a bom humor e positividade. Entretanto, as interações na plataforma parecem proporcionar menos apoio do que as interações feitas pessoalmente, por chamada de áudio, por mensagem de texto, e-mail ou Twitter. Os tópicos conduzidos pelo estudo certamente colaboraram para a presente

investigação e motivaram a ampliação de discussões que iniciam por ali, como a utilização do serviço para interações voltadas ao humor e ao cotidiano. O estudo foca no envio de snaps diretamente entre participantes e não analisa as Histórias

Piwec e Joinson (2015) utilizaram da memória dos respondentes de sua pesquisa online para obter informações sobre os detalhes específicos de a última imagem ou vídeo de cada participante enviados e recebidos via Snapchat. Os autores descobriram, assim como nas pesquisas aqui já descritas, que os usuários principalmente compartilham “*selfies*” combinados com texto e outras customizações na imagem que o aplicativo possibilita. Além disso, realça que as interações por meio do Snapchat visam a manutenção de laços fortes. Os autores, entretanto, não abordam as Histórias e tratam o Snapchat meramente como um mensageiro instantâneo visto o foco na troca de snaps diretos.

Como é possível verificar, pouquíssimos trabalhos que exploram o Snapchat como tema de pesquisa foram publicados até o momento. Destaca-se ainda que somente um artigo internacional aborda brevemente a ferramenta de Histórias do Snapchat e um outro, nacional, as *Live Stories*. Todos os outros analisam somente a ferramenta de envio direto de snap entre os usuários. Essa ausência de pesquisas no campo certamente baliza a relevância de trabalho com foco no tema, como este se propõe.

1.4 PROBLEMA DE PESQUISA

Após a breve introdução ao tema, chegamos à problematização proposta por este trabalho, que se traduz no seguinte questionamento: *como se dá a construção e o consumo de narrativas do cotidiano nas Histórias do Snapchat e do Instagram?*

A compreensão visada aqui é como o sujeito conduz a construção de narrativas próprias e as compartilha, ao passo que também as consome. Nesse seguimento, não se espera aqui avaliar tais narrativas através de um viés da semiótica, fazendo de seus elementos objetos de análise. O que se pretende compreender com este trabalho é como o sujeito percebe tal construção, compartilhamento e consumo e, a partir da sua visão, entender os rumos narrativos transmitidos através das Histórias.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo geral

O objetivo geral do presente trabalho, seguindo o escopo de investigação apresentado no item 3, pode ser sintetizado em: *investigar como se dá a construção e o consumo de narrativas efêmeras do cotidiano nas Histórias do Snapchat e do Instagram.*

1.5.2 Objetivos específicos

- a) Avaliar os diversos usos que as pessoas fazem das Histórias em suas práticas cotidianas;
- b) Examinar como as *affordances* do serviço Snapchat e do Instagram Stories participam da construção e do consumo de narrativas do cotidiano;
- c) Refletir acerca da efemeridade nas narrativas cotidianas na contemporaneidade;
- d) Compreender as apropriações e usos táticos das Histórias para a construção e consumo de narrativas efêmeras.

1.6 ESTRUTURAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

A estruturação deste trabalho se dá principalmente em duas partes. A primeira delas trata de um levantamento teórico que dá embasamento para a compreensão dos elementos que tangem o problema e os objetivos da pesquisa. A segunda parte reúne toda a discussão empírica, envolvendo os procedimentos da investigação e o debate em torno dos dados coletados, resgatando proposições do referencial para a realização da análise.

Considerando, então, a parte que envolve o referencial teórico, o primeiro capítulo desta dissertação dedica-se a uma aproximação com os objetos empíricos, tanto o Snapchat quanto o Instagram Stories. Neste capítulo, faz-se um breve levantamento do histórico de ambas ferramentas, com destaque, em especial, a evolução do Snapchat enquanto plataforma, visto que, como já explicado anteriormente, foi por onde esta investigação teve início e traçou os primeiros parâmetros de pesquisa. A abordagem do histórico dos serviços é importante justamente por evidenciar as constantes investidas da empresa Facebook em vencer a concorrência mercadológica com o Snapchat, seja por meio de lançamentos de aplicativos, seja

por ofertas de aquisição *dastartup*. No andamento do capítulo detalha-se também as interfaces de ambos ambientes e descreve-se seu funcionamento básico e busca-se uma aproximação com o aspecto efêmero das narrativas publicadas nas Histórias. Os principais autores trabalhados são Jurgenson (2014), Lobinger (2016), Thrift (2005), Fragoso et al. (2012), Bayer et al. (2015) RUBINSTEIN, SLUIS (2008), MARWICK, boyd (2010), Bazin (1991) e Chun (2008).

O segundo capítulo trata de uma aproximação com elementos que constituem a esfera cotidiana dos sujeitos, como mediações, objetivações, e a compreensão de como se dão as táticas prosaicas dos sujeitos para subverter as lógicas da produção de representações simbólicas em seu processo de recepção. A estruturação do referencial teórico deste capítulo se dará por uma aproximação das construções de Michel de Certeau (1998) e Agnes Heller (1992) e Thompson (2008).

O terceiro capítulo reúne uma discussão acerca da narrativa. Busca-se uma aproximação inicial com o narrador de Benjamin (1985) e o capítulo segue em uma análise da narrativa e do tempo, por meio da tríplice mimese de Ricoeur (1994), pertinente na medida em que se relaciona com a efemeridade das narrativas compartilhadas por meio das História. O capítulo ainda busca trazer brevemente uma discussão acerca das narrativas de si nos diários íntimos e da construção de representações de si em narrativas na internet. Além dos autores mencionados, a discussão envolve Eco (1994), Schittine (2004), Maffesolli (2001; 2003), Primo (2010), Debord (2005), Sibilia (2008; 2011; 2015), Recuero (2008), Goffman (2002), entre outros.

É no quarto capítulo que se inicia a parte empírica deste trabalho com a descrição dos procedimentos metodológicos qualitativos adotados. Conforme será visto, o procedimento a que se dedica esta dissertação é de perspectiva qualitativa e envolveu a aplicação de entrevistas semiestruturadas em sujeitos identificados selecionados por meio da técnica da bola de neve que utilizam as Histórias do Instagram e do Snapchat diariamente. Desafios, percalços e estratégias que emergiram ao longo da investigação empírica, assim como relatos da aplicação técnica e detalhamento da reconstrução do objeto de pesquisa deste trabalho são discutidos neste capítulo.

Por fim, no quinto capítulo tem-se a discussão que se desenvolveu a partir da coleta de dados obtida por meio das entrevistas semiestruturadas. Os dados foram separados por tópicos temáticos de forma a facilitar a abordagem da discussão, evidenciando assuntos que emergiram nos discursos dos sujeitos e debatendo-os com base com o que foi exposto no referencial teórico apresentado nos capítulos anteriores. Após a discussão de cada tópico, há, ao final, uma sessão final que reúne as principais percepções e características acerca do compartilhamento de

narrativas nas Histórias, assim como tensionamentos e problematizações que surgiram a partir das entrevistas.

2 O SNAPCHAT E O INSTAGRAM STORIES

Como relatado, ao longo do percurso da investigação empírica viu-se a necessidade de atualizar os objetivos da dissertação e expandir o escopo do trabalho, incluindo, além das narrativas que ocorrem no âmbito do Snapchat, as narrativas compartilhadas no Instagram Stories. Este capítulo foi inicialmente escrito para descrever histórico, funcionamento e demais particularidades do Snapchat. Tendo em vista a ampliação do escopo, acrescentou-se posteriormente informações relevantes para a compreensão da interface do Instagram Stories. Nesse sentido, é importante que se esclareça que pode ser percebido um desequilíbrio no que tange as informações discutidas sobre um aplicativo e outro no andamento da leitura, dadas as circunstâncias no desenvolvimento do trabalho.

Apesar disso, reitera-se a importância de se observar o Snapchat, visto que foi o aplicativo que deu início às interações por meio de imagens efêmeras. Da mesma forma, as Histórias surgiram como uma inovação proposta e consolidada pelo Snapchat, que só depois foi, de forma muito semelhante, introduzida ao Instagram. Ademais, vale ressaltar que a quantidade de trabalhos que abordam o Instagram é incontavelmente superior ao número de trabalhos que se debruçaram a observar o Snapchat, o que também serve para justificar a ênfase que será percebida no Snapchat neste capítulo. Finalmente, abordagem que concerne o Instagram neste trabalho está focada unicamente no recurso de Histórias do serviço, excluindo, na medida do possível, dinâmicas que envolvam a *timeline* e a captura de imagens destinadas ao armazenamento dos perfis dos usuários. O objetivo do que se segue neste capítulo é, também, poder traçar alguns pontos em comum aos recursos das Histórias.

Como mencionado anteriormente, o Snapchat é um serviço que permite o compartilhamento de imagens com duração limitada, isto é, pouco persistentes. A lógica de funcionamento é simples: o indivíduo captura o momento, sendo essa captura uma foto ou um vídeo, insere legendas, emojis, filtros de cor ou desenhos (os *doodles*), e o compartilha com seus contatos. Após determinado período, a imagem compartilhada desaparece.



Figura 2: Logotipo do Snapchat

Fonte: <https://cdn.worldvectorlogo.com/logos/snapchat.svg>

A captura no Snapchat é chamada de snap, que pode ser uma foto ou um vídeo, feitos geralmente com a câmera do dispositivo móvel. Durante a confecção do snap, o usuário estipula o tempo de duração em que a imagem toma conta da tela do dispositivo, podendo ser de 1 a 10 segundos. Os snaps que o usuário compartilha são acumulados em uma sequência e exibidos um após o outro, como fragmentos emendados que juntos conformam narrativas. Na Figura 2 pode-se observar uma sequência de cinco snaps – selfies combinadas com legendas – e na Figura 3 uma sequência de quatro snaps – fotos, contendo texto em uma delas. O momento em que a História é acionada, cada uma delas ocupa toda a tela do dispositivo móvel durante o período de segundos estipulado. Após o término do período, a imagem seguinte ocupa a tela, seja ela uma foto ou um vídeo, que também dura por até 10 segundos. As publicações feitas com o Instagram Stories se assemelham muito aos snaps e o funcionamento é idêntico. O período de duração das imagens, entretanto, é fixo: as fotos duram 5 segundos na tela e os vídeos duram até 20 segundos.



Figura 3: Sequência de snaps de fotos. O snap ocupa a tela inteira do dispositivo móvel pelo período estipulado. Após esse período, dá lugar ao próximo.

Fonte: <http://orzxxx.com/top-10-hot-snapchat-photos-worth-saving.html>

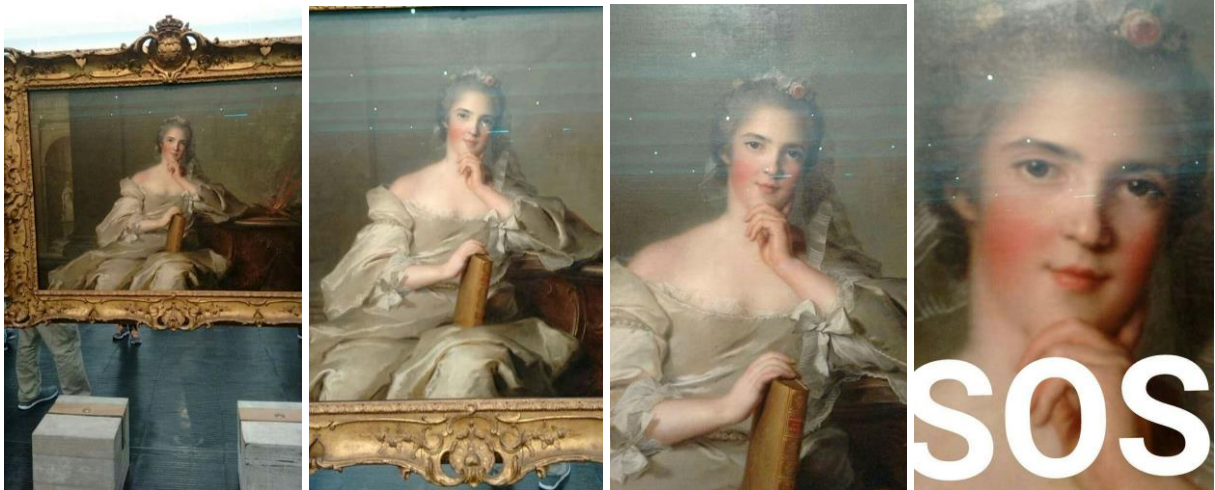


Figura 4: Sequência de snaps.
 Fonte: Captura da autora.

O nome Snapchat é inspirado na expressão “*snapshot*”, que está relacionada à captura fotográfica amadora de forma instantânea e espontânea, geralmente atrelada momentos cotidianos. A expressão foi cunhada pela Kodak que desenvolveu o conceito de “momento Kodak” para incentivar a venda de suas câmeras populares para uso amador. Por isso, quando se fala em *snapshot*, refere-se a uma fotografia para fins pessoais, sem cuidados técnicos.



Figura 5: Anúncio publicitário de 1951 da Kodak “Snapshots lembram, quando você esquece”
 Fonte: <http://ivc.lib.rochester.edu/snapshot-aesthetics-and-the-strategic-imagination/>

Tal qual as câmeras snapshots da Kodak, o Snapchat também parte do conceito de instantaneidade. Com o sufixo “chat” no nome, elucida a que veio de forma simples: conversar

por imagens. De fato, o Snapchat se destacou dos demais serviços de redes sociais principalmente em função de duas premissas, a efemeridade e a instantaneidade das imagens compartilhadas em seu sistema. Diferente de outros aplicativos de compartilhamento de imagens no mercado, o Snapchat tem como tela inicial de seu sistema a câmera. A câmera do aplicativo era por onde o usuário deveria, obrigatoriamente, capturar as imagens, caso desejasse compartilhar algum snap. A inacessibilidade à galeria do dispositivo móvel garantia o caráter instantâneo ao *app*, que só permitia o envio de snaps imediatamente capturados.

A empresa foi fundada em 2011 por Evan Spiegel e Bobby Murphy, em uma disciplina de faculdade em Stanford. Conforme relatado na introdução deste trabalho, houve um crescimento rápido, em que o aplicativo angariou milhares de usuários e a empresa logo levantou muitos investimentos, chegando a ser uma das maiores *startups* do mundo. As funcionalidades do aplicativo se ampliaram muito ao longo desse período de cinco anos, permitindo cada vez mais formas de interação – e talvez esse seja um dos atrativos que auxiliaram o aplicativo a crescer em popularidade. Alguns exemplos dos recursos que foram introduzidos ao serviço após 2015 são o *chat*, os *stickers* e também as lentes, recursos que serão melhor abordados na próxima seção deste capítulo. Até mesmo algumas lógicas do serviço, que por muito tempo prometeu interações instantâneas e efêmeras, se inverteram. É exemplo disso a ferramenta de Memórias, agregada ao serviço para que o usuário possa salvar determinados snaps e enviá-los depois. Compreender todos esses recursos, assim como as mudanças significativas no funcionamento do aplicativo, auxiliará o desenvolvimento de articulações pertinentes para a discussão que se pretende realizar com este trabalho. As narrativas cotidianas criadas e consumidas pelos usuários no Snapchat e no Instagram Stories são elaboradas dentro dos parâmetros de funcionamento dos aplicativos, mas também daquilo que foi apropriado e culturalmente desencadeado em meio a este ambiente. Neste sentido, este capítulo busca resgatar informações acerca do que vem se falando da plataforma nos últimos anos, tanto em âmbito noticioso quanto acadêmico, ao passo que se buscará também explicar como se dá o funcionamento do aplicativo.

2.1 BREVE HISTÓRICO

O aplicativo foi inicialmente lançado com o nome de *Picaboo* na App Store pelos sócios Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown (que deixou a empresa logo depois). Foi Reggie Brown quem manifestou a ideia que deu origem ao aplicativo, quando expressou sua vontade

em ter fotos suas apagadas: “gostaria que essas fotos que estou enviando para essa garota desaparecessem”²². A ideia foi abraçada por Evan Spiegel e passou a ser desenvolvida ao longo do verão americano. Originalmente, o aplicativo se chamaria *Pictaboo*, porém quando lançado, os sócios já haviam decidido dar-lhe o nome de *Picaboo*.

Um mês após o lançamento do Picaboo, o aplicativo possuía apenas 127 usuários. Nesse período Reggie Brown saiu da empresa e Evan Spiegel e Bobby Murphy decidiram mudar o nome do *Picaboo* para Snapchat. Com um nome aparentemente mais popular, o aplicativo alcançou 100 mil usuários poucos meses depois – em abril de 2012 – conforme relata o *Techcrunch*. O funcionamento do Snapchat entre 2011 e 2012 ainda era básico comparado com os recursos que o aplicativo introduziu ao longo dos cinco posteriores. Inicialmente só era possível o envio fotos. Os usuários enviavam, como em uma troca de mensagens assíncrona, fotografias um para o outro. Ao abrir a fotografia, esta desaparecia instantes depois, quando o período (de 0 a 10 segundos) do cronômetro exibido em um canto da tela se esgotava. Os vídeos vieram a ser introduzidos somente em dezembro de 2012, logo após seu lançamento na Play Store do Android; estes também tinham duração de até dez segundos antes de desaparecerem.

Com a visibilidade e alguns investimentos que a empresa vinha angariando, os fundadores do Snapchat receberam atenção do fundador do Facebook, empresa que já possuía o título de maior site de rede social do mundo e havia recentemente adquirido o Instagram, outro serviço de compartilhamento de fotos para dispositivos móveis que, na época, vinha se mostrando bastante popular. Na época, Mark Zuckerberg se reuniu com Evan Spiegel e Bobby Murphy para anunciar a eles que lançaria, em breve, o Poke, aplicativo mobile considerado uma cópia do Snapchat²³. Conforme relatado na *Forbes*, Evan Spiegel e Bobby Murphy entenderam o aviso como uma ameaça por parte do fundador do Facebook, e passaram a se preparar para concorrer com a Facebook de forma mais acirrada.

Após o episódio, o Poke foi lançado, porém não obteve a popularidade esperada. O aplicativo chegou a permanecer um dia em primeiro lugar entre os aplicativos mais baixados da App Store, entretanto o número de downloads decaiu rapidamente. Em contrapartida, seu lançamento contribuiu em publicidade para o Snapchat, que superou o Poke e alcançou o topo da lista em três dias. Ao relatar o ocorrido à *Forbes*, os fundadores destacaram que o episódio foi como um desejo de “Feliz Natal” ao Snapchat.

²² Disponível em: <https://techcrunch.com/gallery/a-brief-history-of-snapchat/slide/8/> Último acesso: 20/01/2017

²³ Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/jjcolao/2014/01/06/the-inside-story-of-snapchat-the-worlds-hottest-app-or-a-3-billion-disappearing-act/#645fddf555ec>. Último acesso: 20/01/2016

Embora inicialmente os snaps enviados sempre desaparecessem após o período de visualização, em 2013 a empresa inaugurou uma nova lógica de interação que evidenciou uma configuração voltada à construção narrativa. Essa lógica consiste no armazenamento dos snaps pelo período de um dia, para que as demais pessoas conectadas ao usuário pudessem visualizá-los quantas vezes desejassem, similar a uma timeline. Nas Histórias, nome dado a este recurso recém introduzido, os usuários não mais necessitavam apontar um ou mais contatos para enviarem seus snaps; bastava deixá-los disponíveis como “Histórias”. Assim, todos os seus contatos poderiam vê-los e, após vinte e quatro horas, os snaps desapareceriam. As Histórias serão melhor abordadas na seção seguinte deste capítulo.

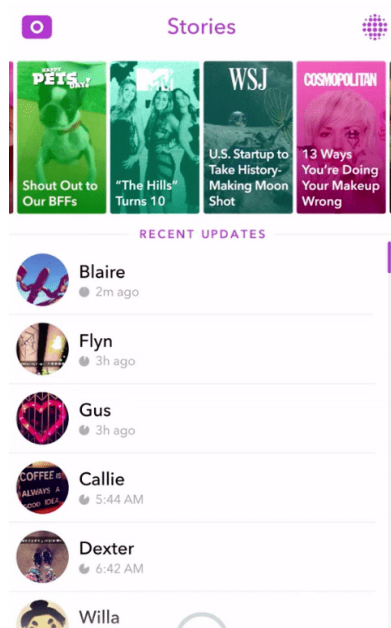


Figura 6: Tela das Histórias.

Fonte: <http://static4.businessinsider.com/image/5756e94052bcd029008c75d4/snapchat-redesign.gif>

A rápida e crescente popularidade do Snapchat, especialmente entre grupos etários jovens, levantou uma série de questionamentos acerca de como os usuários utilizam os serviços de mensagens efêmeras. Não raro, relatos e notícias sobre o aplicativo apontam a dificuldade que pessoas adultas têm em se ambientar no serviço. “Eu estou muito velho para o Snapchat, exatamente por isso ele deveria valer US\$19 bi”²⁴ é o título da coluna de negócios de Marcus Wohlsen (2015) na revista *Wired*. Bilton (2014), do *NY Times*, relata: “como um adulto, você pode achar embaraçoso encontrar um ser humano que realmente use o Snapchat, e se o

²⁴ Tradução da autora: “I’m Too Old for Snapchat, Which Is Exactly Why It Should Be Worth \$19B”. Disponível em: <http://www.wired.com/2015/02/im-old-get-snapchat-exactly-worth-19b/>. Último acesso: 14/06/16

encontrar, você pode ficar ainda mais confuso com o uso que a pessoa realmente faz dele”²⁵. No portal IG, Ribeiro Jr afirma que “[a] menos que você seja um adolescente ou goste de acompanhar as redes sociais que surgem a todo momento na internet, é bastante provável que você não saiba exatamente para quê serve o Snapchat”²⁶.

Mais recentemente, entretanto, vem-se observando o crescimento do uso do serviço por adultos. O *Wall Street Journal* noticiou o aumento acelerado de adultos no serviço que antes era povoado, principalmente, por adolescentes e jovens de idade universitária²⁷. De acordo com o portal R7, as faixas etárias dos 25 anos aos 34 anos e dos 35 aos 44 anos²⁸, tiveram crescimento significativo entre 2014 e 2016. Para o *WSJ*, a entrada de adultos pode significar a redução do uso da plataforma pelos jovens, visto que estes procuram por ambientes de interação longe de seus pais. É o que o veículo chamou de “perda de *coolness*”, isto é, o Snapchat pode deixar de ser uma mídia social interessante e divertida na intensidade que é hoje para os jovens, acarretando sua migração para outros serviços, a fim de se afastarem da vigia de pais e familiares. Tal fenômeno já havia ocorrido com o Facebook anteriormente, o que permitiu a abertura da plataforma para a inserção de anúncios e entrada no mercado publicitário, e também com o Orkut, o que originou o termo “orkutização” (LUPINACCI et al., 2015). Entretanto, até 2016, o crescimento do Snapchat em número de usuários, investimentos e compartilhamento de fotos foi contínuo. Depois da tentativa de concorrer com um aplicativo muito semelhante, Mark Zuckerberg voltou a contatar o Snapchat em 2013, oferecendo US\$ 3 bilhões de dólares pela empresa, oferta que foi recusada²⁹.

Se em seu princípio o Snapchat era um aplicativo para compartilhar fotos que se autodestruíam, ao longo dos 5 anos seguintes a empresa foi introduzindo mais recursos e tornando seu sistema uma plataforma mais robusta. É possível verificar que ao longo da vida do Snapchat, mais possibilidades de tornar as interações públicas foram sendo agregadas. Em seu princípio, só era possível enviar snaps diretamente para outros usuários. Alguns anos depois, as Histórias permitiram que os usuários disponibilizassem seus snaps para todos os seus seguidores. No ano seguinte, o Snapchat inaugura as *Live Stories*, Histórias públicas dos

²⁵ Tradução da autora: “As an adult, you might be hard-pressed to find a human being who actually uses Snapchat, and if you do, you might be even more confused by what that person actually uses it for.” Disponível em: http://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/27/why-i-use-snapchat-its-fast-ugly-and-ephemeral/?_r=1 Último acesso: 14/06/16

²⁶ Disponível em: <http://tecnologia.ig.com.br/2015-10-23/manda-nudes-afinal-para-que-serve-o-aplicativo-snapchat.html> Último acesso: 14/06/16

²⁷ Disponível em: <http://www.wsj.com/video/snapchats-growing-grown-up-problem/FE7673EC-4A29-4E90-9B16-854A021806D1.html> Último acesso: 07/07/16

²⁸ Disponível em: <http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/voit/snapchat-torna-se-popular-entre-os-mais-velhos-13062016> Último acesso: 07/07/16

²⁹ Disponível em: <https://tecnologia.terra.com.br/internet/fundador-do-snapchat-explica-porque-recusou-oferta-de-us-3-bi-do-facebook,e421eac18f863410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html> Último acesso: 02/01/2017

usuários que se encontram em determinado evento. Foi com as *Live Stories* que o Snapchat passou a gerar receita, visto que até este período a empresa ainda não o fazia.

O aumento do público adulto está relacionado à esta ampliação dos formatos de interação que o Snapchat foi introduzindo durante seu período de vida. Soma-se a isso, também, o ingresso de celebridades à rede do aplicativo, que passaram a aproveitar a incorporação das interações mais abertas, como Histórias e *Live Stories*, como mais uma maneira de estar em contato com seus públicos. Na medida em que as celebridades foram progressivamente ingressando no Snapchat, houve, também, repercussão desse conteúdo em veículos midiáticos, que também contribuiu para visibilizar ainda mais o aplicativo.

Uma situação que recebeu ampla repercussão da mídia no âmbito da cultura pop e da indústria do entretenimento foi quando Kim Kardashian, protagonista de um *reality show* chamado *Keeping Up with the Kardashians*, publicou vídeos em sua História fomentando uma polêmica existente entre o *rapper* Kanye West, seu marido, e a cantora Taylor Swift³⁰. A polêmica se dava em torno de uma música lançada recentemente pelo *rapper*, cuja letra fazia referências machistas à cantora. Swift, em contrapartida, assim como seus fãs, repudiou a música e negou que estivesse de acordo com a letra. Os vídeos compartilhados por Kardashian mostram cenas onde Kanye West está ao telefone com Taylor Swift, notificando-a do lançamento da música e recitando a letra para a cantora, indicando que Swift estava ciente da letra da música mesmo antes do seu lançamento. Quando Kim Kardashian postou os vídeos no Snapchat, ela avisou em seu Twitter: “Vocês me seguem no Snapchat? Vocês deveriam”. A existência e os conteúdos dos snaps nas Histórias de Kim Kardashian repercutiram em sites de tabloides, portais e blogs, como *The Sun*, *Vanity Fair*³¹, *The Verge*³², *Ego*³³, *Folha*³⁴, *ENews*³⁵, entre muitos outros. Não são incomuns as situações retratadas nas Histórias de pessoas célebres se tornarem pauta para veículos e repercutirem nas conversas sociais.

Além disso, o Snapchat passou a ser “berço” para o nascimento de novas celebridades, na medida em que usuários que produzem conteúdos primordialmente através da plataforma

³⁰ Disponível em: <http://www.papelpop.com/2016/07/kim-kardashian-expoe-taylor-swift-no-snapchat/> Último acesso: 20/01/2017

³¹ Disponível em: <http://www.vanityfair.com/style/2016/07/kim-kardashian-taylor-swift-feud-snapchat-famous-call> Último acesso: 20/01/2017

³² Disponível em: <http://www.theverge.com/2016/7/17/12210852/kim-kardashian-snapchat-taylor-swift-kanye-west-famous> Último acesso: 20/01/2017

³³ Disponível em: <http://ego.globo.com/musica/noticia/2016/07/kim-kardashian-prova-que-taylor-swift-sabia-da-letra-de-famous.html> Último acesso: 20/01/2017

³⁴ Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2016/07/10003176-kim-kardashian-expoe-taylor-swift-em-rede-social-e-internet-vai-a-loucura-entenda.shtml> Último acesso: 20/01/2017

³⁵ Disponível em: <http://www.eonline.com/news/780656/kanye-west-and-taylor-swift-s-famous-conversation-read-the-full-transcript-from-kim-kardashian-s-snapchat> Último acesso: 20/01/2017

foram arrecadando cada vez mais seguidores e também engajamento. Um exemplo disso é a advogada brasileira Thaynara OG, que em 2015 alcançou milhares de seguidores e se tornou conhecida por ser a primeira celebridade oriunda do Snapchat³⁶. A maranhense costumava publicar vídeos divertidos comentando a própria rotina, além de dar conselhos aos seguidores e apresentar amigos solteiros aos seus seguidores. Thaynara ainda criava categorias de conteúdo para seus snaps, como “quadros” de programas de televisão. O “Thay Responde” era um momento do dia em que ela respondia às perguntas dos seguidores; nos “Bastidores”, ela apresentava o que estava por trás da gravação de seus snaps; e o “Alerta Magia”, quando via e apresentava pessoas bonitas que encontrava na rua. Além da desenvoltura de Thaynara, que se expressava com trejeitos próprios e expressões locais, a criatividade com a qual utilizava os recursos de confecção dos snaps também foi balizador para causar interesse em seu conteúdo. A utilização do *zoom*, dos filtros de cores, de desenhos e emojis são recursos frequentes em suas Histórias, que muitas vezes marcam sua autenticidade. Thaynara OG foi mapeada em 2016 como uma das principais personalidades influenciadoras digitais no Brasil pelo YouPix³⁷ e concorreu na categoria de “personalidade brasileira favorita” *Kids’ Choice Awards* 2017 promovido pela Nickelodeon³⁸.



Figura 7: Snaps da Thaynara OG

Fonte: <http://vejasp.abril.com.br/blog/terraceo-paulistano/thaynara-og-a-musa-maranhense-do-snapchat/>

³⁶ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/entretenimento/quem-e-thaynara-og-a-primeira-estrela-nacional-do-snapchat/> Último acesso: 20/01/2017

³⁷ Disponível em: <https://medium.youpix.com.br/pesquisa-youpix-influencers-market-2016-23a71e50fa13#.sym3wid39> Último acesso: 20/01/2017

³⁸ Disponível em: <http://meuspremiosnick.uol.com.br/> Último acesso: 20/01/2017

Foi em 2016 que mudanças importantes ocorreram na lógica de funcionamento do Snapchat. As premissas de efemeridade e instantaneidade do aplicativo foram subvertidas quando o aplicativo adquiriu o recurso das Memórias. As Memórias correspondem a uma nova funcionalidade do Snapchat em que o usuário pode salvar snaps e Histórias inteiras para poder visualizá-las e reenviá-las novamente a qualquer momento.

Ainda em 2016, a empresa encurtou seu nome de Snapchat para Snap e se apresenta como uma empresa de fotografia, sendo o aplicativo Snapchat apenas um de seus produtos. A Snap vem se aproximando de experimentos de realidade virtual, prova disso é a compra de uma empresa especializada no assunto em 2016 e o lançamento dos Spectacles, outro produto da Snap. Os Spectacles são óculos com uma câmera acoplada que se liga via *blue tooth* ao dispositivo móvel e envia os vídeos realizados diretamente ao Snapchat.

Também em 2016, mais precisamente em agosto, que foi lançado o Instagram Stories, o outro ambiente em que as narrativas das Histórias serão observadas. A nova sessão do Instagram emula às Stories do Snapchat de forma muito similar. Este recurso despontou como uma nova tentativa do Facebook de conseguir concorrer com o Snapchat, só que desta vez vem conseguindo resultados. O Stories do Instagram atingiu, em janeiro de 2017, 150 milhões de usuários diários. Tal alcance havia sido apresentado pelo Snapchat em junho de 2016³⁹, que vinha, até então, crescendo exponencialmente desde dezembro de 2015, quando já alcançava 110 milhões de usuários diários.

O Instagram é um serviço de rede social com foco no compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários nativo da tecnologia *mobile*. O aplicativo foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançado em outubro de 2010. O serviço rapidamente ganhou popularidade, com mais de 100 milhões de usuários ativos em abril de 2012. Seu grande diferencial originalmente era um conjunto de filtros que simulavam efeitos analógicos, frequentemente descritos como *vintage*, nas imagens digitais. Além disso, a limitação das imagens ao formato quadrado, em uma clara referência à Kodak Instamatic e à Polaroid, reforçava seu apelo à estética analógica. O Instagram, assim como o Snapchat, emergiu com um apelo ao instantâneo, visto que era exclusivamente voltado ao compartilhamento de fotos via dispositivo móvel, reunindo em um único aplicativo a câmera, os filtros de cor e a rede social. O Instagram foi também um dos primeiros serviços que se popularizou com foco no compartilhamento de imagens via *mobile*.

³⁹ Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/instagram-stories-esta-roubando-usuarios-do-snapchat/65740>
Último acesso: 20/01/2017



Figura 8: Logotipos do Instagram. À esquerda, logotipo antigo, em referência à câmera analógica. À direita, logotipo vigente, introduzido em maio de 2016.

Fonte: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/05/11/em-mudanca-global-instagram-renova-icone-e-interface.html>

Como mencionado na introdução do trabalho, a lógica de funcionamento do Instagram é voltada à *timeline*, em que os usuários publicam fotos que vão sendo armazenadas em seu perfil enquanto são exibidas na *timeline* de seus seguidores, podendo receber *likes* e comentários. Em 2012, o Facebook anunciou a compra do Instagram pelo valor de US\$ 1 bilhão⁴⁰.

Assim como o Snapchat, o Instagram ao longo dos anos que se seguiram agregou uma série de atualizações, como novos filtros e novas resoluções de imagem. As atualizações mais marcantes foram a introdução de anúncios na plataforma e a introdução de algoritmos que, mediante dados coletados do usuário, selecionam o conteúdo a ser mostrado na *timeline* do usuário – em detrimento de seguir uma ordem cronológica de fato.

Retornando à introdução das Stories, o recurso passou a ser exibido logo acima das publicações da *timeline* (Figura 8). Ao contrário das Histórias do Snapchat, as Histórias no Instagram são posicionadas de forma horizontal. Histórias posicionadas mais à direita são Histórias de perfis que o algoritmo sugere como prioridade, com base em informações coletadas acerca do uso do usuário pelo aplicativo. Histórias posicionadas mais à direita geralmente representam aquelas que o algoritmo entende como menos interessantes ao usuário.

⁴⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/facebook-anuncia-compra-do-instagram.html>.
Último acesso: 02/04/17



Figura 9: Tela inicial do Instagram, reunindo a timeline e as Histórias (círculos ao topo)
Fonte: captura da autora

Ao longo da existência do Snapchat, ficaram evidentes as estratégias mercadológicas agressivas do Facebook para conseguir superá-lo em concorrência, variando em ofertas de aquisição e criação de serviços similares. Mark Zuckerberg, dono do Facebook, já é conhecido por tais práticas de guerrilha contra a concorrência, com histórico de aquisição de serviços que demonstram tendência de crescimento e popularidade, como o próprio Instagram, em 2012, e também o WhatsApp⁴¹, em 2014. Outras táticas evidentes da empresa para combater quaisquer concorrentes à hegemonia do Facebook foram o lançamento de serviços extremamente semelhantes aos oferecidos por empresas potencialmente concorrentes – que foi o que aconteceu com as Stories no Instagram.

Com a emergência do Vine, serviço de publicação de vídeos de 6 segundos pertencente à empresa do Twitter, o Instagram, que anteriormente só permitia a publicação de fotos, passou a permitir a publicação de vídeos também, em um formato curto – 15 segundos – para competir diretamente com o serviço emergente⁴². Fato semelhante ocorreu com o surgimento do Periscope, serviço que permite transmissões ao vivo. Em 2016, O Facebook lançou o Facebook

⁴¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2014/10/preco-de-compra-do-whatsapp-pelo-facebook-sobe-us-22-bilhoes.html>. Último acesso: 02/04/2017

⁴² Disponível em: <https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/20/instagram-ganha-recurso-para-publicacao-de-videos-com-ate-15-segundos.htm> Último acesso em: 02/04/17

Live, recurso que permite que os usuários da rede façam transmissão ao vivo⁴³ – tal recurso foi, também, adicionado ao Instagram, que atualmente conta com transmissões ao vivo.

O cenário se repete com o Snapchat. Não apenas o Instagram agregou um recurso que emula as Histórias do Snapchat, como também, ao final de 2016 e princípio de 2017, os outros serviços da empresa, WhatsApp, Facebook e o aplicativo Messenger, também introduziram suas versões de Histórias. O mensageiro instantâneo WhatsApp lançou o recurso “Status”; o Facebook Messenger lançou o “Messenger Day”; e o Facebook, em seu aplicativo para celular, adicionou à plataforma o Facebook Stories.

2.2 FUNCIONAMENTO BÁSICO

2.2.1 Processos materiais

A pesquisadora Jill Walker Rettberg, engajada em investigações acerca do Snapchat, publicou uma postagem em seu blog⁴⁴ descrevendo os usos pessoais que faz da ferramenta. Ela disponibilizou diversos vídeos, hospedados no Youtube, filmados por meio do Snapchat, em que descreve alguns passos do seu dia-a-dia de pesquisadora, além de indicar leituras e explicar possíveis *insights* para sua pesquisa. Jill Rettberg conta em seu post que tardou menos em fazer os vídeos do que em escrever a publicação do blog, algo que realmente a surpreendeu. A pesquisadora alega que antes, se não fosse o Snapchat, ela nunca teria feito vídeos falando de suas pesquisas para publicá-los no Youtube.

eu nunca teria filmado e editado um vídeo como este sem usar Snapchat. Eu teria pensado nisso como algo muito trabalhoso e também inatingível para mim, porque eu não sou uma produtora de vídeo. No Snapchat é só adicionar um clipe curto após o outro e oh, veja, ele se transforma em um vídeo.⁴⁵
(RETTBERG, 2016, online)

Essa postagem da pesquisadora evidenciou a importância dos processos materiais que envolveu a construção de sua narrativa. Com efeito, vale destacar que fazer vídeos nunca havia sido a intenção de Rettberg para a construção dos seus relatos de pesquisa. Ela já o fazia por meio de textos em seu blog e já havia descartado a possibilidade de fazer vídeos para carregá-

⁴³ Disponível em: <http://meiobit.com/335885/facebook-live-liberado-iphone-eua-concorrenca-twitter-periscope/>
Último acesso em: 02/04/17

⁴⁴ Disponível em: <http://jilltxt.net> Último acesso: 20/01/2017

⁴⁵ Tradução da autora: “I never would have filmed and edited a video like this without using Snapchat. I would have thought of it as too much work and also as something unachievable for me because I’m not a video producer. On Snapchat it’s just add one short clip after another and oh, look, it turns into a video.”

los no Youtube. Entretanto, ao acessar o Snapchat ela mudou de ideia. Enquanto utilizar o Youtube não lhe era uma opção disponível para construí-la, o Snapchat se mostrou uma alternativa viável e acessível. Ou seja, devemos entender que a tecnologia está tão interligada nos processos comunicacionais que ela não pode ser compreendida como “um tipo de comunicação no qual o meio serve apenas como janela e não como participante no processo” (SILVA, 2011, p. 4). Entendendo que as tecnologias desempenham um papel importante nas relações humanas, é necessário compreender também de que forma elas interferem em nosso dia-a-dia. De acordo com Lemos (2013, p. 23), “para compreendermos a complexidade da cultura digital, torna-se imperativo ir além da separação entre sujeitos autônomos e objetos inertes, passivos e obedientes, simples e intermediários”.

É nesse sentido que Thrift (2005) traz a tela como um ator não-humano cuja performatividade muda a natureza do “nós” como um resultado. Para o autor as telas estão constantemente presentes em nosso dia-a-dia, nos informando, comunicando, entretendo e afetando a vida; “nos últimos anos uma ecologia completa das telas tornou-se aparente, que pode ser pensada como uma vasta rede geográfica de percepção, um vasto aparato epistêmico e uma nova forma de habitação” (2005, p. 233-234). É difícil, de acordo com o autor, “saber o que essas telas estão fazendo conforme elas disputam nossa atenção” (2005, p. 234) e concorda com a autora Knorr Cetina que a tela constantemente invoca uma necessidade de ser atendida. De acordo com a autora a tela é “superfície conectada, programada, preenchida, textualmente elaborada que fascina pela sua capacidade de enquadrar e apresentar ao mundo” (KNORR CETINA, BRUEGGER, 2002 apud THRIFT, 2005).

É por meio da tela, principalmente, que a interação entre humanos e o *smartphone*⁴⁶ acontece. O *smartphone* é uma caixa preta que remedia mídias anteriores a ele, as reinventa e se vê protagonista em meio a um contexto de comunicação móvel. Lemos afirma que “o telefone celular é a ferramenta mais importante de convergência midiática hoje” (2007, p. 25). Portanto, não é difícil concluir que o *smartphone* interfere no comportamento das pessoas. Devido à sua configuração que potencializa a manutenção social, sua mera presença gera certa ansiedade.

Além disso o *smartphone* reinventa a forma com que são utilizados os dispositivos digitais. Ele torna essa utilização hiperpessoal (WALTHER, 1996), pois é utilizado por um único indivíduo, diferente da concepção que se tinha do computador pessoal (PC)

⁴⁶ Lemos (2007) denomina os dispositivos digitais móveis como Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes. Foi escolhido utilizar o *smartphone* como representante dos DHMCM devido à sua ampla popularidade, tanto do termo quanto do dispositivo.

(PELLANDA, 2009). Permite, da mesma forma, a conexão constante, conceito *always on* já introduzido também por Pellanda (2009). É por meio de combinações de aspectos, tecnológicos e sociais, que ocorre uma mudança na função social da fotografia:

as fotos são tiradas, vistas e descartadas imediatamente; elas circulam como forma de fazer contato: enviar para amigos, mostrando onde se está, os momentos banais, fora da solenidade. As fotos (e os vídeos) se bastam nessa circulação. Elas são imagens imediatas (aparecem na tela), de circulação como forma de sociabilidade (“olha o que estamos fazendo agora”), presenteístas (o que vale é o momento, a olhadela rápida), pessoais e móveis (ver, circular, apagar, postar em um blog em “tempo real”, sem precisar esperar o tempo da revelação e da exibição). O que importa é, como diz Rivière (2006), marcar o presente banal e não os momentos especiais e solenes. (LEMOS, 2007, p. 34)

O objetivo da produção de imagens via *smartphone* não é marcar a memória e eternizar momentos, mas sim para circular na rede e comunicar o imediato. Elas visam reforçar laços sociais, podendo agora serem pensadas como ferramentas de comunicação interpessoal para práticas dialógicas (LEMOS, 2007). Neste momento, cabe aqui trazer o conceito de *affordances* para uma maior compreensão sobre como se dá a interação humano-*smartphone* e como a ubiquidade do aparelho e das demais caixas pretas que o compõe favorecem essa interação.

Affordance, termo cunhado por Gibson (1977), deriva da palavra inglesa *afford*, que pode ser traduzida para o português como dar, conceder, dispor, proporcionar ou permitir. *Affordances* são, de acordo com Gibson, propriedades do ambiente que estão relacionadas ao comportamento do animal. O autor exemplifica o conceito através de uma analogia entre animais e floresta, onde a floresta se configura como ambiente, proporcionando condições, ou *affordances*, boas ou ruins, para que os animais vivam, se alimentem, se reprodução, se abriguem, etc. De acordo com o autor, as *affordances* são relativas para cada ser vivo; trata-se do significado percebido naquele objeto por aquele ser vivo. O que se percebe em um ambiente são suas *affordances*, não suas propriedades físicas, como a dimensão, por exemplo. Diferentes formatos proporcionam diferentes comportamentos a diferentes indivíduos: uma cadeira pode servir de assento para um adulto, assim como este pode vê-lo como um objeto móvel. Para uma criança, entretanto, a cadeira pode não ser percebida como móvel – ainda que esta seja. Logo, deve-se observar que a *affordance* não depende do agente. Ela sempre está lá como uma oportunidade, tendo sido vista pelo agente ou não.

Na interação homem-computador, o conceito de *affordances* vem sendo amplamente utilizado e criticado (FRAGOSO et al., 2012). Hartson (2003) apresentou uma diferenciação entre *affordances* físicas e *affordances* cognitivas que auxiliam, especialmente, a compreensão

das *affordances* no âmbito das interfaces gráficas do usuário⁴⁷. A *affordance* física está relacionada às propriedades físicas. Já a *affordance* cognitiva é "um recurso de design que ajuda, contribui, apoia, facilita ou permite o pensamento e/ou o conhecimento sobre algo" (HARTSON, 2003, p. 13), evidenciando que "as interfaces são projetadas para informar os utilizadores sobre a forma de usar o sistema" (FRAGOSO et al., 2012, online). Ao escolher e distribuir *affordances* cognitivas pelo espaço da interface, enfatiza-se certas *affordances* físicas em detrimento de outras, apontando o "caminho" considerado certo de se utilizar o sistema.

Evidentemente, sendo o Snapchat um aplicativo próprio da tecnologia mobile, todo seu funcionamento depende das *affordances* do smartphone. Seu sistema foi projetado de forma inerente às *affordances* de portabilidade, mobilidade, conectividade e ubiquidade do smartphone (LE MOS, 2007). Como um software, o Snapchat proporciona um conjunto de *affordances* próprios que, mediante sua interface, condicionam as interações que ocorrem nos limites de seu sistema, sendo este construído a partir das *affordances* e apropriações do artefato *mobile*. A maior parte da interação com o dispositivo é feita através da tela – que ocupa grande parte da extensão do dispositivo. É por ela que o usuário terá acesso ao software do dispositivo e, a partir dele, fará uso das suas potencialidades comunicacionais. O software é "uma série de instruções produzidas em massa que se encontram nos interstícios da vida quotidiana, ditadores bolso que estão constantemente a expressar" (THRIFT, 2005, p. 241). Para Thrift, o software não é somente um mero intermediário, mas sim "um "mediário" Latouriano com seus próprios poderes" (2005, p 243).

Ele pode ser expresso como um conjunto de commodities como websites e jogos, que são distribuídos através da mediação da tela e tornaram-se parte de um ambiente cultural mais geral. Nas sociedades contemporâneas, a ubiquidade da tela garante reciprocamente a posse cultural do software deixando-o assumir um papel importante na maioria das interações. (THRIFT, 2005, p. 244)

A efemeridade é a principal *affordance* do Snapchat e pode fornecer benefícios para os usuários distintos daqueles daqueles associados a uma comunicação mais persistente (BAYER et al., 2015). A persistência, conforme esclarecido no item 1 deste trabalho, é a qualidade relacionada a *affordances* temporais que podem "influenciar experiência de usuário em plataformas sociais prolongando a acessibilidade das informações sociais"⁴⁸ (BAYER et al., 2015, p. 2). Mídias muito persistentes podem ocasionar colapso de contextos (MARWICK, boyd, 2010), um fenômeno comum em sites de redes sociais que ocorre principalmente entre os adolescentes, em que, por combinar contatos de contextos sociais diferentes, as publicações

⁴⁷ *Graphical User Interfaces*, ou *GUIs*

⁴⁸ Tradução da autora: "influence user experiences on social platforms by prolonging the accessibility of social information"

acabam alcançando audiências inesperadas e, algumas vezes, causando certas tensões. Além disso, a possibilidade de replicação de registros duráveis em outros ambientes é ainda maior em mídias persistentes, podendo ocasionar uma indesejável e forçosa negociação de limites pessoais de privacidade (BAYER et al., 2015). Percebe-se, portanto, que o conhecimento de que o conteúdo será persistente pode influenciar o que as pessoas compartilham no presente.

Na fotografia, a efemeridade da imagem fotográfica pode ser pensada desde o aparecimento das primeiras câmeras fotográficas digitais, que vieram acompanhadas de uma tela e também do botão “delete”. O surgimento das telas das câmeras digitais permitiu um encurtamento no tempo entre a captura da fotografia e a sua visualização (RUBINSTEIN, SLUIS, 2008). Desde esse advento, a circulação das imagens já se modificou, visto que, o sujeito poderia mostrar a foto aos presentes imediatamente, além de fazer uso de mídias como o cabo USB ou CD-ROM para copiar os arquivos digitais das fotos para circulá-las. Outro advento importante foi o botão “delete” nas câmeras digitais (RUBINSTEIN, SLUIS, 2008), que conferiu a possibilidade de selecionar as fotos que iriam ser mantidas e aquelas que desapareceriam logo após a captura. Logo, a concepção de um instante eternizado por meio do clique fotográfico se modificou. O fotógrafo passa a poder excluir a fotografia imediatamente após visualizá-la, determinando o tempo de vida daquele registro; e podendo, caso queira, voltar a tentar reproduzir aquele instante que deseja captar.

Nos serviços e plataforma sociais digitais, a efemeridade é uma característica que também pode ser percebida em chamadas de voz e vídeo, entretanto essas interações se dão de forma síncrona (RECUERO, 2012; BAYER et al., 2015). Mídias sociais efêmeras, assim, compartilham algumas propriedades de comunicação síncrona como a conversação face a face, todavia diferem em que eles são tipicamente assíncronas (BAYER et al., 2015).

2.2.2 Snapchat: Primeiras telas

Uma vez tendo baixado o Snapchat a partir da App Store ou do Google Play, o indivíduo deve se registrar com um nome de usuário e senha. O Snapchat solicita acesso aos contatos no smartphone e localiza aqueles que possuem conta no aplicativo, podendo o indivíduo adicioná-los à sua lista de contatos do Snapchat. Os contatos também podem ser localizados através do nome de usuário, do *SnapCode* (Figura 5) e por número de telefone.



Figura 10: SnapCode

A tela inicial do aplicativo consiste na câmera do *smartphone* ativa (Figura 4). De acordo com o *NY Times* (2014), a imagem da câmera como tela inicial seria uma das *affordances* mais vantajosas do Snapchat, visto a economia de tempo que acarreta fazer uma foto no aplicativo⁴⁹. Esta vantagem está, de acordo com a matéria do portal, diretamente relacionada ao sucesso com o público adolescente, que se caracteriza por ser impaciente. Com uma interface simples, com poucas opções e com o botão de disparo muito maior do que os indicativos das outras ferramentas, a exibição da imagem da câmera na tela inicial do aplicativo apresenta-se como uma *affordance* cognitiva que exprime claramente qual o próximo passo que o usuário deve executar - o que o aplicativo quer que o usuário realize: capturar um snap. Na Figura 5 pode ser observada a tela inicial do aplicativo, onde os botões que permitem o acesso das ferramentas e possibilidades estão numerados, para facilitar a explicação de seus recursos.

⁴⁹

Disponível em: http://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/27/why-i-use-snapchat-its-fast-ugly-and-ephemeral/?_r=1

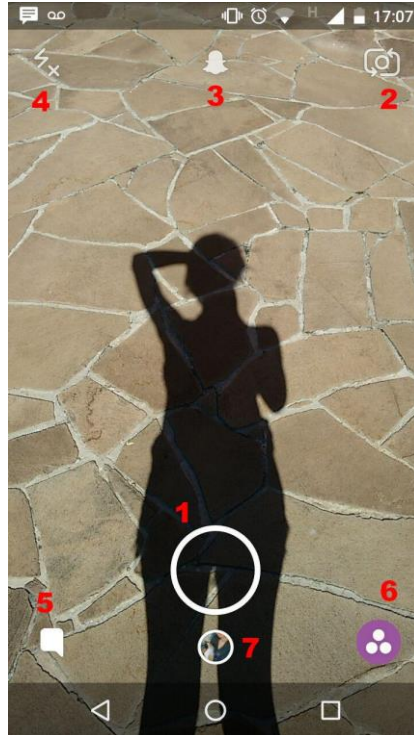


Figura 11: Tela inicial do Snapchat no sistema Android
Fonte: captura da autora

Na parte inferior da tela, bem ao centro, localiza-se o botão de disparo para tirar fotos e fazer vídeos (1). Ao acioná-lo uma única vez, faz-se uma foto; ao mantê-lo pressionado, inicia-se uma gravação em vídeo, que pode durar até dez segundos. No lado direito superior (2), pode-se selecionar tanto a câmera frontal quanto a câmera traseira para registrar a foto ou o vídeo. O (3), composto pela silhueta do logotipo do serviço, serve para acessar o ambiente da conta, onde encontram-se as configurações de preferência, o recurso de adição de contatos, entre outras opções. O (4) corresponde à opção do uso de flash, onde o usuário pode optar por acionar ou não o flash da câmera.

No canto inferior esquerdo (5), que pode ser acionada por um botão, ou simplesmente deslizando o dedo em direção à direita, tem-se a tela da Linha do Tempo (Figura 6), onde ficam armazenados os registros das últimas interações diretas, como envio e recebimento de snaps, chat. No canto inferior direito (7), ou arrastando a tela para à esquerda, tem-se acesso às Histórias. Abaixo do botão de disparo, ou arrastando a tela para cima, tem-se o acesso às Memórias (7).

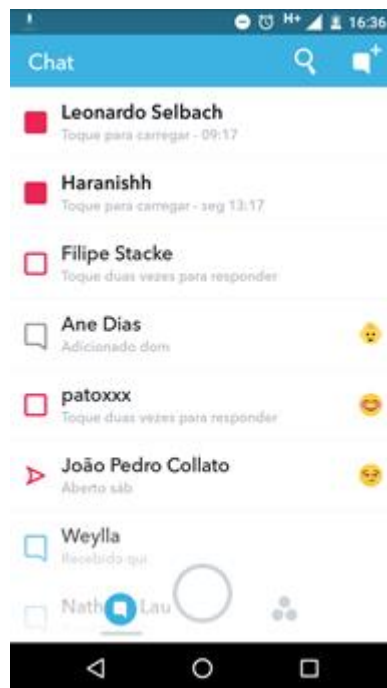


Figura 12: Linha do Tempo do Snapchat
Fonte: captura da autora

A Linha do Tempo (Figura 6) é onde ficam armazenados os snaps recebidos com o nome dos contatos. Após visualizados, os retângulos ao lado dos nomes perdem o preenchimento, permanecendo só o contorno. Snaps enviados contém uma seta ao lado do nome do contato e mensagens no chat são representadas por um “balão”. Os emojis ao lado direito dos nomes são atribuídos pelo próprio aplicativo e categorizam os contatos como melhores amigos, recentes, etc.

2.2.3 Snaps: captura da imagem e composição

De acordo com Bazin (1991), o surgimento da fotografia livrou as artes plásticas de seu compromisso com a busca pelo aspecto realista, adquirido principalmente com a emergência da perspectiva nas pinturas ainda no Renascimento. Segundo o autor, “a objetividade da fotografia confere-lhe um poder de credibilidade ausente de qualquer obra pictórica” (BAZIN, 1991, p. 125), visto que “uma foto é considerada um documento que certifica a pré-existência do objeto representado: de algum modo, a câmera o fixa e o imortaliza.” (SIBILIA, DIOGO, 2011, p. 129). No Snapchat, o compromisso com a realidade já não é uma função primordial das imagens capturadas. Pelo contrário, apenas o registro fiel do real muitas vezes não é suficiente para os usuários do Snapchat. Ao fazer um snap, o usuário conta com uma série de

possibilidades para “customizar” aquela imagem, inserindo desenhos, emojis, texto, filtros, entre outros elementos.

A composição do snap inicia com a ação do botão de disparo, obtendo-se uma imagem capturada - uma fotografia ou um vídeo. Esta é a composição mínima do snap (Figura 10). O usuário pode ainda confeccionar a imagem capturada com outros recursos oferecidos pelo aplicativo, como, por exemplo, legendá-la com um texto de até 36 caracteres⁵⁰ (1) e estilizá-lo mudando seu tamanho, cor e posição na imagem. O posicionamento do texto, assim como a reconfiguração do seu tamanho pode ser feito através do deslizamento dos dedos diretamente sobre o texto. Além do texto, pode-se acrescentar ainda “emojis” e “stickers” (2) - que também podem ser posicionados na imagem captada e ter seu tamanho ajustado. O (3) aponta o botão do recurso de desenho (conhecidos como “Doodles”), que pode ser feito também através do deslizamento dos dedos na tela, utilizando até 33 cores diferentes. O relógio (4) é onde a duração de visualização do snap, em caso de fotografias, pode ser selecionado, de 1 a 10 segundos. A qualquer momento o interagente pode optar por salvar sua “obra de arte” (5) ou apagar sua imagem tocando no xis no canto esquerdo superior.

Os botões (6) e (7) referem-se ao destinatário do snap. Selecionando o (6), o usuário passa para a tela da lista de contatos onde marcará aqueles que deseja que recebam seu snap. O número (7) envia o snap diretamente à “Minha História” – opção que pode ser selecionada também na lista de contatos.



Figura 13: Snap de foto capturado
Fonte: captura da autora

⁵⁰ Até o momento desta pesquisa, o número máximo de caracteres possíveis era de 36. É possível que em atualizações recentes, o serviço possa ter mudado esse limite.

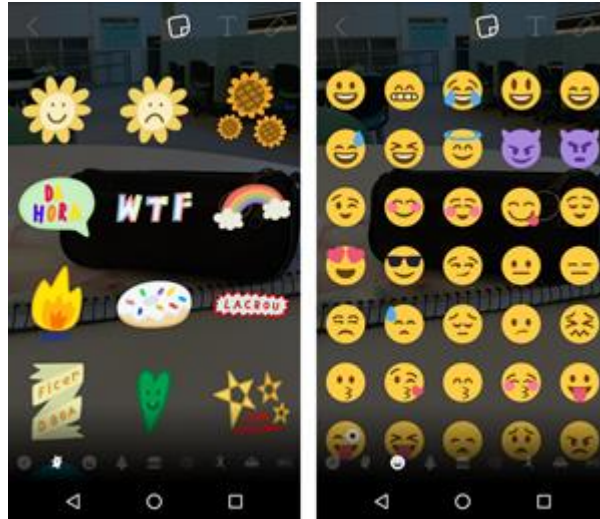


Figura 14: Telas de inserção de stickers e emojis ao snap
Fonte: captura da autora

O recurso de edição ou de incluir elementos na fotografia, seja por preferências estéticas, ou qualquer outro motivo, não é, evidentemente, uma inovação do Snapchat. As intervenções para além do processo cru de captura do aparato fotográfico e sua posterior revelação já são muito discutidas no campo da fotografia. Da mesma forma, a composição de qualquer imagem digital conta com edições internas e próprias do aparato tecnológico, seja ele um celular, uma câmera digital ou mesmo um computador; assim como edições externas, condicionadas por programas de edição de imagens. Entretanto, o que se discute aqui são as possibilidades de inserir, diretamente do aplicativo em que se captura e compartilha a foto, essas possibilidades de edição. O Instagram, por exemplo, se consagrou como aplicativo de compartilhamento de fotografias pois permitia inserir filtros nas fotos logo antes de compartilhá-las. O usuário não necessitava de qualquer conhecimento em edição, nem sequer de um computador, pois podia realizar todo o procedimento pelo aplicativo em seu celular. Hoje o Instagram permite que o usuário modifique na sua imagem cor, exposição, nitidez, ruído, temperatura, entre outros atributos. Já no Snapchat, o usuário conta apenas com quatro filtros de cor.

