

Narcisismo Jovem no Snapchat¹

Keloane Mendes da SILVA²
Carolina Silva de MOURA³
Letícia Segurado CÔRTEZ⁴
Universidade Federal de Goiás

Resumo

O presente artigo visa propor uma discussão acerca do uso das novas plataformas de interação por parte dos jovens com relação à constituição e visibilidade do “eu”. Para tal, foi feita uma revisão bibliográfica de conceitos como narcisismo em articulação aos estudos sobre a constituição do *self* frente à mídia (THOMPSON, 1990), bem como as concepções de identidade na perspectiva de Hall (2002) diante da efemeridade que marca o presenteísmo pós-moderno de Mafessoli (1998). A fim de ilustrar a análise, foi escolhido o aplicativo *Snapchat*, por sua ampla visibilidade junto ao público em questão.

Palavras-chave: Narcisismo, Jovem, *Snapchat*, Identidade, *Self*

Introdução

Característica das sociedades modernas, a espetacularização da vida tem marcado a reconfiguração da dimensão público versus privado no contexto atual. A profusão de imagens, possibilitada pela mídia corrobora para que tal dinâmica acentue o processo de representação que se confunde com a realidade mediando as relações sociais, o que fortalece o valor de aparência e ilusão. Debord (1997) aponta que nesse âmbito, quanto maior é a contemplação imagética da sociedade do espetáculo, menores são as vivências e, em consequência disso, o indivíduo passa a possuir uma redução na sua capacidade de autoconhecimento.

Diante dessa perspectiva, novas formas de experiência são estabelecidas, as quais não são ancoradas na reflexão. Isso porque para Debord (1997) a espetacularização do cotidiano, explorada no apelo imagético, é fruto do modo de produção e funciona como meio para alienação do indivíduo e da opinião pública, de maneira a estimular sua inserção

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação e Multimídia da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharela em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: ke.ms@hotmail.com

³ Coautora do trabalho. Mestranda em Mídia e Cultura na Universidade Federal de Goiás. E-mail: falecomcarolmoura@gmail.com

⁴ Coautora do trabalho. Docente no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Goiás. E-mail: leticiascortes@yahoo.com.br

na sociedade do consumo. Por essa razão, os comportamentos se tornam marcados pela superexposição da vida, fazendo com que as relações sociais sejam intermediadas por imagens que expressam uma realidade aparente e esvaziada de conteúdo, mas que ganha *status* de veracidade. Tal fenômeno foi chamado por Baudrillard (1991) de hiper-realismo, simulação em que a realidade é substituída por signos do real, uma forma de recuperar a realidade por meio da produção e reprodução imagética.

O autor classifica as simulações em