No Instagram, entretanto, emojis e *stickers* não podem ser inseridos diretamente na fotografia pelo próprio aplicativo. O aplicativo suporta somente emojis e sua inserção se dá apenas na parte de texto, separados da foto. Não existem também a possibilidade de desenhar na foto no Instagram (ou no Tumblr, ou no Facebook ou em outros serviços de compartilhamento de imagens consagrados). No Snapchat, texto, emojis e *stickers* fazem parte da imagem produzida, assim como os *doodles* ali feitos. Logo, a possibilidade de construção do snap se dá de forma diferente de como a construção de imagens para outras plataformas

ocorre. Embora seja possível realizar tais confecções em aplicativos especialização para a edição de fotos, o tempo que se leva para transferir uma imagem de um aplicativo para outro para só então compartilhá-lo pode ser, também, motivo para não fazê-lo. No caso do Snapchat, essas ferramentas estão bastante disponíveis, permitindo que logo após a captura, o usuário faça as adições que deseja em seu snap e o compartilhe imediatamente. Todo o funcionamento do Snapchat está voltado para o compartilhamento imediato dos acontecimentos. Além disso, seu objetivo está longe de ser apenas mostrar fotos, ou permitir que usuários contemplem fotos recebidas. Mais do que somente mostrar uma foto, o Snapchat instiga o usuário a contar, a narrar o que está fazendo por meio da imagem enviada. A foto, como bem colocado por Miller (2014) em seu blog, apenas “emoldura” a mensagem visual que ali se constrói e dissemina.

Para refletir sobre fotos que “emolduram”, é interessante trazer para esta discussão uma proposição de análise feita por Lobinger (2016) sobre o compartilhamento fotográfico, que é visto por ela de forma transversal – seguindo uma perspectiva dos estudos da cultura material. As fotografias são objetos que necessitam ser entendidas como artefatos articulados. A autora, portanto, propõe um foco tanto no conteúdo fotográfico e no objeto material fotográfico dentro das práticas de compartilhamento. Nesse sentido, ela elabora três modos pelos quais se caracteriza o compartilhamento fotográfico. São eles “a fim de falar sobre imagens”, “comunicar visualmente” e “compartilhamento de foto fático” .

O que Lobinger (2016) chama de compartilhamento fotográfico “a fim de falar sobre imagens” (e não com imagens), no original “*in order to talk about images*” está relacionado, geralmente, à práticas de admiração de fotografias analógicas, de forma que a narrativa se desenrola em torno da imagem ali retratada. Fala-se, literalmente, da fotografia.

O compartilhamento para comunicar visualmente ocorre quando o sujeito deseja comunicar com a foto, através delas – a narrativa é a própria foto (LOBINGER, 2016). São imagens que falam por si só, como quando fotógrafos compartilham seus registros autorais no Flickr ou mesmo as selfies, em que o assunto e elementos estéticos presentes na fotografia buscam construir uma identidade, compor o perfil do sujeito. Diante desse cenário, passou-se também a consumir mais fotografias pessoais publicadas.

Por fim, o compartilhamento de foto fático refere-se ao fato de que, muitas vezes, nem o conteúdo das imagens e seu apelo estético, nem as narrações sobre fotografias são as características dominantes de compartilhamento – e que estavam no centro dos dois modos previamente discutidos. Emergem nesse modo como características importantes o significado comunicativo e o prazer da comunicação e conectividade do compartilhamento de fotos. O compartilhamento do tipo fático tem como objetivo confirmar e fortalecer os laços e relações,

realizando bate-papos visuais, por exemplo. De acordo com Miller (2014) o fazer fotográfico, nesse sentido, é mais importante do que obter a fotografia em si, em que a fotografia é mais um modo de “dizer oi”.

Como neste modo de compartilhamento a fotografia é mais relevante como um material fluido e dinâmico para comunicação ao vivo situacional, omitir deliberadamente o armazenamento de fotografias tornou-se um fenômeno bastante freqüente da fotografia em rede recente. O Snapchat é uma ferramenta exemplar para a realização desta em tempo real e comunicação visual, muitas vezes fática.⁵¹ (LOBINGER, 2016, p. 482)

Jurgenson (2014), similarmente, escreve no blog do Snapchat que costuma-se pensar na fotografia como objeto de arte ou como conteúdo, ao invés de pensá-la no que frequentemente é hoje em dia: “menos um objeto e mais uma partilha de experiências”⁵² (JURGENSON, 2014, online). Para o autor, entender como a fotografia acontece nos serviços de redes sociais não é compará-la à fotografia tradicional - esta voltada à criação artística - mas sim como uma comunicação da própria experiência. “É menos fazer mídia e mais compartilhar olhos; sua visão, sua experiência no agora”⁵³. A fotografia social, conforme denominada pelo autor, é a fotografia que existe de forma fluida, como comunicação: “um discurso visual mais linguístico do que formalmente artístico.”⁵⁴ (JURGENSON, 2014, online). Ainda assim, o autor ressalta que nem todas as plataformas de mídias sociais são construídas da mesma forma, havendo distinção entre aquelas que são baseadas em objetos de mídias sociais, focadas principalmente no conteúdo, e aquelas que são mais fundamentalmente sobre comunicação.

A *selfie* é o exemplo de que se serve o autor. Não se deve vê-las como uma numerosa série de auto-retratos. Este tipo de fotografia dificilmente se destina à documentação de eventos excepcionais. Ao contrário, trata-se do compartilhamento de experiências cotidianas, uma comunicação identitária: “a *selfie* é a imagem-fala exclusivamente sua, ninguém mais pode tirar uma *selfie* sua, é a sua própria voz-como-imagem e é, portanto, especialmente íntima e expressiva. É intensamente *no momento* e é exatamente por isso que desejamos compartilhá-las e visualizá-las.”⁵⁵ (JURGENSON, 2014, online, grifo do autor).

De tão fáceis de fazer, a existência de uma foto sozinha, como objeto, não é especial ou interessante, segundo o autor. Nos serviços de redes sociais mais populares, o objeto de mídia

⁵¹ Tradução da autora: As in this mode of sharing the photograph is mostly relevant as a fluid and dynamic material for situational live-communication, deliberately omitting storing photographs has become a quite frequent phenomenon of recent networked photography. Snapchat is an exemplary tool for the realization of this real-time and often phatic visual communication.

⁵² Tradução da autora: less an object and more a sharing of experience

⁵³ Tradução da autora: It's less making media and more sharing eyes; your view, your experience in the now.

⁵⁴ Tradução da autora: a visual discourse more linguistic than formally artistic.

⁵⁵ Tradução da autora: the selfie is the image-speak that is uniquely yours, no one else can take your selfie, it is your own voice-as-image and is thus especially intimate and expressive. It's intensely *in the moment* and that's exactly why we desire to share and view them.

é centralizado, é a unidade fundamental por onde parte a conversa que a circunda. “Uma foto é postada e a conversa acontece ao redor dela, lado a lado, na tela.”⁵⁶ (JURGENSON, 2014, online), por meio dos *likes* e dos comentários. Por outro lado, nas mídias sociais efêmeras, como o Snapchat, por exemplo, não há comentários, corações ou *likes* públicos nas fotos. A comunicação ocorre através da foto em função da efemeridade, que diminui a importância do objeto midiático e concentra o foco na comunicação. O autor traz uma analogia para auxiliar na compreensão da fotografia que ele chama de temporária e sua ausência de moldura.

Uma imagem se torna uma fotografia, em parte, por ter fronteiras. O quadro faz a foto. Dizendo, um Snapchat geralmente existe sem moldura, tela cheia, mais momento do que um objeto de arte. Menos do que trocar troféus de experiências e esperanças de acontecer comunicação em torno deles, uma rede efêmera deixa os objetos de arte para desaparecer em favor de focar nos momentos, na experiência, na comunicação; mais social do que mídia, mais social do que rede.⁵⁷ (JURGENSON, 2014, online)

Vale destacar que até há pouco tempo atrás, o aplicativo não permitia, através da tela inicial, que um uma foto ou vídeo fosse carregado da galeria do smartphone. Essa limitação ampliava o caráter imediatista da ferramenta, cujas publicações são quase sempre instantâneas. Muitas plataformas sociais incentivam os usuários a compartilhar seu contexto imediato como parte de sua interface, como quando o Facebook pergunta "O que você está fazendo agora?", ou "O que está em sua mente?", e o Twitter pergunta: "O que está acontecendo?". O Snapchat não só facilita essa prática, mas também exigia que os usuários compartilhassem conteúdo proximal (BAYER et al., 2015). Posteriormente, entretanto, o aplicativo inseriu essa possibilidade de envio através do recurso de “Memórias”. As Memórias permitem que o usuário selecione fotos ou vídeos (de até 10 segundos) da sua galeria e os compartilhe nas Histórias durante até 24h. Após esse período, essas fotos ou vídeos ficam salvos na seção Memórias, visível apenas ao usuário até que ele opte por compartilhá-las novamente.

⁵⁶ Tradução da autora: A photo is posted, and the conversation happens around it, side-by-side, on the screen.

⁵⁷ Tradução da autora: An image becomes a photograph, in part, by having borders. The frame makes the photo. Tellingly, a Snapchat usually exists unframed, full-screen, more moment than an art object. Less than sharing experiences and hoping communication happens around them, an ephemeral network leaves the art objects to fade in favor of focusing on the moments, the experience, the communication; more social than media, more social than network.

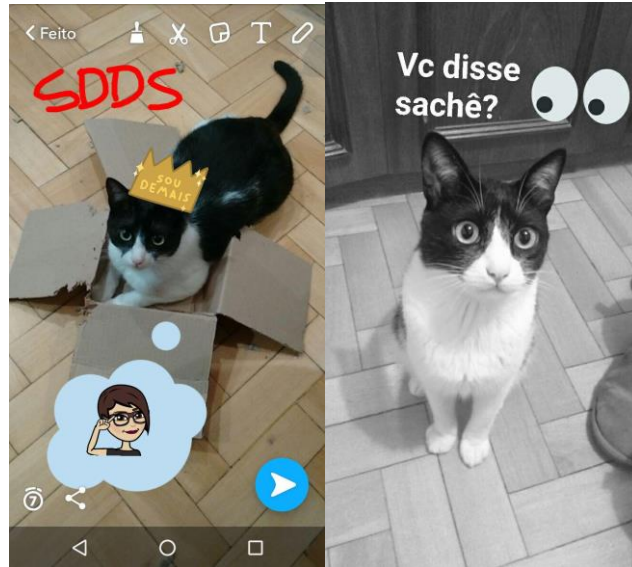


Figura 15: dois snaps compostos por foto, texto, filtros de cor, adição de doodles, emoji e stickers
 Fonte: captura da autora

Seguindo as possibilidades de customização dos snaps, há ainda os *Geofilters* (Figura 10). *Geofilters* são filtros que podem ser adicionados ao snap e indicam a localização do interagente. É necessário que a localização esteja ativada no *smartphone*. Os *Geofilters* são criados por terceiros, que enviam ao Snapchat a área de cobertura que o filtro deve cobrir, como cidades e bairros. A customização de geofilters de áreas privadas, como edifícios e residências, é realizada mediante pagamento. Além dos geofilters, outros filtros podem ser adicionados ao snap: filtros de cores, horário e temperaturas locais e um demonstrativo da carga da bateria do *smartphone* do remetente do snap.



Figura 16: à esquerda, snap filtro de cores e temperatura local, à direita filtro de cores geofilter de localização. O Snapchat possui quatro filtros de cores diferentes.
 Fonte: captura da autora

Além das possibilidades de confecção já citadas, o Snapchat possui ainda ferramenta de lentes (Figura 11). As lentes são um sistema de reconhecimento facial que, ao pressionar a tela na região onde se encontra o rosto do indivíduo a ser captado com a câmera, permite a adição de efeitos animados que simulam máscaras, disfarces e situações. Esses efeitos aparecem na tela da câmera, sem que o indivíduo tenha ainda capturado o snap. Ao selecionar uma das lentes, o snap pode ser capturado.

Os recursos de lentes e filtros no Snapchat vêm sendo usados como forma de promoção por parte de algumas empresas e marcas. A fim de celebrar estreia do blockbuster *Batman v Superman: Dawn of Justice* nos cinemas, por exemplo, foi lançada uma lente baseada na ambientação do filme⁵⁸, com o usuário vestindo a armadura do Batman, uma tempestade ao fundo e o logotipo do filme no topo da imagem. Da mesma forma, uma lente especial em comemoração ao lançamento do álbum *Dangerous Woman* de Ariana Grande⁵⁹.



Figura 17: à esquerda, ativando as lentes dos snap; à direita, snap capturado com as lentes
Fonte: captura da autora

2.2.4 Contatos no Snapchat

Na lista de contatos o usuário seleciona os contatos que ele deseja que recebam seu snap. Conforme relatado por Bilton (2014), do *NY Times*, esta forma de seleção de contatos é bastante rápida: basta marcar nomes em uma lista, não havendo necessidade de digitar nome algum. Para o autor, isso seria uma *affordance* especialmente atrativa para os adolescentes “um passo a

⁵⁸ Disponível em: <http://www.techtimes.com/articles/141914/20160317/new-snapchat-geofilter-lets-users-turn-batman.htm>

⁵⁹ Disponível em: <http://www.techtimes.com/articles/159922/20160520/channel-inner-dangerous-woman-snapchats-new-ariana-grande-filter.htm>

menos; um segundo economizado”⁶⁰. Além disso, há uma ênfase na comunicação, dirigida onde o público é especificado pelo próprio remetente e, portanto, conhecido. De acordo com Bayer et al. (2015), ao contrário de outras plataformas onde a audiência daquela mensagem é desconhecida (ainda que se saiba a audiência em potencial), o Snapchat “dá ao remetente o controle explícito sobre o público, permitindo ao usuário escolher para quem o snap é enviado e notificá-lo quando o snap é visto”. Essa ferramenta proporciona controle prático dos seus contextos sociais e reforça o caráter privado da ferramenta.

Categorias de contatos são detectadas pelo Snapchat. Os “melhores amigos”, aqueles com quem o usuário mais interage no aplicativo, são colocados no topo da lista de contatos. Da mesma forma, os contatos recentes. Amigos que “precisam de amor”, indivíduos que deixaram de usar o aplicativo por um certo tempo, são indicados logo após estes últimos, como forma de incentivá-los a interagir. Os demais contatos são mostrados após essas categorias, ordenados alfabeticamente.

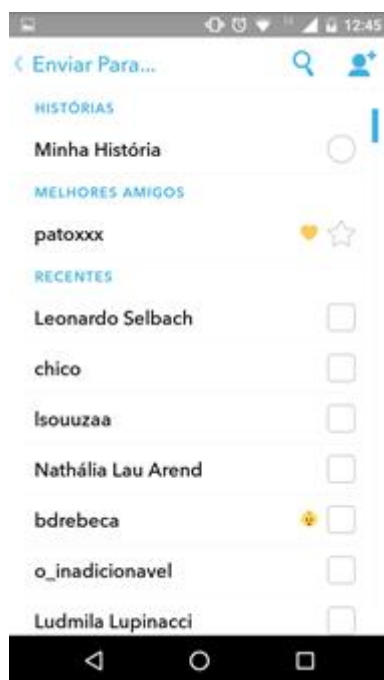


Figura 18: à esquerda, ativando as lentes dos snap; à direita, snap capturado com as lentes
Fonte: captura da autora

Ao enviar o snap, ele não pode mais ser visto – a não ser que tenha sido salvo, antes do envio, pelo remetente. O snap enviado a contatos específicos desaparece em poucos segundos após a visualização pelo contato. Existe a possibilidade de visualizar o snap uma vez mais se assim o indivíduo que o recebeu desejar e, se o fizer, o remetente é notificado de que o snap foi

⁶⁰ Disponível em: http://bits.blogs.nytimes.com/2014/01/27/why-i-use-snapchat-its-fast-ugly-and-ephemeral/?_r=1

visto novamente. Essa notificação remete a Linha do Tempo (Figura 6), que exibe além da lista de snaps recebidos pelo indivíduo, as ações dos contatos. Diferente das linhas do tempo de outros serviços, como Instagram, Facebook ou Twitter, as imagens não ficam dispostas automaticamente para a visualização. Ao contrário, para visualizar um snap recebido, o indivíduo deve tocar uma vez no nome do remetente e então o snap se abrirá. Essa *affordance*, de acordo com Piwek e Joinson (2015), torna o uso do Snapchat bastante imersivo, visto a necessidade de se permanecer focado quando se recebe um snap. “Sem dúvida, a combinação da autodestruição de imagens com uma interface imersiva que restringe o âmbito da interação do usuário com o conteúdo faz do Snapchat um veículo de narrativa instantânea semelhante às narrativas verbais” (PIWEK, JOINSON, 2015).

A linha do tempo é também o principal acesso para a ferramenta de bate-papo, o chat, onde os interagentes podem iniciar conversas de texto a qualquer momento ou a partir de um snap enviado à Minha História. Além de mensagens de texto, fotografias e vídeos podem ser enviadas diretamente pelo chat, tendo eles sido feito através do Snapchat ou não – isto é, similar ao envio de arquivos de outros mensageiros instantâneos. As mensagens trocadas através do chat também são temporárias e só permanecem disponíveis enquanto o interagente mantiver o chat aberto; após isso, as mensagens enviadas desaparecem.

No que concerne às Histórias no Snapchat, os usuários podem seguir quaisquer outros usuários que mantenham sua conta aberta e, assim, conferir suas Histórias. É nessa lógica que agem, principalmente, as celebridades, de forma a permitir-se obter o maior número de seguidores.

Uma questão relevante acerca dos contatos do Snapchat é de ela não pode ser importada de nenhum outro serviço de rede social, somente da agenda de contatos do telefone; isso, somado ao fato de que não se é possível explorar por usuários e conexões na plataforma, confere à rede do aplicativo um caráter mais privado. Nesse sentido, é natural que pesquisas anteriores (ROESNER et al., 2014; BAYER et al., 2015; PIWEK, JOINSON, 2016) tenham detectado que os usuários do Snapchat estão conectados geralmente a amigos e pessoas próximas, buscando manter seus laços fortes.

2.2.5 Snapchat Stories

As Histórias se inserem como objeto de observação deste estudo. Na História, os snaps enviados são visíveis para todos os seguidores – ou para os contatos previamente selecionados nas configurações do usuário – e ficam disponíveis para todos os seus seguidores pelo período

de vinte e quatro horas. Um seguidor é aquele que pode visualizar as Histórias de pessoas que deixam suas configurações de Histórias públicas, similar a lógica do Twitter. Basta buscar o indivíduo por seu nome de usuário (ou *Snapcode* ou número de telefone) e segui-lo para visualizar suas Histórias. O seguidor também pode mandar snap para a pessoa seguida, se esta permitir tal ação (ajustável por meio das configurações). Celebidades são exemplos de pessoas que fazem uso público de suas histórias de forma que qualquer pessoa possa ver o que publicam ao longo do dia. No caso das conexões mútuas, ambos podem ver as Histórias um do outro. Os usuários podem ainda restringir as visualizações das suas Histórias, tornando-as privadas, de forma que só podem ser acessíveis somente mediante sua prévia autorização.

As Histórias narrativas composta por snaps que vão sendo adicionados a ela ao longo do dia para então, depois de vinte e quatro horas, desaparecem. Como mencionado anteriormente, as Histórias não ficam expostas para que o usuário navegue por entre os snaps. Os círculos ao lado dos nomes de usuários (Figura 14) são acionado ao toque e as imagens, então, tomam conta da tela por alguns segundos. A narrativa se desenvolve na medida em que as imagens na tela vão se alternando, como pequenos episódios que retratam o cotidiano alheio. Portanto, conforme o indivíduo faz seus snaps de foto ou vídeo e envia para à Minha História, o Snapchat acumula todos para serem visualizados em sequência um após o outro, criando uma narrativa (Figura 14).



Figura 19: à esquerda, ativando as lentes dos snap; à direita, snap capturado com as lentes
Fonte: captura da autora

As Histórias rompem com a concepção de que o Snapchat possa ser somente um mensageiro instantâneo, visto que permitem a acumulação de postagens diárias para todos aqueles que quiserem ver e estiverem dentro das configurações de privacidade do usuário – muito semelhante a outros serviços de rede social conhecidos, como Instagram e Tumblr. Nesse sentido, as Histórias não dão o mesmo controle de audiência ao usuário como o envio direto do snap e os contextos sociais podem ali se misturar, dependendo dos contatos e configurações que o interagente definir.

Não há, também, a possibilidade de interagir com os snaps enviados à História. Não há “likes”, nem comentários públicos e isso, somado à efemeridade da publicação, contribui para o caráter espontâneo dos snaps. Em comparação com serviços como Facebook e Instagram, a reflexão acerca da implícita necessária relevância nas *timelines*, que se constrói também pela quantidade de “likes” conquistados, pode levar o sujeito a não publicar determinado conteúdo. Nesses serviços de redes sociais tradicionais, as publicações ficam atreladas ao perfil do indivíduo de forma persistente, podendo influenciar a construção de sua imagem online, além de necessitar de interações para serem valorizadas. Compreendendo que sua fotografia ou vídeo não arrecadaria *likes*, comentários ou demais interações suficientes, seja por qualidade estética, pelo conteúdo demasiado comum, ou por não querer manter aquela fotografia exposta em seu perfil, o sujeito deixa de publicá-la. Pode-se pensar que essa ansiedade causada em conquistar interações com seu conteúdo seja menor no Snapchat e certamente se mostra como uma hipótese a ser averiguada ao longo da investigação empírica. Da mesma forma, deve ser feita uma reflexão em torno da possibilidade de, considerando essa possível redução na ansiedade da postagem, serve de incentivo para que se publique imagens com menos pudor. A ausência de *likes*, comentários ou possibilidade de compartilhamento de snaps de terceiros também pode romper com alguns ideais de criação de narrativas coletivas, que contam com a contribuição da audiência para sua construção. Diferente do que acontece com publicações no Facebook, em blogs, ou tuítes, que se desenvolvem na medida em que mais participantes aderem à construção de conversas e narrativas, no Snapchat isso não é possível. A única interação possível é mensagem de texto ou snap diretamente ao autor da História. Essa ausência de interação retroativa deverá também ser investigada nos procedimentos metodológicos, visto que se diferencia de outras formas de compartilhamento fotográfico existentes nas demais plataformas.

Há ainda as *Live Stories*, que mostram snaps que pessoas enviam durante eventos específicos que estão ocorrendo pelo mundo, como festivais, eventos esportivos, espetáculos, datas festivas, etc. Sua ativação ocorre por meio de uma curadoria feita por funcionários do Snapchat, que selecionam snaps nas Histórias e os tornam públicos no momento da ocorrência

dos eventos. Por fim, há também a sessão *Discover*, onde empresas e marcas parceiras do Snapchat fornecem conteúdo exclusivo para a plataforma.

2.2.6 Instagram Stories

Ao longo do trabalho, buscaremos tratar das Histórias como um formato emergente, que envolve as principais características em comum nas duas plataformas. Evidentemente, como já descrito, algumas vezes o Snapchat poderá ganhar destaque, visto que o trabalho teve início pelo aplicativo. Após relatos sobre o compartilhamento de imagens efêmeras no Snapchat, a abordagem que se dará aqui será nos termos de destacar os principais pontos diferenciais do Instagram Stories, de forma a deixar claro em quais aspectos as duas plataformas se diferenciam, principalmente. Tais questões ficarão mais evidentes nos capítulos da investigação empírica, entretanto já se pode introduzir aqui aspectos das redes sociais e técnicos que divergem.

Enquanto a rede do Snapchat se desenvolveu em função das interações efêmeras, a rede do Instagram Stories o fez em função do compartilhamento de fotos via *timeline*. Este ponto é um importante diferencial entre os dois ambientes. No Snapchat, o conteúdo público dos usuários é somente o conteúdo das Histórias, já no Instagram, o conteúdo público primordial é o conteúdo da *timeline*. O que motiva os usuários a se conectarem entre si no Instagram é primeiramente o seu conteúdo da *timeline*. Os impactos dessas diferenças serão abordados na investigação empírica, em que se poderá perceber, por meio dos discursos dos entrevistados, de que forma essa diferença afeta sua construção e o consumo de narrativas nesses ambientes.

Além disso, ao contrário do Snapchat, no Instagram os usuários sempre puderam explorar por fotos e perfis aleatório, acessar e visualizar imagens de perfis que não seguem e descobrir conexões sem que necessariamente se tenha algum tipo de dado sobre o usuário. Isso faz do Instagram uma rede menos privada do que a rede que vai se constituindo no Snapchat, visto que o usuário, para encontrar outro, deve, ao menos, ter algum dos dados necessários de algum usuário para conseguir encontrá-lo. Somado a isso, existe a questão de importação de contatos. Como falado anteriormente, o Snapchat só consegue importar contatos por meio do número de telefone, já no Instagram, o usuário pode importar contatos do Facebook para segui-los no serviço.

Antes do breve relato acerca da interface do Instagram Stories, é necessário ressaltar mais uma vez que, diferente do Snapchat, que organiza as Histórias cronologicamente, o

Instagram Stories sugere quais Histórias o usuário deveria ver primeiro, com base nas informações coletadas, posicionando-as mais à esquerda e facilitando seu acesso.

2.2.7 Instagram Stories: Primeiras telas

Em síntese, o funcionamento do Instagram Stories é bastante similar às Histórias do Snapchat. Como mencionado anteriormente, o acesso às Histórias acontece por meio da tela inicial do aplicativo, que reúne círculos com a foto de perfil dos usuários acima da *timeline* alinhador horizontalmente. Ao tocar cada círculo, as Histórias iniciam, encerrando a tela do dispositivo com imagens, que variam entre fotos e vídeos, em sequência.



Figura 20: Tela inicial do Instagram. As Histórias se localizam nos círculos, acima da *timeline*.
Fonte: captura da autora

O acesso à câmera destinada a registros das Histórias é alternativo ao acesso da câmera da *timeline*. Para acessar a câmera das Histórias, o usuário deve tocar o ícone em formato de câmera no canto superior esquerdo (Figura 19). Como pode ser visto na Figura 20, assim como no Snapchat, ao manter o botão central de captura pressionado, grava-se um vídeo. Para tirar uma foto, basta tocar o botão. Abaixo do botão, pode-se ver quatro principais modos de reprodução. O modo “ao vivo”, que o usuário inicia um vídeo live streaming a partir da câmera do dispositivo. O modo “normal” funciona conforme já descrito acerca da captura de vídeos e fotos. O modo “boomerang” captura um segundo de movimento e o reproduz de forma

semelhante a um gif, revertendo o mesmo movimento capturado durante 15 segundos. O modo “mãos livres” garante a gravação do vídeo sem que se necessite manter o botão pressionado.



Figura 21: Tela da câmera.
Fonte: captura da autora

Na tela da captura de imagem (Figura 20), é possível ainda configurar flash (ícone inferior esquerdo), selecionar uma das câmeras do dispositivo (ícone inferior direito), acessar as configurações das Stories (ícone superior esquerdo) ou ainda visualizar o histórico de conversas do *Direct* do Instagram (ícone superior direito).

Após a captura da imagem (Figura 21), o usuário pode enviá-la para as Histórias (selecionando o ícone “Sua História” na parte inferior da tela) pode salvá-la (selecionando “Salvar”, na parte inferior esquerda da tela) ou enviar diretamente a algum contato (selecionando o ícone de seta, ao lado esquerdo inferior). Caso queira adicionar stickers (Figura 22), emojis, doodles e/ou textos, o usuário pode acessar esses recursos por meio dos três ícones situados do lado superior direito da tela: da esquerda para a direita, sticker/emojis, ferramenta de desenho, texto. Além disso, assim como no Snapchat, a adição de filtros de cor é efetivada ao deslizar a tela para os lados. Caso queira descartar sua captura, basta selecionar “Cancelar”, no topo da tela.



Figura 22: Captura de foto no Instagram Stories
Fonte: captura da autora

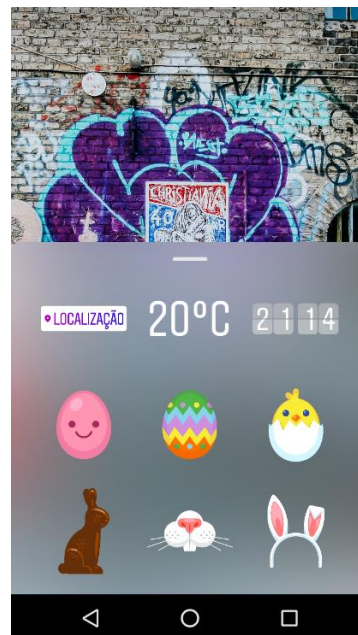


Figura 23: Tela de inserção de stickers e emojis
Fonte: captura da autora

Outro aspecto interessante a ser citado é que o Instagram Stories não permite que o usuário utilize e envie imagens salvar na galeria do dispositivo que tenham mais de vinte e quatro horas. Esse aspecto técnico dificulta o resgate de imagens antigas para o compartilhamento e incentiva o compartilhamento mais próximo do instantâneo. Nesse sentido, aplicativo mantém um rigor maior em mediar o compartilhamento instantâneo do que o

Snapchat, que permite, atualmente, que o usuário utilize qualquer imagem da galera. Vale ressaltar que essa questão é burlável, visto que o usuário pode baixar fotos antigas a qualquer hora no dispositivo e utilizar no Instagram Stories. Isso porque o aplicativo detecta somente o dia em que a imagem foi baixada no dispositivo, e não data em que a imagem foi, de fato, capturada.

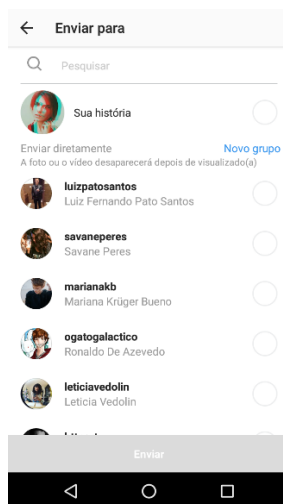


Figura 24:Tela para o envio direto
Fonte: captura da autora

Por fim, o Instagram Stories, assim como o Snapchat, também permite interações através de imagens efêmeras diretas. O aplicativo já contava com o Direct, sua ferramenta de chat que permite que os usuários enviem mensagens privadas diretamente através da plataforma do Instagram. Porém, logo após a introdução das Histórias, o Instagram integrou também o recurso de se compartilhar imagens que se autodestroem depois de poucos segundos de visualização entre os usuários.

Após breve demonstração sobre elementos da interface do Instagram Stories, o que segue é uma discussão acerca da efemeridade nas Histórias.

2.3 MÍDIA DIGITAL E EFEMERIDADE: TEMPORALIDADES NAS HISTÓRIAS

Como mencionado anteriormente, esta era a proposta inicial do Snapchat: imagens com duração temporária que servissem para serem compartilhadas e visualizadas apenas uma vez e então sumirem permanentemente. De fato, o Snapchat abraça um discurso de efemeridade das publicações, sendo isso o principal diferencial do serviço de rede social, que não poupou esforços em comparar seu funcionamento com demais serviços de publicações de imagens, como Facebook e Instagram.

2.3.1 Conteúdo efêmero: práticas de compartilhamento

No blog oficial do Snapchat, Jurgenson (2013) publicou um texto em que relata suas inquietações acerca do que ele chama de “mídias sociais permanentes” – referindo-se a outros serviços de redes sociais que mantêm armazenadas todas as publicações dos usuários – e a tendência de se querer registrar, documentar e guardar diversos momentos da vida das pessoas em prol da memória. O autor questiona a necessidade dessa permanência do conteúdo gravado e, também, a necessidade de gravá-lo a todo o momento, prática que torna, em sua visão, tais registros cada vez mais banais e menos importantes. De acordo com o autor, documentar determinada situação costumava demonstrar a devida atenção dada a ela. Hoje, entretanto, considerando essa expansão exponencial na prática de documentar, torna-se cada vez mais difícil encontrar diferenciar os registros de situações que realmente importam para os registros mais banais. “Num futuro próximo, o passado próximo será menos escasso porque o presente atual é muito abundante”⁶¹ (JURGENSON, 2013, online).

De fato, é bastante comum o apelo à memória nos serviços de redes sociais. O Facebook, por exemplo, notifica seus usuários todos os dias acerca de publicações e atividades realizadas na plataforma para que relembrem o que fizeram naquele mesmo dia em anos anteriores. O aplicativo *Timehop* (Figura 15) possui funcionamento similar, que localiza e mostra publicações passadas em diversos serviços, como Twitter, Facebook, Instagram, Foursquare, entre outros. O Orkut, quando encerrou seu serviço, deixou disponível um acervo de publicações das comunidades (LUPINACCI et al., 2015), para que os usuários pudessem acessar e rememorar aqueles conteúdos. Mais recentemente, o Facebook passou a criar montagens em vídeo com fotos publicadas dos usuários - uma forma de celebrar algumas datas especiais fazendo uma retrospectiva de postagens, como aniversário de amizade e o fim do ano. A maioria dos serviços de redes sociais trabalha com o armazenamento das publicações dos usuários, agregando-as ao seu perfil por tempo indeterminado e permitindo que eles possam visualizá-las e relembra-las depois.

⁶¹ Tradução da autora: In the near future the near past will be less scarce because the current present is so abundant.

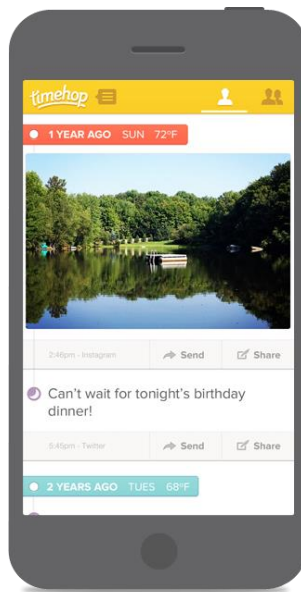


Figura 25: Interface aplicativo Timehop
Fonte: <https://timehop.com/>

Por outro lado, este registro de publicações pode ser problemático no ponto de vista dos usuários, visto que muitas vezes tais publicações passadas das pessoas vêm à tona e podem prejudicar a imagem que elas almejam construir de si mesmas. Isto é, quando o conteúdo de determinada publicação de anos antes já não representa pensamentos, ideias e crenças do usuário no momento presente. Tais situações são muito evidentes no meio político em que, em épocas eleitorais, candidatos não poupam esforços para encontrar declarações passadas de seus adversários que contradigam seus discursos no presente – muitas vezes como forma de demonstrar sua incoerência. Aos sujeitos comuns, encontrar publicações passadas pode também ser motivo de vergonha, embaraço e, muitas vezes, prejudicial. O Facebook, que em seu princípio englobava apenas usuários universitários, é hoje uma das principais ferramentas de consulta das empresas que buscam saber mais informações sobre os candidatos às suas vagas de emprego. Apesar da questão ética desta prática, é de se pensar, ainda hoje, em quão atreladas à identidade do indivíduo é o conteúdo publicado. Portanto, faz sentido que, anos após a graduação, esses antigos universitários, hoje concorrentes a vagas de emprego, não vejam razão para manter vinculadas a seus perfis publicações que não condigam com a seriedade que possam buscar transmitir.

De acordo com boyd (2011), persistência é uma propriedade relacionada a *affordances* temporais, que descreve a capacidade de gravar e armazenar momentos e situações, tornando-os persistentes - isto é, acessíveis e mais duráveis. A fotografia, por exemplo, é uma tecnologia que permite tornar persistentes momentos capturados pela câmera. Para Bayer et al. (2015) a persistência pode “influenciar a experiência de usuário em plataformas sociais prolongando a

acessibilidade das informações sociais”⁶² (2015, p. 2), na medida em que o compartilhamento de conteúdo persistente “aumenta o tamanho do público potencial e permite que cada membro da audiência visualize os artefatos sociais por um tempo maior e mais frequentemente”⁶³ (2015, p. 2). Portanto é compreensível que a persistência possa afetar as expectativas do usuário na interação mediada, sendo o colapso de contexto uma situação bastante comum.

Nesse sentido, o sucesso do Snapchat e também do Instagram revela uma vontade do não-arquivamento. É sabido que a funcionalidade nova do Instagram, as Histórias, vem, provavelmente, como consequência do sucesso do Snapchat e como uma forma de incentivar seus usuários a publicarem e a se conectarem mais. Ambos serviços permitem publicações pouco persistentes: captura-se o momento, compartilha-se e, após a transmissão, apaga-se.

Alguns autores trabalham com a hipótese de que a natureza efêmera das mensagens do Snapchat e do Instagram Stories evoca a ideia de sua utilização para o conteúdo sensível à privacidade, já que pode reduzir, segundo eles, a necessidade de auto-censura (POLTASH, 2013; ROESNER et al., 2014; UTZ et al., 2015). Outros autores, como Miller (2014) e Lobinger (2016) afirmam que a efemeridade das fotos do Snapchat incentiva uma conversação basicamente fática, muito mais relacionada ao ato de compartilhar do que de comunicar algo de fato. Jurgenson (2013), por sua vez, sugere uma reflexão acerca da emergente efemeridade das imagens, afirmando que a mídia social temporária, nomenclatura que dá à serviços como o Snapchat e o Instagram Stories, pode representar uma antítese à trivialidade das redes sociais, visto a atenção que se dá ao visualizar uma imagem que logo desaparecerá. “A mídia social permanente se fixa nos detalhes de uma foto, enquanto as mídias sociais temporárias se fixam no que significava e no que se movia dentro de você”⁶⁴ (JURGENSON, 2013, online). Tal reflexão também é proposta por Len e Mazzilli (2015), que destacam, a partir de uma perspectiva econômica, como a efemeridade atribui valor à imagem compartilhada no Snapchat, tendo em vista sua escassez de durabilidade. Para Jurgenson (2013), as mídias sociais temporárias criam uma escassez necessária para que se quebre esse ciclo permanente de documentação.

Algumas pesquisas empíricas foram feitas com usuários do aplicativo Snapchat para saber sobre conteúdo que enviavam através da plataforma e por quê. Essas pesquisas fornecem

⁶² Tradução da autora: “influence user experiences on social platforms by prolonging the accessibility of social information”

⁶³ Tradução da autora: “increases the potential audience size and allows each audience member to view social artifacts longer and more often.”

⁶⁴ Tradução da autora: “Permanent social media fixates on the details of a photo, whereas temporary social media fixates on what it meant and what it moved within you.”

alguns dados acerca da importância para os usuários dessa efemeridade do conteúdo do Snapchat e o quanto ela condiciona a criação e compartilhamento de conteúdo por ali. De acordo com Roesner (2014), o conteúdo enviado, principalmente, tem cunho divertido, casual e momentâneo, que os usuários não enviariam via outra plataforma de mensagens que enfatize arquivamento ao invés da temporariedade. Uma das razões para o envio deste conteúdo via Snapchat é que ele é entendido como mais “socialmente aceito”: não configura spam, como talvez configurasse em outras plataformas (ROESNER et al., 2014) e também por possuir um apelo mais privado.

De acordo com UTZ et al. (2015) os snaps mais enviados foram fotos engraçadas e selfies. (UTZ et al., 2015, p. 4). Metade dos participantes afirmou ter enviado fotos de si alcoolizados indicando “que os usuários Snapchat podem compartilhar certas informações sensíveis, visto que eles não têm de se preocupar com o reações dos pais, professores ou potenciais futuros empregadores.”⁶⁵ (UTZ et al., 2015, p. 4). Segundo os autores, a procrastinação e distração foram os motivos mais populares para o uso do Snapchat, seguido por manter em contato com amigos e ver o que os outros estão fazendo.

A pesquisa de Bayer et al. (2015) coincide com as pesquisas anteriores. Jovens universitários estão interessados em compartilhar momentos do dia-a-dia no Snapchat, “*selfies*” e assuntos engraçados (BAYER et al., 2015). Seus resultados determinaram que as interações tendem a ocorrer entre laços estreitos e são vistas como mais agradáveis do que mensagens de texto, e-mail e Facebook – mas muito menos agradáveis do que interações face-a-face – e geralmente estão associadas a bom humor e positividade. Diferente de plataformas de conteúdos mais permanentes o conteúdo do Snapchat tende a ser mais divertido. Momentos considerados importantes e atípicos e fotografias curadas são deixadas para a postagem em outras plataformas sociais mais públicas.

2.3.2 Efemeridade e memória nas mídias digitais

Efemeridade e memória sempre caminharam juntas, tensionando-se. O conceito de efemeridade está diretamente relacionado ao tempo, em que aquilo que é efêmero, é pouco durável, passageiro, transitório e temporário. As experiências humanas são efêmeras, assim como a vida, que com a morte, encerra sua passagem. E é por isso que, buscando neutralizar a

⁶⁵ Tradução da autora: that Snapchat users might share certain sensitive information because they do not have to worry about the reactions of parents, teachers, or potential future employers.

ação do tempo e tentando eternizar tais experiências – ou, ao menos, mantê-las mais duráveis – fomos encontrando, enquanto humanidade, modos de registrá-las, documentá-las, guardá-las, de forma que sua existência não se mantenha somente na memória. Como bem destaca Bazin (1991), defender-se do tempo é uma necessidade da psicologia humana e, desde o Antigo Egito, cuja religião era norteadada na luta contra a morte, o corpo humano era embalsamado e mumificado como uma forma de preservar-lhe as aparências carnavais, visando, provavelmente, um retorno à vida daquela pessoa. As próprias pinturas nas paredes das cavernas, feitas pelo homem pré-histórico como forma de narrar o sucesso em suas caçadas, são demonstrações dessa vontade de eternizar as experiências humanas.

O que segue é um breve exposição de algumas questões da efemeridade e memória nas mídias e artefatos digitais, cujo tensionamento é ainda mais aguçado, visto o paradoxo entre a natureza do armazenamento da mídia digital e seu caráter instantâneo e cada vez mais efêmero.

Segundo a autora Wendy Chun (2008), a mídia digital foi desenvolvida para fornecer memória. “A principal característica da mídia digital é a memória. Sua ontologia é definida pela memória, de conteúdo para propósito, de hardware para software, de CD-ROMs para *memory sticks*, de RAM para ROM.”⁶⁶ (2008, p. 154). A mídia digital surgiu como uma promessa arquivística, associada à sua capacidade de armazenamento. Entretanto, a autora critica uma ausência de análise crítica da mídia digital, uma vez que esta vem se mostrando cada vez mais efêmera. Para Chun (2008) há uma notável falta de engajamento mercadológico, popular e mesmo acadêmico com o presente. De acordo com a autora “profetizar o futuro da mídia digital está, mais uma vez, na moda.”⁶⁷ (2008, p. 149), tendo em vista a constante tendência de se analisar a mídia digital pensando em suas possibilidades futuras. “Engajar o presente não tem sido tão fácil. [...] Parece que os objetos de mídia atualmente existentes são bastante chatos ou têm uma vida curta.”⁶⁸ (CHUN, 2008, p. 151). Chun (2008) aborda de forma muito clara tal paradoxo questionando o que seria, de fato, o “novo” no âmbito das novas mídias. Denominar as novas mídias de “novas” é partir do princípio que em algum momento ficarão velhas; ela sugere, portanto, a pergunta “o que eram as novas mídias?” ou “o que vão ser as novas mídias”? Para ela, “novas mídias” muitas vezes são velhas e, por sua vez, “mídias velhas” podem muito bem ser novas. O CD-ROM, por exemplo, por muito tempo foi chamado de nova mídia, hoje entretanto, ainda que não esteja obsoleto por completo, muitos dos dispositivos que faziam a

⁶⁶ Tradução da autora: The major characteristic of digital media is memory. Its ontology is defined by memory, from content to purpose, from hardware to software, from CD-ROMs to memory sticks, from RAM to ROM

⁶⁷ Tradução da autora: “Prophesying the future of digital media is, once more, in fashion.”

⁶⁸ Tradução da autora: “Engaging the present, however, has not been so easy. [...] It would seem that presently existing media objects are rather boring or have a short lifespan.”

leitura desse objeto já não contém mais tais leitores. “Nem o envelhecimento nem a velocidade do digital, no entanto, explicam como ou por que ele se tornou o novo, ou por que o ontem e o amanhã das novas mídias são muitas vezes a mesma coisa.”⁶⁹ (CHUN, 2008, p. 145).

A autora refere-se a uma desconstrução das temporalidades lineares nas mídias digitais e seus produtos, em que algo novo pode se tornar velho simultaneamente, e o velho vir a ser novo da mesma forma, como, exemplo, postagens de blog que, depois de serem publicadas e circuladas, voltam a se tornar relevantes anos mais tarde, como novas. Da mesma forma, filtros fotográficos que simulam estéticas de filmes antigos são muito comuns e populares, vide Instagram. A velocidade e a variabilidade parecem confundir a análise crítica, segundo a autora. A velocidade com que novas tecnologias são assimiladas pelas pessoas é proporcional à velocidade com que se tornam invisíveis, tão cotidianas que já não necessitam reflexões profundas. Além disso, a variabilidade, ou maleabilidade, no sentido de que o mesmo conteúdo ou determinada página da web possa, de um dia para o outro, desaparecer, também se mostra um problema aparente aos pesquisadores. A efemeridade das mídias digitais encontra-se justamente nessa não-simultaneidade do novo; nesse encontro constante entre passado e futuro.

A mídia digital nem sempre está lá. Nós sofremos frustrações diárias com fontes digitais que simplesmente desaparecem. Os meios digitais são degenerativos, esquecidos, apagáveis. Essa degeneração torna possível e impossível imitar a mídia analógica. É talvez um dispositivo de criação de história, mas apenas através de seu funcionamento não-histórico (ou sem memória), através das maneiras pelas quais ele constantemente transmite e regenera textos e imagens.⁷⁰ (CHUN, 2008, 160)

Até 2013, toda a imagem compartilhada via Snapchat era apagada após alguns segundos de visualização do usuário. Essa pouca persistência da imagem compartilhada no Snapchat poderia representar uma tentativa de um maior engajamento com o presente. Justamente em função de os snaps não ficarem armazenados é que eles não vivem tempo suficiente para se tornarem velhos para os usuários. Até hoje, grande parte das mensagens de texto, fotografias e vídeos, após a visualização, desaparecem no aplicativo e o que foi visto se mantém somente na memória de quem o assistiu. Claro, sempre houve formas de burlar o sistema do Snapchat para armazenar os snaps, entretanto vale reforçar que a configuração padrão do aplicativo, diferente das outras redes sociais, é não salvar o conteúdo compartilhado e sim descartá-lo. Além disso, se a velocidade e a maleabilidade são características das mídias digitais e dos seus produtos

⁶⁹ Tradução da autora: “Neither the aging nor the speed of the digital, however, explains how or why it has become the new or why the yesterday and tomorrow of new media are often the same thing.”

⁷⁰ Tradução da autora: “Digital media is not always there. We suffer daily frustrations with digital sources that just disappear. Digital media is degenerative, forgetful, erasable. This degeneration makes it both possible and impossible for it to imitate analog media. It is perhaps a history-making device, but only through its ahistorical (or memoryless) functioning, through the ways in which it constantly transmits and regenerates text and images.”

mediáticos encaradas como problemas para a execução de pesquisas com o presente e o contemporâneo, o Snapchat cumpre bem os requisitos. A popularização do aplicativo foi tão rápida quanto foram as modificações e introduções de novas funcionalidades em seu sistema, que, em dois anos, reverteu alguns princípios básicos do seu funcionamento, de forma a manter-se atualizado frente às preferências dos usuários. Portanto, na medida em que a mídia digital, com sua promessa arquivística, resulta por ser bastante efêmera, o Snapchat não se distancia nenhum pouco desses tensionamentos.

As Histórias – tanto do Snapchat quanto do Instagram Stories – ainda que sua persistência seja também muito pequena, já se insere precisamente nessa lógica de confusão entre o novo e o velho das mídias e artefatos digitais apresentado por Chun (2008). Histórias visualizadas são separadas das Histórias recentes. Histórias recentes são aquelas enviadas pelos contatos que o usuário segue e que ainda não visualizadas por ele; as Histórias já visualizadas ainda ficam disponíveis, mas separadamente, para que não entrem novamente na lista de visualização do usuário. As Histórias visualizadas seriam histórias “velhas”, ainda que todas tenham sido enviadas dentro de um período de vinte e quatro horas, apenas. A confusão entre o novo e o velho nas Histórias do Instagram é ainda maior, visto que o aplicativo não segue uma linha temporal na publicação. Diferente do Snapchat, que lista as Histórias dos usuários de acordo com os mais recentes, no Instagram Stories são exibidas aos usuários primeiro as Histórias de perfis com quem eles mais interagem e não necessariamente as publicações mais recentes. Logo, as “novas” Histórias que estão disponíveis para a visualização na timeline do usuário não necessariamente representam os de fato mais recentes entre todos os perfis que o usuário segue. Lógica semelhante ocorre na timeline regular do Instagram e na do Facebook, em que os algoritmos não mostram publicações mais recentes, mas sim publicações das pessoas com quem o usuário mais interage, em detrimento daquelas julgadas desinteressantes a ele.

Ao longo dos poucos anos de existência do Snapchat, muitas funcionalidades foram sendo agregadas à plataforma, e a tentativa de engajamento com o presente vem perdendo espaço. Se por um lado o Snapchat se popularizou com um discurso de compartilhamento de imagens pouquíssimo duráveis, por outro, poucos anos após sua fundação, em 2016, o aplicativo lança duas funcionalidades que invertem a lógica do seu apelo ao efêmero, discurso que inicialmente abraçou. A primeira delas foi a possibilidade de o usuário não mais precisar capturar a fotografia ou o vídeo por meio do seu sistema. Isto é, ele poderia resgatar qualquer imagem já armazenada na galeria do seu dispositivo móvel. A captura de imagens por meio do sistema garantia um senso de urgência e de instantaneidade à mídia compartilhada. Quando os usuários recebiam um snap, sabiam que o tempo entre a captura e o compartilhamento da

imagem foi muito pequeno - visto a impossibilidade de inserir no sistema imagens de outros momentos que não uma captura naquele instante. A outra funcionalidade estreada pelo aplicativo foram as Memórias, ou Memories, em que os usuários podem salvar suas próprias Histórias dentro do sistema da plataforma, para publicarem novamente em outro momento. Da mesma forma, esta sessão inaugurada pelo Snapchat trata de armazenar snaps antigos, como um arquivo pessoal. As Memórias não ficam visíveis para outros usuários, e os snaps podem ser editados ou reeditados antes de serem compartilhados na História. Tal qual as experiências cotidianas que buscamos armazenar e guardar a todo o momento, a efemeridade proposital do Snapchat provavelmente provocou, paradoxalmente, o surgimento da possibilidade de reavivamento das imagens ali compartilhadas.

Nesse seguimento, é também fundamental para compreender a novidade do digital a constante confusão entre armazenamento e memória: “a memória, com sua degeneração constante, não é igual ao armazenamento”⁷¹ (CHUN, 2008, p. 145). Um equívoco linguístico bastante comum, porque enquanto a memória está associada a olhar para trás, ao reavivamento do passado, armazenar é fornecer, construir estoque para olhar para o futuro. Esse equívoco linguístico é o que resulta no que a autora chama de efêmero duradouro, um estado em que “transparece a impermanência e volatilidade da memória do computador. Sem essa volatilidade, porém, não haveria memória.”⁷² (CHUN, 2008, p. 164)

A informação é dinâmica, no entanto, não só porque deve se mover no espaço, mas também, e mais importante, porque a degeneração - e não a regeneração - torna possível a memória, ameaçando-a simultaneamente. A mídia digital, que é supostamente mais permanente e durável do que outros meios de comunicação (filme, papel, etc.), depende de uma degeneração ativamente negada e reprimida. [...] Se as memórias de nossas máquinas são mais permanentes, se elas permitem uma permanência que parece nos faltar, é porque elas são constantemente renovadas para que sua efemeridade permaneça, para que possam armazenar os programas que parecem impulsionar nossas máquinas.⁷³ (p. 167)

Para Mussel (2012), o material efêmero desempenha papel essencial para a fluidez informacional, papel este muitas vezes esquecido em função de nossa orientação para o arquivo. Para o autor, a passagem de algumas situações da vida cotidiana e seu conseqüente esquecimento são naturais. O efêmero, segundo o autor, é algo que escolhemos esquecer: é

⁷¹ Tradução da autora: “Memory, with its constant degeneration, does not equal storage”

⁷² Tradução da autora: “ glosses over the impermanence and volatility of computer memory. Without this volatility, however, there would be no memory.”

⁷³ Tradução da autora: “Information is dynamic, however, not only because it must move in space but also, and more importantly, because degeneration—not regeneration— makes memory possible, while simultaneously threatening it. Digital media, which is allegedly more permanent and durable than other media (film stock, paper, and so on), depends on a degeneration actively denied and repressed. [...] If our machines’ memories are more permanent, if they enable a permanence that we seem to lack, it is because they are constantly refreshed so that their ephemerality endures, so that they may store the programs that seem to drive our machines.”

planejado para desempenhar uma função específica antes de passar, o retorno de coisas efêmeras perturba a passagem do tempo. Caso o efêmero sobreviva, apesar de si mesmo, acontece um estranhamento no encontro, que ocorre porque este efêmero que sobreviveu representa a complexidade de um cotidiano que passou – e que escolheu ser esquecido. Neste caso, ferramentas como Instagram Stories e Snapchat se mostram, em concordância com o que afirma Jurgenson (2013) novas formas de pensar o registro e compartilhamento de experiências nas mídias digitais, visto que não mantém uma promessa de armazenado – subvertendo, logo, práticas ontológicas de mídias e plataformas digitais (CHUN, 2008).

A diferença das Histórias, portanto, para os demais serviços de redes sociais, é que eles subvertem deliberadamente essa promessa arquivística. Ou seja, ao contrário do que já se espera de um serviço de rede social, que armazene conteúdos, textos, imagens e vídeos publicadas por seus usuários, as Histórias anuncia que, o que for publicado através do seu aplicativo, seria, provavelmente, descartado permanentemente. Salvar o snap nas Memórias do aplicativo ou na galeria do dispositivo são ações optativas por parte do usuário, não fazendo parte do ciclo principal de funcionamento do Snapchat. Enquanto a durabilidade das demais mídias digitais era incerta, o Snapchat promete ao usuário saber o quão durável seu conteúdo será. Ou seja, o conteúdo no Snapchat possui uma persistência programada.

A persistência programada está relacionada, portanto, à uma durabilidade conhecida, ou aproximadamente conhecida, de um determinado produto midiático. Trata-se de programar quanto tempo aquele artefato estará disponível para acesso desde a sua publicação. É diferente de obsolescência programada porque não se trata de uma redução gradativa. Ao publicar um snap na História, o usuário tem consciência de que este snap terá uma vida de vinte e quatro horas e posteriormente desaparecerá. O mesmo não acontece quando o usuário publica uma fotografia no Instagram ou no Facebook. Mesmo que o usuário apague a fotografia depois, a configuração padrão dessas plataformas - e das mídias digitais em geral - é armazenar aquele conteúdo. O Instagram, por exemplo, além de publicar a imagem no perfil do usuário, ainda salva uma cópia dela no dispositivo do usuário. O padrão do Snapchat, por outro lado, é fazê-lo desaparecer.

Fala-se em durabilidade aproximadamente conhecida, pois essa *affordance* temporal não poderia ser garantida totalmente pela empresa do aplicativo, uma vez que sempre houve maneiras de armazenar os snaps e dar-lhes uma duração. Embora anteriormente não se pudesse resgatar uma fotografia da galeria do dispositivo para enviá-la via snap, o contrário sempre foi possível. Os usuários comumente salvam os próprios snaps e os replicam (boyd, 2011) por meio da publicação em outros sites de redes social, dando ao snap uma vida maior do que a que ele

teria se fosse somente publicado no Snapchat. Nesse sentido, nem todo o snap criado no Snapchat possui uma persistência programada, podendo alcançar uma persistência ainda maior quando armazenados e replicados.

A persistência programada não é exclusiva do Snapchat, ainda que este, no âmbito dos serviços de redes sociais, a tenha desbravado. A programação da televisão, anterior à mídia digital, sempre foi relacionada à vivacidade e efemeridade e, tal qual o Snapchat, funciona mediante uma persistência programada. Na televisão, a programação possui horário e duração determinada, onde um programa termina e outro começa logo após, não permanecendo, até a popularização das TVs digitais, disponíveis para serem assistidos a qualquer momento. Além disso, nem os programas de televisão nem as emissoras ficam para sempre no ar. É nessa tecla, segundo Chun (2008), que estudiosos de TV vem batendo. Há uma cegueira ideológica dos estudiosos das novas mídias sobre as semelhantes destas com as mídias tradicionais.

Quando a TV ainda era TV, a memória supostamente marcava a diferença entre ela e a mídia digital; ao contrário da TV, o conteúdo da mídia digital, assim como os programas que ela executa, deveria estar disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana. A eternidade das mídias digitais era tornar as coisas mais estáveis, mais duradouras. A mídia digital, através da memória em seu núcleo, deveria resolver, senão dissolver, problemas de arquivamento, como degradação de celulóide ou vinil riscado, não criar problemas de arquivamento próprio.⁷⁴ (CHUN, 2008, p. 153-154)

A degeneração da mídia digital vem, de fato, se tornando um problema para que ela mesma resolva tendo em vista o propósito de armazenamento de memória para o qual foi criada. Essa degeneração é notável, seja em mídias cuja vida útil acabou se tornando mais curta do que a mídia analógica, como o CD-ROM, ou então dispositivos que foram se tornando obsoletos, como o próprio disquete. A plataforma Vine, fundada em 2013, permitia que os usuários criassem, armazenassem e compartilhassem pequenos vídeos de seis segundos. Em novembro de 2016, entretanto, a plataforma anunciou sua descontinuação⁷⁵. Poucos meses antes desse anúncio, o Vine ainda era visto como um “novo” serviço de compartilhamento de vídeos, principalmente se comparado ao Youtube ou Instagram, que já estão no mercado há mais tempo. Além disso, ele havia inaugurando uma lógica considerada inovadora até então, de edição de vídeos curtos, diferente do que havia até o momento em outros serviços. O Vine exemplifica muito bem o questionamento sobre as “novas mídias” mencionado por Chun, onde aquilo que

⁷⁴ Tradução da autora: “When TV was still TV, memory supposedly marked the difference between it and digital media; unlike TV, digital media’s content, like the programs it runs, was to be available 24/7. The always-thereness of digital media was to make things more stable, more lasting. Digital media, through the memory at its core, was supposed to solve, if not dissolve, archival problems such as degrading celluloid or scratched vinyl, not create archival problems of its own.”

⁷⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/10/twitter-anuncia-fim-do-vine.html> Último acesso em 03/12/2016

é novo, pode ser simultaneamente velho. Ou melhor, que há uma não simultaneidade naquilo que é novo nas novas mídias.

Outro exemplo bastante conhecido foi o fechamento do serviço de rede social Orkut, muito popular entre brasileiros. O Orkut impactou tanto o cotidiano brasileiro, que resquícios de conteúdo publicados na plataforma, *prints* de perfis, de comunidades, e mesmo memes, ainda são armazenados por alguns usuários e são replicados por entre comunidades brasileiras em outros serviços de redes sociais. Tais memes, imagens e conteúdos vêm, muitas vezes, como “novos”, principalmente entre as gerações que não utilizaram o Orkut. Após visualizados, já estão velhos. Da mesma forma, vídeos do Vine continuam a circular por entre páginas do Facebook, em canais no Youtube e do Instagram.

De acordo com Chun, “A memória é um ato de comemoração - um processo de recolhimento ou lembrança.”⁷⁶ (2008, p. 165) e para a autora, essa comemoração envolve tanto o permanente quanto o efêmero. É interessante reparar, nesse sentido, que os artefatos persistem mesmo quando o ambiente em que eles foram produzidos já não existe mais, mantendo a identidade daquele ambiente. Tanto os vídeos produzidos no Vine que continuam sendo replicados, quanto os scraps e perfis do Orkut, mantêm o caráter e a identidade daquela mídia. Os vídeos do Vine, por mais que passem a ser reproduzidos em um canal no Youtube, continuam, pelos usuários, a serem chamados de “vídeos do Vine”. E frases frequentes de perfis do Orkut, como “só add com scrap”, e postagens e jogos típicos das comunidades de lá (LUPINACCI et al., 2015) também mantêm a identidade do Orkut. É nesse processo que consiste a memória. O mero armazenamento dessas informações os torna permanentes, visando uma progressão futura, como mencionado anteriormente. Mas é a memória desses registros que dá o seu caráter e seu contexto. A memória tem esse caráter de resgate do passado e, portanto, reúne o que é efêmero com o permanente simultaneamente, ou um efêmero duradouro.

Entendendo que atualmente o ato de fotografar e circular importa mais do que a imagem em si (LE MOS, 2007; RUBINSTEIN, SLUIS, 2008; MILLER, 2014; LOBINGER, 2016), pode-se entender precisamente que a memória está relacionada a um processo dinâmico, de degeneração e regeneração (CHUN, 2008). Assim, a captura e o compartilhamento de imagens no Snapchat, ainda que tenham uma persistência programada, estão relacionadas a criar memória. O compartilhamento de experiências vividas no cotidiano possui uma finalidade: permitir que os outros saibam o que se está vivenciando. Logo, ainda que o Snapchat inverta a lógica de armazenamento comum em outros serviços, o aplicativo gerencia essa degeneração e

⁷⁶ Tradução da autora: “Memory is an act of commemoration—a process of recollecting or remembering”

regeneração de memória a todo o momento, adicionando experiências tidas como novas e apagando as velhas. Além disso, após esse período as Histórias desapareçam, as lembranças acerca das situações vivenciadas pelos usuários acabam por se manter nas mentes da audiência daquele conteúdo.

Por fim, o Snapchat, assim como o Vine e o Orkut, foi pioneiro em proporcionar um formato de interação online até então inédita. E, assim como em ambos, mídias produzidas dentro da plataforma são replicadas em outros ambientes digitais. As narrativas construídas nas Histórias, do Snapchat e do Instagram, estão por toda a parte, a todo o momento sendo publicados em outros serviços, como Youtube, Instagram, Facebook e Twitter. Hashtags como #SnapSave (no caso do Snapchat) identificam que aquela imagem foi criada através do Snapchat. A estética dos vídeos capturados nas Histórias é, muitas vezes, perceptível. Entretanto, a persistência programada dos conteúdos compartilhados nas Histórias só funciona enquanto compartilhados ali e somente ali. A mídia social temporária, conforme denominada por Jurgenson (2013), perde sua temporariedade no momento em que é replicada para outras redes de caráter mais permanente. Logo, uma das problematizações que surge a partir dessa análise é a de quão importante é, de fato, a efemeridade do Snapchat e do Instagram Stories e o quão primordial a persistência programada é.

3 O COTIDIANO

Trabalhar, fazer compras no supermercado, jantar com familiares, assistir televisão, passear no parque aos finais de semana, ler o jornal pela manhã; as experiências da vida cotidiana tangem aquilo que é comum, prosaico e regular na vida do ser humano. Atividades básicas e ordinárias, muitas vezes essenciais para a sobrevivência humana, compõem o cotidiano, cuja própria origem da palavra, do latim *cotidie* ou *cotidianus*, significa todos os dias, o diário, o habitual. A rotina é, na prática, característica elementar do cotidiano. O cotidiano se insere neste trabalho como o entorno que move as trocas narrativas nas Histórias entre os sujeitos. Nesse sentido, busca-se aqui a compreensão da constituição dos elementos do cotidiano, das mediações e objetivações e de como o ser humano desenvolve sua subjetividade em meio às experiências cotidianas. O processo de estruturação do referencial teórico a seguir se dará por uma aproximação das construções de Michel de Certeau (1998), Thompson (2008) e Agnes Heller (1992).

Michel de Certeau (1998) parte da inquietação acerca da investigação do sujeito em sua vida cotidiana, frequentemente deixada de lado nos estudos das ciências humanas até então. Para o autor, muitos trabalhos analisam, com excelência, as representações e os comportamentos em uma sociedade; pouco se reflete, entretanto, sobre as chamadas operações dos usuários “que frequentemente são entregues à passividade e à disciplina” (1998, p. 37). Essa crítica vem acompanhada de uma proposta epistemológica para compreender “as combinatórias de operações que compõe também (sem ser exclusivamente) uma ‘cultura’” e trazer à luz os modelos de ação característicos dos usuários, tratados pelo “púdico nome de consumidores”, dos quais se esconde “o estatuto dos dominados (o que não quer dizer passivos ou dóceis)” (CERTEAU, 1998, p. 38).

A análise das imagens difundidas na televisão (representações) e dos tempos passados diante do aparelho (comportamento) deve ser completada pelo estudo daquilo que o consumidor cultural “fabrica” durante essas horas e com essas imagens. O mesmo se diga no que diz respeito ao uso do espaço urbano, dos produtos comprados no supermercado ou dos relatos com legendas que o jornal distribui. (CERTEAU, 1998, p. 39).

A presença e a circulação de uma representação funcionam como código da promoção sócio-econômica por pregadores, por educadores ou por vulgarizadores e não indicam o que ela é ou significa para seus usuários. É essencial, na visão de Certeau, portanto, compreender a manipulação pelos usuários que não fabricam essa representação, vislumbrando, assim, sua produção secundária, que se esconde nos processos de sua utilização. A reflexão histórica

proposta por Certeau é concentrada no “homem ordinário”, o “herói comum” cujas operações, as “práticas comuns” são narradas pelo autor e chamadas de “artes de fazer”.

As narrativas do cotidiano construídas nas Histórias referidas neste trabalho estão diretamente envolvidas com as artes de fazer de Certeau. No cenário contemporâneo, em meio a um contexto de convergência midiática e cultura da participação (JENKINS, 2009), as artes de fazer do sujeito comum já não são práticas tão obscuras. Se os chamados usuários antes não fabricavam sua representação, hoje já possuem meios e recursos para buscar construí-la e disseminá-la. A esfera cotidiana, neste trabalho, representa o entorno do sujeito onde a construção e o consumo de narrativas nas Histórias se entrelaçam em meio às diversas práticas diárias e rotineiras. Pesquisas anteriores, como visto, relataram que a troca de imagens via *smartphone* caracteriza um tecido conversacional na medida em que os sujeitos se comunicam, a todo o momento, utilizando imagens (LEMOS, 2007; MILLER, 2014; LOBINGER, 2016); a conversação e demais práticas relacionais, por sua vez, são atividades típicas no contexto prosaico. Em se tratando das Histórias, a efemeridade das publicações vem, com frequência, sendo relacionada ao domínio do cotidiano. Nesse sentido, a análise de Certeau certamente contribuirá para refletir acerca de questionamentos levantados neste trabalho, como por exemplo: quão corriqueiras são as trocas narrativas imagéticas nas Histórias? Que relação as imagens efêmeras têm com o cotidiano? Práticas comuns, as artes de fazer são frequentemente transmitidas por meio dos serviços de redes sociais e, mais do que nunca, narradas de imediato, com o auxílio de dispositivos móveis, no momento em que ocorrem. No desenvolvimento deste trabalho, busca-se compreender como se dá a invenção do cotidiano no contexto contemporâneo, entendendo que a produção diária do sujeito comum pode, e muitas vezes é transmitida e compartilhada.

Dando seguimento à análise de Certeau, são as chamadas artes de fazer que constituem a invenção do cotidiano – que revela que o sujeito ordinário inventa o cotidiano “com mil maneiras de ‘caça não autorizada’”. Nessa perspectiva, o ser humano anônimo, em suas artes de fazer, utiliza de táticas de resistência em sua manipulação dos objetos, introduzindo seu uso à sua própria maneira, de forma distinta da imposta pelas políticas culturais. É nesse tensionamento entre sujeito comum e o ambiente que o envolve, controlado por sujeitos institucionais e permeado por políticas culturais, que o autor situa conceitos que chama de estratégia e tática.

A estratégia é relativa às instituições de poder; “é o cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder é isolável de um ‘ambiente’”, como na administração de empresas. Esse sujeito de querer e poder mantém um

lugar que pode ser delimitado como *próprio* e, portanto, “capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta” (CERTEAU, 1998, p. 46). O modelo estratégico, então, permite que a instituição – que podem ser empresas, conglomerados midiáticos, instituições religiosas, escolas e outras instituições – possam deliberar e arbitrar, formular estratégias, graças a esse lugar próprio. Se objetivo é se perpetuar através daquilo que produz.

Muitas práticas cotidianas são do tipo tática. O tático é “um cálculo que não pode contar com um próprio, nem, logo, com uma fronteira que distingue o outro como totalidade visível. A tática só tem por lugar o outro”. Na medida em que a estratégia possui lugar próprio, seu quartel general, a sede, o ambiente por onde e de onde delibera, o tático flui por estes lugares que não lhe pertencem. Não há base onde capitalizar na tática, nem como assegurar uma independência diante das circunstâncias. Justamente por isso, o tático é flexível e ágil se comparada à estratégia. Enquanto o próprio da estratégia é a vitória do lugar sobre o tempo, a tática, em seu não-lugar, depende do tempo, jogando constantemente com os acontecimentos para transformá-los em “ocasiões”. O que é ganho, no tático, não é guardado.

Sem cessar, o fraco deve tirar partido de forças que lhe são estranhas. Ele o consegue em momentos oportunos onde combina elementos heterogêneos (assim, no supermercado, a dona de casa, em face dos dados heterogêneos e móveis, como as provisões do freezer, os gostos, apetites e disposições de ânimo de seus familiares, os produtos mais baratos e suas possíveis combinações com o que ela já tem em casa etc.), mas sua síntese intelectual tem por forma não um discurso, mas a própria decisão, ato e maneira de aproveitar a “ocasião”. (CERTEAU, 1998, p. 46-47)

A leitura é o ponto de partida para a descrição das práticas cotidianas. Vivemos no que o autor chama de uma epopeia do olho e da pulsão de ler, em um constante fomento à “hipertrofia da leitura”: “da televisão ao jornal, da publicidade a todas as epifanias mercadológicas, a nossa sociedade canceriza a vista, mede toda a realidade por sua capacidade de mostrar ou de se mostrar e transforma as comunicações em viagens do olhar.” (CERTEAU, 1998, p. 48). Com efeito, o binômio produção-consumo é substituído em sua análise por escrita-leitura, considerando que a leitura (da imagem ou do texto) configura o ápice de passividade do consumidor, percebido como voyeur em uma “sociedade do espetáculo”. O produtor, autoridades religiosas, políticas, escolares, entendem que aquele que lê apenas incorpora as dadas formas e significações dos textos que lhes são colocados. Os dispositivos escriturários são formas de controle e de vigilância, estratégia das instituições de poder.

Entretanto, a leitura é um processo de produção em cada um. Ao ler, o homem altera e confere ao texto sua própria significação; é uma forma individual de habitar o texto (CHARTIER, HÉBRARD, 1998). A leitura é uma apropriação, que subverte a oposição entre

produção e consumo e faz da leitura uma atividade tática. Ao ler, o leitor, no espaço do próprio texto, elabora um novo texto (CHARTIER, HÉBRARD, 1998). Assim, a arte de ler pode ser comparada a outras artes que, como a arte de ler, são táticas de resistência referentes a situações do particular, onde o indivíduo move-se pelo espaço imposto e o altera. A arte de conversar é um exemplo

as retóricas da conversa ordinária são práticas transformadoras “de situações de palavra”, de produções verbais onde o entrelaçamento das posições de locutoras instaura um tecido oral sem proprietários individuais, as criações de uma comunicação que não pertence a ninguém. A conversa é um efeito provisório e coletivo de competências a arte de manipular “lugares comuns” e jogar o inaceitável dos acontecimentos para torná-los “habitáveis”. (CERTEAU, 1998, p. 50)

Faz-se aqui um paralelo com Thompson (2008) que em muitos pontos converge com Certeau (1998), porém traz a discussão para uma perspectiva da comunicação. A hipertrofia da leitura abordada por Certeau refere-se à constante prática de recepção por parte dos sujeitos, que a todo o momento são submetidos às representações simbólicas, ou produtos de mídia simbólicos. De acordo com Thompson (2008), a recepção é uma prática intrínseca ao cotidiano, de caráter rotineiro e que naturalmente se mescla por entre outras atividades ordinárias. Conforme descrito pelo autor, trata-se de ler o jornal no metrô enquanto se vai ao trabalho ou ouvir o rádio enquanto toma-se café da manhã ou manter a televisão ligada enquanto cuida-se dos afazeres da casa. Para o autor, a atividade de recepção é essencialmente mundana, algo que chama de “mundanidade mediada”, integrada à vida dos sujeitos. Além disso, a recepção tem a capacidade de ordenar o horário diário e impor rotina aos sujeitos, na medida em que eles se organizam para assistir à determinado programa de televisão ou rádio.

Assim como Certeau acredita que para se compreender o cotidiano, as artes de fazer dos sujeitos devem ser também investigadas, Thompson (2008) alega que, para que se compreenda a recepção, é necessário aproximar-se o cotidiano do sujeito. De acordo com o autor, a recepção é um processo hermenêutico, na medida em que durante a prática da recepção dos produtos simbólicos, interpretam-nos e se apropriam-se das mensagens à sua maneira, reintroduzindo elas em seu cotidiano. Segundo o autor:

A tradição hermenêutica chama nossa atenção para um outro aspecto da interpretação que é relevante aqui: a interpretar formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que tem de si mesmos e dos outros. Eles as usam para veículos de reflexão e autorreflexão, como base para refletirem sobre si mesmos, o mundo a que pertencem e os outros” (THOMPSON, 2008, p. 45)

A recepção dos produtos de mídia é um processo ativo e criativo, na medida em que os sujeitos criam sentido de acordo com sua formação, as condições sociais, história de vida e uma série de elementos que compõe sua subjetividade. A mensagem, logo, pode ser entendida de

maneira diferente entre as pessoas, visto seus diferentes contextos individuais. Além disso, A compreensão que o sujeito tem dos produtos da mídia simbólicos pode sofrer transformações, ressignificações, quando vistas de ângulos diferentes. Esses produtos simbólicos são com frequência submetidos a comentários, à crítica dos outros e debatidos entre os sujeitos, que transformam e reapropriam seus significados, imprimindo-os, gradualmente, no tecido simbólico da vida cotidiana. Como mencionado por Certeau anteriormente, as retóricas da conversa ordinárias são práticas transformadoras, com um efeito provisório e coletivo de manipular lugares comuns; ou seja, táticas de resistência às imposições das representações simbólicas.

Assim como Certeau critica a ausência dos estudos focados no homem comum e suas táticas diárias para subverter a lógica de produção e consumo, Agnes Heller, pensadora marxista que buscou trazer novas percepções para o materialismo histórico, centraliza as reflexões na temática do indivíduo na vida cotidiana. Para a autora, a ausência da subjetividade individual na obra de Marx representa uma contradição básica. Em sua análise, a contradição está relacionada ao papel assumido pela classe operária: por vezes ela se apresenta como determinadora da história, sujeito da revolução; em outros momentos, a classe operária deixa de ser sujeito e sua revolução é apresentada como um resultado natural da formação das estruturas capitalistas – como uma consequência desse modo de produção apenas. Não só a classe operária se apresenta como sujeito somente enquanto classe, ignorando as individualidades, como no segundo momento o processo histórico é posto como objetivo, desconsiderando também a subjetividade da classe. É a partir disso que a autora busca uma aproximação das esferas social e individual e constroi, portanto, uma teoria que resgata a subjetividade do indivíduo e a centraliza no processo histórico, entendendo-a como a expressão da busca pela humanização do homem (PATTO, 1993).

De acordo com Heller, “a vida cotidiana é a vida de todo o homem” (1992, p. 17), sem exceções. Além disso, todos os aspectos da individualidade e da personalidade do indivíduo estão presentes na vivência cotidiana. “Todos os seus sentidos, suas capacidades intelectuais, habilidades manipulativas, pensamentos, paixões, ideias, ideologias” (1992, p. 17) estão em constante funcionamento, ao mesmo tempo que nenhuma dessas capacidades é exercida em sua total intensidade. A tomada de decisão é rápida, automática, pois no cotidiano estão as práticas que não envolvem reflexões profundas ou procedimentos complexos. Ora, o homem não possui tempo nem possibilidade de se envolver inteiramente em todas as suas capacidades nas vivências do cotidiano. Além disso, é na assimilação com o mundo e com o outro que se

constitui a vida cotidiana; é na vida em sociedade, através da apropriação de objetos, costumes, linguagem e demais elementos culturais, que o homem vive o cotidiano.

Essa assimilação com o mundo se dá através da objetivação. O processo de objetivação das coisas pressupõe o uso dos objetos pelo homem. De acordo com Guimarães (2002) objetivação em si é “aquilo que constitui a coisa por si mesma, ou seja, ela é aquilo porque não é outra coisa” (p. 12), por exemplo, um copo é um copo porque há representações do copo tanto na linguagem quanto na cultura acerca da sua constituição e usos. Ao mesmo tempo, sabe-se que o copo não é um garfo, ou uma mesa. “A objetivação em si é que está presente no cotidiano do senso comum e é a que cria as condições para vivermos em determinada sociedade com seus costumes, ritos, etc.” (GUIMARÃES, 2002, p. 12) e é “indispensável a todo homem enquanto processo formativo em si mesmo, constante e permanente, de que o homem necessita apropriar-se como condição básica para a vida na sociedade e na época em que vive” (GUIMARÃES, 2000, p. 29). Dessa forma, o que Heller chama de manipulação das coisas, atividade intrínseca e constitutiva da vida cotidiana, é também imanente à assimilação das relações sociais, que, por sua vez, é também fundamental da vida cotidiana; “o homem aprende em grupo os elementos da cotidianidade” (HELLER, 1992). Para a autora, o homem já nasce inserido em sua cotidianidade, e seu amadurecimento significa que “o indivíduo adquire todas as habilidades imprescindíveis para a vida cotidiana da sociedade (camada social) em questão”. como, por exemplo, aprender a segurar um copo e a beber no mesmo, utilizar o garfo e a faca e sentar-se a mesa.

É nesse sentido que a autora procura centralizar as práticas cotidianas no acontecer histórico, visto que é na vida cotidiana que está a verdadeira substância social.

As grandes ações não cotidianas que são contadas nos livros partem da vida cotidiana e a ela retornam. Toda grande façanha histórica concreta torna-se particular e histórica precisamente graças ao seu efeito na cotidianidade. O que assimila a cotidianidade de sua época assimila também, com isso, o passado da humanidade, embora tal assimilação possa não ser consciente, mas apenas “em si”. (HELLER, 1992, p. 20)

O indivíduo ao viver a cotidianidade é sempre ser particular e ser genérico. O ser particular se caracteriza principalmente por sua unicidade e irrepetibilidade frente à assimilação de determinada realidade social, demonstradas a partir de manifestações distintas de suas motivações e paixões, a serviço das necessidades individuais. O ser genérico, por outro lado, engloba toda atividade de caráter genérico e universal; “é o homem um ser genérico já que é produto e expressão de suas relações sociais, herdeiro e preservador do desenvolvimento humano” (HELLER, 1992, P. 21). O trabalho, por exemplo, é uma atividade do gênero humano, entretanto as pessoas manifestam motivações particulares para realizar o trabalho. A vida

cotidiana se constitui, portanto, em uma relação muda entre a particularidade e a generalidade “o indivíduo (a individualidade) contém tanto a particularidade quanto o humano-genérico que funciona consciente e inconscientemente no homem” (HELLER, 1992, P. 22)

É comum a toda a individualidade a escolha relativamente livre (autônoma) dos elementos genéricos e particulares [...] O homem singular não é pura e simplesmente indivíduo, no sentido aludido; nas condições da manipulação social e da alienação, ele se vai fragmentando cada vez mais “em seus papéis”. O desenvolvimento do indivíduo é antes de mais nada - mas de nenhum modo exclusivamente – função de sua liberdade fática ou de suas possibilidades de liberdade. (HELLER, 1992, P. 22)

Evidentemente, há um equilíbrio entre o ser particular e o humano-genérico em cada indivíduo para a execução das atividades cotidianas e seus choques não são levados à consciência na maioria das atitudes do dia-a-dia.

Além disso, a vida cotidiana é heterogênea e hierárquica no que se refere ao conteúdo e à significação ou importância dos tipos de atividades. É heterogênea pois exige as diversas capacidades humanas simultaneamente, ao passo que cada indivíduo faz uso dessas capacidades de maneira diferente em sua particularidade. É hierárquica no sentido em que se atribui valor às atividades diárias, dando prioridade a determinadas atividades em detrimento de outras, visto que não se pode fazer tudo ao mesmo tempo. Ademais, Heller descreveu algumas características que permeiam, em menor ou maior grau, de acordo com a situação, as atitudes da vida cotidiana: espontaneidade, probabilidade, economia, ultrageneralizações e entonação.

A espontaneidade é sempre uma tendência nas práticas do dia-a-dia. Visando a satisfação imediata, o humano é espontâneo em realizar a maior parte de suas atividades cotidianas sem considerar experiências futuras. A repetição e a regularidade da vida cotidiana implicam-se mutuamente à espontaneidade – e de maneira alguma encontram-se em contradição. Isso porque não seria possível planejar e analisar profundamente toda a ação do cotidiano, pois se a cada atividade a ser realizada houvesse uma disposição por parte do homem à reflexão acerca do seu conteúdo, apenas uma fração das ações diárias imprescindíveis seria realizada. Logo, “tornar-se-iam impossíveis a produção e a reprodução da vida da sociedade humana” (HELLER, 1992, p. 30). Além disso, não só na assimilação do comportamento do ritmo da vida se encontra a espontaneidade, senão no fato de que essa assimilação está fundamentada em motivações efêmeras, em frequente mutação, aparecimento e desaparecimento.

A probabilidade, ou possibilidade, é a base pela qual o homem atua em sua vida cotidiana. Evidentemente, não é possível calcular com exatidão científica a consequência de uma ação na vida cotidiana. Ao cruzar a rua, por exemplo, jamais calcula-se a velocidade dos

veículos e a própria; se o fizéssemos, o tempo levado para executar essa atividade seria consideravelmente maior do que o necessário. Isso não é necessário, basta, no caso médio, avaliar a probabilidade suficiente para que a ação alcance o objetivo visado. “Podemos efetivamente nos orientar e atuar com a ajuda de avaliações probabilísticas, a medida que, abaixo dessa linha, na esfera da possibilidade, ainda não podemos consegui-lo, e por cima da correspondente fronteira superior [...] já não mais precisamos” (HELLER, 1992, p. 31).

A ultrageneralização é baseada em juízos provisórios. Eles se sustentam na experiência cotidiana, não possuem fundamentação teórica ou científica. Formatados a partir do senso comum, os juízos provisórios são confirmados como verdadeiros pela prática, já que os outros acreditam e assim também passam a ser acreditados. Ele é determinado pelas experiências diárias, pela convivência com grupos que compartilham de um mesmo juízo provisório. Uma das características que contribuem para a ultrageneralização e a formação de juízos provisórios é a analogia, recurso que permite a repetição de um mesmo procedimento em situações de aspectos distintos, porém consideradas similares pelo indivíduo. Outro recurso é o precedente, que funciona como um indicador útil para o comportamento humano e está relacionado ao conhecimento da situação, funcionando como um exemplo. Um terceiro recurso é a imitação, essencial para a vida cotidiana e que permite a assimilação do sistema consuetudinário. Sem a mimese, nem o trabalho nem o intercâmbio seriam possíveis.

Por fim, a entonação contribui tanto para a configuração do tipo de atividade e de pensamento, quanto a avaliação dos outros e na comunicação. O surgimento de um determinado indivíduo em dado ambiente “dá o tom” do sujeito em questão, produz uma atmosfera tonal em torno dele e segue envolvendo-o posteriormente. Trata-se da irrepetibilidade e unicidade de cada um, que se manifesta através de sua entonação. Ao não produzir entonação, carece ao sujeito individualidade, ao passo que o sujeito que não percebe a entonação alheia é insensível a esse aspecto das relações humanas.

Os apontamentos aqui feitos acerca da construção de um panorama da esfera do cotidiano por Michel de Certeau contribuem para nos aproximarmos do sujeito comum e da sua relação com mundo, compreendendo como se dão as táticas diárias para subverter as lógicas da produção e consumo. Já Agnes Heller, em sua abordagem descritiva, esmiúça e especifica o que faz a vida do homem cotidiana, aquilo que é próprio do cotidiano e como o sujeito, em suas artes de fazer do dia-a-dia, produz e reproduz sua assimilação com o mundo, age e reage, tanto nas relações sociais quanto na manipulação das coisas. Com efeito, a apropriação dessas teorias neste trabalho se dará no sentido de compreender a relação da produção e compartilhamento de imagens efêmeras no contexto do cotidiano. Além de buscar averiguar se a construção de

narrativas através das Histórias corresponde a uma prática que participa e interfere nas experiências do cotidiano.

4 NARRATIVAS

Contar histórias é prática exercida por todos. Frequentemente estamos narrando acontecimentos, eventos, situações das quais nos fizemos participantes ou das quais ouvimos falar, seja por meio da narrativa escrita, oral, visual, por gestos ou mesmo sons. Uma narrativa representa uma seqüência de situações interligadas, estratégias discursivas de forma a manter uma lógica de continuidade. Estão presentes nos mitos, nas lendas, nas fábulas, nos contos, nas novelas, nas epopéias, nas histórias, nas tragédias, nos dramas, nas comédias, nas pantomimas, nas pinturas, nos vitrais, no cinema, nas histórias em quadrinhos, na conversação (BARTHES, 1971). Das pinturas nas cavernas aos videogames, dos bardos celtas entoando poemas às reportagens jornalísticas, a narrativa sempre esteve presente na história social do homem. Ela pode, portanto, ser entendida como atividade essencial da vida em sociedade.

A narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há, nunca houve em lugar nenhum povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm as suas narrativas, muitas vezes essas narrativas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes, até mesmo opostas: a narrativa zomba da boa e da má literatura: internacional, trans-histórica, transcultural, a narrativa está sempre presente, como a vida. (BARTHES, 1971, p. 19-20)

Para iniciar essa discussão, nos apropriaremos aqui do narrador de Benjamin (1985) para fazer um paralelo com as narrativas que são compartilhadas nas Histórias. De acordo com Walter Benjamin (1985), a narrativa tem sua origem na prática oral, que trata da experiência contada de pessoa para pessoa e sua natureza é, portanto, efêmera. Segundo o autor, a experiência seria obtida do conhecimento a partir da vida prática, da ação cotidiana e, sua transmissão, seria a fonte a que recorrem todos os narradores.

Entre as narrativas escritas, as melhores são as que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos. Entre eles, existem dois grupos, que se interpenetram de múltiplas maneiras. A figura do narrador só se torna plenamente tangível se temos presentes esses dois grupos: “Quem viaja tem muito que contar”, diz o povo, e com isso imagina o narrador como alguém que vem de longe. Mas também escutamos com prazer o homem que ganhou honestamente sua vida sem sair do seu país e que conhece suas histórias e tradições. (BENJAMIN, 1985, p. 198-199).

Tem-se, então, a figura arcaica do marinheiro comerciante como o alguém que vem de longe, enquanto que os que conhecem bem as tradições e histórias de determinada região são representados pelo camponês sedentário. Ambas representações estão associadas à experiência de vida acumulada que traduzem em narrativas aquilo que viram ou ouviram falar. As histórias que ouvem, as absorvem e às transformam à sua maneira de narrar. No campo, no mar ou na cidade, a narrativa é, num certo sentido, uma forma artesanal de comunicação: “não está

interessada em transmitir o ‘puro em si’ da coisa narrada como uma informação ou relatório” (BENJAMIN, 1985, p.205). A narrativa insere a coisa narrada na vida do narrador. Tal qual a mão do oleiro na argila do vaso, a narrativa tem marca do narrador nela gravada.

Mesmo o narrador de Benjamin pertencendo a uma época e culturas distantes, a analogia do autor nos diz muito sobre o processo de construção narrativa, mesmo nas Histórias. Como qualquer discurso dos sujeitos, as Histórias estão repletas de subjetividade. Não há, nas Histórias, mera transmissão crua de informação ou relatório; os aspectos identitários são intrínsecos à sua construção. A marca do narrador nas Histórias está presente desde o compartilhamento do seu ponto de vista, transmitido pela câmera do seu celular e emoldurado pelo dispositivo móvel da sua audiência, até a representação do seu próprio rosto, nas *selfies*. A História é uma representação do sujeito, uma narrativa que o sujeito constrói de si. A experiência cotidiana, momentos do dia-a-dia e sua rotina são as maiores munições para qualquer narrativa construída nas Histórias. Estas estão sempre presentes com os usuários, em função da mobilidade, e são acessadas facilmente, através da portabilidade do dispositivo móvel. Embora a analogia de Benjamin trabalhe com figuras que representam um grande acúmulo de experiência de vida, as Histórias abrem espaço para os compartilhamentos das experiências diversas, sejam as mais banais, sejam os grandes feitos de suas vidas, como as do marinheiro comerciante, ou do camponês sedentário. É importante que se perceba, logo, que as experiências pessoais são inerentes à produção narrativa, logo inerentes também às Histórias.

4.1 EXPERIÊNCIAS PESSOAIS E TEMPO VIVIDO NAS NARRATIVAS

Partiu-se, neste trabalho, de que a efemeridade das Histórias no Snapchat seria seu principal diferencial enquanto serviço de rede social e compartilhamento de imagens. Entretanto, os aspectos temporais que cercam o serviço não se limitam ao tempo de vida de suas publicações. A instantaneidade com que são construídas e consumidas também são um aspecto a ser compreendido, pois, como já citado, o aplicativo incentiva o compartilhamento de capturas que estejam acontecendo naquele exato momento, assim como fornece à audiência um período de vinte quatro horas para que consumam aquelas publicações antes que elas desapareçam. Assim como os aspectos temporais, existem também fatores que contribuem para que se perceba certo caráter espontâneo das experiências retratadas nas narrativas compartilhadas nas Histórias. É relevante, nesse momento, trazer alguns breves pontos levantados por Paul Ricoeur (1994), que sintetiza Santo Agostinho e Aristóteles em uma articulação que relaciona tempo e narrativa, consciência e experiência. Essa articulação de

Ricoeur (1994) têm como objetivo construir uma reflexão, ou, como diz, meditação, sobre a importância tanto da narrativa poética, quanto da temporalidade, para a ciência histórica, mostrando como uma condiciona a outra, em um círculo hermenêutico. De acordo com Ricoeur “o mundo exibido por qualquer obra narrativa é sempre um mundo temporal.” (1994, p. 15) e para explorar a mediação entre tempo e narrativa, o autor trabalha com os três momentos da mimese (representação ou imitação), de Aristóteles, conforme será visto ao longo desta sessão.

Ricoeur afirma que “existe entre a atividade de narrar uma história e o caráter temporal da experiência humana uma correlação que não é puramente acidental, mas apresenta uma forma de necessidade transcultural” (1994, p. 85). Esse caráter temporal a que se refere o autor trata do paradoxo do tempo em Santo Agostinho, cuja crítica se volta ao argumento cético de que o tempo não tem ser. A pergunta que guia a abordagem de Santo Agostinho é “como pode o tempo ser, se o passado não é mais, se o futuro não é ainda e se o presente nem sempre é.” (1994, p. 23), o que também levou ao segundo questionamento de “como se pode medir o que não é?” (1994, p. 23). Conforme Ricoeur (1994), para Santo Agostinho, é através das experiências vividas que percebemos o tempo. O tempo passa na alma e não está relacionado com algo externo a nós. Percebemos o presente com a visão, o passado com a memória e o futuro com a espera. A distensão na alma é o sentir do tempo, que não se mede. Os intervalos de tempo são percebidos e frequentemente expressos por meio da linguagem, como por exemplo “ainda é”, “ter passado”, “não... mais”. Há comparações que demonstram o reconhecimento de um período às vezes mais curto, às vezes mais longo, e um entendimento de que é o passado que se alonga e se afasta e o futuro que se encurta e se aproxima. Nesse sentido, o caráter temporal é entendido pelas experiências vividas que vêm à tona pela memória ou pela espera, o chamado tempo vivido. A concepção de tempo em Santo Agostinho é, portanto, psicológica e íntima ao sujeito.

De um lado Ricoeur mune-se da teoria do tempo de Santo Agostinho para a explorar o aspecto temporal da mediação que propõe entre tempo e narrativa. De outro, é à *Poética* de Aristóteles que ele recorre para a compreensão da experiência vivida, visto que o ato poético “pode oferecer-lhe forma, extensão e medida” (REIS, 2006, p. 23). Para Aristóteles, segundo Ricoeur (1994) a concepção de tempo é cosmológica, é a medida do movimento dos corpos e totalmente externa ao indivíduo. “A *Poética*, com efeito, cala-se a propósito da relação entre atividade poética e a experiência temporal” (RICOEUR, 1994, p.56). Em Aristóteles, a poética é a arte de compor intrigas, em que a tessitura da intriga (*muthos*) é a disposição dos fatos em sistema, e a atividade mimética (*mimese*) é o processo ativo, dinâmico, de representação ou imitação. Em resumo:

Os paradoxos da experiência do tempo segundo Santo Agostinho não devem nada a atividade de narrar uma história [...]. Do seu lado, a análise da intriga que Aristóteles faz não deve nada à sua teoria do tempo, a qual se refere exclusivamente à física; mais ainda, na Poética, a “lógica” da tessitura da intriga desencoraja qualquer consideração sobre o tempo, mesmo quando implica conceitos tais como começo, meio e fim, ou se compromete num discurso sobre a extensão ou a amplitude da intriga. (RICOEUR, 1994 p. 85)

A hipótese que motiva Ricoeur (1994) a convergir os dois filósofos é a de que “o tempo torna-se tempo humano na medida em que está articulado de modo narrativo: em compensação, a narrativa é significativa na medida em que esboça os traços da experiência temporal” (p. 15). O tempo vivido ganha forma na intriga e, depois, tanto a intriga orienta o vivido como o vivido transforma a intriga (REIS, 2006). Ao ser narrado, o vivido é reconhecido e se torna mais humano. A mediação entre o tempo e a narrativa, portanto, se desencadeia em três momentos: a mimese 1, chamada prefiguração das ações, onde o sujeito no mundo observa os acontecimentos, os fenômenos; mimese 2, a configuração textual, onde há a organização narrativa e cronológica destes fenômenos percebidos; a mimese 3, a refiguração, o processo de recepção, onde o receptor interpreta o que foi configurado na mimese 2 e reescreve a narrativa em seu contexto.

A mimese 1 é a pré-compreensão do mundo e da ação, das suas estruturas inteligíveis, recursos simbólicos e do seu caráter temporal. Sendo a intriga uma imitação da ação, é necessário uma competência preliminar, que é a capacidade de identificar a ação em geral por seus traços estruturais; uma semântica da ação, como o reconhecimento dos fins, motivos, agentes, circunstâncias, e outros elementos da ação etc. Ademais, se imitar é elaborar uma significação articulada da ação, é exigida também uma competência suplementar: a identificação das mediações simbólicas da ação. A mediação simbólica trata-se de “distinguir, dentre os símbolos da natureza cultural, aqueles que embasam a ação a ponto de constituir sua significação principal” (RICOEUR, 1994, p. 92). Isto é, para dar significado à ação, é exigido que do indivíduo que conheça previamente elementos do contexto cultural que envolvem a ação. Além disso, a articulação simbólica da ação porta traços precisamente temporais, que é de onde procedem a própria capacidade da ação ser narrada e talvez a necessidade de narrá-la. “O que importa é a maneira pela qual a praxis cotidiana ordena, um em relação ao outro, o presente do futuro, o presente do passado, o presente do presente”; se é no perceber a ação que o sujeito percebe o tempo vivido, é justamente por ela portar traços temporais que se torna significativa ao sujeito. Por fim, imitar ou representar a ação é primeiro pré-compreender o que ocorre com o agir humano, do ponto de vista tanto semântica, quanto simbólica e

temporal. “É sobre essa pré-compreensão, comum ao poeta e a seu leitor, que se ergue a tessitura da intriga e, com ela, a mimética textual e literária.” (RICOEUR, 1994, p. 101).

A mimese 2 é a operação de configuração em que a intriga é tecida pelo narrador. É onde onde o sujeito extrai inteligibilidade dos fenômenos percebidos na mimese 1, e vai organizá-los, cronológica e narrativamente. A mimese 2 é a própria intriga, enquanto processo dinâmico, que é a imitação, ou representação, da ação. Mais do que uma enumeração de eventos, a intriga é um agenciamento dos fatos, com função principal de mediadora. Ela faz é a mediação entre acontecimentos e incidentes individuais e a história como um todo, transformando-os. Além disso, a mediação da intriga abrange também seus caracteres temporais próprios, combinando duas dimensões temporais: a cronológica e a não-cronológica. A dimensão cronológica constitui a dimensão episódica da narrativa, na medida em que a história é constituída por acontecimentos. Já a dimensão não cronológica é a configuração propriamente dita. Se, por um lado, a dimensão cronológica da narrativa puxa o tempo narrativo para o lado da representação linear, a dimensão configurante, por outro lado, impõe uma sequência dos incidentes indefinida.

O ato de narrar, de seguir uma história, torna produtivos os paradoxos que inquietavam Santo Agostinho a ponto de levá-lo ao silêncio. A alma no tempo constrói espelhos, imagens de si mesma: discursos com princípio, meio e fim. Há uma tradição na narração, que não é uma forma morta, mas um jogo de inovação e sedimentação. [...] O autor cria, mas não livremente, sua intriga. Para ser recebido pelo leitor/espectador ele deve se inspirar em formas narrativas reconhecíveis consagradas pela sua tradição cultural. (REIS, 2006, p.31)

A narrativa tem seu sentido pleno quando é restituída ao tempo do agir e do padecer em mimese 3. “Mimese 3 marca a intersecção entre o mundo do texto e o mundo do ouvinte ou do leitor. A intersecção, pois, do mundo configurado pelo poema e do mundo no qual a ação efetiva exhibe-se e exhibe sua temporalidade específica” (RICOEUR, 1994, p. 110). O leitor é co-autor da narrativa, que a partir dela produz própria significação, refigurando-a. Ao mesmo tempo, ele insere a narrativa em seu viver, pois se reconhece nela.

A narrativa histórica não representa o que de fato ocorreu. Ela é uma representação construída pelo sujeito. Ela se aproxima da ficção. O que controla este seu caráter ficcional, além da documentação, que a fundamenta, é o fato de atividade mimética não terminar no texto poético ou na obra de história. Ela se dirige e se realiza no espectador ou leitor. Ela retorna ao vivido. A refiguração ou reinvenção da intriga é produzida pelo receptor, que se torna co-autor. A compreensão narrativa articula uma atividade lógica de composição, o autor, com a atividade histórica de recepção, o público. (REIS, 2006, p. 27)

Quando esses três processos miméticos são realizados, completa-se o círculo hermenêutico. As narrativas partem sempre da compreensão e organização das ações do mundo que, ao serem configuradas, tecidas como intrigas, contam uma história que representa ou imita

a ação. A narrativa humaniza o tempo, tornando-o tempo humano, e justamente por expressar traços da experiência temporal é que ela é significativa. O tempo humano parte da narrativa e dela também depende.

O que é um snap senão uma intriga? A composição de um snap – a mirada do dispositivo móvel, ato da captura, a inserção de legendas e símbolos gráficos – nada mais é que tecer uma intriga, ou mimese 2. Ao compor um snap, o sujeito visa contar, retratar, narrar, representar as ações e situações que observa, vivencia e experimenta a sua volta. Um snap é uma intriga; uma narrativa por si só, que carrega fortes elementos subjetivos do narrador. Como falado anteriormente, as imagens circuladas nas Histórias visam comunicar experiências e a própria subjetividade. A relação entre tempo e narrativa, experiência e consciência, brevemente abordada neste trabalho, nos diz muito sobre o processo de construção e consumo de narrativas nas Histórias.

Na mimese 2, o sujeito transcreve em suas Histórias aquilo que vivencia na mimese 1. A mimese 1, por sua vez, envolve a relação do sujeito com seu entorno e como ele percebe as ações à sua volta. Nesse sentido, a mimese 1, para este trabalho, é aquilo que é anterior à construção das Histórias e revela alguns elementos que implicam na sua construção. Para prefigurar uma representação, o sujeito depende de conseguir identificar na ação elementos semânticos que levam a uma estruturação da história, elementos simbólicos para embasar a ação e extrair dali sentido, além de elementos temporais, que possibilita que a ação venha a ser narrada.

Quando Benjamin apresenta as figuras arcaicas do marinheiro comerciante e do camponês sedentário, o faz para falar da riqueza narrativa. Esta vem com o acúmulo de experiências de vida, vividas ou ouvidas, que são traduzidas, enfim, em narrativas. O narrador de Benjamin é aquele que extrai com maestria inteligibilidade da ação e que, a partir de acontecimentos ou incidentes isolados, tece intrigas inigualáveis. A narrativa, portanto, permanece, se mantém eterna, e segue exigindo reflexões acerca dos contextos que as envolvem. Ao conseguir se associar às experiências do leitor, permite que este produza seus sentidos (já na mimese 3). O narrador de Benjamin é tido, portanto, como certa autoridade àqueles que escutam à narrativa.

Assim definido, o narrador figura entre os mestres e os sábios. Ele sabe dar conselhos: não para alguns casos, como o provérbio, mas para muitos casos, como o sábio. Pois pode recorrer ao acervo de toda uma vida (uma vida que não inclui apenas a própria experiência, mas em grande parte a experiência alheia. O narrador assimila à sua substância mais íntima aquilo que sabe por ouvir dizer). Seu dom é poder contar sua vida; sua dignidade é contá-la inteira. (BENJAMIN, 1985, p. 221)

Pois bem, trazer de volta o exemplo de Benjamin serve neste momento para reforçar como as experiências pessoais estão constantemente presentes nas narrativas dos sujeitos. Trazer o exemplo novamente, também, nos abre três vias de discussão que envolvem as mímeses. A primeira delas, então, é que o sujeito comum moderno se insere em um contexto em que não só lhe é permitido compartilhar amplamente narrativas das próprias experiências, como lhe é incentivado (mencionado no capítulo 2). Mais do que isso, o faz instantaneamente. De fato, no caso das Histórias, a transição entre mimese 1 e mimese 2, da ação à tessitura da intriga, é quase instantânea, ou virtualmente instantânea. O acesso às Histórias está sempre no bolso do sujeito, em seu *smartphone*, em que tudo o que precisa fazer é tomar uma imagem e enviá-la. À medida que o sujeito vai vivendo seu dia a dia, vai contando-o.

Evidentemente, fatores culturais, como a fetichização da exibição da vida cotidiana e a conexão e conversação constantes, também contribuem para que o indivíduo se mantenha sempre publicando. As intrigas são compostas das situações mais mundanas, que envolvem atividades rotineiras, como trabalhar e fazer refeições, e os sujeitos, que reintegram a tessitura da intriga em seu próprio cotidiano. Histórias abordam as práticas mais ordinárias, seja lavar a louça, entrar no transporte público, pedir uma cerveja em um bar ou brincar com seus animais de estimação, o sujeito comum traça intrigas dos menores acontecimentos. Faz parte do cotidiano do sujeito criar narrativas das situações cotidianas e esta é, conforme visto no capítulo anterior, uma prática tipicamente tática do sujeito comum (CERTEAU, 1998). Ele inventa seu cotidiano imitando ou representando (mimese) as ações de suas experiências pessoais e as torna disponíveis para uma audiência. É claro que isto já era possível mesmo antes da criação das Histórias. A troca de fotos e vídeos (mas principalmente fotos) para fins comunicacionais já ocorria por meio de outros aplicativos e plataformas no ambiente *mobile*. A introdução das Histórias, porém, consolidou esta prática. Primeiro, porque o número de procedimentos para o sujeito compartilhar suas capturas reduziu – o Snapchat, por exemplo, tem como tela inicial a câmera do celular, o que representa uma economia de tempo e de trabalho. Segundo, há esse incentivo (da câmera como tela inicial) para que se publique o que acabou de acontecer – um incentivo recente, visto que antes a captura instantânea era simplesmente a única maneira de compartilhar narrativas no Snapchat. Terceiro, esta captura obrigatoriamente instantânea que se tinha inicialmente se manteve como característica, como uma cultura da rede, mesmo com a possibilidade introduzida posteriormente de se carregar fotos da galeria. Com efeito, o aspecto de espontaneidade nas narrativas do Snapchat (e nas Histórias em geral), se manteve, visto que o incentivo a publicação instantânea também. Quarto, existe a hipótese de que a pouca persistência das publicações, como também já trabalhado, pode levar os usuários a se

preocuparem menos com conteúdo e forma e mais em comunicar (e estar em frequente comunicação). Isso porque, se antes o Snapchat só permitia que vídeos e fotos capturadas imediatas e a partir do seu sistema, as possibilidades para os usuários prepararem produções fotográficas e videográficas eram limitadas, principalmente se comparadas com outros aplicativos de compartilhamento de imagens. Portanto, quando os usuários optam por publicar nas Histórias, o fazem com a ciência de que o espontâneo e o instantâneo são características daquele ambiente, em detrimento de uma produção que valorize aspectos estéticos em termos de qualidade de imagem. A pouca persistência também reduz a preocupação com limitações técnicas do compartilhamento via dispositivo móvel, como, por exemplo, sobrecarregar memória de armazenamento com imagens que o usuário não faz questão de armazenar.

É na mimese 2 que os narradores sintetizam acontecimentos e incidentes isolados e os estruturam narrativa e cronologicamente. O snap é a tessitura da intriga e nele, a narrativa, o tempo torna-se tempo humano. As Histórias são narrativas de caráter efêmero que os sujeitos compõem sobre si mesmos em formato imagético por meio de um dispositivo móvel. Ao construir uma História, o sujeito vai agrupando fragmentos, as suas capturas de foto e vídeo, e atrelando ao seu perfil, para que na visualização, que também se dá através de dispositivos móveis, sejam vistos como uma narrativa única referente àquele dia. Vê-se, portanto, que a construção dos snaps porta traços temporais que agregarão sentido à narrativa na medida em que forem interpretados na refiguração (mimese 3). Os usuários, por sua vez, ao assistirem a essas narrativas diárias, integram tais traços às suas próprias experiências vividas. Os traços temporais nas Histórias são, certamente, um fator diferencial nos demais formatos interacionais disponíveis na internet.

O tempo narrativo das Histórias envolve essa “quase instantaneidade” entre a ação e a tessitura da intriga, como já falado. Esse período engloba a ocorrência do fenômeno observado, sua captura, composição e publicação. Vale acrescentar é que cada snap pode ter até dez segundos de duração, no máximo, sendo ele vídeo ou foto. Porém a narrativa pode ser construída por uma série de snaps em conjunto. Logo, dez segundos não é o limite da narrativa, só uma característica episódica da narrativa nas Histórias. Essa fragmentação da narrativa em snaps fica bem em evidência no momento da construção da intriga, visto que cada snap construído é publicado individualmente (não é possível publicar todos juntos de uma única vez) – algo que contribui para que a narrativa não seja totalmente instantânea, mas que seja muito próximo disso. A duração de cada snap, que é de no máximo dez segundos e a exigência de um cada snap seja publicado de cada vez, fragmenta a narrativa diária em pequenos episódios

O tempo narrativo nas Histórias se organiza cronologicamente. Durante a tessitura, o usuário vai compondo os snaps e acrescentando à sua História – que automaticamente posiciona cada publicação de forma cronológica, para ser exibido um após o outro conforme foram sendo publicados pelo narrador (tempo narrativo). A cronologia é garantida, portanto, em função das próprias *affordances* das Histórias. No momento em que há um snap novo na História, aquela História se posiciona entre as mais atualizadas e, assim, o usuário vê aquilo que é mais recente.

A questão da persistência programada das Histórias já foi abordada no capítulo anterior, porém, aproveita-se o gancho feito aqui para avançarmos na segunda via de discussão com “O Narrador” de Benjamin. Para Benjamin (1985), a narrativa efêmera se sobrepõe em valor à narrativa registrada e reproduzida. A efemeridade da narrativa oral é o que lhe garante aura e é a sua lembrança somente que a faz eterna. A partir desta visão, uma das hipóteses a serem avaliadas ao longo da investigação empírica deste trabalho é a de se as Histórias, por serem efêmeras, geram esse senso de urgência, de prioridade ou de importância nos usuários. Verificaremos se é possível que os usuários atribuam essa importância ou prioridade a conteúdos das Histórias, uma vez que estes conteúdos possuem uma persistência programada.

Essas hipóteses já entram no campo da mimese 3, que trata da refiguração ou releitura do texto narrativo. No consumo das Histórias, os usuários se deparam em primeiro lugar com aquelas mais recentes e, ao longo do dia, vão sendo atualizados com mais e mais snaps que vão sendo acrescentados às Histórias. Portanto, ao longo do dia, os usuários vão acompanhando narrativas de situações do cotidiano alheio que acontecem quase instantaneamente, feitas para serem vistas dentro daquele contexto de tempo. Na mimese 3, o usuário refigura as intrigas assistidas e depois às retorna ao próprio cotidiano. Benjamin (1985) afirma que o narrador assume uma posição de autoridade frente aos ouvintes da narrativa. Nas Histórias, a todo o momento o sujeito troca da posição de narrador para ouvinte, assim como em outros serviços de rede social, como em uma conversação oral presencial. Essa fluidez entre narrador e ouvinte também facilita a manutenção de uma cultura naquele ambiente, visto que a todo o momento a audiência se apropria das narrativas do cotidiano alheio, aprende, imita, refigura e posteriormente reproduz nas próprias narrativas. Para Umberto Eco a importância do leitor para a narrativa é, também, imprescindível. “Todo o texto é uma máquina preguiçosa pedindo ao leitor que faça parte do seu trabalho” (ECO, 1997, p. 9). Eco considera que em uma história, é imprescindível que haja um leitor, sendo ele ingrediente fundamental “não só do processo de contar uma história, como também da própria história.” (ECO, 1997, p. 7). Conforme Barthes (1971) sequer há narrador se não houver um leitor.

há um doador da narrativa, há um destinatário da narrativa. Sabe-se, na comunicação lingüística, eu e tu são absolutamente pressupostos um pelo outro; da mesma maneira, não pode haver narrativa sem narrador e sem ouvinte (ou leitor) (BARTHES, 1973, p. 47)

A discussão gerada neste capítulo envolvendo, principalmente, os pressupostos da tríplice mimese de Ricour (1994) e o narrador de Benjamin (1985) permitem este trabalho avance no que tange as questões temporais na criação e consumo de narrativas nas Histórias fazendo uma relação com experiências do cotidiano. O encerramento da sessão realçando a importância do destinatário da narrativa é estratégico, pois o que segue na sessão seguinte aborda a escrita de si, em que o próprio autor da narrativa é, também seu leitor.

4.2 NARRATIVAS DO EU: O DIÁRIO ÍNTIMO

O texto que segue visa refletir acerca das narrativas de si. Pensar as narrativas de si neste trabalho se mostra relevante, uma vez que a problemática que permeia este trabalho está diretamente relacionada à construção narrativa de si. Nesta sessão, será abordado brevemente a questão dos diários íntimos, na medida que se possa extrair alguns dos processos pelos quais o sujeito passa ao pensar em narrar sobre si mesmo.

O diário e as narrativas efêmeras das Histórias são aparentemente opostos em muitos sentidos. Seu caráter íntimo, de prática isolada, em muitos momentos não se assemelha em nada com tomar o *smartphone* em público, fazer uma selfie e publicar para centenas de pessoas. Segundo Schittine (2004), o diário íntimo (*journal*) concedia a muitos a oportunidade de escrever, uma vez que não demandava a qualidade de estilo exigida na ficção. Privilégio de muitos, bastava possuir um pedaço de papel e uma caneta e já era possível escrever sobre suas sensações, angústias e questões pessoais. Falar de si mesmo era uma prática exercida por sujeitos comuns que queriam falar sobre sua individualidade e refletir sobre suas subjetividades. A escrita no diário íntimo era de si para si, onde o diarista desabafa para si mesmo o que não tem coragem de falar para outras pessoas, ou fazer, ou o que tem pensado em segredo. “O diário funciona” descreve Schittine (2004) “como um ‘guarda memória’ que evita que os segredos, guardados há tanto tempo, percam o sentido primordial que os gerou. Mais do que isso, ele reflete também as inquietações dos homens de uma época” (p. 76). Muitas vezes, o diarista escreve o diário com o objetivo de que ninguém venha a lê-lo, podendo, posteriormente livrar-se dele para garantir que isso não ocorra. Existe quem o mantenha guardado, a fim de poder

voltar às suas memórias sempre que quiser. Ou ainda, há os que os mantém guardados para que uma outra pessoa o descubra e o propague.

Lejeune (2008) entretanto, revela que a questão íntima do diário foi algo a ser apropriado depois, visto que o diário, originalmente, estava voltado a uma escrita pessoal. A principal característica do diário é ser uma escrita tipicamente cotidiana com base na data. Ou seja, trata-se de vestígios de uma vida datados, e é isso que lhe atribui autenticidade do momento. “Uma entrada de diário é o que foi escrito num certo momento, na maior absoluta ignorância quanto ao futuro” (LEJEUNE, 2008, p. 260). De acordo com a descrição do autor, a prática de narrar em um diário está bastante atrelada à constituição do cotidiano em Heller (1992), visto que, conforme o autor, é uma escrita espontânea, uma escrita que satisfaz momentaneamente e não considera experiências futuras.

Se os diários por muito tempo satisfaram vontades espontâneas de escrever e refletir acerca de si mesmo, vê-se que se assemelham, de certa maneira, a uma construção de narrativas nas Histórias. Entretanto, ao invés de papel e caneta, o sujeito mune-se de um dispositivo móvel, retrata-se e retrata aquilo que está em seu entorno. Além disso, as ferramentas de customização das Histórias permitem que os sujeitos tratem suas narrativas como uma composição particular, na medida em que inserem na imagem dados acerca de onde estão, textos, desenhos, entre tantas outras modificações naquele registro, para tornarem ele mais personalizado.

De acordo com Schittine (2004), é comum que as narrativas nos diários não representem a totalidade dos relatos que comprometem a exprimir

Mas, na maioria das vezes, o diário íntimo contém alguns pequenos pecados. A preguiça de contar partes mais difíceis e tediosas, os detalhes do que aconteceu no dia-a-dia. O orgulho de não reconhecer, nem para a folha de papel, as principais fraquezas. O egoísmo de ‘tagarelar’ sobre si mesmo sem que, em raríssimos casos, a opinião do outro seja levada em conta. A impureza causada pela contaminação das opiniões do autor ou por suas falhas de memória. A mentira, que, muitas vezes se dá pela omissão de determinados fatos ou por uma leve mistura da ficção com a realidade. (SCHITTINE, 2004, p. 12)

Ainda que o processo de escrita seja um processo que exija certa atenção do sujeito. A composição de publicações voltadas para as Histórias segue lógicas semelhantes. Em capítulos anteriores foi dito que a mera captura de fotos com o Snapchat não bastava, muitas vezes, para suas narrativas. O sujeito ao se apropriar das Histórias e seus recursos, quer compor o próprio snap, montar a própria narrativa conforme aquele seu sentimento no momento e sem preocupar-se com um futuro logo a frente. As práticas de construção de um snap ou publicação estão, como se vê, muito alinhadas aos processos de composição em um diário. Ambos dão conta como um espaço para o sujeito exprima e reflita acerca das suas subjetividades. Ambos estão atrelados a um caráter efêmero de expressão e ambos, por sua vez são datados. As Histórias são

datadas. A persistência programada em seu funcionamento, que faz com que existam apenas por vinte e quatro horas, garante sua data – e, evidentemente, sua duração.

Além da característica da data, existem algumas questões que são inerentes para a análise das narrativas de si nos diários íntimos: como o segredo, a memória e a escrita. Com relação aos segredos, expor a própria vida de forma totalmente aberta é impossível, mesmo para quem tenta fazê-lo da forma mais sincera possível (SCHITTINE, 2004). Utilizando-se de *Notas do Subterrâneo* de Dostoievski, a autora destaca alguns motivos pelos quais o diarista não revelaria nem a si mesmo o próprio segredo: poderia ser por determinado tabu, por vontade própria ou ainda por alguma conveniente falta de memória para situações ou assuntos mais dolorosos. “Quando se quer realmente esconder um segredo, perde-se a coragem de contá-lo até para si mesmo” (SCHITTINE, 2004, p. 76). Ainda assim, “o desejo de revelar segredos tem se mostrado, em todas as épocas, o próprio impulsionador do escrito íntimo” (2004, p. 77), visto que se existe um registro por escrito, isso significa que o segredo já foi externado, podendo ser, de alguma maneira, descoberto. Ao registrar o segredo no diário, o diarista está contando o segredo, só que a si próprio. A questão do segredo é relevante, certamente, para compreender novas lógicas de compartilhamento de conteúdo cotidiano e pessoal. O diarista tinha determinado entendimento acerca daquilo que é íntimo na sua vida e ele mantinha essa esfera de forma muito reservada. A lógica em que se insere o sujeito contemporâneo, conforme será visto na seção a seguir, é muito diferente, visto que as barreiras entre aquilo que constitui o público e o privado já não são mais tão bem definidos.

A função de memória do diário íntimo permite que, através dos seus registros, o diarista retorne em suas lembranças a determinada situação e reflita sobre sua maneira de ser e seu desenvolvimento como pessoa. Se por um lado, o diário íntimo guardava memória, por outro, muitas vezes ele não voltava, sequer, a ser relido pelo diarista. A propriedade principal das Histórias é justamente não armazenar qualquer das informais por mais do que um dia. As Histórias, por natureza, apagam os registros dos usuários poucas horas depois. Entretanto, elas não estão totalmente desprendidas das memórias. Ao fazer narrar determinada situação nas Histórias, ele despense tempo registrando e tecendo sua intriga. Ele organiza pensamentos e os compartilha. Nesse sentido, ainda que as Histórias não armazenem memórias fisicamente, elas certamente colaboram para a produção de memórias.

O terceiro caráter apontado por Schittine acerca da escrita de si nos diários refere-se ao caráter ficcional (SCHITTINE, 2004).

A verdade é que, num escrito íntimo, existem gradações entre a sinceridade absoluta e a mais pura ficção: pequenas mentiras, falhas de memória, lembranças entrecortadas. Esses fatores não comprometem totalmente a

veracidade dos fatos, mas influenciam-na fortemente. [...] quando alguém escreve, principalmente para um público, tenta preencher as lacunas, completar os fatos, explicar as experiências e, assim, muitas vezes, acaba interferindo nelas (SCHITTINE, 2004, p. 117)

Como falado anteriormente, a pessoa, na posição de narradora, ao contar determinada experiência a outras pessoas, ou mesmo a si própria em seu diário íntimo, incorporará na narrativa sua própria marca. Os relatos transcritos ao diário íntimo são narrativas de si, que estão repletas de marcas próprias do narrador. O sujeito não faz parte da narrativa apenas como objeto dela, mas sim como autor dela, impregnando a narrativa, assim, com uma visão própria de si mesmo. Segundo Lejeune (2003), atingir a verdade é impossível, principalmente em se tratando de uma verdade humana. O caráter dito “ficcional” pelo autor é, na verdade, característica da narrativa, qualquer que seja, do ser humano. “Todos os homens que andam na rua são homens-narrativas, é por isso que conseguem parar em pé. Se a identidade é um imaginário, a autobiografia que corresponde a esse imaginário está do lado da verdade” (LEJEUNE, 2003, p. 104). Para o autor, portanto, a autorrepresentação criada e narrada não é ficcional por ter sido editada pelo autor. Essa maneira com que o autor se vê não deixa de ser uma verdade sobre ele. Dá mesma forma acontece nas narrativas das Histórias que, em meio aos desenhos, textos, filtros, a composição da imagem não deixa de expressar a subjetividade das pessoas que as estão construindo.

Com relação à escrita, ela trata de tecer os fios da memória (SCHITTINE, 2004). A escrita executada pelo diarista envolve uma série de questões. Lejeune ao estudar os diários íntimos de mulheres século XIX, descreveu uma escrita misteriosa, elíptica, silenciosa, com poucas revelações, que se destinava a elas próprias. Por outro lado, outros diários encontrados por Lejeune possuem a escrita pensada para um outro leitor, que conduzem uma narrativa bem estruturada, comparáveis a um romance, por exemplo. A forma como a narrativa será conduzida, bem explicada, ou pouco elucidativa, pode estar diretamente relacionada ao fato de que quem a narrou pode ou não querer que ela venha a ser compreendida caso venha a ser lida por outrem.

Os diários íntimos permitem aos diaristas transcrever no papel aquilo que pensam sobre si mesmo. Ao escrever, os diaristas refletem sobre si mesmo antes de narrarem, para si (ou mesmo para outros), questões que considerem ser relevantes de serem compartilhadas consigo mesmo. Ao pautar os assuntos de seu cotidiano, eventos e acontecimentos, o diarista dá seu parecer, seu ponto de vista, sobre essas situações, auxiliando-o a compreendê-las e ressignificá-las na medida em que as revive enquanto as escreve. Dessa forma, o indivíduo ia conhecendo, por meio desse exercício, a essência de sua personalidade, tão cara ao sujeito moderno dos fins

do século XIX. Não somente busca o autoconhecimento, como busca a construção dessa sua essência, desenvolvendo sua narrativa de forma a moldar-se, conscientemente ou não, de uma maneira parecida, próxima a qual almeja ser visto – mesmo que seja somente por si mesmo. Enquanto lógicas culturais com relação à vida cotidiana e aquilo que separa o público do privado nas vidas dos sujeitos contemporâneos se transformou, vê-se que a busca por autoconhecimento e por autorrepresentação é algo ainda tão presente ou ainda mais. A discussão segue na sessão seguinte.

4.3 NARRATIVAS E CONTRUÇÃO SUBJETIVA NA INTERNET

No capítulo anterior, debruçamo-nos sobre implicações acerca da produção e do consumo de narrativas, sua relação com o tempo, com experiência e consciência. Neste capítulo, busca-se situar essa construção e o consumo dentro do contexto cultural que permeia as interações na internet e o sujeito pós-moderno. Assim como os sujeitos buscavam, por meio do diário íntimo, construir e compreender sua identidade e criar para si uma representação própria utilizando diários íntimos como audiência para os próprios acontecimentos, emoções e angústias, o sujeito pós-moderno também busca essas construções. Quando o sujeito pós-moderno passa a fazer uso da internet para expressar e narrar sobre si mesmo, a função de “jardim secreto” do diário íntimo se vê abalada (SCHITTINE, 2004), uma vez que o conteúdo ali publicado pode e é visualizado por outras pessoas. O segredo, a memória e a escrita, aspectos bastante pertinentes ao diário íntimo, são reconstituídos e apropriados nas lógicas sociais e culturais vigentes.

Parte-se do princípio aqui que o sujeito da sociedade ocidental pós-moderno já não é uno, coerente, absoluto, com personalidade profunda e só perceptível por aqueles que o conhecem bem. Para Maffesoli (2011), a identificação do sujeito pós-moderno é um processo efêmero, variando de acordo com o contexto em que está inserido. Ele se constitui de forma plural, fragmentada e múltipla, tendo em vista as transformações culturais, mercadológicas, e de organização social que ocorreram ao longo do século XX (MAZZOCATO, 2009).

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e os processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2006, p. 07)

Entendendo essa fragmentação do sujeito, é importante também destacar, que por meio das tecnologias comunicação digital, portanto, o sujeito comum de Certeau pode produzir e tornar pública a própria representação identitária. A popularização do computador pessoal abre possibilidades de convívio social por meio da conexão à internet, o que facilita e simplifica as interações entre usuários e a publicação de conteúdos gerados por eles.

O modo como a popularização de tecnologias antes restritas a pequenos grupos se dá força a transformação de um cenário que mantinha os consumidores de produtos comunicacionais como “espectadores”; traduzidos em potenciais produtores de seus artefatos comunicacionais, eles veem seus produtos circularem em espaços cada vez maiores conforme se ampliam as possibilidades da rede da internet. (TIETZMANN, ROSSINI, 2013, p. 8)

É no contexto da Web 2.0, entretanto que a construção e o consumo de narrativas do cotidiano pelo sujeito comum se consolida. Quem cunhou o termo Web 2.0 foi Tim O’Reilly, em 2004, de forma a sugerir a compreensão da “web como plataforma”, cujo motor seria a colaboração. As interações no contexto da web 1.0, onde a produção de conteúdo era protagonista na internet e a maior audiência indicava maior relevância. Dessa forma, quem também detinha mais recursos, era quem, também, detinha mais conteúdo e, possivelmente, mais audiência (MALINI, ANTOUN, 2013). De acordo com os autores (2013) é na revolução do compartilhamento, que o poder migra dos produtores de conteúdo e passa a ser calculado pela capacidade em mobilizar maiores grupos por determinado perfil (pessoa ou coletivo), configurando fãs e seguidores como parceiros de uma produção. Segundo Primo (2007), a web 2.0 apresenta não só inovações tecnológicas, como novas estratégias de mercado e principalmente um desenvolvimento nas formas e possibilidades de publicação, compartilhamento e organização de informações. Além disso, as repercussões sociais impulsionam o trabalho coletivo, trocas afetivas e construção social do conhecimento (PRIMO, 2007).

O blog, termo encurtado de “weblog”, se apresenta como precursor dessas novas formas de produção coletiva. Schittine situa o blog como “uma adaptação virtual de um refúgio que o indivíduo já havia criado anteriormente para aumentar o seu espaço privado” (2004, p. 60). Entretanto, ao contrário do diário íntimo em que se supõe segredo, ele é escrito para ser lido.

Baseado também na escrita íntima, nas pequenas misérias cotidianas, nas opiniões e inquietações do autor, mas admitindo um elemento novo: um público leitor. Admitindo, porque, pela primeira vez, pressupõe-se que o escrito íntimo é algo feito com o intuito de ser desvendado e comentado. (SCHITTINE, 2004, p. 61)

Para a autora, existe um paradoxo em se publicar um diário íntimo na internet, visto que muitas vezes, o diário íntimo carrega aquilo de mais secreto da vida de uma pessoa. Apesar disso, a autora discorre sobre como, durante muito tempo, houve um desejo velado por parte de

autores de que seu diário viesse a público. A tensão paradoxal se dava na medida em que ao mesmo tempo em que o autor deseja ter seu diário descoberto, seu leitor definitivamente não pode fazer parte de sua vida privada. A vontade de ser aceito, amado, é o que motiva o diarista a publicar seu diário. De acordo com a autora (2004) expor-se sem correr o risco de rejeição direta é possível quando o público leitor é composto por pessoas desconhecidas

O blogueiro que está exposto ao público recebe críticas, mas não precisa “conviver” (no sentido literal) com elas. Logo, a relutância no uso do computador para o escrito íntimo pelo seu tamanho, peso e “indiferença” aos humores do autor – o caderno, por sua vez, era um suporte muito mais personalizado e subjetivo – foi contra-atacada pelas facilidades trazidas pelo novo meio de comunicação. O computador permite “uma escuta terapêutica”, ou seja, o leitor recebe seus feedbacks, mas com uma certa distância e depois de um certo espaço de tempo. (SCHITTINE, 2004, p. 64)

O que o blog possibilita, segundo a autora, é “a cumplicidade com um público novo, de pessoas desconhecidas que têm sentimentos e segredos parecidos com os do diarista, mas que ele nunca conheceria se não se expusesse pela internet” (2004, p. 71). Por outro lado, Primo (2010) afirma que o blog é um meio de comunicação apenas, um ambiente cujo propósito será determinado pelo autor, ou autores. Para Primo (2010) um blog pode ser elaborado para diversas finalidades, como profissionais, pessoais, grupais ou organizacionais, podendo a motivação de manter esse espaço variar. Para este trabalho, busca-se compreender a construção de narrativas no âmbito pessoal, cuja narrativa englobe o cotidiano do indivíduo, logo blogs profissionais, de cunho noticioso ou de temas que não concernem o entorno do autor, não serão abordados.

Para o autor, os blogs pessoais podem não necessariamente tratar sobre reflexões de si, mas também sobre temas caros ao autor, como cinema, por exemplo. Com efeito, o autor pode angariar reputação de excelência acerca dos temas que disserta. Além disso, os blogs pessoais podem ainda ser fictícios, isto é, o autor pode assinar suas publicações por meio de uma identidade fictícia. Logo, é importante reparar que nem sempre os blogs serão apropriados para uma escrita espontânea e sincera acerca da pessoa que o escreve.

Assim como os blogs permitiram que o indivíduo passasse a compartilhar de sua produção, os fotologs também se apresentaram como plataforma de publicação de conteúdo pelo usuário, porém o conteúdo motor eram fotos e não o texto. De acordo com Recuero (2008) o fotolog não se trata somente de publicação de fotografias. “Mais do que isso, trata-se de um site de redes sociais, ou seja, um espaço que permite a criação e a manutenção de laços sociais que vão conectar atores sociais, ou seja, de redes sociais.” (RECUERO, 2008, online). Para a autora, o fotolog foi apropriado como um site de rede social e serviu, principalmente, para a interação entre os usuários por meio dos comentários – tal qual um blog – e a construção de

identidade pessoal. Nesse seguimento, a autora relata que grande parte das fotografias publicadas nos fotologs analisados estava relacionada aos autores que os mantêm:

São fotografias que envolvem os atores, seja deles com amigos, deles com objetos, de partes de seu corpo, gostos e desgostos. Tal estratégia é essencial para que o fotolog seja percebido, pelo demais, como um espaço pessoal, um espaço que narra parte de seu mantenedor. (RECUERO, 2008, online)

De acordo com a autora, no momento em que o indivíduo publica fotos de si mesmo, seus gostos e objetos, os usuários “estariam construindo um espaço pessoalizado, indicando aos demais que ali ‘há’ alguém com quem interagir” (2008, online). Além disso, uma questão percebida em sua análise, é que há certa sedução nas imagens publicadas: “ninguém publicou uma foto descuidada, onde apareçam elementos depreciativos. Ao contrário, muitas fotos parecem ser posadas, construídas pelos seus autores” (RECUERO, 2008, online). Dessa forma, percebe-se nessa construção de si a busca por uma identificação do outro, que entende na representação proposta por meio do blog, ou do fotolog, uma narrativa.

há um processo permanente de construção de identidade no ciberespaço. Um processo que perpassa não apenas as páginas pessoais, como fotologs e weblogs particulares, mas igualmente a apropriação de espaços como os perfis em sistemas como o Orkut (Fragoso, 2006; Recuero, 2005) e o MySpace (boyd, 2006). Essas apropriações funcionam como uma presença do "eu" no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público. (RECUERO, 2008, online)

De fato, no panorama atual, serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Whatsapp, Snapchat e outros, vêm mediando relacionamentos e abrindo espaço para a construção e consumo de histórias, individuais ou coletivas, do cotidiano do sujeito comum. Através da troca de mensagens de texto, áudio, de chamadas de vídeo ao vivo, da troca de *likes*, de *check ins* em locais comuns, envio de fotos, etc, o sujeito vai fabricando as narrativas do seu cotidiano e construindo processos de identificação. Assim como o blog e o fotolog, os mais recentes serviços de redes sociais também privilegiam as publicações mais recentes, dando relevância ao que é mais novo, desincentivando o conteúdo estático e condicionando que esses processos de identificação sejam fluídos e efêmeros. Além disso, gama de funcionalidades que as plataformas atuais possuem permitem as mais diversas formas de interação, resultando em apropriações de usos dos aparatos que extrapolam convenções sociais e reinventam, também, as experiências cotidianas, que vão sendo constantemente transmitidas, de imediato.

As relações sociais, amarradas à esfera do cotidiano, se reconfiguram por entre as interações através das ferramentas sociais online e de dispositivos conectados à internet. A utilização desses dispositivos e ferramentas integram o fluxo cotidiano na medida em que condicionam as interações: desde seu manuseio até aquilo que transmitem através delas, representam muito bem as artes de fazer. O cotidiano é inventado por essas pequenas escolhas

e produções diárias, conscientes ou não, de motivações diversas, dentro de suas limitações em um “não-lugar”, o sujeito flui por entre os processos mediados e desenvolve suas subjetividades.

De acordo com Cover (2013), nas experiências diárias da sociedade ocidental, as ferramentas e tecnologias da comunicação digital nos cercam na medida em que elas não são mais perceptíveis ou distintas das formas de comunicação tradicionais, como uma conversa presencial ou a analógica mídia impressa. Essa “internet de tudo”, segundo o autor, desaparece em meio às nossas experiências cotidianas e tem implicações substanciais sobre como criamos, conduzimos, articulamos, nossas identidades diariamente.

O fato de que a comunicação digital não é mais aquilo que nós fazemos em um dado momento ou em um dado espaço ou com um dispositivo, que então botamos de lado para ter uma conversa com outra pessoa num contexto face-a-face, tem um enorme impacto em como nós fabricamos nossos relacionamentos, subjetividades e produzimos a nós mesmos. (COVER, 2013, p. ix)

Essa constante mediatização dos processos interacionais, somada à confusão explícita entre a vida privada e pública comentada anteriormente, resulta num exibicionismo que “tem deixado de ser extravagância de uns poucos ou um episódio isolado em que alguns poderiam incorrer de vez em quando, para se tornar uma estratégia habitual na vida e qualquer um” (SIBILIA, 2015, p. 355). Trata-se do “imperativo da visibilidade”, afirma Sibilía (2015), em que o que não é visto, não existe. Para a autora “vivenciamos uma ruptura com respeito àquela tradicional preocupação de registrar e guardar para sempre umas poucas imagens muito bem selecionadas, rumo a um insólito desejo de registrar e exibir rapidamente uma infinidade de imagens” (SIBILIA, DIOGO, 2011, p. 135).

O exibicionismo mencionado é descrito pela autora como uma espetacularização da vida cotidiana (DEBORD, 2005), em que os sujeitos contemporâneos estão a todo o momento “performando” (GOFFMAN, 2002). O termo performance é apropriado das artes visuais, em que podem se conjugar dança e teatro, poesia e música, artes visuais e auditivas, entre outras quase infinitas possibilidades. Encena-se, baseia-se numa lógica de indeterminação entre vida real e ficção. Quando se fala em performance na vida cotidiana, fala-se em “ser exibido ao extremo” (SIBILIA, 2015). Mais do que isso, há uma pressão sociocultural e econômica que exigem do sujeito contemporâneo o cultivo da felicidade. Logo, parecer ser feliz é, hoje, uma boa performance.

não se trata tão só de atingir esse estado de ânimo tão desejado; é necessário, também e talvez sobretudo, que essa felicidade seja visível e que os outros possam verificá-la com o poder legitimador de seus olhares. Parece estar crescendo, na peculiar atmosfera cultural da sociedade contemporânea, essa sorte de exigência na produção de um gozo performático e inesgotável como um horizonte de realização universal (SIBILIA, 2015, p. 354)

A autora considera essa característica sintomática de uma transformação nas subjetividades ocidentais, visto que “essa teatralização coreográfica não só está se generalizando, mas tem se legitimado no plano moral” (SIBILIA, 2015, p. 356). Na visão da autora, a “vida real” é apenas uma convidada na interação frente às telas, ao passo que a própria vida cotidiana se contagia desse *modus operandi* e também se espetaculariza.

É inegável que aspectos culturais que envolvem em nossa contemporaneidade ocidental – como estar constantemente interagindo com outras pessoas e também acompanhar com frequência as vidas cotidianas alheias – venham a influenciar e contribuir para moldar nossa postura frente às tomadas de decisões cotidianas. Da mesma forma, aspectos materiais como se manter sempre cercado por diversas telas, que traduzem por meio da interface algoritmos que promovem determinados conteúdos em detrimento de outros, interferem nos processos de subjetivação e conseqüentemente na produção e também publicação nas narrativas do cotidiano. E estas, vale ressaltar, são frequentemente incentivadas por sites de redes sociais, que convidam o usuário a publicar por meio de perguntas em “O que você está fazendo?”, no Facebook ou “O que está acontecendo?”, no Twitter, visando obter, por meio das histórias publicadas, lucro com anúncios publicitários.

Maffesoli, nesse seguimento, critica a visão da espetacularização do cotidiano como uma representação ficcional. “Por mais que isso horrorize os críticos politicamente corretos, as pessoas não querem só informação na mídia, mas também e fundamentalmente ver-se, ouvir-se, participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem” (2003, p. 15). Isso porque, conforme visto, o processo de identificação está diretamente atrelado à forma como as pessoas se relacionam com as narrativas. Foi mencionado no início deste capítulo que o processo de identificação do sujeito pós-moderno é efêmero e varia de acordo com o contexto que o sujeito está inserido. Logo, a visão do autor nos dá muitas pistas para entendermos que ao se narrar sobre o próprio cotidiano, se está também construindo um segmento da sua identidade dentro dessa esfera – esfera que, para muitos, pode parecer relevante só a si próprio, mas que na verdade todo o ser humano compartilha. “Não por acaso, surgem cadernos de bairro, edições regionais de revistas nacionais e coberturas mais intensas das ações de figuras locais”, afirma o autor, que exemplifica utilizando o caso de um grande evento, como as Olimpíadas “cada jornal quer cobrir os feitos do “herói” local”. Mais do que as qualidades esportivas do competidor, a principal qualidade do atleta é representar determinada cidade, país, comunidade ou mesmo aldeia. “No fundo, o leitor interessa-se pelo que lhe diz respeito” (MAFFESOLI, 2003, p. 15). Portanto, pode-se compreender que o processo de identificação é imanente às artes de fazer e, logo, constituinte da esfera cotidiana.

Esse processo de identificação está presente nos atos mais simples de produção e, se este trabalho já havia se apoiado em Certeau (1998) para falar dessas táticas do sujeito comum, e também em Thompson (2008) e em Ricoeur (1994) para falar da produção do leitor, ratifica-se esse posicionamento também com Maffesoli. As pessoas, para o autor (2003), mesmo as pessoas mais simples, não são passivas e resistem à sua maneira às tentativas de manipulação.

A realidade não se resume à realidade. Existe algo que se pode chamar de surrealismo, de sobre-realidade. Em outras palavras, existe ação na contemplação, resistência na passividade, astúcia na reserva, um estilo de vida na negociação com o que é. Debord ainda estava na lógica do dever ser. (MAFFESOLI, 2003, p. 20)

Logo, entende-se aqui que consumo das narrativas do cotidiano, ditas pela autora Paula Sibilia – e também, anteriormente, por Debord (2005) – como espetaculares, são interpretadas e apropriadas a seu modo por seus leitores, ou espectadores, sejam eles milhares fãs ou ainda amigos próximos com quem o sujeito às compartilha.

Retomando a performance da felicidade, acredita-se aqui que ela deve ser relativizada, uma vez que, obviamente, ainda que egocêntricas, as publicações dos sujeitos não necessariamente envolvem narrativas felizes sobre si mesmo. Entende-se que haja uma tendência conhecida em se compartilhar sempre o melhor ângulo das experiências vividas, entretanto, nem sempre se trata de felicidade. Os sujeitos não desejam ver somente vidas perfeitas e felizes, porque os sujeitos não são sempre pessoas perfeitas e felizes. O processo de identificação dos sujeitos envolve mais do que submeter-se a uma lógica que ele não consegue pertencer. Resgatando o que já foi debatido em Certeau (1998) e Thompson (2008), as representações simbólicas e engessadas recebidas pelos sujeitos são interpretadas, são processadas, debatidas e compreendidas como irreal.

A espontaneidade como um aspecto que vem sendo frequentemente exaltado nas Histórias demonstra que os sujeitos apreciam também imagens menos produzidas, menos planejadas, com espaço para narrativas mais “humanas”. Exemplos muito comuns podem ser observados em memes humorísticos também, que frequentemente envolvem situações comuns e inusitadas do cotidiano das pessoas e que retratam situações de azar, tristeza, tédio ou mesmo falta de inteligência. O meme sobre “ser trouxa” se disseminou muito e ainda se dissemina por meio de muitas imagens, textos, e páginas inteiras. Há uma infinidade compartilhamentos e pessoas compartilham porque, provavelmente, se identificam com ser trouxa.



Figura 26: Meme papel de trouxa

Fonte: <http://static1.purebreak.com.br/articles/0/21/43/0/@/108147-desenrolando-aqui-ta-dificil-620x0-1.jpg>



Figura 27: Bonecas trouxas

Fonte: <https://www.facebook.com/bonecstrouxas/?fref=ts>

Uma página no Facebook chamada “Bonecas Trouxas” em que se compartilham imagens de bonecas estragadas, com frases relatando alguma situação ou estado humilhantes pelos quais a boneca está passando, busca, certamente, a identificação das pessoas com aquelas bonecas trouxas. As narrativas do cotidiano não envolvem, portanto, somente situações felizes, mas geralmente estão destinadas em obter, de alguma forma, a atenção de outros usuários para que adentrem e participem delas, podendo isso ocorrer, como mostrado, por meio do humor e do entretenimento. Esse debate deve se aprofundar ainda mais nas seções a seguir, em que se inicia os procedimentos metodológicos.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após delinear o referencial teórico que guiou a discussão da investigação e buscando atingir os objetivos de pesquisa propostos, serão apresentados, a seguir, os procedimentos metodológicos empíricos realizados. Considerando que a problematização apresentada neste trabalho é a relação entre as Histórias e o compartilhamento de narrativas do cotidiano, a investigação proposta tem caráter qualitativo. De acordo com Orozco (1996) a perspectiva qualitativa da investigação pode ser compreendida como “um processo de indagação de um objeto a qual o investigador acessa através de interpretações sucessivas com a ajuda de instrumentos e técnicas que permitem envolver-se com o objeto para interpretá-lo da forma mais integral possível”⁷⁷ (OROZCO, 1996, p.83). A opção por uma investigação de caráter qualitativo está alinhada à necessidade de compreender práticas sociais e emocionais de como os sujeitos se relacionam com e através do Snapchat em seu cotidiano. Compreender suas perspectivas, portanto, é fundamental para que, em conjunto com o referencial teórico aqui apresentado, se consiga responder ao problema de pesquisa.

É importante destacar que a investigação qualitativa é um processo que visa a exploração de um objeto e este, por sua vez, vai sendo construído ao longo da pesquisa pelo investigador (OROZCO, 1996). Como falado anteriormente, minha utilização pessoal do aplicativo resultou em uma reflexão que veio a se tornar mote para esta investigação, visto que gostaria de entender como os outros usuários viam o próprio processo de criação e consumo de Histórias no Snapchat. A revisão bibliográfica, primeira etapa deste trabalho, contribuiu para me aproximar ainda mais do que se tornou meu objeto de estudo. Trabalhos de investigação anteriores foram encontrados e utilizados para a melhor compreensão e sustentação dos assuntos envolvidos na problemática aqui apontada. A partir da revisão bibliográfica, essencial para todo o trabalho de dissertação, é que foi possível iniciar a construção de premissas e de objetivos, elementos intrínsecos para o desenvolvimento do procedimento qualitativo que segue (OROZCO, 1996).

A perspectiva qualitativa de investigação também se justifica neste trabalho uma vez que nela é ressaltado o comportamento cotidiano e possui caráter essencialmente descritivo (JENSEN e JANKOWSKI, 1993), o que me permitiu perceber nuances, minúcias e detalhes nas práticas cotidianas dos sujeitos analisados, assim como aquilo que se diferencia e se destaca.

⁷⁷ Tradução da autora: “un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la forma más integral posible”

Essa aproximação e envolvimento por parte do investigador com seu objeto de estudo só pode ser obtida a partir da perspectiva qualitativa.

Para isso, o investigador se serve de uma série de instrumentos e técnicas apropriadas para permitir não só a interpretação, como também o envolvimento com o objeto de estudo. Pode ser um envolvimento maior ou menor, de acordo com o tipo de metodologia concreta que se utiliza, mas não se pode evitar o envolvimento com o objeto estudado. (OROZCO, 1996, p. 84)

Ora, este trabalho propõe-se a refletir acerca da produção de sentido por trás de dos processos de construção e consumo de narrativas pelos sujeitos, portanto o caráter qualitativo da investigação é inseparável do seu desenvolvimento, uma vez que para entender essa produção de sentido é necessário, em alguma medida, que o investigador aproxime-se do objeto de estudo. Ademais, dar voz aos sujeitos aproxima-se da perspectiva de Certeau (1998), que vê na linguagem cotidiana as artes de fazer dos sujeitos comuns, táticas criativas e maneiras próprias de conduzir e resistir às imposições do sistema e ordens sociais.

5.1 TÉCNICAS E CORPUS DA INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA

Segundo Jensen e Janowski (1993), uma crítica frequente à investigação qualitativa era, no passado, a ausência de procedimentos de investigação explícitos. De fato, de acordo com Orozco (1996), enquanto tem-se técnicas provadas, patentes e métodos matemáticos claros para a investigação quantitativa, a perspectiva qualitativa não conta com regras escritas. O autor ressalta a importância da criatividade metodológica do investigador na perspectiva qualitativa, em que este combina técnicas e métodos de forma única, criando estratégias para conseguir abordar e explorar seu objeto da melhor forma possível. De acordo com Vilela, “o objeto da investigação e a pergunta que guia nossa exploração definem a metodologia e a técnica a utilizar-se” (2006, p. 47).

Pensar a técnica a ser aplicada para investigar e analisar processos de produção de consumo das narrativas no Snapchat foi algo que veio desde o início da elaboração desta dissertação. Após sucessivas observações exploratórias de Histórias e de indivíduos fazendo uso do aplicativo, viu-se na entrevista o procedimento adequado para dar conta desta investigação dentro do prazo exigido para a realização do mestrado. De acordo com Sierra (1998), a entrevista “é uma uma conversação verbal entre dois ou mais seres humanos (entrevistador e entrevistado), cuja finalidade é o que na verdade lhe outorga tal caráter” (p. 281). Para o autor, a entrevista é uma forma de comunicação interpessoal direcionada à obtenção de informação sobre um assunto definido, onde uma pessoa responde perguntas

relacionadas a determinado tema. Nesse sentido, a entrevista acaba por suprir dificuldades explícitas de se estudar o objeto proposto. A primeira é a natureza do aplicativo, que não apresenta perfil ou registros públicos e duradouros das narrativas nele produzidas. A segunda é analisar essa utilização que é hiperpessoal, na medida em que funciona em dispositivos móveis (PELLANDA, 2009). Vilela (2006) argumenta que a entrevista está muito próxima da prática discursiva cotidiana e que também permite o acesso a essa construção de significações que circulam na cotidianidade causada na recepção. Portanto, vê-se que a realização de entrevistas está diretamente alinhada aos objetivos deste trabalho, que relaciona a produção de sentidos nas práticas cotidianas de compartilhamento de narrativas.

A gestão da entrevista exige conhecimento do contexto comunicativo em que a interação ocorre entre os falantes (SIERRA, 1998). O sistema de comunicação, segundo uma perspectiva estrutural, integra, pelo menos, um remetente (o que fala) e um destinatário (com quem se fala), além de um código, um meio e uma mensagem. O investigador, que assume o papel de emissor, embora escute muito mais do que fale, deve conduzir o desenvolvimento da conversa. O receptor, o entrevistado, não deve, entretanto, sentir essa situação de desigualdade informativa, de modo que seja uma troca horizontal. Portanto, é essencial que o entrevistador busque interferir o menos possível, ainda que seja impossível eliminar essa interferência em absoluto, procurando tornar a situação confortável ao entrevistado e este, por sua vez, possa se habituar e forneça as informações da forma mais natural possível.

Vale ressaltar que trabalhar com entrevista é trabalhar com a memória do sujeito, que recorrerá a ela para dissertar sobre suas experiências e relações com determinado tema. Para Vilela (2006) o relato do entrevistado supõe uma seleção, um discurso construído que não se distancia da ficção. “Ter claro este ponto de partida evitará ter ilusões de transparência. Não existe observador inocente, nem técnica inócua” (VILELA, 2006). Sabendo disso, optou-se pela utilização de um roteiro semiestruturado como instrumento, de forma a permitir que o entrevistado discorra sobre suas experiências com certa liberdade, ainda que com perguntas direcionadas, que procurem incentivar sua reflexão acerca do tema. Ainda que a entrevista semiestruturada implique a irrupção do investigador com seus próprios termos e categorias no discurso do outro (VILELA, 2006), é importante, no caso deste estudo, que se provoque a conversação. Ainda que o investigador deva tentar ao máximo não inferir ou interromper a fala do entrevistado com suas próprias valorações, a composição de um roteiro básico pode prevenir que o diálogo “perca força”, na medida em que disponibiliza perguntas previamente pensadas, além de estimular reflexões por parte do sujeito acerca daquele tema.

Além de um roteiro básico que serviu como suporte, buscou-se também, no momento da entrevista, observar snaps e publicações compartilhados pelos entrevistados em ambos aplicativos. O entrevistado foi convidado a mostrar a sua História, recorrente no aplicativo ou salva na memória do aparelho, para observarmos em conjunto, sempre ressaltando que ele poderia concordar ou não em mostrá-los. É comum e enriquecedor a utilização de documentos nas pesquisas antropológicas. A fotografia, por exemplo, é instrumento tradicional nesse tipo de investigação. De acordo com Flick (2007), as fotografias possibilitam o transporte de artefatos, transgridem limites de tempo e espaço, além de poderem captar fatos e processos que sejam muito rápidos ou complexos para o olho humano. Nesse sentido, o pesquisador, na posição de espectador, pode pedir ao entrevistado que lhe mostre fotografias de um determinado tópico ou período (FLICK, 2007). Logo, a observação dos snaps na etapa da entrevista é uma oportunidade para que o entrevistado descreva, de forma mais objetiva, o que pensou quando construiu aquele snap ou História especificamente, assim como as razões pelas quais fez uso daqueles elementos constitutivos. Conforme afirma Flick “o material visual não apenas é concluído diante de um certo pano de fundo teórico, como também é percebido e interpretado a partir de um ponto de vista específico” (FLICK, 2007, p. 162). Além disso, essa análise concomitante à entrevista servirá de respaldo na reflexão do entrevistado, que poderá encontrar incentivo no objeto mostrado para verbalizar acerca daquela construção.

Caso o entrevistado opte por não mostrar nenhum snap, apenas as respostas da entrevista serão consideradas para a análise. As perguntas elaboradas no roteiro básico apresentado buscam dar conta de obter todos os dados, contando com a memória do entrevistado, para entender as subjetividades por trás de suas criações narrativas.

Com relação ao corpus da investigação, tem-se que os sujeitos selecionados devem ser pessoas que obrigatoriamente façam ou fizeram uso considerado frequente do Snapchat. Inicialmente, estabeleceu-se que, para ser selecionado para a entrevista, o participante deveria acessar o aplicativo ao menos uma vez ao dia e enviar ao menos um snap três vezes por semana. Entretanto, conforme será relatado a seguir, os critérios de seleção foram modificados ao longo do processo, não necessitando que o usuário seja usuário frequente do Snapchat no momento da entrevista, mas sim que tenha sido em algum momento da sua vida. Foi também adotado como critério a utilização do Instagram Stories para aqueles que já não fazem mais uso do Snapchat. A frequência de utilização, no caso dos dois aplicativos, deve ser diária, com envios de imagens para as Histórias ao menos três vezes por semana.

A seleção do corpus ocorreu por meio da técnica da bola de neve (PATTON, 2002), onde inicia-se com um sujeito-chave, que conheça e possa informações acerca do objeto

investigado. Esse sujeito-chave, posteriormente, indica outra pessoa para a investigação que, por sua vez, indica outra. A utilização desta técnica apresenta dois grandes benefícios que são, segundo Patton (2002), a possibilidade de alcançar entrevistados de fora da rede social do investigador e que estes entrevistados sejam possuidores de informações qualificadas acerca do tema, no caso, que façam uso intenso do aplicativo. Dessa forma, entendendo que o sujeito-chave é um usuário frequente do Snapchat, conforme os requisitos explicados aqui anteriormente, pode-se considerar que ele terá conhecimento para indicar outro sujeito que também faz uso intenso do serviço. Além disso, vale ressaltar que essa forma de delimitar o corpus não permite que se determine um número prévio de investigados.

Orozco (1996) chama de suficiência comparativa o critério de seleção de corpus, em que, a partir de comparações, busca-se sempre agregar informações distintas. De acordo com o autor o critério de suficiência comparativa não é uma amostra matemática, nem estatística. O que interessa é distinguir processos. “É necessário ter mais de um, mas o limite será dado a redundância informativa sobre o que se busca”⁷⁸ (OROZCO, 1996, p. 87), portanto, “quanto mais se consiga diferenciar o grupo de textos ou sujeitos que conformam o objeto de estudo, maiores serão as possibilidades de encontrar diferenças e distinguir processos”⁷⁹ (OROZCO, 1996, p. 87-88). As entrevistas devem continuar sendo feitas na medida em que as informações obtidas continuem possibilitando novas conclusões e enriquecendo o trabalho. Isto é, a busca por entrevistados se encerra quando as informações começam a se tornar repetitivas em demasia.

A amostra selecionada inicialmente para este estudo era de 10 entrevistas, sempre com a ressalva de que poderiam, caso os dados obtidos ainda se mostrassem insuficientes, este número ser ampliado.

As entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas para a realização da análise. A partir das transcrições, efetuou-se uma análise de conteúdo. A análise de conteúdo constitui uma série de instrumentos metodológicos aplicados a discursos, caracterizados por uma hermenêutica controlada que se baseia na inferência (BARDIN, 2009). Por definição, a análise de conteúdo das entrevistas é

um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às

⁷⁸ Tradução da autora: “Es necesario tener más de uno, pero el límite me lo va a dar la redundancia informativa sobre lo que busque”

⁷⁹ Tradução da autora: “Cuanto más se logre diferenciar el grupo de textos o sujetos que conforman el objeto de estudio, mayores posibilidades habrá de encontrar diferencias y distinguir procesos”

condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2009, p. 43)

Ao apropriar este conjunto de técnicas para este trabalho, buscou-se, a partir dos discursos dos entrevistados, deduzir conhecimentos acerca das suas práticas relacionadas às narrativas efêmeras. A dedução, ou inferência, inicia com a criação de categorias, fase intermediária para auxiliar no processo de interpretação dos dados obtidos nas entrevistas. A categorização é uma “operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com critérios previamente definidos” (BARDIN, 2009, p. 145). Os critérios que levaram à classificação de elementos dos discursos têm caráter semântico, em que a atribuição de significado aos fragmentos de mensagens se relaciona com o tema do conteúdo. Com relação aos critérios, Bardin reforça

Na análise quantitativa, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo. Na análise qualitativa é a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração. (BARDIN, 2009, p. 21)

Os tópicos da análise serão apresentados neste capítulo, na seção 5.5 e buscam dar conta de observar aspectos essenciais na construção e consumo de narrativas efêmeras de acordo. A interpretação dos dados será apresentada no capítulo seguinte, o 6, em que cada um dos tópicos de análise será detalhado, explicado e com exemplos dos fragmentos dos discursos.

5.2 ESTUDO PILOTO E AJUSTES

Um estudo piloto foi realizado com o objetivo de verificar a qualidade do roteiro semi-estruturado elaborado e iniciar a cadeia de seleção de entrevistados. Essa verificação foi necessária para avaliar se os questionamentos previamente preparados davam conta de obter dados suficientes para a compreensão de como se constroem e consomem narrativas no Snapchat pelos sujeitos. Além disso, serviu de ensaio e preparação para as demais entrevistas, em que permitiu à investigadora avaliar a própria postura enquanto na posição de entrevistadora, buscando adaptá-la quando necessário. Este estudo piloto foi realizado com uma amiga próxima da pesquisadora, também residente de Porto Alegre, com 27 anos e trabalhando como *DJ* e produtora de festas. O que vem a seguir são apontamentos acerca da entrevista feita com ela. As respostas do estudo piloto não são consideradas na análise final, portanto, a

respondente será tratada como Respondente 0 da pesquisa, assumindo a função de sujeito-chave.

O convite para a participação na entrevista foi feito por mim através do WhatsApp, ressaltando a que se destinava a pesquisa e que ela poderia negá-lo, se assim quisesse. Ela então aceitou e sugeriu data e horário. O convite foi feito a ela devido ao fato de ela ser uma das pessoas que me apresentou o aplicativo, em outubro de 2013, além de fazer uso constante do serviço. O fato de ser minha amiga também contribuiu para que eu a selecionasse, pois seria fácil e rápido acessá-la, considerando o tempo restante para a entrega do projeto de qualificação, documento no qual anexe a contribuição deste experimento.

Foi percebido após a entrevista que não havia nenhuma pergunta que abordasse a questão da efemeridade na criação e consumo de narrativas no roteiro básico. De fato, em nenhum momento a Respondente 0 fez menções ou indicações acerca da efemeridade das imagens compartilhadas no Snapchat. Decidiu-se, portanto, acrescentar ao roteiro básico um questionamento direcionado que estimulasse a reflexão acerca dessa *affordance*. Ainda assim, foi importante perceber que essa ausência põe em jogo a premissa de que a efemeridade seria o principal atrativo do serviço. Nesse sentido, incluir uma pergunta que possa estimular a reflexão acerca desse tema foi um ajuste essencial após o estudo piloto.

Ainda sustentando a importância de se direcionar uma reflexão sobre a efemeridade das imagens no Snapchat, vale ressaltar que a Entrevistada 0 não possuía nenhum snap em sua História disponível para a visualização, visto que ela não havia enviado nenhum snap para sua História nas últimas 24 horas. Utilizou-se então um snap salvo em sua galeria como objeto de discussão. A partir deste ponto, pensou-se em modificar os critérios de seleção para pessoas que produzissem narrativas para as Histórias todos os dias para que assim fosse possível observar, em conjunto com os respondentes futuros, uma História no ambiente do aplicativo. Entretanto, optou-se por manter o critério original de envio de no mínimo três vezes por semana, já que esse critério permitiria que respondentes que não fazem snaps diariamente possam mostrar snaps salvos para discutirmos, oportunizando a problematização sobre o armazenamento de determinadas narrativas. A prática de salvar os próprios snaps no dispositivo móvel é uma forma de subverter a efemeridade entendida como imanente às narrativas possibilitada pelo aplicativo até os adventos mais recentes de salvar snaps e sua inclusão nas Memórias. Esse ponto abre brecha para dois novos questionamentos a serem incluídos no roteiro semi-estruturado. O primeiro sobre as práticas de salvar as narrativas criadas, ainda que elas tenham uma característica efêmera para seus receptores. Já o segundo questionamento a ser proposto estaria relacionado à publicação, em outros serviços, de uma narrativa criada no

Snapchat. Entender porque determinadas narrativas criadas dentro de um serviço que se propõe a ser efêmero são salvas e, algumas vezes, publicadas de forma mais persistente, é essencial.

Além disso, sobre a criação dos seus snaps, a Respondente 0 fez menções a outros serviços de rede social, como o Facebook e o Instagram. O questionamento, portanto, acerca da comparação que a respondente fazia entre seus conteúdos publicados nesses sites e no Snapchat, ocorreu naturalmente, mesmo não estando presente no roteiro básico. Nesse sentido, entendendo que a escolha e a migração constante de serviços pelos quais o usuário publica, compartilha e consome conteúdo, valer-me-ei aqui do conceito de polimídia, de Madianou e Miller (2012), visto que acredito ser essencial para que se compreenda a construção de narrativas no Snapchat. De acordo com Madianou e Miller (2012), “polimídia é um ambiente emergente de oportunidades comunicativas que funcionam como uma ‘estrutura integrada’, em que cada meio individual é definido em termos relacionais no contexto de todos os outros meios.” (2012, p. 170). Assim, os autores compreendem as novas mídias como um ambiente de *affordances*, logo, ao invés de se pensar nas restrições de cada meio em particular, vale-se nessa perspectiva da ênfase das consequências sociais e emocionais ao escolher entre os diferentes meios. Ou seja, polimídia é sobre um novo conjunto de relações sociais da tecnologia – e não simplesmente sobre convergência midiática.

Ao apropriar este conceito para este trabalho, pretende-se aqui também entender o Snapchat como parte do ambiente de *affordances* pelo qual o usuário se move, escolhendo por onde e de que modo vai se comunicar. Portanto, vejo como necessário inserir questionamentos que comparem os usos do Snapchat com o de outros sites de rede social, visto que, conforme a própria Respondente 0 evidenciou, os usuários estão cientes de que navegam neste ambiente de *affordances* e de que fazem escolhas de por onde se relacionar. Da mesma forma, entende-se que, essas escolhas são uma questão tática, em que o indivíduo, em suas artes de fazer, se move por entre esse ambiente de *affordances*, e apropria-se das possibilidades e oportunidades deste ambiente.

Por fim, pensou-se, após a aplicação da entrevista, em incluir no roteiro questões acerca do que os sujeitos pensam acerca do Snapchat, se acreditam que ele pode ser entendido como um “site de rede social” e como avaliam sua própria utilização do Snapchat (podendo ser intensa, regular, espontânea, planejada, entre outras características que serão melhor elaboradas). Os dados obtidos com esses questionamentos são essenciais para entender a relação das pessoas com o Snapchat, como ele se insere nas experiências do cotidiano e para entender quais critérios e julgamentos elas usam para criarem suas as narrativas.

5.3 APLICAÇÃO, DESAFIOS E DESENCADEAMENTOS

A partir dos ajustes feitos após o estudo piloto com a Respondente 0, deu-se início à seleção e contato com os entrevistados. De acordo com Rosa e Arnoldi (2008), para que as respostas dos entrevistados sejam reais, é imprescindível que haja um contato inicial fora do contexto de entrevista, para que ambos adquiram afinidade e confiabilidade. A efetivação do convite aos possíveis selecionados para participarem deste processo de entrevistas já se caracteriza como contato anterior à situação de entrevista. Nesse contato inicial me apresento e introduzo os objetivos da entrevista. Todos os entrevistados foram acessados por meio do Facebook.

O contato via Facebook foi escolhido porque esta era a forma de contato que os entrevistados apontavam. Ao serem solicitados que indicassem uma pessoa dentro dos pré-requisitos para serem entrevistados também, os respondentes com frequência enviavam links com o perfil do Facebook da pessoa indicada, ou apenas seu nome completo para que eu pudesse buscá-las no site de rede social. Nesse sentido, o Facebook serviu como instrumento (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2004) dessa pesquisa, por onde pude acessar em primeiro lugar os sujeitos a serem entrevistados. Além disso, as interações textuais do Messenger do Facebook podem ser tanto síncronas quanto assíncronas, possibilitando que a pessoa visualizasse a mensagem e pudesse processar seu interesse em participar da investigação antes de responder. As entrevistas então eram marcadas também via Facebook Messenger, sempre permitindo à pessoa que ela sugerisse o local, podendo ser pessoalmente, ou através do Skype e plataformas de videoconferência similares. O único problema encontrado com a abordagem no Facebook foi na convocação do oitavo entrevistado, onde duas indicações sequer aceitaram a solicitação de mensagem ou a visualizaram. Embora existissem outras formas de contatar essas pessoas como, por exemplo, solicitando ao Sujeito 6 seu número de telefone, optou-se por outra solução. A forma de superar esse empecilho foi pedindo ao Sujeito 6 que indicasse um terceiro nome para a entrevista.

Outra questão importante a ser destacada é que eu, investigadora deste trabalho, sou também usuária do Snapchat, o que acarreta outras implicações a serem consideradas. O fato de eu participar de um ambiente cujos códigos de suas narrações já compartilho, contribuiu para o desenvolvimento da entrevista e também para a interpretação do seu discurso. Discurso este que vai remeter às significações que respondam a singularidades do entrevistado. É possível também que minha familiaridade com o aplicativo permita que dissertem mais livremente sobre

seus usos e táticas, sem que precisem me explicar o funcionamento da plataforma, visto que já a conheço. Isso também serve para outras plataformas, como Instagram ou Facebook, caso as citem. Ao mesmo tempo, não é possível ignorar minha posição de pesquisadora das interações no aplicativo, que também pode ocasionar certas interferências inerentes ao processo de entrevista. Evidentemente, tentou-se ao longo das entrevistas não sugerir forçosamente termos específicos da ferramenta, assim como juízos de valor, ou qualquer tom ou expressão que denotasse algum nível de verticalidade na relação. O roteiro básico, enquanto instrumento, auxiliou na provocação e no andamento da conversa, entretanto o objetivo sempre foi permitir que o entrevistado falasse muito mais sobre aqueles pontos que, para ele, se mostrassem essenciais no seu processo de compartilhamento de narrativas.

O maior dos desafios deste trabalho se apresentou em meio à realização de algumas das entrevistas. Como já discutido no Capítulo 1, o Snapchat é um aplicativo que em pouquíssimo tempo agregou novas funcionalidades e recursos, muitas delas modificando, inclusive, a lógica original das interações entre os usuários no aplicativo. Ao mesmo tempo, o formato de interação inaugurado pelo aplicativo se popularizou tanto, que plataformas novas e existentes passaram a emular o funcionamento do Snapchat. Foi durante o período dessa investigação que o Instagram Stories foi introduzido e, como um atrelado ao aplicativo Instagram, logo se difundiu. Conforme as entrevistas eram realizadas durante os meses de novembro e fevereiro, a presença do Instagram Stories nos relatos foi se tornando mais e mais frequente. Não só comparações com o Stories do Instagram vieram à tona nos relatos, como também depoimentos confundindo ambos serviços e utilizando os termos de um para denominar o outro. Até que chegou um momento em que os entrevistados da cadeia de entrevistas já não encontraram mais usuários que estivessem ainda tão ativos no Snapchat quanto exigia o critério de seleção original. Porém não era difícil encontrar sujeitos ativos no Instagram Stories.

As cinco primeiras entrevistas foram marcadas com facilidade, uma vez que todos os sujeitos indicados preenchiam os pré-requisitos de uso intenso e diário do Snapchat. Todos os entrevistados alegaram que estavam também começando a utilizar, com resistência, o Instagram Stories, utilizando-o para finalidades bastante similares às interações já exercidas no Snapchat, porém não iguais. Já na entrevista seguinte, o sujeito relatou, durante a entrevista, que sua utilização Instagram Stories substituiu a utilização que faziam do Snapchat por motivos diversos – que acabaram sendo discutidos também no ato da entrevista. Isso ocorreu mesmo com o questionamento durante o contato inicial sobre enquadrar-se nos critérios (a fim de verificar se a utilização que o sujeito fazia do Snapchat era intensa) e obtendo respostas afirmativas. Foi durante a entrevista 6 que percebi que os usuários faziam confusão entre as

plataformas. O sujeito havia feito uso intenso do aplicativo por certo período, porém no presente estava utilizando as Stories do Instagram de forma muito similar com a qual haviam utilizado o Snapchat e este acabou sendo deixado de lado por esse respondente. Já para a convocação do Sujeito 7, três pessoas indicadas pelo Sujeito 6 rejeitaram o convite para participar por não utilizarem mais o aplicativo e que haviam migrado para o Instagram Stories. O Sujeito 6 não conseguiu encontrar mais sujeitos para indicar dentro dos requisitos de uso do Snapchat e dar seguimento à cadeia de entrevistas. Da mesma forma, iniciar uma nova cadeia da bola de neve não seria mais possível em função do tempo previsto de entrega para a dissertação.

Estando difícil identificar mais sujeitos que ainda fizessem um uso frequente do Snapchat na sequência da bola de neve e considerando que as entrevista 6 trouxe contribuições essenciais para o trabalho, a solução encontrada foi mudar o critério da seleção. Por mais que as narrativas efêmeras no Snapchat sejam o objeto de observação desta investigação, é normal, como mencionado anteriormente, que este objeto vá sendo construído ao longo da pesquisa (OROZCO, 1996). De acordo com Orozco “os objetos são maneiras de relacionar elementos, são a relação em si mesma de elementos que não pareçam estar relacionados” (1996, p. 73), logo, conclui que não só analisar as narrativas efêmeras no Instagram Stories acrescenta para este trabalho, como vem como uma contribuição essencial.

As entrevistas 6 e 7 renderam bons diálogos sobre o compartilhamento de narrativas efêmeras, ainda que ocorressem, muitas vezes, nessa plataforma que emula as funções do Snapchat. Além disso, este trabalho não pode ignorar que certos usuários deixaram de compartilhar suas narrativas no serviço do Snapchat e é basilar saber as razões. Não compartilhar Histórias no Snapchat, mas fazê-los no Instagram, também nos diz muito sobre a construção e o consumo das narrativas efêmeras. A decisão da mudança de critério também pode ser justificada pelo conceito de polimídia (MEDIANOU, MILLER, 2012), visto que o Instagram Stories pode ser entendido como mais uma série oportunidades comunicativas que podem ser integradas a toda a estrutura de oportunidades das quais dispõem os usuários. Esse desafio, portanto, passou a ser visto como uma mudança no percurso de análise, principalmente em razão de certas reflexões que emergiram da comparação entre os dois aplicativos e aquilo que envolve seus ambientes de interação, como as *affordances* e aspectos culturais de cada um. Como já mencionado na introdução do trabalho, apesar do risco em ampliar-se o escopo do projeto, entendeu-se que seria uma forma de respeitar a fluidez do real e narrar o fenômeno em emergência.

O novo critério para seleção de respondentes das entrevistas passou a ser: sujeitos que utilizam o Snapchat com frequência diária ou que o utilizaram no passado dessa forma. Para o

caso não utilizem o Snapchat mais, devem fazer uso do Instagram Stories com tal frequência. A frequência diária de uso foi detalha em: abrir o aplicativo diariamente e enviar ao menos três publicações para as Histórias semanalmente.

5.4 INSTRUMENTO

Como mencionado, foi elaborado um roteiro básico de questões para guiar a conversa nas entrevistas e incentivar o entrevistado a relatar pontos-chave de maneira que se cumpra os objetivos propostos nessa dissertação. O roteiro abaixo não se manteve fixo e, conforme previsto em uma entrevista semiestruturada, eventualmente questionamentos extras foram surgindo ao longo do processo.

1. Quando você ingressou no Snapchat? E no Instagram Stories?
2. Quais as ocasiões em que você utiliza o Snapchat e/ou o Instagram Stories? Em que momentos do seu dia, locais, eventos você costuma ou gosta de utilizar os aplicativos?
3. Você geralmente determina o tempo de visualização de cada snap? Se sim, como você faz o julgamento do tempo do snap?
4. Que tipo de contatos você tem ou tinha adicionado no Snapchat? Caso não utilize mais o aplicativo, são os mesmo contatos que você mantém no Instagram Stories?
5. Você já deixou de seguir algum usuário? Se sim, por quê?
6. Há um tipo de História que você gosta de visualizar?
7. Há algum contato cujas Histórias você faz questão de olhar assim que recebe ou primeiro do que os outros? Por quê?
8. Você já fez um snap ou publicação e o enviou para a História para que determinado contato visse? Qual era a finalidade desse snap ou publicação? Que recursos foram utilizados para sua construção?
9. Por que você faz uso de recursos como filtros, *stickers*, *doodles* ou lentes? Quando você acredita que seu uso é adequado? Em que situações você opta por utilizá-los? Por que?
10. Você já fez alguma publicação e a apagou posteriormente da sua História? Se sim, por que?
11. Houve alguma situação em que você pensou em publicar nas Histórias e acabou não fazendo? Se sim, por que?
12. Você costuma mandar snaps e mensagens diretamente?
14. O que é o Snapchat para você?

5.4 PERFIL DOS SUJEITOS

Conforme relatado, a seleção de sujeitos ocorreu por meio da técnica da bola de neve (PATTON, 2002). Seguindo os critérios de seleção, os sujeitos puderam identificar outras pessoas que considerassem que se enquadrassem no perfil de usuário intenso das Histórias, sendo ele um usuário do Snapchat ou um usuário do Instagram Stories que tenha utilizado o Snapchat. Embora estes tenham sido os únicos critérios para a seleção de informantes, a investigação concentrou usuários adultos de 22 a 36. Esse viés, ainda que não intencional, se mostra estratégico, visto que as interações no Snapchat eram frequentemente associadas a adolescentes. Ao mesmo tempo, vale ressaltar que se considerou ampla a diferença de idade dos entrevistados (que é de quatorze anos), entendendo que uma pessoa com vinte e dois anos se relaciona com dispositivos móveis e plataformas sociais de maneira diferente que uma pessoa de trinta e seis. Além disso, ao mesmo tempo em que a técnica da bola de neve permite que o investigador se afaste de seu círculo de conhecidos, a cadeia de indicações dos sujeitos pode se desenrolar de forma enviesada. A seleção de sujeitos neste estudo manteve-se dentro de um viés entre pessoas que trabalham com comunicação, marketing e/ou mídias sociais quase em sua totalidade, visto que dependeu da indicação dos próprios sujeitos para que se chegasse a um próximo.

5.4.1 Respondente 1: sexo feminino, 22 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

A Respondente 1 é blogueira de moda e *lifestyle* e empresária e se considera ser *heavy user* do Snapchat. Começou a utilizar o Snapchat próximo ao seu lançamento, entre 2012 e 2013, para fins exclusivamente pessoais, que envolviam a troca fotos com o namorado, que morava em outro estado, e amigos. Afirmou que parou de usar por um determinado período e retornou, segundo ela, quando o aplicativo se popularizou entre blogueiros e Youtubers. Como blogueira, registra nas Histórias do Snapchat a composição da própria maquiagem, roupas e acessórios, além de cobrir atividades rotineiras, como ida à academia e momentos de descontração com o namorado, que também é blogueiro. Costuma seguir amigos e conferir a todo o momento o que estão publicando.

5.4.2 Respondente 2: sexo feminino, 30 anos, Novo Hamburgo, entrevista via Skype

A Respondente 2 é jornalista e publicitária e empresária na área de marketing digital. Afirma ter relutado para ingressar no Snapchat, visto que no princípio considerava ser uma “rede social para adolescentes”. Ingressou em 2015, quando viu que amigos e pessoas com interesses

similares ao dela faziam menção ao Snapchat em outros serviços de redes sociais. Usa o Snapchat diariamente para narrar os acontecimentos daquele dia, pois gosta de compartilhar o estilo de vida dela, como idas à academia, viagens, refeições, etc. A respondente conta que emagreceu 80kg no último ano e meio, por isso gosta de registrar seu estilo de vida. Afirmou seguir pessoas próximas a ela, pois mesmo sem falar com essas pessoas diariamente, consegue acompanhar suas vivências diárias.

5.4.3 Respondente 3: sexo feminino, 26 anos, Novo Hamburgo, entrevista via Skype

Consultora digital e blogueira, a Respondente 3 afirmou que ingressou no Snapchat ao final de 2014, quando viu que a blogueira Pugliesi fazia uso do aplicativo. Costuma utilizar o Snapchat em casa, já que trabalha em casa e também por questões de segurança. Todos os dias mostra as próprias refeições e sempre programa uma pauta para compartilhar à tarde, geralmente de cunho motivacional. Segue perfis que abordem vida saudável, como outras blogueiras fitness, e especialistas em áreas que tem interesse, como psicólogos, relações públicas, etc. Além disso, também segue amigos próximos, porém afirma que eles não publicam muito.

5.4.4 Respondente 4: sexo masculino, 25 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

O Respondente 4 é analista de planejamento e métricas. Acredita que seu ingresso no Snapchat foi tardio, ao final de 2014, quando o aplicativo já era popular. Todos os dias, antes de dormir, costuma assistir a todas as Histórias, onde gosta especialmente de assistir snaps de pessoas famosas. Faz uso do Snapchat em casa, geralmente sozinho, para compartilhar suas opiniões acerca de temas da vida cotidiana, como relacionamentos, onde apresenta certas situações e as comenta. Gosta de utilizar todos os recursos de edição do Snapchat e afirmou que planeja seus snaps conforme a audiência e recepção de seus snaps anteriores.

5.4.5 Respondente 5: sexo feminino, 27 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

A Respondente 5 é jornalista e passou a usar o Snapchat entre 2015 e 2016 quando uma amiga que mora em Londres a convenceu a ingressar no serviço para acompanhar seu dia-a-dia na Inglaterra. Afirmou que gosta de seguir perfis que falem de maquiagem, pois consegue aprender sobre o assunto enquanto assiste.

5.4.6 Respondente 6: sexo feminino, 27 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

Formou-se em audiovisual e trabalhou por alguns anos na área, com foco em moda. Contou que largou tudo para fazer gastronomia e acabou, com o tempo, se tornando vegana e se interessando por alimentação orgânica e sustentabilidade. Hoje trabalha com consultoria de hortas urbanas e comunitárias, tanto para pessoas físicas, como para empresas, ONGs, escolas, entre outros. A Respondente 6 afirmou que ingressou no Snapchat em 2014, pois até então ela acreditava que o aplicativo era para adolescentes e estava relacionado ao envio de fotos íntimas. Ingressou no momento em que viu que pessoas que ela seguia em outros serviços de redes sociais estavam utilizando o Snapchat e passou a usá-lo em função da sua empresa de hortas e sustentabilidade. Parou de utilizar o Snapchat em 2016, com o Instagram Stories, já que a plataforma permite a gestão de múltiplos perfis e a Respondente possui quatro, para os quais organiza uma pauta de conteúdo. A Respondente afirmou que gosta de seguir conteúdos que lhe interessam, como sustentabilidade, e prefere seguir influenciadores, especialistas e famosos. Para ela, grande parte dos usuários comuns publica conteúdos banais, que não engajam, como *selfies*, e vídeos com as lentes do Snapchat - sendo isso motivo para deixar de seguir a pessoa.

5.4.7 Respondente 7: sexo feminino, 36 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

Jornalista, sempre trabalhou com TV, apresentando e editando programas na TV Unisinos e na RBS. Acabou se envolvendo com jornalismo depois de fazer reportagens sobre a cultura underground do skate e do hiphop. Começou a usar o Snapchat porque alguém a ensinou como mexer no aplicativo e gostou da simplicidade e praticidade de fazer vídeos. Já não utiliza mais o Snapchat, somente o Instagram Stories, pois acredita ser ainda mais fácil de usar que o Snapchat. Segue pessoas que publicam conteúdos com os quais ela se relaciona, como moda, hiphop, feminismo negro, produção, etc, e se considera *heavy user* de redes sociais e *workaholic*. Gosta de publicar no Instagram Stories quando está trabalhando, mostrando os bastidores do que ela faz e também informar sua audiência sobre assuntos diversos que ela vai tomando conhecimento no dia-a-dia, como estabelecimentos que frequentou, projetos que conheceu, notícias que leu, etc.

5.4.8 Respondente 8: sexo feminino, 35 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

Terapeuta ayurveda. Ingressou em agosto de 2016 no Snapchat, quando ela ficou sabendo da sua existência, visto que as amigas insistiam para que ela ingressasse no serviço. Alguns meses depois ela foi deixando de utilizar o Snapchat e passou a utilizar o Instagram Stories. Enquanto no primeiro ela possuía uma conta somente, mesclando assuntos pessoais com assuntos sobre

ayurveda e vida saudável, no segundo ela possui duas contas separadas, uma pessoal e uma para a terapia ayurveda. Ela considera que não costuma planejar snaps, somente transmite aquilo que está fazendo no seu dia-a-dia, como receitas, no caso da conta da terapia ayurveda, e momentos de descontração com seu filho, no perfil pessoal. Gosta de seguir especialmente amigos para saber o que estão fazendo e também perfis sobre vida saudável, em que deu o exemplo da Bela Gil. Afirmou ainda que não gosta de seguir pessoas que publicam demais, e quando vê na tela que há muitas Histórias para serem vistas, deixa de assistir.

5.4.9 Respondente 9: sexo feminino, 29 anos, Porto Alegre, entrevista presencial

A Respondente 9 é stylist, produtora de moda e jornalista. Utiliza o Snapchat e o Instagram Stories e produz o mesmo conteúdo para as duas plataformas. Baixou o Snapchat quando ele foi lançado porque acredita que deve conhecer todos os serviços de rede social. Acabou não utilizando o serviço de primeira e desinstalou. Voltou a utilizá-lo quando percebeu que marcas de moda começaram a utilizar, como a Victoria Secrets, cujas Histórias a Respondente gosta muito de ver. Assim como essas marcas, a Respondente gosta de publicar conteúdo que ela chama de “backstage”, aquilo que está por trás das suas produções de moda. Além disso publica também suas viagens e dia-a-dia de trabalho. No Instagram ela possui cinco contas.

5.4.10 Respondente 10: sexo masculino, programador e desenhista, 29 anos, Porto Alegre

O Respondente 10 ingressou no Snapchat em função da possibilidade de se enviar e receber fotos íntimas pouco persistentes. Além disso, para ele, o envio de snaps direto pelo aplicativo era a função que mais lhe interessava, Já no Instagram Stories, compartilha principalmente fotos dos seus desenhos e do processo artístico. Considera a privacidade nos serviços de rede social algo essencial e mantém todas elas fechadas ao público.

5.5 TÓPICOS DE ANÁLISE

Os tópicos listados a seguir foram pensados a partir de temas abordados pelos sujeitos durante suas entrevistas e buscam dar conta de organizar os dados para a análise. É importante salientar que estes tópicos não são isoláveis uns dos outros nem se separam por fronteiras claras entre si. Cada um deles influi sobre os outros e visa somente a organização semântica dos discursos dos sujeitos, de forma a tornar mais claros os processos e contextos que envolvem a

construção e o consumo de narrativas efêmeras do cotidiano e facilitando as inferências e conclusões acerca desses processos.

1. Os usos das Histórias
2. Snapchat x Instagram Stories
3. Processos de composição de snaps e publicações
4. Efemeridade e persistência
5. Proximidade e intimidade
6. Entretenimento e diversão
7. Vida real, cotidiano e gestão de identidade
8. Consumo de Histórias
9. Gestão de narrativas e espontaneidade Histórias

6 ANÁLISE DOS DADOS

O que segue neste capítulo é uma análise dos dados coletados nas entrevistas realizadas. Como mencionado anteriormente, os dados foram classificados em diferentes tópicos de acordo com os diversos temas encontrados nos discursos dos entrevistados, que serão pormenorizados de maneira que alinhem com o que foi apresentado no referencial teórico.

6.1 OS USOS DAS HISTÓRIAS

Os entrevistados foram convidados a refletir sobre as razões pelas quais utilizavam o Snapchat e o Instagram Stories (quando aplicável) e a partir de seus discursos pode-se desprender algumas práticas que se desenrolam nos aplicativos ou a partir deles. Os diversos perfis dos sujeitos entrevistados permitiram vislumbrar um espectro de usos do Snapchat e das Histórias, tanto como aplicativo mobile, quanto serviço de rede social e, principalmente, como um formato de interação. A identificação desses usos e dos fins que os sujeitos fazem das Histórias auxiliou também a organização dos dados, e alguns dos tópicos levantado nesta sessão serão abordados ainda mais minuciosamente nas seções a seguir. Esse espectro também se expande transversalmente, uma vez que, mesmo sendo o Snapchat um serviço de rede social ainda recente, foi possível observar mudanças na forma com que os sujeitos faziam uso do aplicativo ao longo do seu período como usuários.

Os sujeitos que entraram em contato com o Snapchat em suas primeiras versões deixaram explícito que seu uso tinha um caráter pessoal e íntimo. A Respondente 1 consegue perceber que seu uso inicial do aplicativo era bem diferente do uso que faz na atualidade, que era baseado principalmente em interações pessoais, com amigos e namorado.

Olha, a primeira vez que eu usei o Snapchat foi há anos atrás, assim que o Snapchat foi lançado, ele nem era febre ainda. Mas eu usava ele muito pra trocar mensagens com meu namorado, que a gente vivia em estados diferentes, e pra amigos muito próximos; a gente desenhava coisinhas, não tinha filtro ainda, era bem básico assim, não tinha nada de muita firula. E aí eu parei de usar o Snapchat por um tempo, meio que deu uma baixada, ninguém mais usava.
(RESPONDENTE 1)

Outros respondentes alegaram acreditar que seu próprio ingresso fosse tardio devido ao caráter íntimo atribuído ao aplicativo, frequentemente descrito como um serviço utilizado por adolescentes. Segundo a Respondente 5 “todo mundo falava: ‘Ai, Snapchat é coisa de novinho, para ficar trocando nude’” (RESPONDENTE 5), porém mudou de ideia quando uma amiga a convenceu a baixar o aplicativo “uma amiga minha que mora em Londres me convenceu a

entrar pra gente poder trocar mensagem de um jeito mais direto assim, tipo fotos do nosso dia a dia, só pra manter a amizade assim mais próxima” (RESPONDENTE 5). Como visto no Capítulo 2, a reputação inicial do Snapchat estava atrelada à utilização adolescente e ao envio de conteúdo íntimo (POLTASH, 2013; ROESNER et al., 2014; UTZ et al., 2015), narrativa que também foi endossada por veículos midiáticos, como The Wired e NY Times, ao abordarem o Snapchat. Porém, pesquisas com os usuários realizadas por Roesner et al. (2014), UTZ et al. (2015) e Bayern et al. (2015) confirmaram que o conteúdo compartilhado se dava entre amigos próximos e estaria muito mais relacionado à divertimento e situações mundanas do dia-a-dia. O relato da Respondente 6 também exemplifica bem o ingresso tardio de adultos no aplicativo “quando eu ouvi falar do snap, ele era muito uma coisa muito adolescente, de ficar se punhетиando, e flertando e mandando nudes. E eu ‘tá, ok’, nunca nem tinha baixado, ‘isso não é pra mim’” (RESPONDENTE 6)

Com as entrevistas foi possível perceber que houve uma mudança de interesse no que concerne o Snapchat. A partir de um determinado momento, o serviço passou a ser visto com outros olhos pelos sujeitos e adquirir novas funções e finalidades com a entrada de novos usuários. No Capítulo 2, afirmou-se que o aumento do público adulto no aplicativo estava relacionado à incorporação de formatos de interação novos e mais abertos, que o Snapchat foi introduzindo durante seu período de vida. Como precisamente apontado pela Respondente 1, essa mudança na percepção da utilidade do aplicativo pode ser atribuída, principalmente, aos novos recursos e possibilidades de interação introduzidos posteriormente, como as Histórias.

Até que de novo *boom*, com esse mundo de blogueiras e *youtubers* e tudo mais e as pessoas querendo saber o que tu faz da vida na tua rotina, estourou de novo e eu meio que resisti. [...] até que todo mundo veio dizer “[Nome da Respondente] olha, tu precisa botar no teu *mediakit*, tu precisa ter audiência no Snap”. E guria, eu comecei a usar e agora eu sou uma viciada hard mesmo do Snap, uso todos os dias... Então assim, foram duas fases usando: quando lançou o aplicativo, a gente instalou e usava entre amigos; e agora eu já uso ele pra falar com mais pessoas que eu não conheço. Principalmente com o advento das *Stories*, quando isso começou ficou mais fácil pra mim, é um *microvlog* ali diário. (RESPONDENTE 1)

A prática de *microvlogging* está associada à construção de videografias de si (COSTA, 2009), que constituem narrativas de si construídas em formato de vídeo e publicadas em plataformas como o Youtube. De acordo com Costa “a exibição de si em vídeo se torna tanto um modo de representação como uma expressão de subjetividade” (COSTA, 2009, p. 206). Ao afirmar que desenvolve um *microvlog* diário, a Respondente 1 explica que publica vídeos de si mesma falando da sua rotina e de assuntos do seu cotidiano, que envolvem mostrar o processo de auto maquiagem, suas refeições e também contar experiências e situações que acontecem dia-a-dia, com o celular em posição de *selfie*. Como blogueira, ela mistura usos pessoais com

profissionais, na medida em que objetiva promover seu *lifestyle*. Segundo ela “de uma forma, a minha rotina se torna parte desse meu trabalho, as pessoas gostam de ver o que eu tô fazendo, o que eu tô comendo. Não só a mim, quanto as outras pessoas que eu sigo por exemplo, eu gosto de ver o que elas tão fazendo no dia-a-dia”.

A (1) promoção pode ser percebida, portanto, como um dos principais usos das Histórias. Além da promoção, foram detectados também: (2) o acompanhamento da rotina, buscando mostrar o que se está fazendo e ver o que os outros estão fazendo; (3) a aproximação com os contatos; o (4) entretenimento e (5) a troca conhecimentos, em que o usuário procura aprender ou ensinar algo nas Histórias.

O tipo de promoção mais evidente que emergiu nos discursos foi, como exemplificado pela fala da Respondente 1, o de *lifestyle*. A promoção e o consumo de *lifestyle* no Snapchat se difundiu entre celebridades, *digital influencers*, blogueiros e *youtubers*, contribuindo muito, também, para a adesão de adultos no serviço. É possível observar esse interesse claramente nas verbalizações dos entrevistados, em que se mostram interessados em seguir determinadas personalidades, como a protagonista de reality show Kim Kardashian, a blogueira fitness Pugliesi, entre outros. A Respondente 3 afirma que ingressou no Snapchat “quando estourou aqui no Brasil, sabe? [...] a Pugliesi tava usando muito e tal, começou mais por ela assim” (RESPONDENTE 3), e a Respondente 5 deixa claro que, depois de baixar o Snapchat para seguir sua amiga, seu interesse pelas Histórias mudou “eu comecei seguindo só ela assim, e depois eu vi que dava pra seguir uns blogueiros e umas pessoas assim, gringas que eu achava interessantes” (RESPONDENTE 5).

Há, também, a promoção do próprio trabalho nas Histórias. A Respondente 6, que trabalha com consultoria de hortas, plantio e assuntos relacionados a sustentabilidade, afirmou que o Snapchat “é uma forma de divulgar” (RESPONDENTE 6). “Eu faço tudo em relação ao trabalho, bem pouco de... pra diversão ou exposição. [...] E lá eu comecei a expandir coisas, desde plantio e mostrar para as pessoas como funcionava o que eu tava fazendo, passo a passo, curiosidades... “ (RESPONDENTE 6). O compartilhamento de narrativas acerca do trabalho não surpreende, visto que o trabalho faz parte do dia-a-dia do ser humano e o cotidiano se mostrou o lugar comum de onde saem os conteúdos compartilhados nas Histórias. Para a Respondente 9, as Histórias permitem mostrar outro ângulo do seu trabalho, que não seria mostrado em outros serviços de redes social “Snapchat e Instagram Stories é sobre *backstage*. *Backstage* de desfile de moda, *backstage* de produção de evento, de comercial. É mostrar como as coisas são feitas... tipo, tem vida real por trás desses eventos” (RESPONDENTE 9). Por motivos que buscaremos analisar em seções a seguir, o apelo pelo espontâneo e pela “vida real”

das Histórias acaba se tornando uma espécie de aspecto estético, em que a ausência de artifícios técnicos é não só aceitável, como bem quista. Nota-se que, mesmo que o Snapchat já não tenha mais a reputação de ser uma rede social para a troca entre conteúdos íntimos, a cultura do conteúdo apresentado nas Histórias herda, de certa forma, esse aspecto de intimidade, proximidade e também pessoalidade, que é apropriado também para as interações públicas, como o trabalho.

De fato, “mostrar o que está fazendo” e “acompanhar a vida dos outros”, como compartilhar hábitos diários, é uma das principais finalidades pela a utilização das Histórias, o que confere, portanto, o caráter cotidiano das narrativas compartilhadas. Os relatos acerca do apelo à “vida real” transmitida pelo Snapchat foram bastante comuns entre os entrevistados, que não pouparam comparações a outros serviços de redes sociais para situar seu ponto.

Hábitos diários, com certeza. E ele me aproxima muito das pessoas, muito mais do que qualquer outra rede social, porque tu sabe como funciona, né? No Snap é muito vida real, cara lavada... e aí no Instagram não pode ser assim, tu tem que chegar no Instagram com uma foto bonita...e é muito mais fácil pra mim, porque no Instagram a gente tem muitos tipos de público, a gente nunca sabe porque a pessoa ta te seguindo ali... e no Snap segue quem gosta de mim de verdade então, quem tá ali interage muito e eu fidelizo muito meu público por ali, sabe? (RESPONDENTE 3)

A Respondente 3, assim como a Respondente 1, também se denomina blogueira - só que com foco em vida *fitness*. Nesse sentido, ambas mostraram buscar proximidade com seus públicos ao utilizar o Snapchat para narrar suas rotinas. Os sujeitos afirmam verem mais despidos de representações que criaram para si mesmos em outros serviços de redes sociais, afirmam sentirem-se mais transparentes e procuram compartilhar momentos que não compartilhariam em outros serviços “o Snap consegue alcançar um público que jamais saberia o que tu tá ouvindo de música no carro, ou o que tu tá almoçando às três da tarde de um sábado” (RESPONDENTE 1). É possível pensar que o apelo ao “real” no Snapchat e no Instagram Stories possa demonstrar um uso tático na própria construção representacional, onde os sujeitos aproveitam dessa cultura do “simples” e do “espontâneo” oferecido pelo aplicativo para se preocuparem menos com a qualidade do material e mais com o compartilhamento dele. Isso concordaria com a hipótese de que o compartilhamento do conteúdo seria mais importante do que o conteúdo em si, apresentada diversas vezes por autores como Miller (2014), Lobinger (2016) e Jurgenson (2013). Em seções a seguir poderemos analisar com mais precisão do que se tratam esses aspectos culturais e o que seria o apelo ao real.

Tal qual as respondentes anteriores, a Respondente 2 também se interessa em compartilhar sua rotina com seus seguidores, entretanto, prefere muito mais seguir pessoas que conhece do que celebridades ou influenciadores.

Porque elas não são exatamente próximas, assim. Então eu não consigo manter contato cem por cento, mas eu consigo ver através do Snapchat como que tá a vida delas. “Como que tá, tudo tranquilo, precisando de alguma coisa?” [...] Porque eu não *falo* exatamente todos os dias com elas, mas eu consigo ver como elas estão ou o que tão fazendo, onde elas tão indo através do Ssnapchat. (RESPONDENTE 3)

A busca por interações mais próximas com os seguidores foi bastante mencionada e converge com estudos feitos anteriormente por Bayern (2015), que confirma que o Snapchat apresenta interações mais próximas do que outras redes sociais, como o Instagram (considerando apenas a *timeline*) e o Facebook.

O entretenimento foi também uma das razões para o uso do Snapchat. Segundo a Respondente 6, as Histórias devem buscar entreter e faz uma analogia com a televisão para explicar: “porque é uma plataforma de entretenimento, não vou ficar assistindo um canal que eu não acho que me divirta”. A respondente afirmou que planeja o conteúdo que posta nas Histórias, para apresentar narrativas que entretenham seus seguidores. A busca por entretenimento é, logo, por duas vias. Ao mesmo tempo que o sujeito quer ser entretido - “Eu falava pro pessoal tipo ‘o Snapchat é a minha Globo’ sabe? Porque eu olho muito antes de dormir e olho tudo.” (RESPONDENTE 4) - ele também se propõe a entreter seus seguidores.

Claro, eu tenho que fazer a Ana Maria Braga: deixar as coisas organizadas para só gravar enquanto eu tô fazendo ali. Por que o que acontece, o legal e não é o legal dessa ferramenta... tem muita gente que tá acompanhando em tempo real, então tem que ser uma coisa rápida, uma atrás da outra. Cara, trabalhar com entretenimento, com mídia social: ou tu é rápido e antenado, se não tu começa a perder a atenção das pessoas e já era. Daqui a pouco elas não vão mais ver. (RESPONDENTE 6)

O Respondente 4 se colocou numa posição similar com relação a produzir visando o entretenimento dos seguidores e acredita que os recursos de customização, como stickers e lentes, podem auxiliar na construção de uma narrativa mais interessante aos públicos.

O Snapchat é isso, é leveza, tu quer alguma coisa mais divertida. Acho que todo mundo que faz, em algum período, mais Snaps acaba vendo. Às vezes tem vários Snaps, a pessoa não vai cansar se tu falar o mesmo assunto da mesma forma ou só olhando pra câmera. Já que tem aqueles recursos, utiliza. Porque tu deixa um pouco mais divertido e mais leve também, pra pessoa assistir ou parar de assistir. (RESPONDENTE 4)

As *affordances* dos aplicativos são também apropriadas para entretenimento. Não só para quem consome as Histórias é entretido, como para quem está compondo narrativas também. A Respondente 5, por exemplo, afirmou fazer publicações especialmente quando está entediada, como uma forma de entreter a si mesma. “Eu adoro tipo tirar uma foto e daí ficar colocando os emojis e as coisas e desenhando, e criando uma coisa em cima” (RESPONDENTE 5). As lentes do Snapchat apareceram como uma ferramenta apropriada para entretenimento e diversão para os sujeitos de uma forma diferente: o sujeito muitas vezes experimenta o recurso

de edição, se diverte com ele, mas não necessariamente publica qualquer snap. É o caso da Respondente 8, que abria o Snapchat para brincar com o filho de três anos, experimentando as lentes todos os dias após o almoço. Para a Respondente, o aplicativo “era uma brincadeira. Sempre foi.” (RESPONDENTE 8). Mais considerações acerca das narrativas e entretenimento nas Histórias serão abordadas em seções seguintes.

Outra utilização foi a troca de experiências, de conhecimento, de aprendizados e ensinamentos. “Me comunico bastante, quando eu troco informação de leitura, filme, eu gosto muito de seguir me informando. Como jornalista eu tenho meio que a necessidade de informar” (RESPONDENTE 7). Em diversos momentos, as Histórias foram apontadas como ambiente de aprendizado e troca de conhecimento “eu uso como uma plataforma de cultura.” (RESPONDENTE 6) A Respondente 5 afirmou aprender com o Snapchat

Eu acho interessante porque é uma forma de eu aprender, com pessoas que são mais qualificadas que eu [blogueiros de maquiagem], é tipo eu sinto como se eu tivesse vendo uma vídeoaula, sabe? [...] Tipo dando dicas... eu uso muito pra aprender assim, eles dão dicas tipo “ai, quando eu vou esfumar tal coisa eu uso esse pincel aqui, e faço tal movimento, mas tu pode tentar fazer tal movimento dessa forma, não sei o quê...”. Então eu gosto de ver porque eu sinto que to aprendendo coisas, especificamente com esse blogueiros que eu sigo no Snapchat assim, eu sinto que eu aprendo. (RESPONDENTE 5)

Nas categorias a seguir, questões que envolvem os usos descritos nesta sessão serão abordados de forma mais precisa, dando andamento na análise dos dados coletados.

6.2 SNAPCHAT X INSTAGRAM STORIES

Como falado na Introdução, este trabalho se insere e busca retratar um momento de transição. Inicialmente, foi proposto no projeto estudar as narrativas efêmeras no Snapchat, tendo o aplicativo como objeto empírico. Entretanto, ao longo do percurso da investigação, houve a inauguração de um serviço de funcionamento e proposta bastante semelhantes no Instagram, o Instagram Stories. Foi ao longo das entrevistas que se detectou um movimento de migração entre os dois serviços, em que cada vez mais usuários do Snapchat passaram a utilizar o Instagram Stories em detrimento do primeiro. Seus discursos acerca dos “snaps” e “Stories” se confundiam, visto que utilizavam nomenclaturas idênticas para descrever seus usos nos dois serviços, o que, muitas vezes, demonstrou a similaridade nas interações entre um e outro. Por outro lado, não pouparam justificativas para explicar tanto a resistência em ingressar no Instagram Stories, quanto a redução do uso ou total desistência em utilizar o Snapchat. Esse tópico visa, portanto, abarcar aquilo que os sujeitos falaram sobre essa transição e das diferenças entre a utilização de um e de outro.

Nas entrevistas, esse momento de transição foi evidenciado inúmeras vezes. A Respondente 3 falou que se manteria no Snapchat, porém identificou em sua rede do Snapchat essa migração “apesar do Instagram estar tomando uma proporção bem grande e tá... As minhas visualizações no Snap diminuíram muito de 2, 3 meses pra cá, desde que o pessoal começou a usar mais o *Stories* né”. A primeira entrevistada mostrou certa resistência ao ingressar no Instagram Stories “eu odiei aqueles *Stories* do Instagram. Não consigo usar! Porque pra mim Instagram é Instagram e Snapchat é Snapchat, veio primeiro e eu só consigo usar o Snapchat” (RESPONDENTE 1). A fala da Respondente 1 demonstra como ela vê os dois serviços como ambientes diferentes, com formas relacionais diferentes e conteúdos diferentes. Foi a Respondente 5 que admitiu que já estava muito mais inserida no Instagram Stories

Tô usando mais o Insta porque... no começo eu não queria e foi aquela coisa, tipo, todo mundo: “ai, mas vai lá, tu tem mais seguidores lá, a gente já te segue lá, vai ser mais fácil da gente interagir, não sei o quê, não sei o quê”, e daí eu acabei indo pro Insta e agora eu tô usando muito mais o Instagram Stories do que o Snapchat. Mas pra fazer exatamente a mesma coisa. (RESPONDENTE 5)

A Respondente 6 foi convidada a participar da entrevista sabendo que deveria fazer uma utilização intensa do Snapchat, porém, no meio da entrevista, afirmou “Eu já deletei o Snap ano passado” (RESPONDENTE 6). Ao seguir o andamento da entrevista, deixou claro que “isso tudo que eu tô te falando se aplica também para o Snap do Insta, por exemplo, que eu não sei como é que estão chamando” (RESPONDENTE 6). Foi após a Respondente 6 que viu-se que seria necessário abrir o critério de seleção de entrevistados para que eles falassem sobre seus processos nas Histórias, quaisquer que fossem, não somente no Snapchat. A entrevista da Respondente 6 se mostrou muito rica em informação acerca das Histórias, mesmo seu uso descrevendo a atividade no Instagram Stories. Além disso, houve três tentativas da Respondente 6 de indicar usuários que ela acreditava que utilizassem ainda o Snapchat com frequência, porém os três sujeitos convidados negaram. Foi neste ponto que se decidiu modificar o critério de seleção.

Assim como a Respondente 3 percebeu a migração dos usuários para o Instagram Stories, mais sujeitos também demonstraram reconhecer o movimento. A Respondente 7, por exemplo, afirmou perceber que “agora a maioria migrou pro Insta, alguns até ainda usam [o Snapchat] né, mas eu nem tenho”. E a Respondente 6 descreve que seus seguidores que não estão no Instagram Stories ainda, deveriam ingressar: “eu migrei pro Insta. ‘Ah, ai que droga eu não vou mais poder te seguir’, gente, daqui a pouco vocês não vão poder mais seguir ninguém, porque as pessoas vão debandar do Snapchat”. Ficou evidente, portanto, ao longo do

trabalho, esse movimento dos usuários, que passaram a utilizar as Histórias do Instagram em detrimento das Histórias do Snapchat, dada as semelhanças entre os dois recursos.

Pode-se, também, identificar nos discursos dos usuários as principais razões que eles atribuem para essa migração, assim como diferença nos usos e nas características de cada serviço. As razões para isso abarcam aspectos técnicos e redes sociais. Com relação aos aspectos técnicos, os usuários destacam facilidades e funcionalidades de um ambiente em detrimento do outro. Já nas redes sociais, trata-se das suas relações com quem seguem, com seus seguidores e com a cultura dessas redes. Claro que nem os aspectos técnicos e nem as redes sociais estão desvinculadas um dos outro e atuam em conjunto, entretanto, vale observar o movimento através desses dois prismas para entender como os usuários gerenciam suas redes e seus conteúdos.

A Respondente 8 relata aquilo que a motivou a deixar de utilizar o Snapchat e passar a fazer uso do Instagram Stories, destacando, essencialmente, questões técnicas.

Quando eu usava o Snapchat, eu só tinha o Snapchat, então era uma conta de Snapchat. No Instagram eu tenho duas contas. Então eu tenho uma conta pessoal e uma conta... não digo profissional, mas relacionada ao ayurveda. Então quando eu tinha o Snapchat era tudo meio misturado, eu postava coisa com o [nome do filho], postava receita, postava dicas, postava falando sobre o ayurveda e era tudo meio junto. E quando começou a dar o Instagram foi uma coisa que eu gostei também por causa disso: como eu tenho essas duas contas, o meu perfil pessoal eu deixo bloqueado e o do ayurveda é perfil público. [...] Então eu posto coisas mais pessoais, alguma coisa com o [nome do filho], sei lá, no dia que vem um monte de amigos nossos a gente faz um Snapchat e tal... não, um Stories. E no outro perfil do ayurveda aí eu faço uma coisa mais voltada para isso, de dicas, falando sobre o ayurveda. (RESPONDENTE 8)

O Instagram permite que o usuário se mantenha logado em mais de uma conta ao mesmo tempo, podendo navegar entre elas em poucos passos. Já o Snapchat só permite uma conta logada de cada vez, fazendo com que o usuário tenha que sair da sua conta no aplicativo para então entrar com outra. Não apenas a Respondente 8 apontou esse recurso como importante, como também a Respondente 9, afirmando que ter Histórias no Instagram reduz o número de aplicativos a serem utilizados: “Porque eu tenho cinco contas cadastradas - mas se eu pudesse ter dez, eu teria, mas cinco é o limite. Mas pra mim é muito mais fácil do que eu ficar abrindo o aplicativo especificamente praquilo, que é o Snap” (RESPONDENTE 9). Também a Respondente 6 destacou a importância das diversas contas no Instagram, podendo separar conteúdo profissional de conteúdo pessoal

No Snap, quando eu tinha o Snap, ele tinha um problema, e eu acho que ainda tem... tu não consegue logar várias contas ao mesmo tempo. E o Instagram hoje tu consegue. Daí eu consigo ir de uma conta a outra, então no perfil da [usuário] no Snapchat ele tinha de tudo: vida pessoal, trabalho, aspiracional, sei lá, ele tinha de tudo, porque eu não tinha a possibilidade de ficar trocando de contas

sem ter que deslogar, botar senha e tal. (RESPONDENTE 6)

Se por um lado alguns sujeitos apontam a possibilidade de se ter mais contas para separar a vida profissional da vida pessoal, existe também uma preferência pelo contrário. Para a Respondente 1 o Snapchat permite que ela mescle âmbitos diferentes da sua vida

Principalmente porque eu consigo misturar, tanto essa coisa de ver quem eu não conheço, os artistas, as Kardashians e as drag queens maravilhosas; tanto os meus amigos do dia-a-dia assim. Eu gosto de misturar esses dois mundos e pra mim é a única rede social que eu consigo fazer isso plenamente, sabe? (RESPONDENTE 1)

Isso porque, para a Respondente 1, o Snapchat permite gerenciar melhor as Histórias que ela prioriza “eu gosto da forma como eu posso escolher o que eu quero ver agora o que eu quero ver depois. Ver até que horas eu posso ver tal coisa, ou sabe, qual o melhor momento de postar tal coisa pra mim em relação ao trabalho” (RESPONDENTE 1). Esse gerenciamento das Histórias, para ela, é melhor no Snapchat do que no Instagram “eu não consigo administrar isso no [Instagram] Stories, já no Snap sim. Eu consigo ver quem eu quero, onde eu quero, como eu quero. Então assim, eu administro esse tempo, é bem melhor, pra mim é bem melhor”

Outra questão técnica destacada foi a performance do Snapchat, que, de acordo com a Respondente 7, é muito lento “quando ele começou a demorar para carregar eu comecei a achar muito chato”, e esse foi um dos principais motivos para deixar de utilizar o app. “Daí no fim o Snap acabou pra mim que era muito demorado, e quando o Instagram começou a fazer os vídeos muito parecidos com o Stories [do Snapchat] eu achei muito mais prático” (RESPONDENTE 7).

A Respondente 9 destacou que prefere utilizar o Instagram Stories, pois é mais fácil de salvar e, caso queira, passar depois para o Snapchat. Sua fala demonstrou com clareza que ela vê com muita dificuldade o ato de salvar um snap na galeria do seu celular. Para salvar Histórias no Snapchat é preciso salvar antes nas Memórias, acessar as Memórias, selecionar as Histórias e então baixá-las na memória do dispositivo móvel. O Instagram Stories já baixa as publicações direto na memória do dispositivo,

No Snap era muito difícil salvar. Era um saco pra salvar. Então, quando o [Instagram] Stories surgiu, eu fiquei no Stories que era muito mais fácil para tu salvar e botar no Snap. Porque, gente, as pessoas que salvam elas são muito batalhadoras. As pessoas que fazem isso todo dia, que são profissionais. (RESPONDENTE 9)

Porém ressalta que os filtros são um grande diferencial do aplicativo :“o Snap, a diferença pra mim são os filtros” (RESPONDENTE 9). O Respondente 4, ao testar o Instagram Stories, preferiu fazer as Histórias no Snapchat e importá-las para o Instagram Stories, visto que, justamente, prefere os filtros e recursos de edição do Snapchat. “Então, eu tentei fazer [Instagram] Stories, porque eu tava fazendo Snapchat e importei pro Instagram pra ver como ia

ser. Tentei abordar os mesmo temas e tal. E engraçado porque eu editei tudo no Snapchat, com filtros do Snap, e joguei pro Instagram” (RESPONDENTE 4). Porém, na opinião do sujeito, o Instagram é muito exposto, visto que o perfil é aberto e qualquer pessoa pode acessar seu perfil aleatoriamente, diferente do Snapchat. Essa opinião converge com a opinião da Respondente 1, que acredita que a gestão dos contatos e das Histórias é mais fácil no Snapchat, o que dá a impressão de ser uma rede mais fechada.

E isso que é o diferente, porque pra mim o Instagram Stories não é que nem o Snap. Se eu vou fazer alguma coisa ali eu acho que tem que ser muito bem produzido do que no Snapchat, porque tá *todo mundo* vendo. Todo mundo, qualquer pessoa que entrar no meu perfil vai ver. Então é diferente, assim. (RESPONDENTE 4)

Ainda sobre gestão de contatos, a Respondente 7 acrescenta que a existência de um algoritmo no Instagram Stories que sugere as Histórias que o usuário deve ver primeiro pode atrapalhar sua experiência de interação.

Ao mesmo tem que é ruim que o Instagram limita as tuas visualizações, usa mais ou menos o mesmo processo do Facebook que quando tu acessa fica meio chato. Pessoas que tu gosta muito tu acaba nunca vendo e até tu lembrar que tu não tá vendo a pessoa, tu perdeu um monte de informação. Isso eu acho ruim. (RESPONDENTE 7)

A gestão de contatos já nos leva, também, à questão das redes sociais em ambos serviços, que apareceu com certa frequência nos discursos dos sujeitos. Nesse sentido, o que se verificou nas entrevistas é que as diferenças entre um aplicativo e outro envolvem não somente as especificações técnicas e fatores materiais de cada um, mas também a construção e o desenvolvimento da rede social pelo sujeito em cada ambiente. Os sujeitos percebem, por exemplo, uma transparência maior nas interações feitas no Snapchat, além de se sentirem mais próximos de seus seguidores. Além disso, mencionam segurança e privacidade maior no Snapchat. Entretanto, Histórias compartilhadas no Instagram contém, em geral, mais visualizações. Isso porque os usuários já utilizavam o Instagram como rede social antes da introdução das Histórias e do próprio Snapchat, o que lhes permitiu fazer uso de uma rede maior e já consolidada quando passaram a utilizar o Stories ali. No Snapchat, os usuários construíram uma rede de seguidores e contatos do zero, sem importar qualquer “lista de contatos” de serviços como o Facebook, algo que é possível de fazer no Instagram. Isso ocorre porque, em princípio, o Snapchat só localizava outros contatos por nome de usuário e, posteriormente, por número de telefone. Logo, não é possível no Snapchat explorar por usuários e seguir alguém aleatoriamente, sem possuir qualquer informação da pessoa. Os usuários tampouco conseguem visualizar as redes de contatos de outros usuários. Essas diferenças serão vistas a seguir.

A primeira verificação, portanto, foi a diferença nas redes construídas entre os dois ambientes. De acordo com a Respondente 3, as pessoas que a segue no Snapchat não são as

mesmas que a seguem no Instagram. “No Instagram a gente tem muitos tipos de público, a gente nunca sabe porque a pessoa tá te seguindo ali e no Snap segue quem gosta de mim de verdade, então, quem tá ali interage muito e eu fidelizo muito meu público por ali, sabe?” (RESPONDENTE 3). Da mesma forma, a Respondente 2 acredita que nem todo o conteúdo que ela publica no Snapchat ela pode publicar no Instagram Stories.

A chegada do Moments no Instagram deu uma dívida gigantesca com as coisas que eu postava no Snapchat e não postava em nenhum outro lugar. O Moments praticamente ficou igual ao que eu tenho aqui (Snap), mas mesmo assim lá eu tenho mais seguidores do que eu tenho aqui. E eu dou uma maneira assim no que eu falo, nas piadas que eu faço, nos palavrões e tal, porque eu sei que tem gente que me segue que é cliente, por exemplo, ou é aluno e tal... que aí tem a ver com a minha profissão. [...] No Snap não tem muita regra, assim, eu consigo meio que mostrar no Snap o mundo real. O que tá no Facebook nem tanto, no Instagram já tem um filtro assim do que falar e tal. (RESPONDENTE 2)

A diferença nas redes sociais entre os dois ambientes resulta, na visão de alguns sujeitos, numa necessidade de adequar o conteúdo publicado, assim como descreveu a Respondente 2, que, consegue ser mais “real”, em sua autoavaliação, no Snapchat. Essa adequação tem o objetivo de, certamente, se prevenir do colapso de contextos (MARWICK, boyd, 2010). Em sua fala, ela destaca a “ausência de regras” para conteúdos, algo que claramente, para ela, existe no Instagram. Essa ausência de regras também veio à tona no discurso do Respondente 4, que utilizou a expressão “terra sem lei” para descrever os conteúdos compartilhados e os protocolos de interação no Snapchat.

Surgiu o Insta agora, com os Stories né, e isso foi uma loucura pra mim. O Snap, ele parece que é uma terra sem lei. Uma terra sem lei no sentido de que o que tu coloca ali parece que é ultra privado, porque não tem como as pessoas te acharem, de certa forma, é mais difícil de te encontrarem. [...] Eu acho que as pessoas que me seguem no Snap, eu acho que elas gostam do que eu coloco, pelo que elas assistem e tal. (RESPONDENTE 4)

É sabido que nas plataformas, enquanto ambientes de socialização, os usuários desenvolvem os próprios parâmetros de protocolo social e etiqueta (PRIMO et al., 2015). Impulsionados pelas *affordances* do ambiente e pelas relações sociais emergentes, apropriam-se e difundem práticas e hábitos da rede (HELLER, 1992). No caso do Snapchat, a sensação de privacidade advém tanto pela ausência de um perfil público que exhibe publicações dos usuários - como é o caso do Instagram e do Facebook - quanto pelo fato de que um usuário não pode ser encontrado aleatoriamente na rede. No Facebook e no Instagram, as publicações podem ser compartilhadas, usuários podem ser marcados e os perfis podem ser encontrados em meio a algum tipo de exploração no sistema da rede. O sujeito que deseja encontrar um usuário no Snapchat deve deter alguma das formas de identificação do perfil daquele usuário (a saber: *Snapcode*, nome de usuário ou número de telefone). Não há “sugestões de contatos” no Snapchat, ferramenta comum nos serviços mencionados. Esta característica deu respaldo para

que, por algum tempo, o Snapchat fosse considerado um mensageiro instantâneo (PIWEC, JOINSON, 2015) e não um site de rede social (ELISSON, boyd, 2013), visto que a rede de contatos dos usuários é privada (ou seja, não navegável por outros usuários), o que contribui para uma sensação de privacidade maior.

Entretanto, obtendo algum dado do usuário, o sujeito consegue segui-lo sem que o usuário tenha que aceitá-lo ou segui-lo de volta (no caso de a conta estar pública), e assim acompanhar suas Histórias. Nesse caso, não há, de fato, um controle de audiência no Snapchat. O Respondente 4, descrevendo a experiência de publicar as Histórias que criou no Snapchat no Instagram Stories, explicou como se sentiu frente às redes de ambos ambientes.

Por mais que eu saiba que tem muita gente que me assiste no Snap que eu não conheço, eu sei que elas não são próximas. Eu acho que no Snap, meus amigos, pessoas próximas, isso representa 20%. A quantidade de pessoas do Instagram, quase 80% eu conheço. Então isso eu achei bem diferente, porque eu fiquei exposto pra 80% de pessoas que eu conheço. E no Snapchat eu fiquei exposto a 20% dessas pessoas. (RESPONDENTE 4)

Ao ser questionado sobre se sentir mais exposto quando publicou para pessoas que conhecia do que quando publicou para uma maioria que não o conhecia, o entrevistado explicou.

Eu não sei, o público que me segue no Snap, é um público mais jovem e que parece que o que eu falo faz mais sentido. Ou porque tá passando por essa situação, ou porque comentou alguma coisa, ou concorda com isso. No Instagram não, no Instagram tá todo mundo. Tipo, colegas que eu estudei no ensino médio, que eu não vejo há dez anos. Eles me seguem no Instagram, curtem fotos, mas não sei... me sinto mais exposto no Instagram. Até porque eu acho que, dependendo das bolhas, né, de pessoas, muitas não entendem o que é exposição e o que não é. Eu não teria porque falar sobre isso no Instagram, eu tenho o Snapchat pra falar sobre isso. Então eu acho que eu não me sinto tão confortável.

No item 4 deste trabalho, foi visto como os blogs foram apropriados como diários íntimos pelos narradores, que buscavam, através de uma audiência desconhecida, algum tipo de aprovação e identificação, sem o julgamento das pessoas que já as conhecem (SCHITTINE, 2004). Vê-se que o Snapchat, por conseguir agregar uma rede não-familiar ao sujeito, foi apropriado de modo semelhante ao blog nesse aspecto, em que o usuário busca uma audiência que queira consumir e se identifique com o conteúdo de caráter pessoal que ele quer compartilhar. Ao contrário, por exemplo, do Instagram, que sugere instantaneamente e agrega facilmente contatos que já estão no Facebook, além daqueles usuários que desejam seguir o usuário por seu conteúdo na *timeline*, e não nas Histórias. Situação similar também foi descrita pela Respondente 3, que alegou se censurar menos em publicações pessoais no Snapchat do que no Instagram.

Assim, minha transparência, a minha amizade com as seguidoras é muito mais ali, acontece muito mais por ali, eu me sinto mais à vontade. Tipo, esses dias eu tava muito mal, então eu fiz snap de desabafo e tal, porque eu tô passando por um processo em conjunto com a couch né, e isso tudo vai aflorando muito emoções e tal... e no Instagram eu não me sinto à vontade pra postar vídeo com cara de choro, entende? Ninguém vai saber o contexto e no Snap eu já construí uma identidade, acho que isso é o que mais pesa por eu estar ali ainda. (RESPONDENTE 3)

Da mesma forma que o Respondente 4, a Respondente 3 afirma não conhecer grande parte das pessoas que a seguem no Snapchat “80% do público que tá ali eu não conheço, são seguidoras assim, sabe? A maioria mulher e numa faixa etária assim, de mais ou menos 25 anos” (RESPONDENTE 3). Igualmente, são essas pessoas que ela não conhece que ela se sente mais próxima, em suas palavras, e capaz de compartilhar conteúdo de cunho que considera mais pessoal. “Elas não me conhecem, mas elas sabem tudo sobre mim... pera aí, eu não conheço elas, aliás. Só elas me conhecem, elas sabem tudo sobre mim” (RESPONDENTE 3).

Por outro lado, uma questão interessante acerca da rede construída no Snapchat foi levantada pela Respondente 9. Visto que só é possível encontrar pessoas através de uma busca por dados específicos de quem se quer encontrar, muitos dos usuários do Snapchat divulgaram esses dados em outros serviços de rede social, como o próprio Facebook e o Instagram, para construírem sua rede no Snapchat.

O Instagram facilitou para pessoas que nunca me seguiram no Snap me verem no Stories, porque já me seguiam no Instagram. No Snap tu tem que fazer uma campanha pra pessoa te seguir, né? Tipo assim, “me siga no Snap, é muito legal”, esse é o problema. (RESPONDENTE 9)

Ou seja, se por um lado alguns usuários acreditam que suas conexões no Snapchat são alheias às conexões que possuem em outros serviços de rede social, por outro, é inevitável que, de modo geral, ao menos parte das conexões que o usuário possui em outros serviços de redes sociais (amigos ou seguidores) seja também integrante em sua rede no Snapchat. A rede não-familiar construída é, na verdade, uma rede que não foi importada ou sugerida de outro serviço de rede social, mas, ainda que divulgada nele, constitui-se de pessoas que se dispuseram a, manualmente, seguir aquele os sujeitos e, deliberadamente, assistir suas Histórias. Portanto, o sentimento de proximidade e transparência com a rede do Snapchat descrito pelos sujeitos está relacionado, também, à vontade e a disponibilidade dessas pessoas de assistirem a essas narrativas mais pessoais e mais cotidianas que eles produzem de si, em comparação com outros serviços. Para eles, seus seguidores do Instagram os seguem em primeiro lugar pelo seu conteúdo da *timeline*; já seus seguidores do Snapchat os seguem e assistem porque têm interesse de fato em assistir suas Histórias.

A rede social construída de forma diferente em ambos aplicativos também afeta o consumo de narrativas. No Instagram, a Respondente 1 conta seguir uma grande quantidade de perfis porque se interessa em acompanhar o conteúdo compartilhado na *timeline*. Para ela, esta é a razão para seguir as pessoas no Instagram e a introdução do Stories mexeu com essa lógica, visto que além da *timeline*, ela acaba recebendo Histórias de pessoas cujo conteúdo não tem interesse em seguir. Isto é, não é porque ela segue um perfil no Instagram que ela gostaria de visualizar as Histórias desse perfil, uma vez que ela segue ele pelas publicações que ele faz em seu *feed*.

O Stories do Instagram eu não consigo usar porque é *muita* gente. E aí o que acontece, no Instagram eu sigo, sei lá, mil pessoas - um pouco menos. Então dessas mil pessoas, trezentas usam os Stories. Não tem eu como acompanhar, não tenho como ficar vendo quem eu quero, e carregando só os que eu quero ver naquele momento. Eu não acompanho o Stories de ninguém.
(RESPONDENTE 1)

Tal qual o que foi colocado pela Respondente 1, a Respondente 9 afirma que muitas vezes não está interessada em seguir perfil no Instagram, pois não se interessa pelo conteúdo publicado por aquele perfil. Entretanto, segue no Snapchat, porque o conteúdo publicado nas Histórias lhe interessa.

Tipo, eu não sigo a Victoria Secrets no Instagram porque não tem nada de diferente no Instagram deles. E eu acho que a abordagem deles no Snap, pela estrutura e por eu trabalhar com isso, eu aprendo. “Ai, olha que legal o que eles fizeram” - eu faço isso. Então, foto de produto: “ah que bonitinho, vou dar um *print* e vou dar essa dica para um cliente meu, do que seria legal fazer”, sabe?
(RESPONDENTE 9)

A diferença na construção e desenvolvimento da rede social, somada a fatores como as próprias *affordances*, desencadeou diferentes perspectivas, também, de formas e comportamentos relacionais, frequentemente comparadas nos dois serviços, como se pode perceber pelo que foi exposto. Esse tópico de análise se mostrou importante para evidenciar essas diferenças nos ambientes e também para evidenciar uma linha de transição explícita na medida em que as entrevistas foram sendo feitas. Quando a pesquisa iniciou, o Instagram Stories ainda era muito incipiente, porém, com alguns meses, foi ganhando popularidade. Da mesma forma, os entrevistados, que em princípio se mostravam resistentes aos usos, foram indicando outros sujeitos que estavam transitando, aos poucos, entre ambos, até que se chegou a sujeitos que já nem possuíam mais o Snapchat instalado em seus dispositivos. Enquanto as diferenças materiais foram principalmente abordadas por aqueles que já havia desistido de utilizar o Snapchat, a diferença das redes sociais foi bastante marcada entre aqueles que ainda faziam uso intenso desse aplicativo, ainda no princípio da cadeia de entrevistas. Os entrevistados que já faziam uso unicamente do Instagram Stories não demarcaram fortes

diferenças entre as redes sociais – exceto de que conseguiriam mais visualizações – seus públicos e o conteúdo compartilhado por eles entre um e outro. Pelo contrário, demonstraram em suas falas utilizar para finalidades bastante semelhantes. Essas finalidades semelhantes ficam claras, inclusive, nos momentos em que os entrevistados se confundem entre um serviço e outro - como visto nas falas já comentadas da Respondente 6: “isso tudo que eu tô te falando se aplica também para o Snap do Insta, por exemplo, que eu não sei como é que estão chamando”. Além disso, a frequente confusão entre termos próprios de cada ambiente, como, por exemplo, “Snap do Insta”, reforça uma similaridade nos usos em ambos ambientes.

A Respondente 5, que admitiu em meio à entrevista estar utilizando o Instagram Stories mais do que o Snapchat, foi quem identificou e apontou sobre uma mudança cultural do conteúdo compartilhado no Instagram. “Eu acho que o pessoal tá fazendo essa transição porque querendo ou não, agora que ele tá cada vez mais parecido com o Snapchat, as pessoas tão se sentindo mais à vontade para usar e tal” (RESPONDENTE 5). Conforme seu relato, vê-se que a cultura de imagens tratadas e filtradas no Instagram ainda era motivo para repensar o uso do Instagram Stories, visto que a proposta da ferramenta está alinhada a compartilhamentos menos produzidos tecnicamente

Porque eu achava que o Stories... ele era muito com aquela ideia do Instagram de ser uma curadoria de conteúdo mais bonita sabe? Tipo: “olha aqui uma foto mais bonita, uma coisa com filtro trabalhado”. E eu usava o Snapchat pra, tipo, sei lá, eu de pijama falando bobagem sabe? Tipo contando piada e coisa assim. Aí eu lembro que eu até fiz um post no Snapchat falando: “gente, não migrem porque lá a gente vai ter que ser sérios e usar filtros, maquiagem e aqui a gente pode ficar de pijama falando bobagem, não migrem, por favor, fiquem aqui”. E não aconteceu, sabe? Todo mundo foi e agora querendo ou não o pessoal no Instagram não tá mais tão “certo”, tá postando mais umas bobagens e tal, assim, uns dia-a-dias normais, sabe? (RESPONDENTE 5)

A Respondente 5 demonstra uma insegurança inicial em passar a utilizar o Instagram Stories da mesma forma que utilizava o Snapchat, visto que identificava uma cultura de publicação na *timeline* do Instagram que envolve planejamento, produção e certo apelo estético à qualidade da imagem. Essa insegurança foi igualmente demonstrada por outros usuários, como mencionado anteriormente. Na percepção dos usuários, eles agem com mais espontaneidade e com menos preocupação acerca da apresentação da própria imagem no Snapchat do que no Instagram. Conforme já citado, o Respondente 4 falou que considera suas narrativas no Snapchat como uma versão “sem filtro” de si mesmo. O relato da Respondente 5 revela, entretanto, que essa insegurança inicial passou, visto que percebeu que as narrativas publicadas no Instagram Stories estavam mais assemelhadas às narrativas publicadas no Snapchat – “piadas”, “bobagens” – do que às narrativas da própria *timeline* do Instagram, associadas ao uso de “filtros”. Os respondentes seguintes à Respondente 5 também declararam

utilizar seu Instagram Stories para publicar o mesmo tipo de narrativas que publicavam no Snapchat. Percebe-se, por um lado, que as diferenças na construção das redes sociais em ambas as plataformas, somadas ao caráter mais privado da rede no Snapchat, contribuem para um sentimento de maior espontaneidade no Snapchat por parte de alguns usuários. Por outro lado, os relatos da Respondente 5 e dos demais respondentes adeptos ao uso do Instagram Stories evidenciam uma apropriação desse ambiente para compartilhar narrativas de caráter muito semelhante ou igual do que tinham no Snapchat em termos de espontaneidade e gestão de imagem. Tem-se, então, um claro tensionamento no que tange a espontaneidade e a gestão da própria imagem nos ambientes.

6.3 PROCESSOS E ELEMENTOS NA CONSTRUÇÃO DE UM SNAP OU PUBLICAÇÃO

Ainda que “snaps” seja uma nomenclatura própria para descrever imagens capturadas e customizadas no Snapchat, neste tópico o termo será apropriado para descrever tanto as publicações do Snapchat quanto do Instagram Stories, visto a apropriação por parte dos próprios usuários do termo.

Durante as entrevistas, os sujeitos puderam descrever como geralmente ocorre o processo que envolve a composição dos seus snaps e publicações ou, em outras palavras, como se dá a tessitura da intriga. Em seus discursos, fica perceptível o uso de artifícios para que essas composições façam sentido, seja para si mesmo, ou para seus contatos. Este tópico busca reunir o que são esses artifícios e entender quais os principais fatores que influenciam nas suas composições no momento em que utilizam os recursos disponíveis no Snapchat. Como tratado no item 2 deste trabalho, a captura fotográfica, seja no Snapchat ou no Instagram Stories, é apenas a composição mínima de um snap ou de uma História. Os sujeitos podem optar por fazer vídeos ao invés de fotos e também inserir elementos para customizar as imagens após a captura, como filtros, emojis, stickers, etc. Da mesma forma, um snap pode representar um fragmento, um episódio de uma narrativa, quando inserido em meio a vários outros. Portanto, ao descrever a utilização dos recursos oferecidos pelo aplicativo, assim como os motivos que os levaram à decisão de fazê-lo, sua aplicação e sua finalidade, os entrevistados fornecem pistas de como pensam durante construção de narrativas imagéticas efêmeras.

A decisão de captura de um snap inicia muitas vezes antes de abrir o aplicativo. Embora possa ocorrer nas mais diversas situações nas vidas dos sujeitos, vale destacar que alguns entrevistados informaram pensar em fazer snaps quando se sentem ociosos ou entediados. Essa

evidência converge com pesquisas anteriores (ROESNER et al., 2014; UTZ et al., 2015; BAYER et al., 2015), em que usuários também responderam que muitas vezes fazem snaps quando estão entediados ou querem procrastinar. Emerge daí uma clara vontade de se entreter ao enviar um snap. Para o Respondente 4, por exemplo, a decisão de fazer snaps ocorre quando ele está sozinho em casa, ocioso ou realizando atividades mundanas: “começa a me vir várias coisas na cabeça, quando tô lavando louça ou alguma assim, e eu quero compartilhar - e eu não posso compartilhar com a parede, né? Então aí eu acabo colocando no Snapchat. Eu acho que é mais pra compartilhar” (RESPONDENTE 4). Para a Respondente 5, um snap pode representar uma atividade de entretenimento quando sente tédio “quando eu to entediada e tipo faço um snap da janta da firma e coisas assim” (RESPONDENTE 5).

De acordo com os discursos dos sujeitos, sobressaíram-se alguns fatores que influenciam na utilização dos recursos de composição do aplicativo para construir sua intriga nas publicações das Histórias. O primeiro deles é o entretenimento, que envolve uma busca por se entreter enquanto se compõe um snap. O segundo é uma preocupação com a audiência e como ela vai interpretar a intriga traçada. O terceiro trata-se de uma preocupação com a apresentação estética com o snap. O quarto trata-se da gestão de identidade e como os sujeitos pensam sua autorrepresentação nos snaps. O quinto trata do entorno em que o sujeito se encontra. O sexto é, por fim, o conteúdo. Todos eles demonstram como os usuários percebem as *affordances* dos aplicativos e as utilizam a seu favor durante sua tessitura da intriga. Vale ressaltar que estes não são os únicos fatores, tampouco absolutos, porém foram enumerados aqui porque se destacaram nas falas dos entrevistados. A seguir, serão apresentadas um por um com exemplos de acordo com o que foi dito pelos sujeitos.

Entretenimento e diversão estão bastante associados a construção do snap. Para a Respondente 5, construir um snap é uma atividade de prazer “eu adoro, tipo, tirar uma foto e daí ficar colocando os emojis e as coisas e desenhando, e criando uma coisa em cima” (RESPONDENTE 5). Para a Respondente 7 “eu comecei a usar o Snap pela questão do vídeo que eu achei legal e pela novidade assim. Eu acho que os filtros era uma coisa muito divertida” (RESPONDENTE 7). Alguns relatos ressaltam que fazer um snap é, muitas vezes, uma atividade que entretém pessoas que estão presencialmente juntas e está diretamente relacionada à diversão.

Quando eu to com um... quando eu saio com os meus amigos, às vezes, a gente tipo usa pra, sei lá, usar uns filtros e ter umas Memórias engraçadas sabe, tipo: “aí, filtros, estamos juntos, vamos tirar foto com filtros do viadinho”, aí todo mundo tira foto do filtro do viadinho sabe, mas é mais isso assim, eu nunca usei muito seriamente, é mais uma coisa de humor que eu uso assim sabe...

A Respondente 8 afirmou que utilizava os filtros e lentes do Snapchat para, principalmente, brincar com o filho pequeno “ele adorava, usava muito”, e conta que sempre

após o horário do almoço, olhavam juntos o Snapchat: “a gente almoçava e tal, daí a gente sentava para descansar um pouquinho e ele dizia que era o horário do Snapchat, que daí ele dizia ‘quero ver, mamãe, quero ver o que é que tem’. Daí ele se olhava lá nos filtros, às vezes nem postava nada, mas ele se olhava...” (RESPONDENTE 8)

A audiência foi um dos fatores mais trazidos nas conversas que circundaram o tema de composição dos snaps. Ao compor os snaps, os usuários se preocupam em prender a atenção da audiência por isso, fazem uso de recursos para mantê-los atentos. De acordo com o Respondente 4, que gosta de fazer vídeos de si mesmo comentando diferentes temas, fazer uso dos recursos de customização do aplicativo são essenciais para prender a atenção da audiência: “Às vezes tem vários snaps, a pessoa vai cansar se tu falar o mesmo assunto da mesma forma ou só olhando pra câmera. Já que tem aqueles recursos, utiliza. Porque tu deixa um pouco mais divertido e mais leve também, pra pessoa assistir ou parar de assistir.” (RESPONDENTE 4). A preocupação com o tempo de duração das fotos no Snapchat também está relacionada com o sentimento da audiência “Eu escolho, geralmente eu uso desse mecanismo. A pessoa não vai ficar 10 segundos olhando a minha foto, então 3 tá ótimo” (RESPONDENTE 1). A Respondente 6, por exemplo, afirmou planejar antes os snaps que faz “de anotação mesmo. Claro, eu tenho que fazer a Ana Maria Braga: deixar as coisas organizadas para só gravar enquanto eu tô fazendo ali.” (RESPONDENTE 6), isso porque acredita se os snaps não forem enviados rapidamente, como uma narrativa, a audiência pode perder o interesse: “tem muita gente que tá acompanhando em tempo real, então tem que ser uma coisa rápida, uma atrás da outra. Cara, trabalhar com entretenimento, com mídia social, ou tu é rápido e antenado se não tu começa a perder a atenção das pessoas e já era. Daqui a pouco elas não vão mais ver.” (RESPONDENTE 6). Seu discurso deixa claro que existe uma vontade em entreter as pessoas que assistem às suas Histórias.

Além disso, existem também uma preocupação em como os usuários vão interpretar a narrativa. O uso do texto na imagem apareceu como elemento essencial para auxiliar a interpretação, visto que “talvez a pessoa não esteja com fones e ela quer ver as coisas e não quer mostrar pra todo mundo o que ela tá vendo. Então se eu ficar falando, talvez as pessoas não consigam ouvir. Por exemplo se ela tá em um lugar inadequado para sons de Snapchat.” (RESPONDENTE 6). Da mesma forma, a Respondente 8 afirmou utilizar “legenda, escrito, às vezes eu escrevo e emoji [...] para ficar uma coisa mais explicativa.” (RESPONDENTE 8).

Eu gosto de usar a parte de texto também, principalmente quando é vídeo. Porque às vezes a pessoa não para pra olhar o vídeo, e eu coloco como se fosse uma legenda do que eu vou falar no vídeo. Porque aí a pessoa tem uma ideia

“Ah, não me interessa, pulo. Me interessa, vou continuar olhando.
(RESPONDENTE 2)

Outros usuários afirmaram utilizar elementos de forma a informar, explicar ou explicar aquilo que estão tentando mostrar. A Respondente 9, afirmou que quando foi viajar, fez suas Histórias frequentemente mostrando e informando à audiência onde estava e do que se tratava seus passeios turísticos.

Mais informativo, meio jornalista. Daí meu lado National Geographic (risos). Tipo, “isso aqui é tal coisa”, porque quando tu tá na viagem é meio... e eu boto muito aquele check-in no Instagram [Stories] que é onde tu tá. Tipo, isso aqui é o lugar tal. Assim como quando eu marco as marcas, eu boto o arrobinha pra tu poder ir direto... (RESPONDENTE 9)

Existe também uma questão de estética no Snapchat que envolve o processo de construção dos snaps. A estética pode ser uma preocupação, na medida em que o usuário faz uso de recursos para melhorar o aspecto de seus snaps, assim como uma despreocupação, em que, na verdade, o usuário diz não fazer uso de artifícios, pois não vê a estética dos snaps como algo relevante. O Respondente 4 afirma considerar diversos detalhes antes de fazer um snap, mas que não se importa abrir mão deles em suas publicações “eu penso em tudo. Desde a foto, a luz, o tempo, a cor, tudo, tudo, tudo. Eu edito tudo [...] Penso na luz até mais pela questão das olheiras [risos], só por isso. Mas se eu tiver que fazer snap de qualquer jeito, faço”. A Respondente 6 afirmou fazer uso dos filtros na questão estética “às vezes eu uso o mesmo filtro para compensar uma luz que ficou mais azul ou algo do gênero e só faço isso”. Já a Respondente 3 afirmou que muitas vezes faz vídeos e não se preocupa com nada na composição a além da própria captura “eu faço snap e jogo, faço e jogo, às vezes, eu não escrevo nada e nem desenho” (RESPONDENTE 3). Para a Respondente 3, fazer vídeos e fotos sem se preocupar com filtros e luz é algo que considera totalmente impensável em uma rede como o Instagram, “eu gosto mais do Snap, porque eu posso postar foto ali sem filtro, no seco assim, entende? E no Instagram eu já tenho que ficar pensando em como que eu vou gerar a foto, se ela vai combinar” (RESPONDENTE 3). Ainda assim, a respondente confirmou fazer uso de filtros e lentes algumas vezes, para, conforme ela, melhorar a própria aparência “o filtro da beleza, que é aquele primeiro que é quando tu faz o snap, passa o dedo, eu uso sempre aquele, o das florzinha só quando a situação tá muito crítica.” (RESPONDENTE 3). A busca estética é bastante comum nos compartilhamento de *selfies*, que fazem uso de lentes e filtros para alcançar o resultado almejado; “tem dias que eu só experimento e tiro foto com as lentes bonitas e a gente põe no Story. É bem legal, eu gosto muito de usar mesmo” (RESPONDENTE 1).

Como falado no item 4 deste trabalho, a narrativa é subjetiva e possui a marca do narrador, portanto, ao construir um snap, o sujeito está, também, construindo sua representação.

Nesse sentido, a utilização dos recursos de edição dos aplicativos também são influenciados por uma constante gestão de identidade e de autorrepresentação. Para o Respondente 4, os melhores snaps são personalizados

Personificação eu acho, sabe? Porque quanto mais personalizado for, melhor. Por exemplo, tem vários recursos que eu nunca usei. Tipo, eu não uso lente com cara feia, porque não me interessa, eu não sou assim, eu não me comporto dessa forma. Eu uso lente que vai me deixar mais bonito ou que é meio engraçadinho. O bitmoji a mesma coisa, é bonitinho aquele bonequinho, então tem certas situações que eu acho interessante usar. (RESPONDENTE 4)

Falou-se já que muitas vezes o Snapchat pode servir como uma plataforma de entretenimento entre pessoas que estão presencialmente juntas, na medida em que se entretém fazendo vídeos e inserindo filtros e lentes que consideram divertidas. Esse fato evidencia a importância do que está no entorno do sujeito no processo de construção das suas narrativas e como ele vai utilizar os recursos do serviço para essa construção. Da mesma forma que a presença de outras pessoas pode incentivar o usuário a fazer um snap, a reação contrária também é possível, como descreve a Respondente 5:

Aí, as vezes, quando a gente tá com mais gente e tal, daí eu penso “aí queria fazer um snap lindo desse rolê que a gente tá fazendo... a gente tá num lugar muito bonito, queria fazer um snap”, daí eu penso “ah, vai cortar um pouco a *vibe* das pessoas, porque ninguém aqui tá mexendo no celular”. Daí eu deixo de fazer, sabe? (RESPONDENTE 5)

O local, contexto, situação fazem parte do entorno do sujeito e interferem diretamente na sua decisão de narrar uma ação ou não. O Respondente 3 afirma só fazer snaps quando está em casa “uso ele sempre em casa e na rua eu não uso por um motivo:segurança, a falta de segurança ta enorme”. A Respondente 5 fala dos *geofilters* e da importância deles para os snaps quando ela estava fazendo uma viagem. “eu tava em Londres, eu queria registrar que eu tava em Picadilly Circus, sabe? Então eu queria botar a plaquinha Picadilly Circus ali, sabe?”

Outro fator bastante levantado nas entrevistas que move a utilização dos filtros, emojis, *doodles*, etc, é o próprio conteúdo do snap que se está construindo. Isto é, o que se quer compartilhar. O conteúdo vai também moldar a construção do snap. A Respondente 1, por exemplo, faz uso de texto, legenda e marcações nas fotos para dar dicas de moda e comportamento

escrever é muito bom pra mim. Por exemplo, quando tem algum post a gente consegue botar o link ali embaixo. Ou indicar alguma roupa, ou indicar alguém pra seguir, uma marca etc. Mas eu uso *muito* os filtros bonitinhos, todos os dias. Se tem algum filtro diferente eu vou lá e tenho que usar. Às vezes eu tenho que usar antes que todo mundo use pra ter mais graça, sabe? Adoro os que têm simuladores de voz, adoro. Eu uso isso demais, é quase em todos os snaps. (RESPONDENTE 1)

Vê-se, também, que as lentes e filtros do Snapchat proporcionam além de entretenimento, uma razão para o usuário compartilhar snaps. As lentes servem, muitas vezes,

como o próprio conteúdo, em que o usuário pode compartilhar um vídeo de si mesmo com as lentes animadas. Tanto a Respondente 1 quanto o Respondente 4 afirmaram utilizar as Histórias como um canal ou um *microvlog*, em que falam de frente para a câmera sobre determinado assunto. Neste caso, ambos enviam diversos snaps de vídeo, um atrás do outro, que juntos conformam uma única narrativa. “Às vezes eu faço vídeos em sequência. Eu faço, sei lá, 6 vídeos falando de um assunto, então eles tem que ter essa sequência. Então assim, eu otimizó todo o tempo dos 10 segundinhos ali que a gente tem.” (RESPONDENTE 1). A estratégia para gerir o conteúdo dos snaps também é adotada pelo Respondente 4, que afirma se inspirar em conteúdos na presença de amigos e depois utilizar o snap para falar deles. “Geralmente são assuntos assim, vários amigos, bar, a gente começa a conversar. E aí cada um tem uma opinião e tudo, e aí às vezes eu vou pro snap, monto a narrativa toda pra concluir. E tento diminuir pra não ficar tão longo e etc.” (RESPONDENTE 5).

Uma série de outros fatores poderiam também influenciar a composição de um snap, como as *affordances* do dispositivo, introdução de recursos no aplicativo - como as lentes, que se modificam todos os dias - horário do dia, entre outras razões. Os fatores enumerados, entretanto, evidenciam situações claramente destacadas pelos sujeitos nas entrevistas e que lhes parece fazer mais diferença no momento da composição.

6.4 EFEMERIDADE E PERSISTÊNCIA

Uma das hipóteses que motivou este estudo foi de que a efemeridade das publicações seria um dos principais diferenciais do serviço Snapchat. Como mencionado no Capítulo 2, as Histórias, tanto no Snapchat quanto no Instagram, possuem uma persistência programada, na medida em que ao serem construídas e publicadas, os usuários, autores das narrativas, programam a persistência daquela publicação. As Histórias, por configuração padrão, ficam disponíveis por vinte e quatro horas e, após esse período, desaparecem. Essa seção visa destrinchar questões implicadas na persistência programada das narrativas imagéticas do cotidiano que emergiram nos discursos dos sujeitos entrevistados.

O primeiro aspecto acerca da efemeridade das Histórias que deve ser levantado é de que os usuários reconhecem certa importância da persistência programada. Quando questionada sobre o assunto, a Respondente 6 afirmou que nem todo o conteúdo precisa ficar armazenado “eu acho que é bom porque a gente já tem muito conteúdo online, muita coisa” (RESPONDENTE 6). Para a respondente, a quantidade de conteúdo armazenado e disponível na internet é muito grande e ela vê isso como um problema, visto que não consegue dar conta

de apreciar todo o conteúdo que deseja. Nesse caso, a efemeridade das publicações das Histórias evita que elas contribuam para este acúmulo de armazenamento de informação. De fato, conforme ressalta Mussel (2012), o material efêmero desempenha papel essencial para a fluidez informacional, papel este muitas vezes esquecido em função de nossa orientação para o arquivo. Na opinião da Respondente 6, a efemeridade do conteúdo condiciona a eleição e organização de prioridades

a efemeridade, eu acho que ela é maravilhosa! Porque ela faz com eu veja aquilo no dia. É importante, porque, se eu seguir as Kardashians, eu vou me prestar a ver aquilo senão eu vou perder.[...] Eu acho que é essencial, porque tem tanta coisa acontecendo ao mesmo tempo na internet que é massa que tu vai ter um troço que vai durar 24h; ou tu quer assistir ou tu não quer assistir. Ou tu te programa para assistir as coisas das pessoas, ou não. (RESPONDENTE 6)

O relato da Respondente 6, ao mencionar que o usuário “se programa” para assistir, demonstra claramente uma relação semântica com o conceito, aqui apresentado, de persistência programada. Sendo a persistência uma *affordance* temporal que diz respeito à acessibilidade e durabilidade de determinado artefato, a persistência programada trata de uma acessibilidade conhecida, ou aproximadamente conhecida. No caso das Histórias, programam-se narrativas imagéticas para durarem e serem acessíveis até vinte e quatro horas. Com efeito, o discurso da respondente deixa em evidência que a persistência programada das Histórias, ou seja, a duração conhecida das Histórias, possui capacidade de programar, de certa forma, também a audiência.

Não por acaso que sua fala também reforça uma similaridade com o hábito de consumo televisivo (também ressaltado por outros usuários em outros momentos da entrevista). Ora, não é novidade que a programação de televisão é, também, vetor na sistematização horária da vida dos sujeitos, que adequam suas agendas diárias para assistir a determinados programas, como telejornais e novelas. O indivíduo sabe de antemão a tabela horária da programação dos canais que gosta de consumir; o caráter rotineiro da televisão facilita isso. Assim como o sujeito chega em casa do trabalho, acomoda-se no sofá e assiste o telejornal de segunda a sábado, ele também incorpora as Histórias em seu hábito diário.

Eu falava pro pessoal tipo ‘o Snapchat é a minha Globo’ sabe? Porque eu olho muito antes de dormir e olho tudo. Olho todas as coisinhas do dia todo. E eu meio que durmo no mesmo horário, então todos os dias eu sabia que não ia perder muita coisa olhando sempre o mesmo horário. (RESPONDENTE 4).

A fala do Respondente 4 ressalta, e concorda, portanto, que a similaridade das Histórias com a televisão também pode ser percebida não somente pelo caráter efêmero do artefato, mas pela capacidade de interessar e, conseqüentemente, programar a audiência.

Porém, conforme mencionado, as Histórias, diferente da televisão, se destacam por serem instantâneas, no sentido de que não há como o usuário prever quando os perfis que ele segue publicarão conteúdo, “é uma ferramenta muito instantânea e tu pode falar o que tu quiser

em qualquer lugar” (REPONDENTE 1). Na TV existe uma tabela horária da programação pela qual o sujeito consegue tomar conhecimento antecipadamente e se preparar para assistir ao que deseja. Além disso, cada programa possui um determinado horário de exibição, com início, meio e fim e, após esse período, um outro programa o substitui na tela, fazendo com que o indivíduo deve estar atento à televisão naquele exato horário em que a emissora for exibir o que ele deseja assistir. As narrativas em serviços de redes sociais, por outro lado, são espontâneas. Sua construção parte da vontade dos indivíduos e não possui horário no dia para começar ou para terminar. Não sendo publicados aleatoriamente, podendo ser vistos quantas vezes quiserem. No caso das Histórias, o conteúdo também pode ser revisto por um número incontável de vezes, porém dentro do período de vinte e quatro horas - caso contrário, irá perdê-lo. Ou seja, tendo em vista que o conteúdo é compartilhado aleatoriamente pelos usuários, não há um horário marcado para assistir as Histórias como existe com a programação de TV, mas existe um período pelo qual o usuário pode consumir aquele conteúdo antes que ele passe. Com efeito, é a persistência programada de vinte e quatro horas de uma História, que pode ser vista e revista infinitamente durante este período, que garante que o usuário possa programar-se para assisti-la.

Outra questão relevante extraída da fala da Respondente 6 é o senso de urgência que as Histórias causam, na medida em que o usuário sabe que, em vinte e quatro horas, aquele conteúdo já não estará disponível. Portanto, quando ele percebe que possui Histórias disponíveis para serem vistas, sabe que deve fazê-lo dentro do período de um dia. Esse senso de urgência fica implícito, também, na fala do Respondente 4, que afirma assistir a todas as Histórias, procurando não perder nenhum conteúdo.

Voltando à importância da persistência programada observada nos discursos dos respondentes, outro fator bastante discutido que evidencia essa importância foi a falta de pertinência do conteúdo em outros momentos que não naquele contexto. Muitas vezes, trata-se de um conteúdo pensado para ser efêmero. “O conteúdo que eu produzo pro Snapchat, ele é muito efêmero assim, porque é tipo uma piada em relação com uma coisa que aconteceu naquele momento comigo, ou um negócio que eu vi naquela hora, que não... realmente não é uma coisa que precisa se eternizar assim, sabe?” (RESPONDENTE 5). De fato, já havia sido abordado no item 2 deste trabalho que as publicações, tanto no Snapchat, quanto no Instagram Stories, tratam da comunicação da própria experiência. É o que Jurgenson (2014) chamou de fotografia social, que flui similarmente a um discurso linguístico, só que visual. Quando questionada sobre o assunto, a Respondente 9, a efemeridade do conteúdo está diretamente relacionada à efemeridade das experiências pessoais vividas.

Ela [a efemeridade] não é importante pra mim, mas acho que faz uma diferença no sentido que a vida vai acontecendo e a minha viagem não poderia tá lá pra sempre. Porque o que aconteceu, tu ía ter que passar todos os snaps para chegar lá, que saco. Tipo, “já vi isso que aconteceu contigo hoje, bora, que é outro dia” Eu acho que é saber dar importância praquilo, importância na hora e saber também *move on*. (RESPONDENTE 9)

A eternização de determinadas narrativas não só é desnecessária, como é inconveniente, muitas vezes. Mussel (2012) apropria-se de um conceito de Freud para afirmar que existe um efeito de “estranhamento” (*uncanny*) quando um objeto midiático feito para ser efêmero, perdura, e é reencontrado posteriormente em outro contexto.

Quando encontramos impressos efêmeros, quer eles sobrevivam por acaso, quer sejam projetados para isso, temos uma rara oportunidade de nos envolvermos com um componente da economia da informação que deveria ter sido perdido. Para desempenhar o seu papel, as coisas efêmeras devem passar com o momento e assim, quando sobrevive, ela o faz apesar de si mesma. Tais encontros são sempre estranhos, porque os efêmeros pertencem aos mortos. (MUSSEL, 2012, p. 3)

Para Mussel (2012), o efêmero é algo que escolhemos esquecer. O efêmero é projetado para desempenhar uma função específica antes de passar, o retorno de coisas efêmeras perturba a passagem do tempo. Quando o efêmero sobrevive, o estranhamento no encontro se dá porque este representa a complexidade de um cotidiano que passou. Ele desmente atos seletivos de memória através dos quais narramos nossa relação com o passado. “Tem coisas que talvez sejam apenas um desabafo daquele momento, tu não quer que aquilo se postergue para a eternidade na internet” (RESPONDENTE 6). A efemeridade está presente, logo, não só nos snaps e publicações que desaparecem, mas também no mundo das ideias, na própria memória dos sujeitos, que selecionam aquilo que deve persistir e aquilo que não deve - algo que também foi levantado por Chun (2008), trazido no ítem 2 deste trabalho. O desabafo momentâneo citado pela Respondente 6 é uma experiência a ser refigurada naquele período em que foi configurado para existir e lembrado somente a partir daquele contexto. Se a narrativa com o desabafo momentâneo persistir mais do que deveria, ocasiona o estranhamento discutido por Mussel (2012).

Percebe-se que efemeridade das Histórias se relaciona muito com o presente do passado de Santo Agostinho trabalhado por Ricoeur (1994). Revisitamos o passado por meio de nossas memórias a partir do presente que estamos vivenciando. E a cada vez configuramos e refiguramos nossas próprias memórias. Nosso próprio ato de criar uma História de nossas experiência já evidencia essa revisita ao passado, ainda que muito recente. Configura-se a narrativa de maneira que naquele momento seja relevante narrá-la daquela maneira. A cada novo presente que emerge, uma nova maneira de olhar para o passado. Portanto, novas narrativas a partir daquele desabafo momentâneo podem surgir ao longo da vida da

Respondente 6, porém a narrativa criada naquele momento nas Histórias contém elementos na sua configuração que são únicos para aquele seu período de duração. Naquele presente, ela narra de determinada forma seu passado. Futuramente, tal narrativa não a representará da forma como ela quer ser representada, pois perceberá sua configuração de maneira diferente.

O presente do passado de Santo Agostinho auxilia na compreensão deste estranhamento que se dá ao reaver algo que foi publicado para ser efêmero. As Histórias aparecem, portanto, como uma solução para o armazenamento constante das narrativas dos sujeitos publicadas na internet, bastante criticados por Chun (2008), Mussel (2012) e Jurgenson (2012). Além disso, os usuários parecem identificar, conforme seus discursos, a necessidade de se poder criar e consumir narrativas de persistência programada.

Essa identificação se torna ainda mais evidente quando os usuários afirmam pretensão em manter o conteúdo persistente. Nesse caso, eles optam por publicar em outros serviços que permitem o armazenamento, ao invés das Histórias, como afirma a Respondente 9: “Se eu quero que fique pra sempre, posto no meu *feed* do Instagram. Entendeu? E o que foi mais importante pra mim da viagem vai tá lá.” (RESPONDENTE 9).

Mesmo o Instagram Stories e o Snapchat sendo serviços de compartilhamento de imagens efêmeras, às vezes os usuários acabam subvertendo essa função primordial, salvando o conteúdo para que ele fique armazenado no seu dispositivo móvel. É o caso da Respondente 7, que afirma que existem publicações que ela faz para o Instagram Stories e posteriormente opta por salvá-las. “Eu salvo alguma foto que tá muito bonita, ou que é um momento importante que eu acabei fazendo só Stories, não fiz foto de verdade, mas eu salvo bastante assim.” (RESPONDENTE 7). O que demonstra que, embora inicialmente o conteúdo feito tenha sido pensado para ser efêmero, o usuário muda de ideia e decide torná-lo durável, armazenando-o.

Além disso, foi observado na fala dos respondentes que, tanto o Snapchat, quanto o Instagram Stories, acabam sendo apropriados como aplicativos para fazer o registro de fotos e de vídeos mesmo que o usuário não pretenda compartilhá-los. “Porque a gente usa mais essas fotos que a câmera do celular, né? Às vezes eu até esqueço que meu celular é assim, ‘ah, tem essa facilidade que eu não lembro’.” (RESPONDENTE 7). Então, mesmo registros pensados para serem duráveis acabam sendo executados a partir de aplicativos cujos registros são voltados para o efêmero. A Respondente 5 explica que o registro e o armazenamento de determinado momento pode ser mais importante do que compartilhá-lo “eu sinto muita vontade de fazer o registro do que eu to vivendo sabe, mesmo que eu não vá postar, eu faço pra salvar, assim” (RESPONDENTE 5). Uma das explicações para essa apropriação do Snapchat e do Instagram Stories é em função de suas *affordances* temporais que limitam a duração do vídeo

em 10 e 15 segundos, respectivamente, e permitem a construção de uma narrativa episódica, como abordado no item 4.

É porque eu acho que ele facilita muito, em primeiro lugar, porque ele tem o negócio do tempo que, querendo ou não, te obriga a pensar uma estrutura, tu não fica filmando eternamente, sabe? Que nem aquela coisa de antigamente, que os pais tinham aquele... aquela filmadora gigante e ficavam filmando as festas de aniversários. Daí é tipo um plano sequência eterna de uma festa de aniversário que não tem fim. Daí tipo, [o Snapchat] te obriga à, sei lá, “vou capturar os melhores momentos aqui em 10 segundos”. (RESPONDENTE 5)

Essa subversão da função inicial de ambos aplicativos para serem utilizados para a composição de vídeos e de fotos duráveis foi uma apropriação clara que, provavelmente, motivou o Snapchat a introduzir as Memórias, o recurso permite aos usuários salvarem snaps e Histórias em seu sistema. A Respondente 5 define as Memórias: “eu acho que é um, é como se fosse um diário assim, uma memória contemporânea eletrônica das tuas vivências, sabe?” (RESPONDENTE 5). Além das *affordances* temporais, outras razões para a apropriação dos serviços de compartilhamento de imagens efêmeras para a produção de imagens duráveis é a própria rede, que permite o compartilhamento da experiência, além do hábito de uso do serviço.

Eu uso normalmente assim, em viagem, por exemplo. Ao invés de tirar uma foto eu posto direto no Snap e aí se eu não lembro de salvar eu perco aquele momento, porque eu não tirei nenhuma foto de verdade, eu só postei direto no Snap. Então normalmente é isso. Quando eu faço algum registro eu faço direto pela rede social e não pelo meu rolo de câmera que não vai ficar salvo em lugar nenhum. Então eu salvo lá nas Memórias. (RESPONDENTE 2)

O compartilhamento de narrativas via Snapchat pela Respondente 2 já faz parte do seu cotidiano, portanto quando se trata de um momento especial, ela salva essas narrativas já compartilhadas, para torná-las mais persistentes. E ela se preocupasse em registrar com a câmera do celular, como mencionou, o conteúdo não estaria disponível em nenhuma rede social, logo fica evidente o destaque do compartilhamento nesse processo.

Da mesma forma que os usuários podem deliberar sobre os conteúdos que desejam de manter mais persistentes, existe também a possibilidade de deliberar mais diretamente acerca da persistência das Histórias e apagá-las antes que se passem as vinte e quatro horas. Entre as razões para que o usuário possa querer apagar as próprias Histórias, foram apontadas, pela Respondente 1, razões estéticas “eu já apaguei pra ficar esteticamente legal quando a pessoa acordar no outro dia e ver os meus snaps mais importantes” (RESPONDENTE 1). Essa preocupação com a estética das Histórias evidencia uma vontade de prender a atenção da audiência. Outra razão destacada pela Respondente 1 para apagar publicações das Histórias é que às vezes a narrativa, mesmo com uma persistência programada de vinte e quatro horas, acaba persistindo mais tempo do que o usuário deseja que ela persista, “porque às vezes é um conteúdo que já passou, que todo mundo já falou ou até mesmo que tu já trocou...”

(RESPONDENTE 1). E uma terceira razão para apagar a publicação seria mudar de ideia sobre o que foi publicado ou se arrepender do que foi dito “às vezes eu mudei de ideia: ‘olha, não era isso mais que eu queria falar, já tenho outra visão desse assunto’, eu vou lá e explico e apago o anterior. Às vezes tu não pensa direito no que tu falou e foi lá e colocou” (RESPONDENTE 1). Quando a respondente afirma que não pensou direito antes de realizar a publicação, evidencia um juízo provisório e momentâneo (HELLER, 1992), típico nas tomadas de decisões cotidianas. Já a Respondente 6, por outro lado, acha que a efemeridade das publicações não deve proporcionar um menor cuidado com as publicações, visto que a pouca persistência do conteúdo não garante que a memória daquela narrativa não persista entre quem a assistiu.

Porque assim, cagada por cagada que tu vai fazer em um lugar, basta uma pessoa ver que vai ficar na cabeça dela, seja o desabafo, seja, sei lá... a mensagem vai chegar... Eu não sei também se as pessoas veriam isso. A não ser que eu esteja stalkeando alguém, eu não entro no perfil das pessoas para ver as fotos que elas têm ali na timeline dela que eu perdi, sabe? Ou tá aparecendo pra mim na timeline...se não eu não vou entrar para saber o que elas fizeram. Não sou só eu, eu acho que a maioria das pessoas faz isso, mas não é um problema pra mim... eu procuro não postar coisas que eu vá me arrepender, tanto que eu apago coisas, sei lá a efemeridade delas para mim não é um diferencial se eu já tô cuidando o que eu tô postando. (RESPONDENTE 6)

Ainda que haja *affordances* temporais que determinam a durabilidade limitada das Histórias, o relato da Respondente 6 deixa claro que a própria timeline, presente em serviços mais tradicionais de redes sociais, cumpre o papel de simular a efemeridade das publicações dos sujeitos, visto que publicações antigas só seriam acessíveis, após certo período, por meio do seu perfil, onde ficam armazenados. A Respondente 2 avalia a questão da efemeridade das publicações da mesma forma.

Na verdade é meio, sei lá, é da cultura já desse tipo de rede agora. Não que seja algo essencial assim, até porque as coisas que me interessam mesmo eu gravo. Agora no rolo de câmera ali ou no Memórias e tal, mas eu não considero essencial assim. Acho legal pela dinâmica da rede, porque é pra isso que ela se propõe mesmo. (RESPONDENTE 2)

Nesse sentido, percebe-se que os usuários, mesmo afirmando que a efemeridade não é essencial ou um diferencial, como no caso da Respondente 6 e da Respondente 2, conseguem identificar e gerenciar bem aquilo que acreditam ser feito para ser efêmero e aquilo que acreditam que deva durar mais.

6.5 PROXIMIDADE E INTIMIDADE NAS HISTÓRIAS

Logo que houve o lançamento do Snapchat, o aplicativo era frequentemente associado a práticas de *sexting*, envio de *nudes*, e interações relacionadas ao compartilhamento de conteúdo sensível e íntimo (POLTASH, 2013; ROESNER et al., 2014). Muitos dos usuários,

inclusive, relatam que essa reputação do aplicativo foi basilar para que ingressassem ou não na rede, como já mencionado em seções anteriores. O Respondente 10, por exemplo, deixa explícito que a troca de conteúdo íntimo foi o motivo para baixar o aplicativo “eu ingressei no Snapchat, porque eu ia receber *nudes* [...] foi uma coisa assim bem específica sabe, propósito bem utilitarista assim. Gostávamos de nos mandar *nudes* ao longo do dia”. Conforme visto em sessões anteriores, outros usuários, entretanto, afirmaram que justamente essa narrativa associada à intimidade que tangia as interações no Snapchat o que os distanciava do aplicativo.

Por outro lado, mesmo que os usuários tenham se apropriado de seus recursos e os usos do aplicativo tenham se expandido, percebeu-se nos discursos uma tendência a uma maior proximidade e transparência entre os interagentes. Essa proximidade foi uma característica que emergiu na fala dos entrevistados para descrever suas interações inicialmente no Snapchat e posteriormente também no Instagram Stories. Como já destacado nas seções anteriores, um dos principais usos das Histórias e do Snapchat é se aproximar de pessoas e uma das grandes diferenças sentidas logo no princípio do Instagram Stories pelos usuários é de que ele não os aproximava de seus seguidores da mesma forma que o Snapchat fazia. Esta seção busca discutir melhor esses sentimentos que relacionam aspectos de intimidade e proximidade nas conversações que ocorrem nas Histórias.

A proximidade vem, muitas vezes, da própria relação que o usuário tem com seus contatos. O acompanhamento da rotina de amigos e conhecidos é um dos principais fatores que leva a esse sentimento de proximidade, segundo os entrevistados, uma vez que, mesmo sem falar com eles diretamente, conseguem saber o que estão fazendo ou como estão. Por exemplo, a Respondente 2 afirma que tem “mais interesse em seguir pessoas próximas”, uma vez que consegue acompanhar a vida daquelas pessoas que nem sempre consegue manter um contato diário.

Porque elas são exatamente próximas, assim. Então eu não consigo manter contato cem por cento, mas eu consigo ver através do Snapchat como que tá a vida delas. “Como que tá, tudo tranquilo, precisando de alguma coisa?” (...) Porque eu não *falo* exatamente todos os dias com elas, mas eu consigo ver como elas estão ou o que tão fazendo, onde elas tão indo através do Snapchat.
(RESPONDENTE 2)

O reforço de laços fortes é algo que já havia sido abordado em pesquisas anteriores, como em Piwec e Joinson (2014), e Bayer et al. (2015). Os pesquisadores observaram, em entrevistas com sujeitos, que estes mantinham contato via Snapchat principalmente entre pessoas próximas visando, especialmente, reforçar tais laços. A Respondente 3 afirma que prefere, da mesma forma, visualizar primeiro Histórias de pessoas próximas.

Sempre as minhas amigas, sempre porque é quem é mais próximo, ou então pessoas que eu conheça pessoalmente e tenho ali sabe? Tipo, a minha amiga é blogueira, ela não é uma *digital influencer*, mas ela é minha amiga, eu gosto de ver, gosto de ver o que ela fala, e eu gosto também de ver o dia a dia dela, sabe?
(RESPONDENTE 3)

Para justificar a preferência em assistir às Histórias de amigas, a Respondente 3 destaca a realidade distante das celebridades muitas vezes não acrescenta ao seu cotidiano “me interessa mais saber o que ela tomou no café da manhã do que a Pugliesi, que é, tipo, irreal assim, praticamente, no Snap e também no meu convívio”. A fala da Respondente 3 demonstra que observar às práticas cotidianas de uma pessoa próxima lhe aproxima ainda mais da pessoa. O cotidiano da blogueira Pugliesi, entretanto, lhe parece muito distante, visto a mencionada “irrealidade” da representação da sua vida nas Histórias.

De forma semelhante, outra observação que pode ser feita é a de que essa proximidade representa, muitas vezes, algo que reduz a distância da vida entre pessoas que estão geograficamente distantes, na medida em que compartilham suas rotinas e atividades do cotidiano. A Respondente 5 ingressou no Snapchat a pedido de uma amiga que vivia em Londres “pra gente poder trocar mensagem de um jeito mais direto assim, tipo fotos do nosso dia-a-dia, só pra manter a amizade assim mais próxima”. Em situação similar, a Respondente 9 afirmou que sente que seus amigos que estão longe podem acompanhar seu cotidiano mais de perto

Eu tenho amigos que estão na puta que pariu dos Estados Unidos. Um amigo meu que quer acompanhar a minha viagem que não vai poder me ver quando eu chegar, pessoas que eu mato saudades com filminho, ou a minha madrinha de casamento foi morar em São Paulo e tá postando todas as coisinhas dela lá.
(RESPONDENTE 9)

O compartilhamento dessas experiências diárias e de acontecimentos cotidianos, muitas vezes, substitui a necessidade de uma conversa direta, como dito pela Respondente 2 e também pela Respondente 1 “eu gosto muito de conseguir me aproximar das pessoas, só que a gente não tem tempo pra ficar falando, e Whatsapp, ou até essas discussões mais diretas. Então ali eu consigo ver o que ela tá fazendo”. A Respondente 3 confirma: “A gente até brinca tipo ‘*Aí e aí, qual foi as novidades?*’, ‘*aquelas que tu vê no Snap*’, porque a gente mostra tanto a rotina que a gente acaba vendo uma a da vida outra, sabe?”. Esses relatos ressaltam o caráter dialógico nas interações do Snapchat, algo que também foi levantado pela Respondente 5, exaltando principalmente a questão do vídeo e o contexto cotidiano nas Histórias: “É um diálogo mais direto assim, eu imagino [nas Histórias]. Porque no Facebook, é uma coisa assim: ‘*Ai, a melhor parte do meu dia foi isso*’ e a pessoa posta uma foto ou um texto e coisa assim”
(RESPONDENTE 5).

Além disso, a Respondente 1 destaca o formato essencialmente visual das Histórias “a gente tem essa troca muito grande ali no Snap, parece que eu vejo ela todos os dias porque eu realmente *vejo* ela, só que através do Snapchat. E a mesma coisa comigo. E faz tipo um ano que a gente não se vê pessoalmente”. Mais do que consumir um conteúdo publicado por uma pessoa, a fala da Respondente 1 demonstra que de assistir a pessoa, de vê-la do outro lado da tela, ou ver seu cotidiano, é essencialmente importante para cultivar essa proximidade. Nesse sentido, percebe-se a importância do caráter imagético das narrativas compartilhadas.

Se por um lado a proximidade real entre as pessoas contribui para uma atmosfera de proximidade e intimidade nas redes tanto do Snapchat quanto do Instagram Stories, por outro ela não é essencial para determinar essa característica. A Respondente 5 afirma que se sente próxima ao assistir às Histórias mesmo sem conhecer a pessoa.

A gente se sente próximo da pessoa sabe? Parece que ela fica tua amiga, compartilhando o dia-a-dia dela contigo, tu sabe que ela tá fazendo isso pra um milhão de pessoas, não pra ti em específico, mas aí tu começa a te envolver sabe... tu começa a querer saber mais sobre o que que ele tá fazendo, ou o que ela tá fazendo, onde eles tão indo e é meio viciante assim. Vai se retro alimentando sabe? (RESPONDENTE 5)

Ao falar em “retroalimentação”, a respondente evidencia a capacidade de aproximar as pessoas das Histórias. Isto é, muitas vezes os usuários passam a seguir celebridades, conhecidos e outras pessoas por conveniência ou simplesmente para matar a curiosidade, porém, conforme vão consumindo as narrativas daquela rotina, acompanhando a vida daquela pessoa, acabam querendo saber cada vez mais. As narrativas efêmeras do cotidiano têm, portanto, essa característica de engajar os usuários a acompanhar a vida de determinada pessoa e observar o que ela faz diariamente, como forma de entretenimento.

A Respondente 1 afirma que gosta de assistir, na mesma intensidade, tanto Histórias de amigos, quanto de celebridades que não conhece pessoalmente.

Às vezes até pra tu te esquecer dos teus próprios problemas, eu fico lá assistindo os *Stories*, sei lá, das Kardashians. Ou da minha amiga que mora em outro estado e eu quero saber que rolê ela tá indo. Então, assim, eu uso muito pra trabalho, mas eu uso muito pra ficar mais próxima das pessoas que eu gosto e gostaria de acompanhar. (RESPONDENTE 1)

Conforme visto na seção “Snapchat x Instagram Stories”, os usuários nem sempre sabem quem os seguem nessas plataformas, porém isto não os censura, visto que consideram que o próprio conteúdo publicado, combinado com a cultura daquele ambiente, os aproxima de seus seguidores. Como visto, os usuários confiam que seus seguidores os seguem sabendo que estão publicando conteúdo mais íntimo, “sem filtro”, transparente e espontâneo, segundo suas próprias palavras.

É que no Snapchat é um eu sem o filtro, sabe? Eu acho que um pouco mais próximo, eu me sinto um pouco mais próximo das pessoas no Snapchat. E isso não acontece nas outras redes. Eu acho que o Snapchat é mais um bate-papo entre as pessoas, e eu recebo esse retorno e converso com as pessoas por ali. Mas não outras redes não... (RESPONDENTE 4)

Vê-se, portanto, que além do formato imagético, em especial o vídeo, e do conteúdo, de caráter rotineiro e cotidiano, a gestão de contatos é também fator que influencia essa sensação de proximidade. Mesmo que o usuário nem sempre possa controlar que o segue, ele confia que a pessoa que o segue deseja compartilhar e vivenciar com ele aquelas situações que ele narra nas Histórias. Mesmo a gestão de audiência não estando diretamente a cargo do usuário, o próprio conteúdo que publica o ajuda a gerenciar os contatos, que podem se manter engajados em suas narrativas se assim quiserem. Como se o usuário deixasse as portas da proximidade abertas para aqueles que queira entrar e se fazer sentir próximos. Esse próprio ato de confiança que o usuário deposita em seus seguidores já representa uma ação em prol da proximidade

Da mesma forma que o Respondente 4 acredita que sua “versão sem filtro” contribui para que se sinta mais próximo de seus seguidores no Snapchat, a Respondente 3 demonstra possuir opinião similar “ele me aproxima muito das pessoas, muito mais do que qualquer outra rede social, porque tu sabe como funciona, né? No Snap é muito vida real, cara lavada [...] e eu amo o Snap por causa disso, a espontaneidade que ele trás, sabe?”. Para ela, quem a segue no Snapchat a vê de forma mais transparente “no Snap segue quem gosta de mim de verdade” (RESPONDENTE 3). A gestão de identidade no Snapchat e nas Histórias em geral, portanto, está bastante atrelada ao caráter de proximidade percebido pelos usuários, tema que será abordado algumas seções a seguir.

O uso de expressões como “vida real” e “sem filtro” demonstra que os usuários gerenciam sua identidade de formas diferentes nos serviços de redes sociais diferentes e, no caso do Snapchat e das Histórias, sentem-se mais despidos das representações que produziram de si mesmos em outras redes, além da ausência de produções técnicas presentes em outros serviços, “filtros” (expressão frequente para descrever imagens que publicam na timeline do Instagram) e também da obrigatoriedade de produzir conteúdo além do ordinário. Os usuários têm a impressão de que sua identidade nas Histórias é mais “verdadeira”, “crua” pois acreditam que há ali mais liberdade para falar de si mesmos e da própria rotina.

na verdade tu desconstrói as pessoas. Justamente quando tu diz assim “eu conheci o fulaninho de tal” [...]E isso acontece muito, porque eu faço os trabalhos, eu apareço na tv , nananã e as pessoas me abordam e dizem “nossa, eu te vi”, e eu “ah, eaí legal?”, e as pessoas “ah, tu é igual a na TV”. Sim... Mas tu tem que lembrar que todos eles são iguais, na vida real e na tv, e é um jeito de humanizar um pouco mais as pessoas, eu acho. [...] Sabe aquela coisa que a gente tinha quando era mais jovem “ah, eu tinha a impressão que tu era

assim”, sei lá, eu já ouvi de pessoas “eu achava que tu era, sei lá, metida, e eu tipo “hum”. Mas não, quando a pessoa me conhece me diz, não “eu te achei bem legal”. Daí eu digo “ai que bom, porque era pra ser”. Mas eu acho que isso ajuda, tu já me conhece um pouco mais, tu já sabe que eu sou normal, que eu sou legal, ou que eu tenho meus dias feia, daí tu vai olhar e tem as meninas que não postam nunca foto feia. Mas tem as bonitas que sabe que é legal se mostrar sem maquiagem às vezes. E eu acho legal isso, acho humano. (RESPONDENTE 9)

Nesse sentido, ao mesmo tempo que os usuários acabam se sentindo mais próximos de pessoas que já conhecem compartilhando imagens de situações cotidianas, o conteúdo produzido ali, por sua vez, é especialmente dedicado a círculo mais próximo, ou a um círculo que se almeja ter mais próximo. Por isso, usuários acreditam que nas Histórias podem emergir narrativas sobre situações mais íntimas nas suas vidas “então assim, tem dias que a gente mostra um pouco mais da intimidade” (RESPONDENTE 1). O Respondente 10 destaca a questão da intimidade como um diferencial da sua rede no Snapchat para as redes que construiu em outros serviços “O legal do Snapchat é, justamente, que tinha aquela coisa assim, que eram momentos, digamos, mais íntimos, ou alguma coisa assim... que eu não queria compartilhar em lugar nenhum, só com pessoas bem específicas” (RESPONDENTE 10). Entretanto, os usuários entendem que, ao deixar seu perfil aberto para que qualquer outro usuário possa segui-lo, não há garantias de privacidade. “ela é uma rede aberta. Eu uso como uma rede aberta. Qualquer pessoa pode me adicionar, eu vejo quem me adiciona, claro... Mas eu não tenho como saber, não é que nem qualquer outra rede social que tu entra e tu vê os interesses da pessoa, sabe? Tu não sabe o que te espera” (RESPONDENTE 1). Os usuários, então, tomam certas medidas para que a invasão da sua privacidade não chegue a se tornar algo que consideram perigoso:

Tem coisas bem pessoais. Por exemplo, a minha filha (...) aprendendo a cantar Beatles...entendeu? Então às vezes eu compartilho ela cantando Beatles. [...] Uma criança de quatro anos. Então assim, pra mostrar que a gente tem uma vida real, a gente às vezes tem que mostrar um pouco de detalhes um pouquinho mais íntimos. Eu sempre tento tirar isso, por exemplo, nunca com o uniforme da escola, sabe? Eu tenho esse cuidado básico de rede social. Mas eu mostro bastante da intimidade e, por isso, às vezes eu tenho que filtrar bastante quem tá ali. (RESPONDENTE 1)

Percebe-se que o caráter íntimo das interações iniciais que ocorriam nos primeiros meses de existência no Snapchat foi herdado pelas interações atuais, que contam com o compartilhamento de conteúdos pessoais e permitem uma sensação de aproximação entre os usuários.

6.6 ENTRETENIMENTO E DIVERSÃO

O entretenimento e a diversão na utilização das Histórias já foram abordados em seções anteriores. Como visto, tanto os sujeitos querem ser entretidos ao assistir a Histórias alheias, como também buscam entreter a audiência ao criar as próprias Histórias. Além disso, a utilização lúdica dos aplicativos, que conta com filtros, lentes e demais recursos de customização, permitem que o usuário se entretenha ao compor suas narrativas, mesmo que não as compartilhe posteriormente. O entretenimento, portanto, pauta toda a experiência de utilização das Histórias. Conforme afirma a Respondente 5, tanto o Snapchat, quanto o Instagram Stories, são “uma ferramenta de diversão. Eu me divirto, é isso. Eu uso pra me divertir, pra ver coisas que eu acho divertidas e pra postar coisas que eu acho divertidas.”

Os filtros e lentes foram mencionados diversas vezes pelos usuários para destacar aspectos de humor e diversão, em especial no Snapchat, que introduziu primeiramente esses recursos. Para a Respondente 3, o Snapchat “tem mais humor também, por causa dos filtros, sabe?”, quando comparado com a utilização de outros serviços de redes sociais. O uso dos filtros e das lentes que alteram a voz e a face faz com que suas interações fiquem mais leves na medida que ornem sua mensagem no vídeo “eu podia falar umas coisas muito bobas assim, que fica engraçado e fica leve, sabe?” (RESPONDENTE 3). Assim como a Respondente 3, o Respondente 4 também utilizou o termo “leve” para descrever as interações no Snapchat: “o Snapchat é isso, é leveza”, conforme visto em seções anteriores. Os filtros e lentes se inserem como parte da experiência que está sendo narrada ali. Ou seja, os usuários experimentam as lentes do aplicativo e compartilham essa experiência com seus seguidores.

eu tenho uma piada interna com uma amiga [...] a gente sempre usa o filtro com a raposinha que tem aquela coisa com a voz. E foi um dia que a gente usou e aquilo marcou tanto, porque foi tão engraçado, que hoje ela me manda “*e aí amiga, como é que tu tá?*”, com aquela mesma vozinha, e eu respondo ela com aquela mesma vozinha. (RESPONDENTE 1)

Se por um lado o uso dos filtros e das lentes entretém aqueles que experimentam, assistir nem sempre demonstrou ser interessante. A Respondente 6 relatou que deixou de seguir muitos usuários no Snapchat porque não considerava suas Histórias interessantes. “É que no final das contas fica todo mundo no final tirando foto ou brincando com os filtros, sei lá, não tinha muita graça.” (RESPONDENTE 6). Segundo a respondente, simplesmente experimentar os filtros e lentes e compartilhar não é suficiente para entreter. De fato, como os filtros e lentes ficam disponíveis para todos os usuários do aplicativo experimentarem, ver outros usuários fazendo vídeos e fotos de si experimentando os mesmos filtros e lentes pode ser repetitivo ao sujeito. Portanto, mesmo que o filtro ou a lente prenda a atenção do sujeito na primeira vez que ele o vê (ou o utiliza), depois de rever narrativas semelhantes diversas vezes nas Histórias ela acaba

se tornando desinteressante. “Pode ser só palhaçada, mas tem que ser engraçado para o que se propõe sabe. Tem que fazer bem feito” (RESPONDENTE 6).

Nesse sentido, os sujeitos expressam em seus discursos que existem artifícios que eles consideram importante para haver entretenimento nas Histórias. Para a Respondente 9, a forma de passar o conteúdo é essencial para que lhe prenda a atenção. “Eu acho genial quanto as pessoas tem o poder de *storytelling*, tipo a Thainara OG” que, conforme destaca a entrevistada, consegue prender a atenção das pessoas falando de situações muito corriqueiras de um modo informal e envolvente. A Thainara OG se tornou famosa em função de suas publicações no Snapchat, que se caracterizavam por serem criativas e engraçadas, como já relatado no item 2 deste trabalho. Esse “poder do *storytelling*” descrito pela respondente trata desta capacidade da Snapchatter de narrar situações mundanas de uma maneira bem própria sua, que, além dos trejeitos, expressões regionais, e uma performance humorística frente à própria câmera do celular, faz também uso considerado criativo das *affordances* do aplicativo. Logo, a maneira como Thainara OG consegue construir, organizar uma narrativa, observar e mesmo criar fatos para serem compartilhados, lhe garante atenção por parte da audiência, que se esmera em acompanhar os relatos diários da *influencer*. Segundo a Respondente 9, “Thainara é TV pra muita gente. Ela até fala ‘ai vou fazer o entretenimento gratuito’”. A Respondente 6 também apontou que essa capacidade de construir narrativas envolventes é essencial para que haja engajamento com as Histórias do usuário. Ao relatar as História de um determinado perfil que acompanhava assiduamente, descreveu: “essa é a pessoa que eu mais seguia no Snap, porque ela tem uma didática legal e uma oratória massa para contar histórias e contar o que ela tá fazendo” (RESPONDENTE 6).

Narrativas consideradas desinteressantes pelos usuários são, geralmente ignoradas por eles. Quando acontece, pulam Histórias até que o assunto daquela narrativa tenha mudado. “Geralmente são de assuntos que não me interessam, sei lá, por exemplo, ah ‘hoje eu vou ensinar uma receita de bolo de coco’ e eu sou alérgica a coco. Então, eu vou pular aquilo porque aquilo não me interessa, entendeu? Até ver algo que realmente me interessa” (RESPONDENTE 1). Embora não seja possível visualizar uma lista das Histórias de cada perfil, os usuários podem pular cada “episódio” ou snap da História, sem precisar assisti-la até o final. Ou seja, antes de que o período de dez (Snapchat) ou quinze (Instagram Stories) segundos da publicação passe totalmente, o usuário pode, a qualquer momento, pular aquele conteúdo e ir ao próximo. A característica episódica das narrativas nas Histórias se mostra, segundo a Respondente 5, importante para prender a atenção da audiência

Fica legal até pra quem tá assistindo, porque, por exemplo, quando eu tô seguindo uma pessoa e aí ela fez um vídeo de 10 segundos, aí ela começa a contar um negócio que ela tá falando, tipo “ai, eu tô aqui em tal lugar fazendo tal coisa”, se eu já não achei legal, eu não preciso ver o resto dos vídeos de uma hora e tanto ou ver todos os outros snaps. Eu só vou pulando até a parte que ela parou de falar sobre aquilo que eu não quero mais e vejo que ela ‘tá, ela já mudou de ambiente aqui, já parou de falar o bagulho que eu não tô mais interessada, vou ouvir esse aqui pra ver o que ela tá falando’. Aí se me interessa eu continuo assistindo em sequência sabe, se não, eu vou pulando. (RESPONDENTE 5)

Porém, caso as Histórias do usuário não sejam agradáveis no geral, é possível que ele perca seguidores: “eu já apaguei contatos do meu Snapchat por achar que, sei lá, não suportei a vida daquela pessoa” (RESPONDENTE 1). Ou que seus seguidores apenas parem de assisti-lo. “Tem pessoas que, tipo, tu é obrigada a ficar assistindo por questão de educação, sabe? Tem umas duas pessoas que eu nem assisto... mas eu fico com vergonha de dar *unfollow*” (RESPONDENTE 1). Como, muitas vezes, suas conexões no Snapchat e no Instagram Stories são com amigos, os usuários não se sentem confortáveis de deixar de segui-los, porém perdem o interesse de acompanhar suas narrativas.

têm amigos que eu não paro de seguir no caso do Snap porque eu sabia que eles iam ficar chateados se eu parasse de seguir, mas eu não assistia se a pessoa não tinha muita coisa para dizer. Não que eu tenha, ou que eu esteja julgando, mas porra, é meu entretenimento nos meus horários que eu vejo. (RESPONDENTE 6)

Existe, como mencionado, certa intenção entreter a audiência. Os usuários se preocupam se o que postam é interessante para os que estão assistindo e procuram narrar acontecimentos e experiências que acreditam que possam agradar aos seus seguidores. O Respondente 10, por exemplo, afirma que reflete bastante antes de fazer qualquer publicação e afirma que se não vê o assunto como relevante, não o compartilha. Seu julgamento parte, principalmente, daquilo que ele mesmo acredita que viria a ser interessante para ele; “talvez porque pra mim não seja interessante, que eu acho que as pessoas não vão se interessar em ver...” (RESPONDENTE 10). Da mesma forma, a Respondente 1 faz o julgamento do que deve publicar com base naquilo que gosta de assistir e considera importante que seus seguidores se mantenham atentos às suas Histórias.

Pro tipo de uso que eu faço no Snapchat, eu preciso ter essa preocupação pra conseguir ter essa assiduidade nos *views*, pra conseguir até eu me organizar com o que eu posto aqui, o que eu posto ali. Não deixar muito maçante, sabe? Eu me preocupo em não deixar muito maçante, porque quando as pessoas deixam muito maçante eu pulo, eu não consigo ver até o final. (RESPONDENTE 1)

A preocupação com a audiência pode ser tamanha, na opinião da Respondente 9, que os usuários devem, inclusive, se preocupar com o tipo de experiências que querem ter no seu dia a dia para poderem compartilhar.

Tá, o que nós vamos fazer de incrível amanhã, pra mostrar pro mundo?” [...] Querendo ou não, esse Black Mirror da vida real não é legal? Tem dois lados, tá? Tem um lado que é “puta que pariu, tenho que ir em um lugar novo todos os dias” pra postar e pra ser legal na internet. Uma bosta. O outro lado “puta que pariu eu tenho que ir em um lugar novo todos os dias”, e isso é muito massa! Tu não ir todos os dias no mesmo restaurante, tu olhar para pessoas novas, comer uma comida nova, provar um sabor novo, tu andar em uma rua que tu não andou ontem. Tu não precisa ir no mais caro, no mais top, no mais lindo, mas tu poderia ser “prefeito” do Tudo pelo Social que é muito foda, viu? (RESPONDENTE 9)

A referência ao seriado Black Mirror⁸⁰ na fala da respondente emerge como analogia para justificar seu ponto, que é o condicionamento da própria vida numa busca por obtenção de atenção, na medida em que se procura ter e viver experiências consideradas diferenciadas e válidas, almejando alcançar a aprovação da audiência. Mais do que um exibicionismo do próprio cotidiano (SIBILIA, 2015), trata-se de inserir o espetáculo na própria vida (DEBORD, 2005), uma vez em que a experiência em si não é suficiente por si mesma. É uma experiência para se ter o que mostrar; uma experiência cujo fim é entreter aos outros e, assim, agregar valor a si mesmo e à própria vida somente se for apreciada, também, por outros - que sinalizam por meio de *likes*, comentários e, no caso das Histórias, *views* e respostas *inbox*. Essa problemática será trazida novamente na sessão a seguir.

A busca de entretenimento nas Stories não cessa na construção e consumo das Histórias. Após o compartilhamento das próprias Histórias, os usuários têm o hábito, conforme veremos em seções a seguir, acompanhar a repercussão de suas narrativas. O Respondente 10 relatou que aprecia fazer experimentos sociais nas Histórias, verificando quem são as pessoas que visualizam determinados conteúdos que ele publica e por quê. Tais experimentos sociais, segundo ele, servem-lhe apenas como entretenimento, visto que tem curiosidade em compreender como as pessoas interagem online e consomem conteúdo. O experimento é relatado pelo entrevistado, como pode ser lido a seguir

Eu fiz um experimento social uma vez nos Stories que eu achei muito legal. Eu queria postar uma coisa intencionalmente desagradável, que eu queria ver o que as pessoas iam achar... na ocasião eu tinha um machucado no meu pé - a minha unha do dedão tinha descolado, tava cicatrizando - e daí eu peguei e queria ver quantas pessoas conseguiriam assistir as Stories até o fim, sabe? Já tava tudo cicatrizado, não tinha nada efetivamente nojento, mas a imagem é perturbadora pra muitas pessoas e pra mim também seria se eu tivesse só assistindo, se não fosse comigo. Então eu peguei e posteí. Fiz o primeiro post: “Estou perdendo um pedaço de mim né, a minha unha do dedão do pé está descolando”. Aí logo em seguida fiz um segundo post: “Vocês querem ver?”. Então eu já meio que antecipei pras pessoas que a próxima coisa que eu ia mostrar era uma coisa

⁸⁰ Black Mirror é uma série de televisão britânica de ficção científica centrada em temas obscuros relacionados às consequências na sociedade em função do avanço tecnológico, como a alienação e a ausência de privacidade. Fonte: https://www.nytimes.com/2015/02/01/magazine/black-mirror-and-the-horrors-and-delights-of-technology.html?_r=0. Último acesso: 30/03/2017

relativa a isso. Aí eu fiz o “gifizinho” da minha unha soltando, eu conseguia mexer ela, né? E abri ela um pouquinho pra mostrar que ela tava soltando e que tinha outra unha embaixo já [...] Foi engraçado acompanhar os números, porque eles foram realmente diminuindo assim. A primeira eu lembro que tinha umas 34, 36 views, aí depois a segunda já tinha 30, aí no gif da unha já tinha uns 25, então o pessoal foi realmente desistindo assim. Eu gosto dessa coisa de experimentação assim, eu achei bem divertido. (RESPONDENTE 10)

Tal experiência demonstra uma apropriação inusitada das Histórias para o entretenimento, na medida em que o usuário não se propõe a publicar um conteúdo que acredita ser interessante para a audiência, mas sim testá-la com conteúdo de qualidade que acredita não ser tão socialmente apreciado. O respondente alega entreter-se com a atividade relatada, o que contribui, também, para a sustentação de que as Histórias são usadas, fundamentalmente, para fins de entretenimento.

6.7 VIDA REAL, COTIDIANO E GESTÃO DE IDENTIDADE

Como visto no item 4 deste trabalho, narrativas estão repletas de marcas próprias do narrador. Como autor da sua própria representação nas Histórias, o sujeito impregna sua narrativa com uma visão própria de si mesmo. Dito isso, não foram incomuns expressões como “vida real”, “backstage”, “bastidores”, “Big Brother”, “sem filtro” e “dia-a-dia” para denominar as interações nas Histórias nos discursos dos entrevistados. Pode-se observar que os usuários entendem que existe determinada representação sua em perfis de serviços de redes sociais e que nas Histórias estão, de certa forma, mais despidos dessa representação que construíram para si em outros ambientes. Os discursos dos sujeitos demonstram que suas publicações são não somente retratos de seu cotidiano, como também estão inseridas como prática cotidiana de retratar-se. As entrevistas revelaram que os usuários veem que suas publicações nas Histórias são parte da sua rotina e as percebem mais espontâneas e menos produzidas do que em relação a demais serviços de redes sociais. Esta seção objetiva, portanto, compreender motivos que levam o sujeito a entender que suas narrativas nas Histórias estão mais atreladas àquilo que é real.

Foi levantado com frequência pelos usuários certa curiosidade em acompanhar a vida pessoal de celebridades, de pessoas famosas e de *digital influencers*. Para muitos dos usuários, inclusive, acompanhar a vida de pessoas famosas é mais relevante do que acompanhar a vida de sujeitos comuns e pessoas próximas de si. Para a Respondente 9, os usuários têm interesse em acompanhar as Histórias de celebridades porque as representações em veículos de mídia tradicional, muitas vezes, distanciam as celebridades dos sujeitos, na medida em que as retratam

de forma muito distinta da realidade do sujeito ordinário: “imagina numa época que só tinha revista para ver a pessoa, nem site tinha. As modelos, as atrizes... o que ela come? Tu quer saber, sabe? Como ela é, como é a voz dela. Às vezes tu só sabe da novela, de quem faz novela”. Conforme visto no item 4, Maffesoli (2003) afirma que os sujeitos desejam ver-se, ouvir-se, participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem, sendo isso, parte do processo de construção subjetiva. Ao mesmo tempo, interessa-lhes o cotidiano alheio justamente porque se veem nele, identificam-se com essas representações que se aproximam daquilo que faz parte do contexto de vida dos sujeitos. O Respondente 4, por exemplo, afirma gostar muito de saber como Kim Kardashian age em situações e momentos banais, considerados por ele normais, algo que até pouco tempo atrás, segundo o respondente, não era possível de saber.

Porque é o que a gente não tinha contato até então, né? Eu não gosto da fofoca, eu não me importo com o que ela tá fazendo com a vida dela. Mas eu gosto de saber... nossa, ela é tão famosa, sabe! “Que bacana que a Kim Kardashian escolhe a roupa em cinco minutos”, sabe? Eu acho que o bastidor é bacana porque é a vida normal, sei lá, sabe? (RESPONDENTE 4)

Kim Kardashian é protagonista em um *reality show* e trabalha muito com a promoção da própria imagem e *lifestyle*. Seu *reality show* consiste na exibição de situações da vida da família Kardashian, em que as tramas se desenrolam em meio ao dia-a-dia glamouroso de pessoas ricas e famosas. A realidade da Kim Kardashian é, portanto, muito distante da realidade dos sujeitos comuns. Entretanto, são nesses pequenos atos aparentemente prosaicos, como a escolha de roupas, ou o despertar pela manhã, frequentemente exibidos pelas celebridades nas Histórias, que o sujeito acaba encontrando certa identificação. Segundo a Respondente 9, as interações efêmeras e instantâneas nas Histórias são uma forma de desconstruir as representações que se tem de determinado sujeito “na verdade tu desconstrói as pessoas”, e explica: “uma modelo que tu acha topissima, aí tu olha o *Stories* dela e ela é tipo normal ... tipo, ela é normal, porque ela é uma pessoa normal”. Trata-se de ver-se no outro, identificar-se com aquelas situações pelas quais o sujeito passa na própria vida. A “vida normal” reproduzida nas Histórias de modelos e atrizes refere-se a uma exposição de um número maior de aspectos pessoais da sua vida, que pode levar o sujeito a ver-se nelas. Além dos sujeitos, então, consumirem representações simbólicas claras do trabalho de modelos, atrizes, atores e celebridades em geral, eles conseguem, nas Histórias, acompanhar essas pessoas em momentos em que elas não foram retratada por grandes produções - algo que, de alguma forma, os aproxima.

É possível pensar que, ao ver a celebridade em posse do próprio celular, uma tecnologia comum entre eles, publicando nas Histórias, que é um ambiente que compartilham em comum

com os sujeitos, acabam se sentindo mais próximos. Ao retratar-se com seu próprio celular, o sujeito tem a impressão de que a celebridade não está exercendo a faceta de sua vida é ser celebridade, e sim uma faceta mais privada, que envolve aspectos em comum com a vida do sujeito. É nesse sentido que se destacam, também, expressões como “*backstage*” ou “bastidores”: “as pessoas querem muito saber como é por trás das câmeras. Todo mundo ama um backstage. Sabe, as pessoas gostam de saber o que acontece num *set*, se a modelo comeu ou não comeu...” (RESPONDENTE 9).

As vidas das celebridades são representações simbólicas às quais os sujeitos estão submetidos a todo o instante, seja pelas mídias tradicionais, seja por serviços de redes sociais na internet. Mais do que seu papel na novela ou fotos para a revista, a vida da celebridade é explorada para fins de promoção, seja do seu próprio estilo de vida, seja dos produtos simbólicos de mídia com os quais ela se relaciona. Kim Kardashian, como falado, vive de vender a própria imagem e promover seu *lifestyle*. Ser protagonista de um *reality show* já demonstra que, mesmo hábitos mais comuns da sua vida pessoal, são, na verdade, pensados para ser mostrados. As Histórias, logo, somam-se ao conjunto de telas por onde a vida de Kim Kardashian já é exibida e incrementam ainda mais a espetacularização do seu cotidiano (DEBORD, 2005). Nesse sentido, o cotidiano exibido por uma celebridade não está relacionado a uma espontaneidade que o sujeito acredita acompanhar, mas sim a uma estratégia representacional clara (CERTEAU, 1998) a fim de reforçar o imperativo da visibilidade (SIBILIA, 2015) pelo qual vivem celebridades como Kim Kardashian.

Para o Respondente 4, pessoas públicas, como celebridades, produzem conteúdos mais relevantes e interessantes do que sujeitos comuns, pois suas vidas públicas são mais interessantes. “Quando é famoso eu acho que interessa mais do que quando não é famoso” (RESPONDENTE 4) e acredita que a rotina do sujeito comum seja algo que não agrega benefício, tampouco gera curiosidade, nos espectadores.

Por exemplo, elas não querem ver a minha vida. Eu [nome do respondente], que acordo todos dias no mesmo horário, vou na academia no mesmo horário, vou trabalhar, chego em casa, não tem nada pra fazer, ou tem alguma coisa e eu vou no cinema. Entende? As pessoas gostam do *voyeurismo* da vida de quem interessa elas. Por exemplo, um famoso, sabe? (RESPONDENTE 4)

Ao ser questionado de por que a vida de pessoas famosas poderia ser mais interessante do que de pessoas comuns, o respondente afirma que consome esse tipo de Histórias por curiosidade “eu não busco identificação. Eu busco mais por curiosidade mesmo. Curiosidade de como eles se comportam” (RESPONDENTE 4). Assim como o Respondente 4, a Respondente 9 concorda que existe curiosidade em saber o que acontece nos bastidores da fama “as pessoas querem saber o que acontece no *backstage*, é uma curiosidade humana, tu quer

saber... isso é tipo ‘Celebridade’, ‘Ego’, sei lá aqueles sites lá que tem. Todo mundo quer saber o que a Débora Secco comeu pra ficar tão magra depois...”. O *voyerismo* citado pelo Respondente 4, assim como sua curiosidade admitida em saber o que pessoas famosas fazem no dia-a-dia, reforça a mencionada espetacularização da vida cotidiana (SIBILIA, 2015; DEBORD, 2005), lógica cultural que consiste em um *modus operandi* de se exibir e consumir o próprio cotidiano e o cotidiano alheio.

Por outro lado, quando questionado por que acha o bastidor bacana, o Respondente 4 afirma que existem determinadas atividades cotidianas da Kim Kardashian que tem curiosidade de acompanhar e outras que não lhe interessam. O que demonstra que o usuário assiste nas Histórias aquilo que lhe diz respeito - uma tática, portanto, de resistência (CERTEAU, 1998), que demonstra que o sujeito não absorve completamente para si as lógicas do espetáculo. No caso do respondente, aspectos da vida da Kim Kardashian relacionados à aparência, estética, cosméticos e moda lhe interessam mais do que os momentos em que ela assume suas atividades de mãe e dona de casa.

Curiosidade. Eu pulo snaps que tão mostrando coisinhas, sei lá, fazendo comida, coisas assim. Mas eu tenho curiosidade de saber como ela acorda, sabe? Como ela tá se vestindo, o que ela tá fazendo, como ela tá escolhendo a roupa. Essas coisas tipo do bastidor, assim, é uma coisa que sempre me chamou atenção e o Snapchat propiciou isso muito. Eu não me importo com a Kim cantando pra filha dela, é uma coisa que não me importa. Mas eu acho que é o bastidor da fama, o que elas fazem, como elas se montam, como que elas escolhem roupa... (RESPONDENTE 4)

Além disso, se por um lado o Respondente 4 acredita ser mais interessante assistir Histórias de pessoas famosas cujo tema envolva elementos da fama, construção da imagem e estética, por outro, afirma que não tem interesse em acompanhar vidas “perfeitas”: “o problema de assistir a vida perfeita, é porque a vida não é perfeita”. Para ele, a blogueira Pugliesi, por exemplo, só mostra em seu Snapchat coisas e momentos bons da sua vida e isso não lhe interessa.

Eu acho que existem pessoas e pessoas. Tipo a Gabriela Pugliesi é uma que eu acho que só mostra o lado bom da vida dela. Ela não mostra o lado ruim da vida dela - ou quando ela teve alguma crise, brigou com o namorado, que ela veio falar sobre isso. É que tu não precisa ver isso todos os dias. [...] E aí eu pensava: eu não quero mais ver ela porque não me interessa saber o que ela tá fazendo, sabe? (RESPONDENTE 4)

O discurso do Respondente 4 confirma que, conforme trabalhado no item 4, esse imperativo da felicidade (SIBILIA, 2015), embora um elemento cultural bastante presente na sociedade ocidental, nem sempre agrada ao espectador. Esse imperativo pode, muitas vezes, persuadi-lo, influenciá-lo e conseguir, de fato, gerar certa ansiedade social na busca da dessa felicidade plena que exibida nas narrativas e representações estratégicas (CERTEAU, 1998 das

celebridades. Segundo o Respondente, a blogueira *fitness* Gabriela Pugliesi estava, de fato, conseguindo influenciá-lo com a exibição constante do seu estilo de vida considerado saudável e rígido.

tipo ela é uma influenciadora, então várias pessoas tão fazendo isso porque ela faz. Aí eu disse “não, não sou assim”, sabe? Então eu acho que o que me incomoda não é necessariamente a vida perfeita, é a imposição do que ela mostra e o quanto isso influencia as pessoas. Porque em algum momento eu parei pra pensar “nossa, eu realmente preciso acordar muito cedo, pra ir malhar e fazer coisas” [...] Quando eu percebi que tava sendo influenciado ou alguma coisa assim foi quando eu parei e disse “não, não é isso”. E aí foi nesse momento que eu disse “tá, não é a vida perfeita”. Ok, ela mostra a vida perfeita. Seria perfeito se todo mundo conseguisse seguir isso, só que pra mim... pra ela é perfeito, pra mim não é perfeito. Pra mim é perfeito eu conseguir malhar as dez da manhã, entende? E tudo bem, se eu tiver uma boa noite de sono. (RESPONDENTE 4)

Conforme visto no discurso do Respondente 4, ele ponderou a narrativa da vida perfeita da blogueira e percebeu que não queria se submeter a um estilo de vida parecido com o que ela levava. Se por um lado, portanto, o Respondente afirma que não busca identificação com as Histórias de famosos que consome, por outro, seu discurso evidencia que sentia que essas representações da vida perfeita estavam, de fato, influenciando-o a mudar hábitos e torná-los mais similares com os hábitos da blogueira. A vida perfeita é percebida como irreal pelos usuários e essa narrativa inserida na lógica do espetáculo não combina com aquilo que buscam consumir nas Histórias. Ao negligenciar representações simbólicas como as pregadas pela Pugliesi, ainda que com certo esforço, os respondentes demonstram resistir a essas imposições taticamente (CERTEAU, 1998). Como trabalhado anteriormente, o processo de recepção das representações simbólicas é um processo hermenêutico, em que as mensagens têm seus sentidos transformados, pois vão sendo assimiladas em conjunto com práticas cotidianas dos sujeitos, vistas de ângulos diferentes, submetidas a comentários e à crítica dos outros, em que os sujeitos reintroduzem gradualmente na vida cotidiana aquilo que lhes faz sentido (THOMPSON, 2008).

As Histórias, segundo os respondentes, diminuem o espaço da felicidade constantemente performada e estéticas de perfeição nas suas interações. Abrem, em contrapartida, portas para compartilhamento de conteúdo mais inusitado, espontâneo e instantâneo, que envolvem situações pessoais, menos produzidas e mais subjetivas. Nesse sentido, facilita, também, sua identificação e sentimento de proximidade. O compartilhamento de momentos cotidianos nas *Stories*, segundo a Respondente 9, “é um jeito de humanizar um pouco mais as pessoas, eu acho”, tornando-a mais próxima e aparentemente mais real ao sujeito comum. Como falado, trata-se de mostrar momentos em que a celebridade não é somente uma “estrela”, sempre sob produção, mas sim um ser humano, com emoções dificuldades e

atividades, mostrando que, nem sempre, o imperativo da felicidade (SIBILIA, 2015) não é regra nas narrativas efêmeras compartilhadas nas Histórias. Entretanto, como já ressaltado aqui, ao exibir esses momentos considerados mais pessoais, que em princípio parecem não se relacionar com a vida profissional da celebridade, acaba-se reforçando o espetáculo em torno de suas vidas. Nesse sentido, vê-se, muitas vezes, como a vida pública e a vida privada acabam tendo suas fronteiras cada vez mais nebulosas nas Histórias. Para a Respondente 5, mais do que acompanhar o trabalho de blogueiros e *youtubers* em seus blogs e canais, ela aprecia acompanhar a vida, a rotina daquelas pessoas, assim como os bastidores da produção dos seus conteúdos nesses outros canais. Seu discurso demonstra que, de fato, conhecer a faceta que é a vida pessoal desses produtores de conteúdo lhe importa tanto quanto o conteúdo que produzem.

então eu gostava de seguir, ãhn, blogs de maquiadores profissionais que vão, assim, pra eventos, *Paris Fashion Week*, coisa assim. Que daí eles mostram os bastidores e coisa assim. E também uns *youtubers* que postavam mais o dia-a-dia deles assim, tipo os produtos que eles compravam, as coisas que eles tavam fazendo, não necessariamente os tutoriais de maquiagem, sabe, que eu via na internet. Eu usava o Snapchat pra acompanhar a vida deles meio assim, fãzona sabe, coisas assim. (RESPONDENTE 5)

Mostrar o cotidiano não é, como já sabido, exclusividade das celebridades. Como visto, os respondentes gostam de compartilhar e ver o que os outros estão fazendo. Segundo a Respondente 1, as pessoas gostam de ver situações reais e inusitadas do dia-a-dia das outras pessoas “eu acho que as pessoas gostam de ver que a gente tem uma vida real e que essa vida real pode ser engraçada” (RESPONDENTE 1). Ela, como blogueira, acredita que seus seguidores têm interesse em saber como é a sua vida e detalhes da sua rotina “as pessoas gostam de ver o que eu tô fazendo, o que eu tô comendo. Não só a mim, quanto às outras pessoas que eu sigo, por exemplo. Eu gosto de ver o que elas tão fazendo no dia-a-dia.” (RESPONDENTE 1). Ao afirmar que retrata aquilo que está fazendo, a Respondente 1 confirma que faz parte da sua rotina compartilhar narrativas do seu cotidiano. A presença do termo “vida real” para caracterizar essas narrativas demonstra essa busca por narrar eventos cotidianos que fazem sentido e se assemelham à vida das pessoas que a assistem. Atividades prosaicas, como ir ao trabalho, alimentar-se, divertir-se, fazem parte da realidade do sujeito comum. Isto é, a vida é real porque é entendida pelo público como algo tangível por eles, próximo da sua realidade, daquilo que eles consideram real. A Respondente ainda afirmou que, assim como existe um público que gosta de assistir às suas narrativas cotidianas, ela, por sua vez, também aprecia consumir narrativas do cotidiano alheio.

Da mesma forma, a Respondente 3 afirma que narra sua vida diariamente no Snapchat “a minha vida é ali basicamente”. Enquanto ela possui uma rotina de publicação de Histórias,

“de manhã, mostro meu café da manhã, de tarde faço uma pauta, de noite janta”, a Respondente 7, por outro lado, afirma não ter nenhum tipo de rotina ou planejamento com as Histórias “eu não tenho muita restrição, se me deu vontade [...] eu posto o tempo todo.” (RESPONDENTE 7). De acordo com a Respondente 2, existe uma vontade dos usuários de compartilhar momentos da sua vida e faz uma analogia, precisamente, com um *reality show* que consiste em observar pessoas convivendo juntas dentro de uma casa. A proposta de um *reality show* é retratar interações, emoções e comportamentos reais de pessoas dentro de um determinado contexto. Tal qual o *reality show*, segundo a respondente, os usuários podem compartilhar, narrar, mostrar suas vidas a outras pessoas, que, por sua vez, se interessam em ver. No seu caso, afirma publicar ao final do dia uma História contada o que aconteceu durante aquele dia ou publica no que chama ser “tempo real”, na medida que posta conforme os acontecimentos.

Então, é meio Big Brother da vida, né? [...] Vou compartilhar como se fosse o fim do dia do que aconteceu o dia todo, uma retrospectiva, né? Ou em tempo real, compartilhar as coisas que eu gosto e acho importantes, mas meio Big Brother mesmo, meio por acompanhar. (RESPONDENTE 2)

O apelo das Histórias para publicações que pareçam “vida real” é bastante forte. O caráter dialógico das Histórias, já mencionado na seção de “Proximidade e Intimidade” contribui para essa sensação. Somado a isso, a efemeridade das publicações, *affordances* típica do dispositivo móvel, como mobilidade, portabilidade e a instantaneidade virtualizada das Histórias reforçam o apelo ao espontâneo e ao real. A Respondente 3 confirma que o caráter dialógico das narrativas dá o tom de uma interação espontânea, pouco planejada e com aspecto de “bastidores”.

aquela coisa assim: “bom dia gente, nã nã nã, tô acordando agora”, coisas que ninguém tem nada a ver, mas que a gente fala. Aquela coisa de acompanhar o bastidor da vida da pessoa, que não tem muita explicação sabe. Não sei te dizer, mas se tu for olhar, as pessoas que a gente segue é bem isso né, “ai bom dia to indo treinar, ai boa tarde, já comi”, sabe aquela coisa, bastidor da tua vida. (RESPONDENTE 3)

A Respondente 2, por sua vez, identifica a facilidade de se comunicar com o dispositivo móvel e o quanto isso contribuiu para que suas publicações se tornassem cada vez mais instantâneas e propícias para serem compartilhadas lugar:

Principalmente por ser totalmente mobile. Eu não tenho uma barreira geográfica, a não ser do wi-fi - se for por 3g assim, né, porque ele come dados demais - mas eu consigo ser instantânea o tempo todo né, não interessa onde eu esteja. Eu consigo mostrar a minha vida da forma que eu quiser e de onde eu estiver, essa é a grande diferença. Eu não preciso baixar do computador, esperar pra fazer alguma coisa. É bem espontaneidade mesmo. (RESPONDENTE 2)

A Respondente ainda ressalta aspectos pelos quais as Histórias se diferenciam das demais redes sociais. Ela acredita que as Histórias - e o Snapchat mais especificamente - deram

conta de abrir espaço para um conteúdo que era publicado em outros serviços, mas muitas vezes ignorado por eles. As Histórias, portanto, se mostram como um ambiente em que o usuário consegue manter uma determinada lógica de informalidade, compartilhando momentos quaisquer da sua vida, (quase) instantaneamente, sem a obrigação de uma grande produção ou apelos estéticos - algo que, no caso dos outros serviços de redes sociais, acabam se sobressaindo e sendo mais valorizados.

Ah, é uma rede social que deu uma bela revolucionada no que a gente entendia como rede social de fato, porque a gente tava compartilhando nossa vida de uma forma meio aleatória assim, sem nem saber porquê. E esse lance, que eu falei antes, que é o Big Brother meio que fica bem mais claro com o Snapchat do que antes (que) a gente acompanhava tudo que uma pessoa fazia pela TV e agora a gente pode ser acompanhada por qualquer pessoa. [...] eu não sou uma celebridade, ou alguém que seja relevante, mas eu posso produzir um conteúdo que as pessoas podem acompanhar o dia inteiro”. (RESPONDENTE 3)

Apropriando-se do conceito de polimídia (MADIANOU, MILLER, 2012), vê-se que, além do aspecto de vida real e de bastidores ser algo cultivado nas interações das Histórias, é justamente porque existem outros serviços de redes sociais voltados para elementos estéticos e maior produção – como Youtube e Instagram – que as Histórias acabam, também, servindo de espaço para narrativas menos dependentes desses critérios. Ademais, em função dessas narrativas não terem apelo por esses critérios é que, também, sujeitos comuns acabam sentindo-se mais próximos de celebridades, visto que ali estão despidas da representação mais produzida que constroem em outros serviços. As questões acerca da espontaneidade e gestão das narrativas serão abordados novamente na sessão a seguir.

6.8 CONSUMO DAS HISTÓRIAS

Durantes as entrevistas, os usuários não pouparam listas de conteúdo que apreciam consumir nas narrativas: “eu gosto de consumir coisas relacionadas à vida saudável, coisas relacionadas à redes sociais” (RESPONDENTE 3); “eu sigo pessoas que falam sobre comida, alimentação. Eu sigo pessoas que falam sobre vida *fitness*. Eu sigo pessoas que falam sobre relacionamentos e coisas. Sigo pessoas que falam nada e ficam mostrando o dia delas.” (RESPONDENTE 4); “Eu sigo muitas pessoas dos segmentos que eu gosto que é hip-hop, moda, comunicação” (RESPONDENTE 7). Ao mesmo tempo, ficou evidente uma classificação de perfis que seguem em seus discursos. De um lado celebridades, pessoas famosas e *digital influencers*, e de outro amigos e pessoas que consideram próximas: “eu gosto de ver o *look* da Kylie Jenner, mas eu adoro saber que a [nome da amiga] fez Muay Thai e deixou uma mina

roxa” (RESPONDENTE 1); “no meu perfil pessoal eu assisto mais coisas mesmo da família, de amigos mais próximos [...] por mais que tenha ali Histórias de Bela Gil, por exemplo, normalmente eu acesso a História dela pelo [perfil] do ayurveda e não pelo pessoal” (RESPONDENTE 8). Em seções anteriores já foram abordados tópicos referentes ao consumo de Histórias, em que pode-se perceber alguns aspectos sobre como se dá esse processo.

Uma das questões já abordadas é a de que os usuários esperam ser entretidos enquanto assistem às Histórias. Os usuários consideram as Histórias basicamente uma forma de entretenimento, em que esperam ser envolvidos pela narrativa de forma que ela faça sentido para eles: “no meu perfil pessoal eu me permito ter mais de entretenimento, coisas que eu acho super *trash* como Kardashians” (RESPONDENTE 6). Como visto na seção de entretenimento, foram citadas algumas características que os usuários acreditam que tornam as narrativas envolventes e despertam sua curiosidade. Uma delas é que os usuários buscam por conteúdos que consideram engraçados, divertidos e humorísticos. Outra dessas características seria a capacidade de montar e contar histórias, ou *storytelling*, algo que a Respondente 9 destacou e atrelou à Snapchatter Thaynara OG. Outra característica que entretém os usuários é o aprendizado que tiram daquelas narrativas que, embora também já tenha sido abordada em seções anteriores, pode ser exemplificada pela fala abaixo

Eu sigo muitos modelos no Instagram tipo *Suicide Girls*, sabe? Eu gosto dessa tensão, a parte de fotografia, tem bastante *making off*, que é legal mostrar a parte de produção, tudo isso me interessa num nível amador entusiasta da coisa. E também como desenhista me interessa parte de figura humana, porque tem uma parte meio teatral de pose, de vestuário, é... Composição, sabe? (RESPONDENTE 10)

A fala do Respondente 10 serve de gancho, também, para exemplificar outro fator relevante já tratado acerca do consumo de Histórias, que se trata do apelo à “vida real” e aos “bastidores” que as Histórias possuem. Os usuários alegam que possuem, de fato, vontade e curiosidade em acompanhar o que outros sujeitos estão fazendo, assistir à rotina de outras pessoas e, também, acompanhar a “vida real” de celebridades e os bastidores da fama. Ao consumirem narrativas do cotidiano, identificam-se, vêem-se nas situações compartilhadas. Da mesma forma, aproximam-se desses sujeitos por meio da suas narrativas cotidianas, na medida em que conseguem acompanhar diariamente aspectos da vida do sujeito que beiram o comum, o ordinário, e também o pessoal.

O consumo de Histórias apareceu como atividade cotidiana e rotineira por parte dos usuários. Alguns afirmam ter, inclusive, certo horário para visualizar as narrativas. Ao final do dia, geralmente no mesmo horário, a Respondente 1 costuma dar atenção às Histórias de quem

segue. Entretanto não há rigor nesse hábito, visto que em momentos de tédio, também aproveita para consumir algumas Histórias.

Olha, geralmente é quando eu chego em casa e aí os *Stories* já tão todos feitos né... E aí eu chego em casa, tomo um banho, vejo quais foram as repercussões dos meus snaps durante o dia e vou assistir os das meninas. Mas assim, pra mim é uma rede social como qualquer outra, às vezes eu tô aqui no shopping sem fazer nada e eu tô assistindo um snap de uma amiga que mora em Santa Catarina. (RESPONDENTE 1)

Respondente 3, de maneira semelhante, aproveita pausas no trabalho para visualizar Histórias “quando eu quero dar uma pausa no trabalho, que eu trabalho com conteúdo, então aí é muita informação, então eu atualizo o snap assim e dou uma olhada por cima”. Seja de maneira rotineira ou espontânea, ambas características intrínsecas da esfera cotidiana do sujeitos (HELLER, 1992), é possível perceber que o consumo das História já se introduz como uma de suas atividades cotidianas.

Além disso, alguns respondentes apontaram que existe certa quantidade de Histórias que costumam consumir diariamente. Segundo seus discursos, os usuários não conseguem acompanhar a quantidade de Histórias de todos os amigos e celebridades que gostariam, então gerenciam isso elencando aquelas que lhes são mais caras, como exemplifica a Respondente 2:

Assim, eu sigo mais ou menos umas 20-30 pessoas, não dá pra seguir muito também, senão eu não acompanho, é muita gente. Eu vou seguir...daí não acho legal, tiro, boto outro no lugar. Mas eu mantenho uma média de 20-30 pessoas que eu sigo que eu assisto todos os dias. (RESPONDENTE 2)

No caso da Respondente 2, visto que não conseguia acompanhar mais do que a média de Histórias mencionadas diariamente, gerenciava, em seu Snapchat, a quantidade de pessoas que seguia para manter-se dentro do limite que se propunha. Uma das diferenças evidenciadas entre o Snapchat e o Instagram Stories é a de que o primeiro não organiza as Histórias por algoritmos de preferência, sempre mantendo as Histórias em ordem cronológica para a visualização. Já o segundo, que exibe as Histórias em uma lista de botões horizontais, mantém as Histórias dos usuários organizadas através de um algoritmo que detecta aquilo que supostamente é mais interessante ao usuário, como Histórias de pessoas com quem ele interage mais no app. Nesse sentido, vê-se que o Instagram sugere ao usuário quais Histórias ele deve dar prioridade, enquanto o Snapchat não. Por outro lado, no Instagram, conforme relatado pelos respondentes, os usuários possuem redes consideravelmente maiores, o que dificulta - como visto na fala da Respondente 1 em seção anterior - esse gerenciamento de quantas e quais Histórias acompanhar com assiduidade e prioridade. “Eu assino uns vinte feeds e eu gosto de assistir eles todos os dias, pra saber das pessoas que me interessam” (RESPONDENTE 1)

Existem, de fato, Histórias que têm prioridade e são vistas primeiro que outras Histórias pelos usuários, em ambos aplicativos. A Respondente 5, por exemplo, disse dar prioridade para

ver as narrativas de seus blogueiros preferidos em detrimento das outras pessoas que segue “são uns 3, ou 4 ou blogueiros que são minha prioridades de ver o que eles estão fazendo, assim”. Já a Respondente 1 prefere ver a rotina de amigas que publicam sobre assuntos específicos de suas rotinas “o que eu mais gosto mesmo é de seguir as minhas drag queens, que são as minhas amigas, seguir as minhas amigas que tão falando lá da rotina fitness delas”. Como falado anteriormente, existem usuários que preferem assistir às narrativas de pessoas próximas de si e outros que preferem assistir, principalmente, narrativas de pessoas famosas.

Além da questão da prioridade, os usuários também demonstraram certa ansiedade em consumir todo o conteúdo das Histórias. O Respondente 4, já citado anteriormente, afirmou que gosta de olhar todas as Histórias, sempre no mesmo horário do dia. Da mesma forma, o Respondente 10 afirma que, ao ver que há novas Histórias, sente que precisa vê-las logo, para que fiquem sinalizadas como visualizadas.

Na verdade tem um outro fator nessa coisa do *Stories* que virou meio uma caixa de entrada do gmail, sabe? Que eu quero limpar aquilo ali. Tem um lado... tipo, tem uma história ali e eu quero ver mesmo. Às vezes eu não vejo e eu quero só tirar a notificação que ela não está vista, sabe? Então eu tenho que abrir as *Stories*, tenho que varrer elas todas. Bah, às vezes, a galera vem e faz um cacatau de coisa, posta um catatau de coisa e eu tenho que dar um *skip* nessas coisas, se não minha vida não será a mesma.

Segundo o seu relato, a notificação do aplicativo de que há narrativas novas para serem consumidas faz com que ele fique constantemente buscando visualizá-las. Muito mais do que buscar conteúdo, segundo sua fala, trata-se mais de “marcar como lido”, tal qual a analogia que faz com a caixa de entrada de e-mails. O usuário às vezes não se entretém, não quer consumir determinadas narrativas, mas os faz, para que elas não permaneçam aparecendo como algo pendente e por fazer. Vê-se aqui a influência das *affordances* do aplicativo, que induz a maneira como o usuário deve interagir com o aplicativo e influenciando-o, de fato, a consumir Histórias, mesmo quando não é algo que ele tenha plena vontade de fazer.

Os “*skips*” mencionados pelo Respondente 10 foram também citados diversas vezes pelos outros usuários, que, utilizando outras expressões, indicaram ignorar narrativas que não lhes interessam quando as Histórias estão sendo exibidas. Assim como *skip*, foi mencionado também o tempo “pular”, que é, também, quando se passa-se para próximo conteúdo, snap ou mesmo História, enquanto estas estão abertas na tela do dispositivo móvel. Algo que foi claramente constatado é que, ao serem questionados sobre o consumo das Histórias, mais do que falar sobre seus gostos, os usuários ressaltaram especialmente o que não gostam de consumir. Histórias muito longas, narrativas consideradas “maçantes” ou “enroladas”, pessoas

que publicam demais, *selfies* e experimentos com filtros e lentes, personalidades irritantes, repetição de conteúdo, foram alguns dos exemplos citados pelos respondentes. Para a Respondente 7, Histórias muito longas desmotivam a visualização.

Ele tem tracinhos ali né, que nem vídeo. Imagina, ninguém ia ficar ali tipo uma hora vendo a pessoa. Eu já evito fazer muitos porque eu acho que fico cansada sei lá. Ah, eu sou meio espontânea, mas se eu vejo uma pessoa ali que tem um monte de tracinhos, nem sempre eu fico até o final pra ver. Eu vou meio que passando assim. (RESPONDENTE 7)

De forma semelhante, a Respondente 8 alegou que Histórias muito longas são muito cansativas e que ela deixa de seguir o perfil quando a pessoa publica conteúdo em demasia “tem uma guria que é a [nome do usuário], [nome do blog] era, que ela fazia umas coisas intermináveis assim, aí eu ‘ai, não quero’”. Para a Respondente 8, muitas publicações fazem da pessoa alguém cansativo. Para ela, a Snapchatter Thaynara OG era não só cansativa, como também chata: “ai sério, que guria cansativa. (risos) Ai, muito cansativa. Eu não aguentava [...] aí eu assisti uns dois, três snaps dela e eu disse ‘essa guria é um saco, uma chata’” (RESPONDENTE 8). Thaynara OG também foi citada pela Respondente 6, que a descreveu como “insuportável”. Para a respondente, inicialmente foi divertido acompanhar a Thaynara no Snapchat, porém acabou se tornando repetitivo: “Tá, ela tem as peculiaridades de fala e sotaque dela, gírias que são engraçadinhas assim, mas senão fica... sei lá... porque era interessante. Mas hoje fica mais do mesmo”.

O conteúdo repetitivo também foi algo que emergiu nas respostas dos entrevistados. Para a Respondente 3, por exemplo, Histórias de blogueiras em eventos são repetitivas, além de não lhe agregar conteúdo interessante: “eu acho muito chato ver snap de blogueira em evento, que são sempre os mesmos vídeos e, tipo assim ‘olha onde eu tô, sigam ela aí, olha onde eu tô, dá oi’... tipo, aquela coisa assim, sabe? Não me acrescenta em nada” (RESPONDENTE 3). Para a Respondente 1, mesmo perfis considerados por ela interessantes no geral podem, às vezes, publicar narrativas repetitivas e maçantes.

A própria Anitta, que eu sigo no Snapchat há muito tempo, às vezes ela faz snaps, vários snaps, tipo 15 snaps em sequência de show. E eu já vi um show dela, a qualidade é melhor no youtube...então assim, eu pulo esses snaps que pra mim são mais maçantes, de assuntos que não me interessam, geralmente. (RESPONDENTE 1)

Muitas vezes as personalidades das pessoas e a forma como passam conteúdo pode não agradar aos sujeitos, que podem pular narrativas ou mesmo deixar de segui-las. A Respondente 3 deu exemplo de alguns perfis que seguia, porém desistiu depois de passar a acompanhar sua rotina de publicações. Para ela, trata-se de falta de identificação com as atitudes, valores, comportamento e na maneira de gerir as Histórias. “Tinha uma época que tu clicava e tinha que aguentar as pessoas chatas falando, ai que horror, mas sempre tem alguém que tu não te

identifica com o tempo” (RESPONDENTE 3). Uma das pessoas que deixou de seguir, conta, é “porque ela era muito chata, muito gritona” nas Histórias, além de ter valores e atitudes muito diferentes daquilo que a respondente se propõe a fazer “não ia muito de encontro assim ao que eu procuro fazer e não, mais por isso, batia de frente comigo em valores em coisas assim, sabe?”. Para a Respondente 9, usuários que reproduzem preconceito e pregam a ignorância são deixados de seguir “se uma pessoa fala alguma merda, contra pessoas tipo nordestino, gays ou algo racista, ou machista é unfollow na hora. Eu vou dar unfollow por que nas outras mídias eu decido o que vou ver. Esse é o precedente dessa geração que escolhe o que vê”. As táticas cotidianas de resistência a representações (CERTEAU, 1998) que não condizem com aquilo que o usuário concorda ou identifica-se emergem na medida em que o usuário pode escolher o que gostaria de assistir e tem o poder de deixar de seguir narrativas que não lhe interessam.

Ademais, os usuários tendem a preferir conteúdos objetivos e dinâmicos em detrimento de quando as Histórias são muito longas, com publicações em demasia a todo o instante e com conteúdo repetitivo. Para a Respondente 3, as pessoas apreciam mais narrativas objetivas: “elas querem mais objetividade, tá todo mundo correndo muito, trabalhando muito”. “Não gosto muito dessas explicações, dessas enrolações. Eu sou muito objetiva, tipo ‘ai, hoje a gente vai falar sobre isso, tá, tá e deu’, sabe? Não ficar muito de brincadeira ali no meio, não ficar... sabe quando enrola muito?” (RESPONDENTE 3).

Selfies e uso de filtros e lentes apareceram como algo que pode fazer com que o usuário pule os snaps e publicações. A Respondente 1 afirma que pula com frequência narrativas de pessoas que “botam selfies com 10 segundos (risos), aí tu é obrigada a pular também. É muito tempo pra foto, pra foto tem que ser de 5 pra baixo, eu tenho essa preocupação também”. Já a Respondente 6 acredita que publicar selfies e vídeos com filtros e lentes pode ser falta de conteúdo para passar, algo que, segundo ela, acontece geralmente com pessoas comuns. “O que é chato, assim, sobre pessoas comuns, mas que não tem uma ideia de conteúdo para passar, é que no final das contas fica todo mundo no final tirando foto ou brincando com os filtros, sei lá, não tinha muita graça” (RESPONDENTE 6)

Vê-se que os usuários, ao refigurarem as narrativas que assistem, aprendem e imitam determinadas formas de construir suas narrativas (RICOEUR, 1994). Os usuários aprendem com a experiência de consumir narrativas e apropriam em suas narrativas, ao passo que percebem aquelas maneiras de narrar e conteúdos que não se identificam, e passam a policiar-se para não fazer o mesmo.

As *affordances* e aspectos estéticos das narrativas também surgem como um apelo das Histórias e podem ser fator determinante para fazer com que os usuários apreciem ou não

determinadas narrativas. A Respondente afirmou que a qualidade da imagem produzida por celulares “ruins”, antigos ou pertencentes a uma linha menos robusta de *smartphones* acaba por deixar a narrativa desinteressante. “No Snap menos. Mas se é muito ruim a qualidade, não tem como. Infelizmente, celular ruim é uma merda. É ruim, não sei o que dizer”.

A questão dos digitais influencers também emergiu como fator importante para o consumo de narrativas. Conforme já citado em seções anteriores, o Respondente 4 afirmou que deixou de seguir a blogueira Pugliesi, pois percebeu que a vida dela era “perfeita” demais e isso lhe causou desinteresse. Entretanto, esse desinteresse só veio após perceber que estava sendo, de fato, influenciado pela blogueira *fitness*, em que passou a questionar os próprios hábitos diários e experiências cotidianas percebendo que não condiziam com o que a blogueira fazia e pregava. A Respondente 6, por outro lado, afirma não se sentir influenciada por celebridades, porém percebe como outras pessoas são atraídas e influenciadas pelo estilo de vida de celebridades e pessoas famosas no geral. Ela conta que segue Kim Kardashian em seu perfil pessoal e que gosta de observar como, de fato, as pessoas a idolatram e buscam seguir hábitos similares aos seus. “

Tá, eu não tô consumindo o que elas estão fazendo, eu não vou comprar a maquiagem, mas eu acho interessante de observar a loucura disso. Mas as pessoas consomem e acham que são pessoas maravilhosas incríveis e seguem no padrão de vida delas. E aí eu sigo o extremo da ególatra, que são elas, mas e eu sigo pessoas engraçadas, amigos... (RESPONDENTE 6)

Na seção de entretenimento foi abordado já que os usuários apreciam observar esses movimentos e interações sociais nas Histórias, e perceber como as pessoas reagem a determinados conteúdos, culturas, situações, etc. De qualquer forma, mesmo não se sentindo influenciada pelas Kardashians, a Respondente 6 as segue. Isso revela que, mesmo compreendendo que esta representação delas é uma representação “ególatra”, que visa promoção de produtos, gosta de estar ciente desses processos de construção de imagens e narrativas das celebridades.

6.9 GESTÃO DAS NARRATIVAS E ESPONTANEIDADE NAS HISTÓRIAS

Apesar do termo espontaneidade aparecer inúmeras vezes nos discursos dos entrevistados, ficou evidente que há uma administração de publicação de narrativas nas suas Histórias, que demonstra que os sujeitos refletem, planejam e roteirizam o que vão narrar aos seus seguidores. A gestão das narrativas percebida nas suas falas envolve questões relacionadas à maneira como os sujeitos administram suas narrativas ao longo do dia. Percebeu-se que as publicações aparecem como parte da rotina dos sujeitos, com certo horário e tema definidos. As

publicações ditas espontâneas geralmente estão associadas a uma vontade de narrar que surge espontaneamente, fora da sua rotina narrativa usual, mas não significa, no entanto, que o usuário não se preocupe com uma série de fatores ao tecer a intriga para as suas Histórias. Além disso, os usuários gerenciam suas narrativas com o objetivo de, principalmente, construir uma imagem de si mesmos para seus seguidores, promover os próprios hábitos diários e interesses, conversar e, como já mencionado, entreter.

A primeira evidência de uma gestão das narrativas está na qualidade rotineira com que os usuários narram determinados momentos da sua vida cotidiana. Alguns usuários possuem horários e temas específicos que mediam suas construções narrativas. A Respondente 1, por exemplo, contou que todas as manhãs faz snaps e manda para sua História no Snapchat. Seus snaps matutinos mostram o processo de auto maquiagem diária e de escolher acessórios e roupas. “Eu faço a maquiagem e eu mostro os detalhes dela combinando com os acessórios. Então logo que eu me maquio, logo que eu me arrumo, eu faço um snap geralmente com uma música de fundo” (RESPONDENTE 1). Em sua fala, a usuária deixa claro que costuma, diariamente, narrar atividades matinais. Porém, mais do que simplesmente mostrar esses hábitos, ela demonstra preocupar-se com a composição da sua narrativa, uma vez que afirma colocar música de fundo. Além disso, a respondente conta que há certa particularidade na maneira com que faz suas publicações, aproximando a câmera do celular do acessórios, para mostrá-los com mais nitidez e destaque: “eu tenho até um jeitinho de usar, que a gente fala que é dá *close*, né?!” (RESPONDENTE 1).

As narrativas da Respondente 1 estão repletas de usos táticos (CERTEAU, 1998), na medida em que ela faz uso criativo e inusitado das possibilidades do seu entorno para compor uma narrativa que exprima sua marca pessoal (BENJAMIN, 1985). De acordo com Heller (1992), o sujeito é sempre genérico e particular em seu cotidiano, ao mesmo tempo. A generalidade na vida cotidiana vem daquilo que é universal à vida do sujeito em sociedade, já o particular refere-se aquilo que é único e irrepitível frente à assimilação de determinada realidade social. Na gestão das narrativas efêmeras do cotidiano, é possível perceber essas duas superfícies do ser. A Respondente 1 não difere de outras blogueiras, *instagrammers* e/ou mesmo celebridades globais ao mostrar nas suas Histórias seu processo de automaquiagem. Ao contrário, as representações de sujeitos ícones da moda estão por todos os lugares, em todas as revistas, programas de televisão, serviços de redes sociais, etc. São representações estratégicas (CERTEAU, 1998), consumidas todos os dias pelos sujeitos comuns, que, por sua vez, se apropriam de tais práticas para, à sua maneira, inseri-las em sua vida. O ser genérico (HELLER, 1992) da Respondente 1, portanto, ao ser exposta a esse tipo de representação (CERTEAU,

1998), imita-a (RICOEUR, 1994); ou melhor, aprende e apropria-se daquilo que lhe serve e interessa, em um processo de refiguração e prefiguração constante (RICOEUR, 1994). Seu ser particular, por sua vez, está presente, precisamente, nesta apropriação, que fica evidenciada no momento da sua tessitura da intriga (RICOEUR, 1994). Por mais que milhões de blogueiras e, mesmo sujeitos comuns, componham narrativas acerca de como se maquam, o ser particular da narrativa da Respondente 1 sempre estará expresso nessas composições que ela considera próprias suas - nesse caso, a música de fundo, o *close*, sem contar aspectos que não foram mencionados, como a própria imagem de si, do entorno onde se encontra (como seu quarto, seu espelho, etc), da voz e sua forma de falar, etc. Percebe-se, logo, que a gestão de narrativas está bastante relacionada à construção identitária dos sujeitos. Os sujeitos apropriam-se das Histórias para exprimir sua individualidade.

A Respondente 3 também demonstra administrar suas narrativas nas Histórias, na medida em que cria pautas e roteiros acerca de determinado tema para narrar: “eu crio muitas pautas lá, tipo: ‘*ai, hoje nós vamos falar sobre motivação pra seguir dieta*’ - que meu Instagram é sobre isso, *fitness*, sabe? Então eu falo sobre isso”. A respondente, então, segue uma temática específica, que aborda não somente em suas Histórias, como também na sua timeline do Instagram. Ela se planeja para promover uma conversa com seus seguidores acerca de um tema que lhe caro e presente na sua vida. Como falado na descrição dos sujeitos, a Respondente 3 considera-se *influencer*, na medida em que produz conteúdos, tanto para o Instagram, quanto para o Snapchat, voltados à vida saudável e ao estilo *fitness*. Existe, em sua fala, clara intenção prévia de promover, destacar ou incitar este tema em suas redes pessoais e manter uma conversação com os seguidores sobre isso.

Além da criação da pauta dos assuntos a serem abordados diariamente, a Respondente 3 afirmou que para gerenciar suas Histórias, já excluiu diversos snaps das Histórias do Snapchat. De acordo com sua fala, isso evidencia que mesmo com a criação de uma pauta e da rotina de publicação, a espontaneidade não é totalmente eliminada da construção narrativa nas Histórias. Segundo a Respondente 3:

Às vezes, eu falo assim na espontaneidade na rapidez, aí eu penso “ai, falei merda”, ou “ai, não é bem assim... não devia ter falado”, ou um erro de português... sabe? Quando tá no meio de uma pauta, quando tá corrido, depois eu falo “gente, falei errado, quando eu tiver falando muito ‘fumo e voltemo’, me corrijam”. A gente brinca assim, sabe? Porque acaba que, às vezes, falando rápido, dá um falha muito feia de português, tipo “ai que vergonha”, daí eu volto lá e corrijo, ou até escrevendo, boto um asterisco e tal, mas já apaguei bastante sim.

Ao fazer criar uma pauta com tema, a Respondente afirma planejar-se para dar atenção a determinado tema. A espontaneidade, diferentemente, está atrelada à satisfação momentânea,

sem considerar experiências futuras (HELLER, 1992). Os juízos provisórios (HELLER, 1992), como já mencionado anteriormente, emergem nesses momentos de espontaneidade, em que o usuário faz julgamentos pertinentes somente àquele instante. Nesse caso da respondente, ao mesmo tempo em que ela desenvolveu um roteiro para o assunto a ser abordado, deixou certo espaço para agir com improviso e espontaneidade. Entretanto, por mais que momentaneamente tenha obtido satisfação em narrar e compartilhar determinado conteúdo em um período curto, logo depois arrependeu-se de algo que narrou (ou como narrou), sentiu vergonha, e tomou atitudes para corrigi-lo - como apagar o snap, ou fazer outro desculpando-se com os seguidores.

Ao rever suas próprias Histórias posteriormente, a Respondente 3 percebe que poderia tê-las feito de maneira diferente do que fez. Isto nos leva a refletir sobre dois aspectos, principalmente. O primeiro é que mesmo que a Respondente tenha exaltado, como já referido em outros momentos, a presença da característica da espontaneidade em suas interações nas Histórias como algo benéfico, ela gerencia suas Histórias de forma a reduzir essa característica e a possibilidade de julgar provisoriamente. Tendo a espontaneidade e a “vida real” sido exaltadas tantas vezes ao longo das entrevistas, a gestão das próprias narrativas revela uma interferência nessa espontaneidade e compartilhamento de experiências ditas reais. Portanto, um paradoxo O segundo aspecto é pensar, baseando-se Ricoeur, acerca dessa relação dos usuários com suas Histórias já compartilhadas, considerando o “presente do presente” e o “presente do passado”. O presente do presente trata do momento em que estão tecendo a intriga, ou compondo sua Histórias (configuração). O presente do passado é a maneira como, após terem compartilhado suas Histórias, reagem a elas (prefiguração). Na prefiguração das próprias Histórias, os usuários exercitam o presente do passado duas vezes. Eles voltam ao momento da tessitura da intriga - momento em que estão construindo e compartilhando a narrativa - e voltam ao momento da situação em que estão ali narrando, que pode ser um fato de passado muito recente ao da narrativa, quase instantâneo (como falado anteriormente). No caso da Respondente 3, existe, de fato, uma preocupação com a autoimagem, em como será vista e interpretada por seus seguidores visto que ela sente vergonha em cometer erros de português. A fala da Respondente 5 também dá algumas pistas para a compreensão desse processo de gestão das narrativas nas Histórias.

Porque, querendo ou não, a gente tá se expondo, né, ali... E tá abrindo espaço pras pessoas nos julgarem em número e cor. Então, por mais que a gente diga que a gente não se importa com esses comentários, a gente sempre se importa um pouquinho com como as pessoas nos avaliam, e eu não quero ser má interpretada assim. Esses dias eu até tinha postado um... eu ía postar uma piada... eu postei uma piada que era tipo muito boa e daí eu lembrei que ”putz, tem pessoas do trabalho que me seguem e eu acho que isso não é

profissionalmente responsável da minha parte, ter essa piada aqui”, daí eu fui lá e deletei, sabe? (RESPONDENTE 5)

O colapso de contextos, conforme descrito pela Respondente 5, pode ser uma das razões para o desvio ou redução de narrativas mais espontâneas. Embora ela tenha publicado algo que para ela é divertido, percebeu, após rever as próprias Histórias, que sua performance (GOFFMAN, 1985) estava voltada a apenas uma parte dos seus seguidores e em desacordo com o que acredita que o restante deles - os colegas de trabalho - espera de seu comportamento. As narrativas efêmeras do cotidiano são, portanto, gerenciadas a todo o momento. Os usuários escolhem com cautela o que narram, como narram e o que censuram, objetivando uma construção de autorrepresentação.

A gestão das narrativas perpassa as Histórias e os usuários demonstram que gerenciam suas representações de formas diferentes em diversos serviços de redes sociais

Então, é que esse é um filtro que eu criei pra mim mesma, que é: no Snap eu sou mais informal, no dia-a-dia e engraçada e no Instagram é mais tipo “estou num lugar bonito, essa comida é bonita, essa bebida é bonita”. Tipo, eu me sinto mais na obrigação de ser visualmente, ter uma curadoria visual no Instagram que eu não tenho no Snapchat, sabe? Eu sou mais despojada assim. (RESPONDENTE 5)

A escolha por parte da Respondente 5 de maneiras de como se autorrepresentar evidencia o que Madianou e Miller (2012) chamam de polimídia. Conforme já especificado anteriormente, a polimídia trata de ver os meios de forma horizontal, como uma estrutura integrada de oportunidades comunicativas em que os usuários navegam e gerenciam seus relacionamentos considerando aspectos dos seus próprios relacionamentos. A descrição que a Respondente 5 faz acerca do gerenciamento de suas narrativas na *timeline* do Instagram e nas Histórias do Snapchat é baseada, conforme prevê a polimídia, muito mais em escolhas sociais, emocionais e morais do que em aspectos técnicos e econômicos singulares de cada ambiente. Vê-se, também, que a compreensão de como age e se relaciona através da *timeline* do Instagram contribui para a compreensão dela de como se relaciona no ambiente do Snapchat, realçando o fato de que as mídias são definidas mais em relação às outras do que por si mesmas. Trata-se, logo, da maneira como ela explora as *affordances* desse ambiente integrado para constituir narrativas de si que considere adequadas às suas próprias expectativas segundo seus relacionamentos naquele ambiente.

O que deve ficar claro nesse tensionamento, portanto, é que não há aspectos técnicos que determinem que as interações nas Histórias em geral sejam espontâneas. A efemeridade das publicações nas Histórias não é a responsável pela exaltação da espontaneidade nas Histórias. O que há é uma exploração das *affordances* das Histórias pelos usuários de maneira

que permita a constituição de práticas relacionais mais abertas à espontaneidade se comparadas às práticas relacionais que mantêm em outros ambientes.

Além dos aspectos emocionais, essa exploração das *affordances* pelos usuários pode depender, também, da remediação (BOLTER, GRUISIN, 2000) de determinada mídia. A Respondente 7, por exemplo, afirma que não possui planejamento algum para suas narrativas nas Histórias, porém possui certo planejamento para publicar no Instagram. Segundo ela, o cuidado que tem com seu perfil no Instagram está associado a um cuidado com um álbum de fotos.

Eu não tenho um planejamento. Eu tava assistindo o snap de uma menina, muito bem planejadinho. E eu falei “nossa, que da hora”, mas eu não tenho paciência... Eu gosto muito da espontaneidade que esse tipo de vídeo te traz. E o Instagram sim, eu já tenho um certo... não é nem um certo planejamento, mas um cuidado. mas pra mim é como se fosse um álbum de fotos.
(RESPONDENTE 7)

Armazenamento de fotos no perfil do Instagram remedia o álbum de fotografias. Por questões de custos e disponibilidade, apenas os melhores momentos eram (e são) capturados pelo filme analógico. As fotografias reveladas são compostas cuidadosamente um álbum de fotos, motivando a recordação desses momentos considerados importantes pelos sujeitos. A remediação do meio traz consigo também certos aspectos emocionais e apropriações típicas, que voltam a ser refletidos nos relacionamentos com as tecnologias mais recentes. O Instagram, ao remediar um álbum de fotos, acaba aflorando esse aspecto emocional e cultural que faz parte da história do álbum de fotografias. Esses aspectos da história da mídia acabam, também, sendo remediados e impactando nos relacionamentos contemporâneos.

Um terceiro relato que evidencia a polimídia e que revela aspectos da gestão de narrativas nas Histórias veio do Respondente 10. Não só sua gestão de narrativas é diferente entre *timeline* e Stories, como a introdução das Histórias no Instagram modificou a maneira como ele faz uso da *timeline*. A fala do Respondente 10 demonstra como os usuários apropriam-se das oportunidades comunicativas que emergem reconfigurando sua maneira de explorar as *affordances* do ambiente integrado.

Bobagens, as Histórias são pras coisas assim, bem mais *off topic*, digamos assim, sabe? Às vezes, tô com uma curiosidade... Eu fui no St Patrick's ontem e aí eu ganhei um boné. Aí eu compartilhei uma *Stories* do boné, “ai, eu ganhei um boné”, e eu não quis postar nada a respeito, são coisas que eu quero, às vezes, dar uma nota, tipo mencionar, mas eu também não quero que fique na minha *timeline* do Instagram, assim. E eu acho que isso foi ótimo no geral, porque aí meio que desobrigou também essa coisa de postar tudo na *timeline* do Instagram principal. Então tu cuida mais também o que tu posta e tu tem uma dinâmica diferente com o Instagram, não precisa ficar postando tudo [...] Fica melhor de ver a *timeline* principal do Instagram, eu acho. E aí, o pessoal

tem feito justamente isso, posta uma que outra coisa na *timeline* e deixa o resto tudo pro *Stories*. (RESPONDENTE 10)

Nesse sentido, pode-se pensar que a própria emergência das Histórias e sua apropriação pelos usuários contribuem para uma reapropriação das mídias existentes. No caso do Instagram, a apropriação das Histórias para narrativas menos planejadas e com certo espaço para a espontaneidade, acaba por impulsionar o apelo estético e técnico nas narrativas do Instagram. O relato da Respondente 9 confirma essa perspectiva ao descrever como pensou em gerir as narrativas da sua viagem à Patagônia em meio às narrativas de seu trabalho como consultora de moda:

No *Stories*, o meu dia da viagem, tipo assim: “ah, acordamos às 4h da manhã hoje pra fazer mil quilômetros de estrada”. Eu ia postando, entendeu? Porque antes a gente fazia isso com o Instagram. Meu look, meu café da manhã... e o Instagram foi desenvolvendo, na minha opinião - e o Facebook, eu acho, também - pra, tipo, tá: tu começou a tratar foto, tu começou a selecionar foto, tu vai escolher a cor da foto, uma do lado da outra, pra elas combinarem mais entre si. Aí eu não posso largar um pinguim no meio de uma produção de moda, sabe? Depois voltar e postar um *backstage*. Então pensando esteticamente, fica muito mais natural eu botar lá [nas Histórias as publicações] no meio da estrada. Pá, estrada. Filmei o motorista, a música que tava tocando. Quem quer acompanhar a minha viagem, vai pro *Stories*. Entendeu? “Tu quer ver o que que a gente fez?”, “Ah, tu postou pouco!” “Não postei pouco, eu fazia *Stories* o dia inteiro. (RESPONDENTE 9)

Existe, portanto, uma gestão clara das narrativas dos usuários que perpassam o ambiente das Histórias, na medida em que elas se inserem em um ambiente emergente de oportunidades comunicacionais em que as mídias são definidas em sua relação umas com as outras. No caso das Histórias, o que se percebe, portanto, é que mesmo com um destaque grande à espontaneidade nas narrativas dado pelos usuários, seu planejamento e certa produção são próprios da construção narrativa. De acordo com a Respondente 6, existe espaço espaço para a espontaneidade nas narrativas, porém o planejamento é, inclusive, necessário em muitos momentos para que as narrativas façam sentido para a audiência:

Tem que planejar, se eu quero fazer conteúdo disso, claro tem coisas que eu vou “tá, olha só que legal, acabei de encontrar isso e uau que incrível” e funciona desse jeito. Se não, se é sobre funca se eu vou ensinar a fazer alguma receita, a fazer alguma coisa, aí eu planejo bonitinho e faço, meio que roteirizo. (RESPONDENTE 6)

A Respondente 6 define que as Histórias, tanto no Snapchat quanto no Instagram, são “um bom lugar pra tu passar conteúdo, sem tu ter uma produção de Youtube, que daí tu tem que fazer uma super produção”. A relação entre as imagens publicadas na timeline do Instagram e nas Histórias tem relação semelhante aos vídeos voltados para a publicação no Youtube e os vídeos feitos para as Histórias. Segundo a Respondente 6, os vídeos de canais do Youtube exigem uma “super produção”, algo que não se vê nas narrativas nas Histórias: “tu tem que ter

uma infraestrutura muito mais interessante para gravar e deixar ali [no Youtube] e o Snapchat permite fazer algo com bem menos grana, estrutura... Enfim é uma boa mídia pra isso.”. Ainda assim, Respondente 6 revelou uma apropriação diferenciada que faz das funcionalidades do Snapchat, em afirma que costuma salvar vídeos que grava no Snapchat e publicar no Youtube.

Tanto que o meu canal de Youtube hoje tem alguns vídeos da [nome da própria empresa] de Snapchat que eu simplesmente... tiro a... como é que a gente diz? Essa vida curta dele de 24h, e baixo e transfiro para lá. Aí ponho uma trilha e pronto: fica lá o conteúdo. Ele já é pensado pra ser... quando eu faço [o conteúdo para essa empresa], por exemplo, ou uma aulinha que eu tô dando, eu já deixo direto no formato, meio que roteirizo e deixo em um formato interessante, que meio que a pessoa pode conseguir juntar todos eles e fazerem sentido. (RESPONDENTE 6)

Essa roteirização que a Respondente 6 procura fazer para suas Histórias está relacionada à característica episódica das narrativas publicadas ali, visto que as imagens e os vídeos duram poucos segundos na tela e logo são substituídos por outros. Nesse sentido, sua roteirização procura manter uma linha narrativa ao longo desses episódios, de maneira que mesmo ao serem consumidos em ambientes fora das Histórias - como o Youtube, por exemplo - eles possam fazer sentido ao serem reunidos em uma única peça de vídeo. A preocupação com a linha narrativa da História e com sua estética emergiu, também, em outros momentos dos discursos dos sujeitos. A Respondente 1, de forma semelhante, também afirmou a preocupação com a sequência das publicações nas Histórias: “eu me preocupo bastante, na verdade. Com a sequência que faça sentido, sabe? Por exemplo, ‘ah, vamos fazer o cabelo’ e eu mostro o antes, então eu tenho que mostrar o depois”.

A Respondente afirmou, ainda, que apaga snaps da sua História para que a sequência alcance o aspecto estético que ela procura, ou ainda para dar mais ênfase a determinadas publicações em detrimento de outras em meio a narrativa.

eu já apaguei pra ficar esteticamente legal quando a pessoa acordar no outro dia e ver os meus snaps mais importantes. Então assim, eu precisava que a pessoa visse esse snap desse produto, por exemplo, ou dessa maquiagem, dessa *make* ou desse post... só que tinha vários outros [snaps] meus de noite falando uma besteira. Então eu vou lá e “ah, já teve um bom número de *views*”, eu vou lá, apago e deixo ele clean. Deixo ele só com aqueles três videozinhos falando sobre o que eu quero que dê mais ênfase, entendeu? (RESPONDENTE 1)

Como foi possível perceber, as Histórias não são essencialmente espontâneas, ao contrário do que muitos respondentes paradoxalmente afirmaram. Existe uma administração clara das narrativas publicadas nas Histórias revelada pelos usuários, que envolvem desde aspectos estéticos e cuidados com a autoimagem, até planejamento e organização do conteúdo. A sensação de espontaneidade existe, no entanto, possivelmente em função da comparação com narrativas que os usuários publicam em outros ambientes. Nota-se, ao longo dos discursos dos

sujeitos, que há um forte tensionamento entre essa gestão narrativa e a espontaneidade na construção narrativa das Histórias.

6.10 DISCUSSÃO

Conforme especificado no início do documento, esta investigação foi desencadeada com o objetivo de compreender como se dá a construção e o consumo de narrativas efêmeras do cotidiano nas Histórias do Snapchat e do Instagram. Através da articulação dos conteúdos apresentados no referencial teórico com os discursos dos sujeitos entrevistados, alguns aspectos acerca desses processos emergiram, podendo elucidar questões que os envolvem ou contribuem para sua reflexão.

Em primeiro lugar, é importante destacar que foram identificadas nas narrativas compartilhadas nas Histórias cinco aspectos básicos que permeiam seus processos de construção e consumo, sendo eles: o fundamento cotidiano, a efemeridade, o caráter imagético, o caráter dialógico e o entretenimento. Estas são características singulares presentes no formato de interação possibilitado nas Histórias, junto a elas, deve-se considerar as principais características presentes nos dispositivos móveis, como a mobilidade, portabilidade, conectividade, ubiquidade, etc. Algumas reflexões acerca das narrativas devem ser realçadas também, como os tensionamentos constantes entre a gestão das narrativas e espontaneidade dos sujeitos que emergiram na análise, assim como a aparente proximidade nas Histórias. Ao longo da discussão, objetiva-se também retomar os principais pontos percebidos nos tópicos temáticos relatados anteriormente. Busca-se assim, montar um panorama que abarque evidências e questionamentos da problematização apresentada neste trabalho.

A construção e o consumo de narrativas imagéticas efêmeras nas Histórias é um processo hermenêutico. Thompson, num contexto de recepção de produtos de mídia de massa, afirma que “a recepção é um processo hermenêutico” (2008, p. 43), na medida em que os sujeitos, ao praticarem a recepção, exercem uma atividade ativa e criativa. Eles interpretam os produtos de mídia, produzem significado e reintroduzem esses significados em suas vidas cotidianas. Tal processo foi relatado brevemente no capítulo de Narrativas e realçado principalmente na tríplice mimese de Ricoeur. Como já visto, as narrativas são refiguradas (mimese 3), reconstruídas a partir da perspectiva do sujeito por meio da interpretação, apropriando-se do conteúdo que lhe é significativo à sua maneira, considerando seu contexto social e elementos da sua individualidade. A recepção de narrativas é um processo de co-

construção de narrativas. O ouvinte, leitor ou espectador compreende a narrativa a partir do seu ponto de vista, retira dela aquilo que lhe interessa e reintroduz em sua vivência cotidiana o que lhe faz sentido. Esse processo hermenêutico evidencia não somente o caráter interpretativo e apropriativo da recepção, como também todo um processo de construção identitária dos sujeitos.

A tradição hermenêutica chama nossa atenção para um outro aspecto da interpretação que é relevante aqui: a interpretar formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que tem de si mesmos e dos outros. Eles as usam para veículos de reflexão e auto-reflexão, como base para refletirem sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem” (THOMPSON, 2008, p. 45)

De acordo com Thompson (2008) a construção de si é um projeto simbólico que, por meio de materiais simbólicos que lhe são disponíveis, o sujeito vai tecendo ativamente uma narrativa da própria identidade. Ou seja, as identidades dos sujeitos são uma construção baseada, a todo momento, em tensionamentos que envolvem a recepção cotidiana de representações simbólicas da mídia elementos próprios da sua subjetividade, como seu contexto social, história de vida, formação, círculos sociais, relacionamentos, cultura, etc. É na recepção que, a partir desses elementos próprios, o sujeito vai julgando e interpretando os produtos de mídia simbólicos e produzindo sentido para si.

O que se percebe é que essa construção de si é cada vez mais alimentada por esses materiais simbólicos mediados, que são cada vez mais abundantes no cotidiano dos sujeitos. Enquanto Thompson (2008) tratou de descrever a recepção desses materiais simbólicos de mídia de massa na vida diária, o que se tem hoje são conexões em rede e tecnologias móveis que multiplicaram e estenderam a atividade de recepção. Não somente a mídia tradicional produz representações e difunde seus produtos simbólicos, como os sujeitos, em rede, transmitem a todo o momento as próprias representações criadas de si. Como já mencionado ao longo do trabalho, esse compartilhamento constante de narrativas e representações é possibilitado, principalmente, em função das *affordances* dos dispositivos móveis. Lemos (2007) descreve que há uma reconfiguração das práticas sociais de mobilidade informacional a partir de características como portabilidade, mobilidade, ubiquidade e conectividade, facilitando a produção, portabilidade e disseminação de textos, fotos, vídeos, sons e os tornam vetores de contato de situações cotidianas. O sujeito está a todo o momento sofrendo mediações, na medida em que se encontra constantemente conectado, consumindo narrativas, interpretando e reinserindo-os em sua vida cotidiana.

Esse processo se mostrou muito evidente no consumo de narrativas nas Histórias. Um dos principais usos das Histórias, como mencionado, é a busca pela troca de informações e

conhecimentos. Os usuários demonstraram seguir perfis cujas Histórias narrem sobre dicas, tutoriais ou possa-lhes agregar conhecimento acerca de determinados assuntos, o que evidencia uma apropriação do conteúdo das mensagens com claros objetivos de introdução das práticas na própria vida. Segundo Thompson, apropriar-se “é adaptar a mensagem e incorporá-la à nossa própria vida - às vezes sem esforço, às vezes com deliberada aplicação” (2008, p. 45). Essas apropriações são usos táticos (CERTEAU, 1998), e se apresentam como essas maneiras que os sujeitos refiguram e reconstroem as narrativas consumidas de forma que lhes sirva ao serem reintroduzidas em seu cotidiano.

A compreensão que um indivíduo tem das mensagens transmitidas pelos produtos da mídia pode sofrer transformações, pois elas são vistas de um ângulo diferente, são submetidas a comentários e à crítica dos outros, e gradualmente impressos no tecido simbólico da vida cotidiana (THOMPSON, 2008, p.)

Os aspectos táticos na recepção das Histórias apareceram em diversos momentos descritos pelos usuários, em especial quando demonstraram escolher Histórias para verem com certa prioridade, estipular um número de Histórias para ver diariamente, de forma que não prejudique sua rotina de afazeres (ou seja, não consumir Histórias em demasia), e principalmente especificar narrativas que definitivamente não gostam de consumir. Como pode-se ver, a atividade receptiva das Histórias é ativa e criativa, envolve uma série de táticas dos usuários para gerenciar o próprio consumo e, principalmente, está repleta de produção de sentido por parte dos sujeitos que, inclusive, conseguem perceber aquilo que lhes agrega, de fato, conteúdo ou não. Para além da recepção das Histórias, a possibilidade de construção e gestão das próprias narrativas pelos sujeitos complexifica ainda mais o processo de produção de sentido dos materiais simbólicos.

Thompson (2008), assim como Certeau (1998), têm sua abordagem voltada para um momento em que os sujeitos não dispunham dos meios de expressão e das conexões em rede que dispõe hoje e que o material simbólico recebido era, principalmente, oriundo dos veículos de mídia tradicionais. Ambos autores relatam o processo de recepção como uma atividade cotidiana e ressaltam a importância de se investigar os elementos táticos (CERTEAU, 1998) dos sujeitos enquanto receptores, ou seja, questionar e analisar o que os sujeitos fazem com o consumo dessas representações simbólicas. O caráter cotidiano da mediação dos sujeitos é, portanto, evidente. A recepção midiática é uma prática cotidiana, está inserida em meio às atividades cotidianas e, mistura-se, camufla-se em meio à rotina dos sujeitos. Certeau chamou essa recepção constante de material simbólicos de “epopeia da leitura”, enquanto Thompson utilizou o termo “mundanidade mediada”.

Na contemporaneidade, não só a recepção a é uma atividade tipicamente cotidiana e rotineira, como as próprias práticas cotidianas do sujeitos podem, e são, narradas por eles próprios a todo o momento em suas conversações e interações instantâneas permitidas pela conectividade constante dos seus dispositivos móveis, algo já foi discutido aqui. Como falado desde na introdução deste trabalho, os sujeitos fazem uso de seus dispositivos móveis para manterem-se constantemente em conversação com suas redes de contatos, construindo e distribuindo narrativas imagéticas (entre fotos e vídeos) que fazem do seu entorno. No que tange às Histórias, portanto, tanto a recepção das Histórias é uma prática cotidiana, quanto a sua construção.

Desde o princípio de trabalho, as narrativas nas Histórias foram tratadas como narrativas do cotidiano, termo que deu nome à esta dissertação. O caráter cotidiano está relacionado à prática rotineira, diária, às vezes espontânea, de compartilhar imagens no Snapchat e no Instagram Stories. Porém, o cotidiano dos sujeitos não só serve de entorno e motivo que movem suas construções e consumo de narrativas, mas está em constante transformação e ressignificação pelos próprios sujeitos justamente em função desse compartilhamento narrativo constante. Se a recepção é um processo que ocorre na esfera cotidiana e a ela retorna, introduzindo nela novas práticas, novas maneiras de agir, novas maneiras de ver-se, de ver aos outros e de ver o mundo, o compartilhamento de imagens efêmeras nas Histórias contribui intensamente para essa ressignificação.

Um dos principais usos citados pelos usuários foi mostrar o que estão fazendo e ver o que os outros estão fazendo. Nas Histórias, tem-se uma quantidade massiva de narrativas sendo publicadas e consumidas pelos sujeitos a todos os instantes, fato que foi evidenciado por meio das entrevistas. Os sujeitos percebem que esta quantidade é em demasia e procuram gerenciar a quantidade de Histórias a que são submetidos diariamente, ao passo que publicam narrativas acerca do próprio cotidiano, expondo seus seguidores às suas práticas, valores, hábitos e elementos que envolvem sua subjetividade. Esse processo se repete e se multiplica na rede, em que cada vez mais os sujeitos registram situações do cotidiano, gerenciando suas narrativas e auto-representação, na medida em que vão sendo transformados por meio da recepção de Histórias dos outros usuários. Sendo o dispositivo móvel um artefato hiperpessoal (WALTHER, 1996), que acompanha o sujeito aonde quer que ele for, com duas câmeras acopladas ao dispositivo móvel e *always on* (PELLANDA, 2009), vê-se que o “imperativo da visibilidade” (SIBILIA, 2015) pode manifestar-se como uma tendência nas práticas de compartilhamento das Histórias, como um resultado desse cotidiano midiaticado.

Evidentemente, antes das Histórias já havia na internet uma quantidade massiva de narrativas que são criadas, publicadas e consumidas pelos próprios sujeitos em sites, portais, blogs e principalmente serviços de redes sociais. As Histórias se inserem nesse processo, porém são precisamente os aspectos particulares das Histórias que intensificam ainda mais essa presença do aspecto cotidiano e também sua ressignificação.

O aspecto efêmero das publicações nas Histórias influem na maneira como os usuários se relacionam com as narrativas compartilhadas. As *affordances* temporais das Histórias atribuem às narrativas um aspecto de instantaneidade ainda maior que nos demais serviços de redes sociais. Isso porque as narrativas nas Histórias narrativa retratam eventos quase instantaneamente à sua ocorrência - uma instantaneidade virtualizada - como abordado anteriormente no referencial teórico. A recepção dessa narrativa virtualmente instantânea, da mesma forma, ocorre ainda no período de um dia, apenas, visto a persistência programada das Histórias, o que contribui para a sensação de instantaneidade.

A persistência programada do conteúdo, como visto na análise, pode motivar a programação rotineira da recepção: os sujeitos programam-se para poder conferir todas as Histórias que lhes interessam dentro do período que sabem que vão persistir. Nesse sentido, as Histórias têm potencial de condicionar, de certa forma, uma rotina de consumo - uma característica que certamente as torna mais amarradas ao cotidiano. Ademais, a persistência programada não somente tem a capacidade de motivar a programação da visualização das Histórias em termos de rotina, mas também em termos de prioridade. A efemeridade do conteúdo pode garantir a ele prioridade no consumo por parte do sujeito em detrimento de um conteúdo mais persistente. Essa atribuição de valor às imagens temporárias em função da escassez do tempo de existência das narrativas concorda com o que foi observado por Len e Mazzili (2015). Além disso, a vida cotidiana é naturalmente hierarquizada (HELLER, 1992), logo essa organização de prioridades, ou hierarquização delas, proporcionadas pela persistência programada, evidencia mais a relação das narrativas das Histórias ao cotidiano. Ainda pensando a persistência programa, viu-se ainda que ela acarreta certa ansiedade ao usuário em conferir Histórias publicadas, antes que elas desapareçam.

Em termos de criação de narrativas e sua gestão, conforme observações feitas na análise, a efemeridade do conteúdo compartilhado nas Histórias converge com a efemeridade da relevância daquele conteúdo - ou seja, os sujeitos produzem um conteúdo que acompanha a relevância de grande parte das situações cotidianas, que são efêmeras. Conteúdos que os sujeitos acreditam que devam ser “revisitados” no futuro, revistos e também atrelados mais fortemente à sua construção de identidade, são geralmente armazenados e publicados de forma

mais persistente. As Histórias, nesse sentido, abriram espaço para que o sujeito publique também conteúdo que ele não queira visitar no futuro. Uma vontade de comunicar instantânea, com mensagens pertinentes somente àquele momento. Segundo Heller (1992), juízos provisórios e espontaneidade são tendências nas práticas do dia-a-dia que visam satisfação imediata, sem considerar experiências futuras. O apelo à espontaneidade tão citado pelos sujeitos nas entrevistas encontra-se precisamente neste ponto, já que, a persistência programada das publicações libera-os da preocupação com a permanência ou seu retorno dessas publicações no futuro. Portanto, pode-se pensar que os usuários se comunicam de forma mais espontânea e menos planejada do que em serviços de redes sociais mais persistentes.

Cabe, neste momento, trazer novamente o conceito de Polimídia (Madianou e Miller, 2012). É importante que se compreenda as Histórias, tanto do Snapchat, quanto do Instagram, como oportunidades comunicativas integrantes de um ambiente de *affordances*, e que, enquanto meios de comunicação, são definidas pela sua relação com outras mídias ao invés de em si mesmas. “Polimídia é, em última análise, sobre um novo conjunto de relações sociais de tecnologia, e não apenas um desenvolvimento tecnológico de maior convergência” (MADIANOU, MILLER, 2012, p. 171). Nesse sentido, a reflexão que se propõe aqui é pensar como a exploração das *affordances* das Histórias pelos usuários interfere também na maneira como gerenciam suas narrativas em outros serviços de redes sociais.

Seguindo com a análise das características das Histórias, tem-se então o caráter essencialmente imagético das narrativas. Evidentemente, os serviços mais tradicionais de redes sociais, incluindo a própria *timeline* do Instagram, suportam imagens e vídeos, porém nas Histórias as imagens são protagonistas. O caráter imagético está obrigatoriamente relacionado à presença das câmeras, frontal e/ou traseira, nos dispositivos móveis. As narrativas nas Histórias são compostas unicamente por imagens capturadas. Tão protagonistas que dispensam *likes*, *hearts* ou comentários públicos. Cabe ao usuário apenas assisti-las, visto que ocupam a tela inteira do dispositivo móvel. Além disso, a passagem entre uma imagem e outra acontece em um curto espaço de tempo de segundos. Nas Histórias do Snapchat, imagens estáticas ou vídeos podem durar até dez segundos entre uma e outra. No Instagram Stories, imagens estáticas duram cinco segundos e vídeos podem durar até quinze segundos até passar para a próxima publicação. Nesse sentido, vê-se que as imagens componentes das narrativas dos sujeitos tendem a manter para si toda a atenção na tela do dispositivo durante um curto espaço de tempo. Logo, ainda que não se possa dizer certamente, este ponto sugere uma relação com a exaltada busca por entretenimento relatada pelos sujeitos nas entrevistas ao assistem às Histórias, na medida em que, mesmo com cada publicação tendo uma duração de apenas segundos, as

Histórias possuem certa atenção dos sujeitos ao ocuparem toda a tela do dispositivo e reduzindo o acesso a conteúdos paralelos - como o caso da *timeline*, que mescla textos e imagens de forma intercalada, permitindo que o usuário navegue pelos conteúdos.

O apelo à instantaneidade também está muito atrelado ao aspecto imagético, uma vez que uma captura de imagem ou vídeo exige, geralmente, menos tempo (no caso do Snapchat e do Instagram, poucos segundos). Além disso, como já relatado no funcionamento básico do Snapchat, a tela inicial do aplicativo é a câmera, um claro incentivo para que o usuário já capture a imagem. No caso do Instagram Stories, a tela inicial é a *timeline*, porém, ao acessar a câmera das Stories, o usuário deve ou capturar uma imagem ou selecionar uma imagem que tenha sido inserida na galeria nas últimas vinte e quatro horas (o aplicativo não permite a adição de imagens capturadas ou salvas há mais tempo).

As imagens compartilhadas nas Histórias pelos sujeitos são geralmente capturas de vídeo de seus próprios rostos ou do seu entorno. Como visto nas entrevistas, ver a imagem da pessoa ou ver aquilo que ela está vendo, assim como ouvir sua voz, trazem uma personalização às Histórias e, como consequência, uma sensação de proximidade. Isto é, os aspectos identitários nas imagens efêmeras são explícitos: há ali a imagem do próprio sujeito ou de uma captura que retrata seu ponto de vista; no caso do vídeo, há ainda a adição da sua voz ou de ruídos que ele mesmo esteja ouvindo. Em outros serviços de redes sociais que se concentram em torno do texto, por exemplo, os aspectos identitários encontram-se somente nas entrelinhas. De fato, como evidenciado por Madianou e Miller “A distinção entre voz e texto continua sendo o maior parâmetro de escolha” (2012, p 179) no que se refere à polimídia. Aspectos tão únicos do sujeito sendo mostrados por ele próprio de forma tida como instantânea, num contexto em que há um apelo pela espontaneidade, somados à maneira como as imagens ocupam a tela do dispositivo móvel e direcionam a atenção do usuário para a imagem do sujeito, resulta neste sentimento de proximidade nas interações através das Histórias. A “compreensão do mundo fora da experiência pessoal” (THOMPSON, 2008, p. 38) se amplia principalmente em função da mobilidade do *smartphone*, do caráter “legítimo” e “real” das imagens sobre os textos, e da conectividade que permite que os usuários registrem e circulem imagens narrando experiências pessoais. As Histórias são narrativas diárias que mesclam experiências pessoais cotidianas com fortes elementos subjetivos. Ao visualizar inúmeras narrativas alheias, o sujeito consegue ser levado a experienciar, de certa maneira, aquilo que os outros usuários estão vivenciando

Hoje vivemos num mundo no qual a capacidade de experimentar se desligou da atividade de encontrar. O sequestro de experiências de locais espaço-temporais da vida cotidiana vai de mãos dadas com a produção de experiências

mediadas e com a rotineira mistura de experiências que muitos indivíduos dificilmente encontrariam face-a-face (THOMPSON, 2008, p.182)

Ao visualizar tais narrativas por meio do seu *smartphone*, o usuário consegue observar cerca do cotidiano alheio por alguns instantes, sente-se pertencente daquela experiência, o que o faz sentir-se próximo.

O entretenimento foi detectado como uma característica que pauta todo o processo de criação e consumo de narrativas nas Histórias. O entretenimento é um dos fatores que garante, certamente, a constante recepção das Histórias e também sua construção. Ao consumir Histórias, os usuários buscam ser entretidos. Ao mesmo tempo, veem-se com a função de entreter seus seguidores a todo o instante, por meio da criação de narrativas que pautam aspectos da sua vida cotidiana. Além disso, o próprio ato de compor uma publicação ou snap para as Histórias já resulta numa atividade que lhe proporciona entretenimento. Uma das questões mais interessantes que emergiu acerca do entretenimento foi a associação que ocorreu diversas vezes entre as Histórias e a televisão, geralmente realçando elementos como o aspecto imagético e a persistência programada das publicações. Além disso, também ao caráter cotidiano que circunda as publicações, as Histórias foram comparadas ao reality show Big Brother, devido ao fato de os usuários narrarem fatos e experiências da sua vida cotidiana.

Outra questão importante levantada acerca do entretenimento é que é bastante comum que os usuários sigam e consumam Histórias de celebridades e pessoas famosas por seu envolvimento com a indústria do entretenimento. Tendo em vista que essas pessoas são frequentemente retratadas por meio de grandes produções fotográficas e de audiovisual, vê-las por meio do próprio *smartphone* dá aos usuários a sensação de que estão assistindo aos bastidores da vida profissional das celebridades, ou mesmo à sua vida real e pessoal. Mesmo os sujeitos comuns acreditam mostrar nas suas Histórias bastidores da própria vida. Isso porque julgam que se conteúdo “principal” - como por exemplo os pontos altos das suas experiências - se reserva aos serviços de redes sociais tradicionais, que o mantém armazenado e persistente. Nas Histórias demonstraram mostrar aquilo que não é publicado nos outros serviços, mais cotidiano, e destinado para ser, de fato, efêmero.

O conjunto dos demais aspectos acaba evidenciando um quinto aspecto, que é a característica dialógica das narrativas, algo que também contribui para o sentimento de proximidade e reforça o caráter cotidiano nas Histórias. O aspecto dialógico está muito relacionado com a captura de vídeos nas Histórias, onde os usuários costumam falar com de frente para a câmera, ou por trás dela, a mensagem que querem passar. Somadas a isso, as publicações de poucos segundos dão um dinamismo similar ao oral para as narrativas. Além

disso, viu-se que, em diversos momentos, os usuários se apropriam das Histórias para conversações, seja marcando outros usuários dos serviços, ou mesmo chamando pelo nome em voz. Vale ressaltar, mais uma vez, que ver ter a imagem do próprio sujeito e ouvir sua voz narrando algo contribui para a sensação de aproximação entre os sujeitos. Essa aproximação fica mais evidente ainda entre celebridades e sujeitos comuns, visto que estes últimos acabam por conhecer, através das Histórias, uma faceta da celebridade publicada, aparentemente, de seu próprio dispositivo móvel.

Alem de discutir cada um dos aspectos que envolvem o processo de construção e consumo de narrativas nas Histórias tanto do Snapchat e do Instagram e a relação entrelaçada que têm com o cotidiano, cabe ressaltar aqui novamente os tensionamentos entre a questão da espontaneidade nas Histórias e a gestão das narrativas, paradoxo evidenciado na investigação empírica.

Foi observado nos discursos dos sujeitos uma essencialização por parte deles da espontaneidade ao descreverem seus processos de construção narrativa. A espontaneidade é um comportamento que permeia práticas que dispensam a reflexão acerca das experiências futuras e visa satisfação imediata (HELLER, 1992). De fato, como já falado, uma série de características das Histórias acabam incentivando a expressão de espontaneidade. A persistência programada, por exemplo, impede que as publicações se mantenham armazenadas ou voltem a ser vistas no futuro. Somado a isso, o caráter dialógico das publicações, que aproxima as narrativas publicadas a uma conversação oral - ao menos em comparação com outros serviços de redes sociais - com seu efeito provisório e coletivo (CERTEAU, 1998), de situações geralmente improvisadas também contribui para este apelo ao espontâneo. Não obstante, a natureza intrínseca do cotidiano nas Histórias, assim como o apelo à instantaneidade podem levar a pensar que as Histórias são, essencialmente, espontâneas.

Por outro lado, ficou claro após as entrevistas que os usuários gerenciam a construção das suas Histórias. Os sujeitos demonstraram, em geral, refletir antes de fazer as Histórias. Alguns afirmaram programar pautas e assuntos específicos, outros costumam tomar notas, e outros ainda mantêm rituais diários de publicação que uniformizam, de certa forma, algumas das suas narrativas - o que descaracteriza a dita espontaneidade. Além disso, ao reverem suas Histórias depois de publicadas, os usuários afirmaram apagar snaps ou publicações em meio ao conjunto que compõe sua História caso verifiquem algum erro, desacordo estético da narrativa, por sofrerem algum colapso de contexto, entre outras razões. Tanto o ato de se planejar, quanto o de apagar as publicações em meio às Histórias demonstra que existe essa gestão e que, portanto, os usuários consideram sim experiências futuras e não almejam, somente, a satisfação

momentânea. Logo, há um paradoxo em seu discurso e demonstra que a essencialização da espontaneidade é precipitada.

As publicações apagadas das Histórias, por sua vez, demonstram que, no momento da publicação, o usuário buscou sim uma satisfação momentânea. No momento da publicação, ele teve uma atitude espontânea de publicar um conteúdo sem refletir muito bem acerca dos efeitos futuros daquela publicação. Ainda que uma persistência muito breve, de apenas vinte e quatro horas, o usuário repensa acerca da publicação e decide eliminá-la. Esse processo foi descrito em seções anteriormente, e trata-se de uma discrepância entre o presente do presente (tessitura da intriga ou configuração) e do presente do passado (revisita ao passado pela própria narrativa, ou prefiguração).

O que se pode concluir, principalmente, é que há de fato espaço para interações e narrativas criadas espontaneamente nas Histórias. Porém, ainda que os usuários tenham relatado a espontaneidade como uma característica intrínseca das Histórias, a gestão das narrativas pelo usuário é clara, visto que está, a todo o momento, pensando em fatores como a própria imagem ao ser retratado, em iluminação e criando determinadas pautas. A espontaneidade, portanto, é participante eventual, que aparece em meio às chances ao imprevisto que o usuário dá a si mesmo e é realçada pela persistência programada e pela instantaneidade virtualizada - porém não é, de forma alguma, dependente desses elementos. Trata-se muito mais de uma apropriação de caráter emocional das *affordances* disponíveis do que um condicionamento à espontaneidade. Seguindo a perspectiva da polimídia, vê-se que os usuários compararam a forma como se relacionam nas Histórias aos relacionamentos mantidos em outros serviços de compartilhamento de imagens - em especial a *timeline* do Instagram - e, como já discutido, reconfiguram suas práticas relacionais na medida que novas oportunidades comunicacionais emergem. Logo, ainda que as interações dos usuários não sejam naturalmente e totalmente espontâneas nas Histórias, esse apelo tão afirmado pelos usuários advém, também, da ausência de espontaneidade com que eles veem suas produções narrativas em outros serviços como o Instagram (*timeline*).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como introdução a descrição de um cenário em que as fictícias Juliana, Rafaela e Natália conversavam por meio do envio de imagens capturadas de seus entornos. De fato, este cenário serviu de pontapé inicial para a apresentação da primeira hipótese que balizou o desenvolvimento da pesquisa. Os resultados obtidos e as discussões geradas foram, entretanto, muito além do dito cenário. Retomando, então, a problemática desta dissertação, o objetivo que motivou os esforços da investigação era compreender como se dá a construção e o consumo de narrativas efêmeras do cotidiano nas Histórias do Snapchat e do Instagram. Portanto, serão retomadas a seguir, em resumo, algumas das reflexões que emergiram nos tópicos de análise.

Em resumo, foi detectado que há cinco principais usos que os sujeitos fazem das Histórias: (1) o acompanhamento da rotina, buscando mostrar o que se está fazendo e ver o que os outros estão fazendo; (2) aproximar-se das pessoas (3) entreter-se e entreter aos outros (4) promover-se (5) trocar conhecimentos: aprender ou ensinar algo. As narrativas construídas e consumidas nas Histórias, portanto, se desenrolam por entre essas cinco finalidades.

Sobressaíram-se alguns fatores que influenciam na utilização dos recursos de composição do aplicativo para construir sua intriga nas publicações das Histórias, são eles: (1) o entretenimento, que envolve uma busca por se entreter enquanto se compõe um snap ou *post* no Instagram Stories; (2) preocupação com a audiência e como ela vai interpretar a intriga traçada; (3) a apresentação estética com o snap ou *post*; (4) gestão de identidade e como os sujeitos pensam sua auto representação nos snaps ou publicações; (5) o entorno em que o sujeito se encontra; (6) o conteúdo da mensagem. Esses fatores influenciam na maneira com que os percebem e exploram as *affordances* dos aplicativos e as utilizam a seu favor durante o processo de composição das publicações das Histórias. Vale ressaltar que estes não são fatores absolutos, porém foram enumerados como principais porque foram claramente destacados nas falas dos entrevistados.

Acerca do consumo, foi revelado que os usuários identificam as narrativas que gostam de consumir por conteúdo, elencando temas que lhes interessa ver nas Histórias. Além disso, pode-se perceber que os usuários buscam entreter-se ao assistir às Histórias, buscam aprender com as narrativas e têm curiosidade em saber da rotina alheia. Os usuários demonstram classificar os tipos de perfis que seguem por: celebridades, geralmente compostas por modelos, atrizes, personalidades famosas, youtubers e blogueiros de grande audiência, entre outros; produtores de conteúdo específico, que envolvem sujeitos comuns que se dedicam a produzir

conteúdo acerca de determinados assuntos, como sua área de atuação profissional, entretenimento, etc., mas que não possuem visibilidade tão grande quanto os perfis de celebridades; e os sujeitos comuns, sendo eles geralmente pessoas de círculos próximos, como amigos. Além disso, alguns dos sujeitos especificaram que estipulam um número de Histórias para visualizarem diariamente, visto que acreditam que haja Histórias em demasia para assistir. Outros, por outro lado, afirmaram que acabam tendo certa ansiedade por consumir todas as Histórias diariamente.

Os sujeitos indicam muito mais claramente o que não gostam de assistir nas Histórias do que aquilo que gostam. Entre o que não gostam, estão, principalmente: a questão das publicações em demasia pelo mesmo usuário; histórias pouco objetivas, no sentido de que a narrativa tarda muito a se desenrolar entre as publicações; *selfies* e experimentação dos filtro; conteúdo desinteressante. Ao falarem do gestão e composição das próprias narrativas nas Histórias, os usuários afirmaram que narram e gerenciam Histórias baseando-se naquilo que gostam de ver e consumir; e também procuram não fazer aquilo que lhes desgosta. Imitam, reproduzem, representam e narram acerca de assuntos e em formatos que para eles há sentido e que acreditam que vá entreter seus seguidores. Da mesma forma, aquilo que acreditam que não é interessante ou que pode ser malquisto pela audiência, deixam de fazer. Vê-se, portanto, a importância da recepção das Histórias, que lhes permite absorver aquilo que lhes interessa e reintroduzir nas próprias práticas. Estão, portanto, a todo o momento avaliando a produção de sentido das próprias publicações, aprendendo com aquilo que apreciam assistir e apropriando-se a seu modo de práticas que recebem.

Como explorado na discussão anterior, existem cinco características básicas que permeiam toda a construção e o consumo de narrativas nas Histórias: (1) o caráter cotidiano, (2) a efemeridade, (3) o aspecto imagético, (4) o caráter dialógico e (5) o entretenimento. Como propriedade mais peculiar das Histórias, tem-se a persistência programada, que se refere à capacidade de se programar o quanto o artefato persistirá. Essas características reforçam, especialmente, o fundamento que as narrativas das Histórias têm na esfera cotidiana, conforme discutido. Além disso, evidenciou-se as narrativas efêmeras do cotidiano têm, portanto, potencial de engajar os usuários a acompanhar a vida cotidiana e rotineira de outras pessoas e observar o que fazem diariamente, como forma de entretenimento.

Emergiram também certos tensionamentos e problemáticas sobre as quais buscou-se discutir ao longo da análise. Uma delas é o paradoxo nos discursos dos sujeitos referente a uma essencialização da espontaneidade que acreditam existir nas Histórias. Apesar de alegarem que suas narrativas efêmeras do cotidiano são espontâneas, percebeu-se em seu discurso que, na

verdade, havia um claro planejamento e administração das narrativas. Os usuários têm a impressão de que sua identidade nas Histórias é mais “verdadeira”, “crua”, pois acreditam que há ali mais liberdade para falar de si mesmos e da própria rotina. Por outro lado, demonstraram preocupar-se com aspectos estéticos das imagens, aparência e autorrepresentação, interpretação da narrativa pela audiência, entre outros fatores. No andamento da discussão, viu-se que de fato existe certo espaço para narrativas espontâneas nas Histórias, porém a lógica usual de publicação dos usuários, segundo seus discursos, parte de uma gestão narrativa. Uma das explicações sugeridas para o forte apelo à espontaneidade advém, possivelmente, da ausência de espontaneidade com que eles veem suas produções narrativas em outros serviços, como o Instagram (*timeline*), por exemplo. Nesse sentido, considerando as cinco características mencionadas, somadas a essa espontaneidade eventualmente permitida por si nas Histórias, causa-lhes uma impressão de “vida real” e de uma espontaneidade fundamental.

É importante ainda retomar aqui os percalços ocorridos ao longo da investigação empírica, que resultaram uma atualização de objetivos. Como já discutido, ao longo da cadeia de seleção de sujeitos a emergência cada vez maior da presença do Instagram Stories em seus discursos, chegando em um ponto em que os sujeitos revelaram que não faziam mais uso do Snapchat e que o haviam substituído totalmente pelo Instagram Stories. A decisão estratégica de incluir o Instagram Stories no escopo da análise surtiu frutos para este trabalho. Primeiro porque conseguiu-se observar esse movimento de migração entre um aplicativo e outro na medida em que a cadeia de respondentes avançava, possibilitando o registro desse fenômeno enquanto ele ocorria. Segundo, porque pode-se observar de perto as diferenças entre um ambiente e outro, assim como as respectivas apropriações, que emergiram dos discursos dos sujeitos.

Foi percebido que o Snapchat, em seus primeiros anos de existência, era visto pelos adultos como um ambiente em que as interações se baseavam na troca de conteúdo sensível e íntimo, como *sexting* e geralmente utilizado por adolescentes – confirmando relatos de pesquisas anteriores. Essa reputação freou em um primeiro momento o ingresso da maior parte dos respondentes no Snapchat, visto que não se identificavam com a prática. Usuários que ingressam no aplicativo nestes primeiros anos – até 2013, que foi quando o aplicativo introduziu as Histórias – afirmaram que buscavam, em seu uso inicial, efetuar compartilhamento de conteúdo sensível e manter contato com pessoas próximas. A mudança de opinião sobre o aplicativo ocorreu somente depois de 2014, na medida em que foram motivados a repensar a imagem do aplicativo. As motivações vieram associada, principalmente, à apropriação das Histórias por parte de celebridades, *digital influencers*, marcas e perfis cujos usos estavam

voltados, principalmente, para fins mercadológicos. Outros usuários desconstruíram a imagem do Snapchat como um aplicativo de compartilhamento de imagens íntimas ao serem convidados e convencidos por amigos próximos para baixarem o aplicativo.

Ao final de 2016, a presença do Instagram Stories foi sendo sentida pelos usuários do Snapchat, visto que muitas das pessoas que nunca ingressaram no Snapchat ou não se adaptaram, passaram a utilizar a funcionalidade no Instagram.

Dentre as principais diferenças entre um ambiente e outro é que a rede social do Instagram se desenvolveu tanto com base no conteúdo publicado na *timeline* dos usuários, quanto na importação de contatos que já tinham na sua rede do Facebook. A rede de contatos no Snapchat, por outro lado, não era importada de nenhuma outra rede, somente da agenda de contatos do telefone. Os aspectos característicos das Histórias, somados a essa rede naturalmente mais privada do Snapchat, dão aos usuários uma sensação de maior proximidade com seus contatos no Snapchat e faz com que se sintam mais à vontade para compartilhar conteúdo. Em contrapartida, os últimos respondentes, já adeptos ao uso do Instagram Stories, afirmaram que a utilização que fazem da ferramenta é exatamente igual à que faziam nas Histórias do Snapchat. E um dos principais pontos citados era o número de visualizações e seguidores maior, visto que suas contas no Instagram existiam a mais tempo do que suas contas no Snapchat.

Demais diferenças citadas foram aspectos técnicos, como a facilidade de se manter logado em diversas contas no Instagram, algo que não é possível no Snapchat. A questão dos filtros e lentes do Snapchat se mostrou como um ponto a seu favor, visto que não existe, ainda, recurso similar no Instagram Stories. Entre outros aspectos, o que mais se destaca é a diferença na exibição das Histórias: enquanto o Snapchat posiciona verticalmente as Histórias dos usuários em ordem cronológica, estando mais ao topo a História atualizada mais recentemente, o Instagram Stories as posiciona de maneira horizontal, estando mais à esquerda Histórias sugeridas ao usuário pelo algoritmo do aplicativo.

Por fim, ressalta-se que a discussão proposta neste trabalho acerca das narrativas efêmeras compartilhadas nas Histórias representa apenas um breve aporte a este campo ainda cientificamente incipiente. Espera-se, no entanto, que de alguma forma contribua para futuras pesquisas na área, dado a emergência de ferramentas que permitem o compartilhamento de imagens de caráter efêmero.

REFERÊNCIAS

ARIÈS, Philipe; CHARTIER, Roger (org.). História da vida privada 3: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2009.

BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: Análise Estrutural Narrativa. Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 1971.

BAYER, Joseph B., ELLISON, Nicole B., SCHOENEBECK, Sarita Y. & FALK Emily B. (2015): Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat, Information, Communication & Society, DOI: 10.1080/1369118X.2015.1084349

BAYM, Nancy. Personal Connections in the Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2010.

BAYM, Nancy. Social Media and the Struggle for Society. SAGE, online, April-June 2015. DOI: 10.1177/2056305115580477.

BAZIN, André. “A ontologia da imagem fotográfica” in O cinema. Ensaios. Ed. Brasiliense, São Paulo, 1991. pp. 19-26.

BENJAMIN, Walter. O Narrador. In: Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Editora Brasiliense, São Paulo, 1985.

BILLINGS, Andrew C.; FEI, Quiao; CONLIN, Lindsey; NIE, Tie. Permanently Desiring the Temporary? Snapchat, Social Media, and the Shifting Motivations of Sports Fans. SAGE, online. 2015. DOI: 10.1177/2167479515588760.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard A. Remediation: Understanding new media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

boyd. danah. Social Media: A Phenomenon to be Analyzed. SAGE, online, April-June 2015. DOI: 10.1177/2056305115580148.

boyd, danah. It’s Complicated: The Social Life of Networked Teens. New Haven, Yale, 2014.

boyd, d. Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), A networked self (pp. 39–58). 2011. New York: Routledge.

boyd, D. M., ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, artigo 11, 2007.

CERTEAU, Michel de. A Invenção do Cotidiano. Editora Vozes, Petrópolis, 1998.

CHARTIER, Anne Marie; HÉBRAND, Jean. A INVENÇÃO DO COTIDIANO: UMA LEITURA, USOS. Projeto História, PUCSP, São Paulo, v. 17, 1998, p. 29-44.

- CHARTERIS, J., GREGORY, S., & MASTERS, Y. (2014). Snapchat 'selfies': The case of disappearing data. In B. Hegarty, J. McDonald, & S.-K. Loke (Eds.), *Rhetoric and Reality: Critical perspectives on educational technology*. Proceedings ascilite Dunedin 2014 (pp. 389-393).
- CHUN, Wendy Hui Kyong. The enduring ephemeral, or the future is a memory. *Critical Inquiry* 35. Chicago, 2008. P.148-171
- COVER, Rob. Introduction: Ubiquitous Digital Networks, Identity, and the Self. In: *Digital Identities: Creating and Communicating the Online Self*. Elsevier, London, 2016, p. ix-xxiii
- COSTA, Bruno César Simões. Personagens de Si nas Videografias do YouTube. In: *ECO-Pós*, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p. 206-219
- DARCIE, Marina Paula; GOBBI, Maria Cristina. A relação ídolo-fã e as novas ferramentas de compartilhamento de conteúdo: o aplicativo Snapchat. *PENSACOM BRASIL* (São Bernardo do Campo, SP). 16 a 18 de novembro de 2015.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. 6a edição. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. Editora Companhia das Letras, 1994.
- ELLISON, N. B. & boyd, d. (2013). Sociality through Social Network Sites. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, pp. 151-172.
- FLICK, Uwe. *Designing qualitative research*. Sage, 2007.
- FOISIL, Madelaine. A escritura do foto privado. In: ARIÈS, Philippe; CHARTIER, Roger (org.). *História da vida privada 3: da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1986, p. 331-369.
- FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade Volume 1*. 17ª edição. São Paulo: Editora Graal, 2006.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2004
- FRAGOSO, Suely, Rebeca R. REBS e Daiani BARTH. Interface affordances and social practices in online communication systems AVI '12 Proceedings of the International Working Conference on Advanced Visual Interfaces. New York: ACM, 2012, p. 50-57
- GIBSON, J. J. The Theory of Affordances. In *Perceiving, Acting, and Knowing*, R. E. Shaw & J. Bransford, Eds. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, 1977.
- GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis, RJ, Vozes. 2002

GOULEMOT, Jean M. As Práticas Literárias ou a Publicidade do Privado. In: ARIÈS, Philippe; CHARTIER, Roger (org.). História da vida privada 3: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 1986, p. 371-406.

GUIMARÃES, Gleny Terezinha Duro. Aspectos da teoria do cotidiano: Agnes Heller em perspectiva. EDIPUCRS, Porto Alegre, 2002.

HABERMAS, Jurgen. Mudança estrutural na Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 10a ed. Rio de Janeiro: dp&a; 2005.

HARTSON, H. R. 2003. Cognitive, physical, sensory, and functional affordances in interaction design. Behaviour & Information Technology 22, 5 (September–October 2003), 315–338. DOI = <http://dx.doi.org/10.1080/01449290310001592587>

HELLER, A. O cotidiano e a história. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

GIBSON, J. J. The Theory of Affordances. In Perceiving, Acting, and Knowing, R. E. Shaw & J. Bransford, Eds. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, 1977.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009a.

JENSEN, K. B. E., & JANKOWSKI, N. W. (eds). (1993). Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Barcelona. Bosch Casa Editorial.

JOHN, N. A. (2013a). Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword. New Media & Society, 15, 167–182. doi:10.1177/1461444812450684

JURGENSON, Nathan. Temporary Social Media. 29 jul. 2013. Disponível em: <https://www.snap.com/en-US/news/post/temporary-social-media/>. Último acesso: 02/04/2017

JURGENSON, Nathan. The Liquid Self. 20 set. 2013. Disponível em: <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self/>. Último acesso: 02/04/2017

JURGENSON, Nathan. Pics or Didn't Happen. 7 feb. 2013. Disponível em: <http://thenewinquiry.com/essays/pics-and-it-didnt-happen/>. Último acesso: 02/04/2017

LATOUR, Bruno. Reagregando o Social: uma introdução à teoria ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEJEUNE, Philippe. "O Pacto Autobiográfico: De Rousseau à Internet; Organização: Jovita Maria Gerheim Noronha; tradução de Jovita Maria Gerheim Noronha, Maria Inês Coimbra Guedes." Belo Horizonte: Editora UFMG (2008).

LEMONS, A. A Comunicação das Coisas: Teoria Ator-Rede e Cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Comunicação, mídia e consumo. v. 4, n.10, p. 23-40, 2007.

LEN, Fernando; MAZZILLI, Paola. Imagens Líquidas: Um Estudo Sobre a Construção de Identidades no Aplicativo Snapchat. Intercom XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. (Uberlândia, MG). 19 a 21/06/2015

LOBINGER, Katharina. Photographs as things – photographs of things. A texto-material perspective on photo-sharing practices, Information, Communication & Society. 2016. 19:4, 475-488, DOI: 10.1080/1369118X.2015.1077262

LUPINACCI, Ludmila.; BARROS, Laura Santos de ; VALIATI, V. ; PRIMO, A. F. T. . #RIPorkut: a reação dos usuários brasileiros ao fim desse site que a gente conhecia bem e considerava pakas. In: 10o. Encontro Nacional de História da Mídia - Alcar, 2015, Porto Alegre. Anais do 10o Encontro Nacional de História da Mídia, 2015.

LUPINACCI, Ludmila. As Apropriações do Gif Animado: aspectos culturais, expressivos e afetivo dos usos de uma tecnologia defasada. 2016. 279f. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2013.

MAFFESOLI, Michel. *A Transfiguração do político a tribalização do mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MAFFESOLI, Michel. O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas. São Paulo: Zouk, 2003.

MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem-fim (teoria pós-moderna da comunicação). Revista FAMECOS, nº 20. Porto Alegre, abril, 2003.

MAFFESOLI, Michel. A Terra Fértil do Cotidiano. Revista FAMECOS, nº 36. Porto Alegre, agosto, 2008.

MADIANOU, M., & MILLER, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187. doi:10.1177/1367877912452486

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A Internet e a Rua: Ciberativismo e Mobilização nas Redes Sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARWICK, Alice. Boyd, danah. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media Society*. XX(X) 1-20 (online). DOI: 10.1177/1461444810365313

MAZZOCATO, Sandra Bordini. O processo de lifestreaming em serviços da Web 2.0 no contexto da pós-modernidade: um estudo no agregador friendfeed. Tese. (2009).

MILLER, Daniel. Photography in the age of Snapchat. Londres, 02 fev. 2014. Disponível em: <http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/02/02/photography-in-the-age-of-snapchat/> Último acesso: 23/08/2016.

MONTEIRO, Roberta de Oliveira. MAZZILLI, Paola. Live Stories: O Snapchat como uma pasta compartilhada de registros da vida. Intercom - XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. (Salto, SP). 17 a 19/06/2016

MUSSELL, James. The Passing of Print: Digitizing Ephemera and the Ephemerality of the Digital. *Media History*, 18 (2012), 77-92.

OROZCO GÓMES, Guillermo. "Implicancias políticas y pedagógicas de la investigación cualitativa." _____. *La investigación em comunicación desde la perspectiva cualitativa*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata (1996).

PATTO, M. H. S. O Conceito de Cotidianidade em Agnes Heller e a Pesquisa em Educação. *Perspectivas*, São Paulo, v. 16, p. 119-141, 1993.

PATTON, Michael Quinn. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks: Sage, 2002.

PELLANDA, E. C. Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 89-98, 2009.

PIWEK, Lucasz; JOISON, Adam. "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior* (Elsevier), v. 54, p. 358-367, 2015.

POLTASH, N. A. (2013). Snapchat and sexting: A Snapshot of bearing your bares essentials. *Rich JL & Tech*, 19 (4), 1-24.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRIMO, Alex . O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *E-Compós* (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

PRIMO, Alex . Blogs e seus gêneros: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa. *Matrizes* (USP. Impresso), v. 4, p. 129-147, 2010.

PRIMO, Alex ; LUPINACCI, Ludmila ; VALIATI, Vanessa ; BARROS, Laura . Comunicação privada na internet: da invenção do particular na Idade Média à hiperexposição na rede. *In Texto* (UFRGS. Online), v. 34, p. 513-534, 2015.

RECUERO, Raquel. Estratégias de Personalização e Sites de Redes Sociais: Estudo de caso da apropriação do Fotolog.com. *Comunicação, Mídia e Consumo* (São Paulo), v. 5, p. 35-56, 2008.

RECUERO. Raquel. *Conversação em rede: Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012

RICOEUR, Paul. "A tríplice mimese." *Tempo e narrativa* (1994): 85-131.

- ROESNER F, GILL BT, KOHNO T. Sex, lies, or kittens? Investigating the use of Snapchat's selfdestructing messages. Proceedings of the Financial Cryptography and Data Security Conference 2014.
- ROSA, Maria Virgínia do Couto e ARNOLDI, Marlene. A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para avaliação dos resultados. Belo Horizonte. Autêntica, 2008. P. 29 - 68
- RUBINSTEIN, D.; SLUIS, K. A life more photographic. *Photographies*, (2008)1(1), 9–28. doi:10.1080/17540760701785842
- SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Editora Record, 2004.
- SHROCK, Andrew Richard. Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality. In: *International Journal of Communication*, University of Southern California, v. 9, 2015, p. 1229–1246.
- SIBILIA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SIBILIA, P. e DIOGO, L. Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar?. *Estudos de Sociologia*. São Paulo, v.16, p. 127-139, 2011.
- SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: A construção de si como personagem visível. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*. UNISINOS, Porto Alegre, v. 17, n.3, Set/Dez 2015; p. 353-364.
- SIERRA, Francisco. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. . En: Galindo Cáceres, Luis Jesús. *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. CONACULTA/Addison Wesley Longman. México. 1998. p.266 a 333
- SILVA, Tarcízio. Uso e Desenvolvimento de Aplicativos Sociais: uma perspectiva da Teoria Ator-Rede. *Razón y Palabra*, n. 76, 2011.
- THRIFT, N. Beyond Mediation: Three New Material Registers and Their Consequences. In: MILLER, D. (org) *Materialities*. Durkham: Duke UP, 2005, pp. 231-255.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Editora Vozes Limitada, 2008.
- THOMPSON, J. B. 2011. "The Shifting Boundaries of Public and Private Life." *Theory, Culture & Society* 28 (4): 49–70. doi:10.1177/0263276411408446.
- TIETZMANN, ROSSINI. O registro da experiência no audiovisual de acontecimento contemporâneo. In: *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Salvador: UFBA, 2013, p. 1-17. Disponível em: http://compos.org.br/data/biblioteca_1998.pdf
- UTZ, S., MUSCANELL, N., & KHALID, C. Snapchat elicits more jealousy than Facebook: A comparison of Snapchat and Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(3), 2015, 141–146. doi:10.1089/cyber.2014.0479

VILELA, Rosário Sanchez. Técnica, método e teoria. A entrevista em profundidade na investigação da recepção. IN JACKS, Nilda, PIEDRAS, Elisa e VILELA, Rosário (org.). ¿O que sabemos sobre audiências? Estudos latino-americanos. Porto Alegre. Armazém Digital, 2006. P. 44 - 59

WALTHER, Joseph. Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, vol.23, n.1. Sage Publications, 1996. P.3-43

WITTEL, A. (2011). Qualities of sharing and their transformations in the digital age. *international Review of Information Ethics*, 15, 3–8.

APÊNDICE 1: TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), em uma pesquisa. Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte deste estudo, assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma delas é sua, e a outra do pesquisador responsável.

Informações sobre a pesquisa:

Título do projeto: Narrativas Efêmeras do Cotidiano no Snapchat.

Pesquisador Responsável: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

Telefone para contato: (51) 3308-5264

Telefone CEP/UFRGS: (51) 3308-3738

E-mail para contato: aprimo@ufrgs.br

Pesquisadores participantes: Alex Fernando Teixeira Primo e Laura Santos de Barros

A pesquisa proposta envolve a investigação acerca de como os participantes utilizam do serviço Snapchat para comporem, transmitirem e consumirem narrativas da suas vidas, problematizando o compartilhamento de situações cotidianas por meio de imagens efêmeras. Portanto, o objetivo principal do trabalho é investigar como se dá a produção e o consumo de narrativas do cotidiano no Snapchat. Para isso, pretende-se desenvolver uma investigação empírica, em que serão realizadas entrevistas com participantes que façam uso intenso do aplicativo Snapchat, acessando-o todos os dias e enviando snaps ao menos três vezes por semana. Durante as entrevistas, estes participantes serão convidados a comentar sobre suas práticas que envolvem o uso Snapchat.

As informações coletadas através de anotações serão utilizadas somente para propósito acadêmico, com a finalidade de consulta para construção da redação desta pesquisa. Como em todas as pesquisas que envolvem seres humanos, é preciso considerar a existência alguns riscos, dentre os quais entendemos que o principal seja um possível constrangimento dos respondentes em falar sobre suas práticas de comunicação digital, visto que os entrevistados serão convidados a comentar sobre interações privadas através do aplicativo. Os pesquisadores, no entanto, comprometem-se com a responsabilidade de manter esses riscos ao mínimo. O acesso às

publicações dos participantes se dará somente durante a realização da entrevista, em presença do entrevistado. Portanto, o pesquisador observará somente o conteúdo mostrado pelos pesquisados, e não irá manter contato com os participantes após a realização da entrevista. Prevê-se que sessão de entrevista tenha duração estimada de trinta a sessenta minutos, portanto, de forma a onerar o participante o mínimo possível, os pesquisadores comprometem-se em realizar a sessão em local escolhido pelo participante.

O anonimato de todos os sujeitos envolvidos também é assegurado. Os nomes dos entrevistados serão mantidos em sigilo e não serão divulgados ao longo do trabalho, a fim de garantir sua privacidade. Nenhuma fotografia capturada pelo participante ou que o retrate será armazenada ou publicada com este trabalho dissertação, respeitando, também, o caráter efêmero buscado pelas interações proporcionadas pelo aplicativo Snapchat. Fica garantido, também, o direito do entrevistado de desistir de sua participação a qualquer momento. Por fim, os pesquisadores se comprometem em preservar os dados coletados nessa pesquisa pelo período de cinco anos, após o qual estes serão destruídos, física e digitalmente. Sua participação é extremamente importante para que se possa refletir acerca dos objetivos dessa pesquisa, e certamente trará contribuições significativas para os campos da Comunicação e Informação e da cibercultura. Esclarecemos também que, ao participar deste estudo, você não terá nenhum um tipo de despesa, bem como nada será pago por sua colaboração, ficando as informações dadas de sua plena responsabilidade.

Este documento foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Nome do Pesquisador

Assinatura do Pesquisador

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO SUJEITO

Ao concordar com esse termo, estou ciente de que fui informado (a) de forma clara e detalhada dos objetivos e da justificativa do presente projeto de pesquisa. Tenho conhecimento que receberei respostas a qualquer dúvida sobre os procedimentos relacionados com a pesquisa.

Entendo que não serei identificado e que meus dados de identificação se manterão sob acesso restrito dos pesquisadores, sendo as informações por mim prestadas de caráter confidencial. Concordo em participar deste estudo, bem como autorizo, para fins exclusivamente desta pesquisa, a utilização das informações obtidas.

Eu, _____, RG _____, concordo com a minha participação neste estudo, como sujeito. Fui devidamente informado e esclarecido pelos pesquisadores sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer prejuízo.

Local e data: _____, _____/_____/_____

Assinatura do participante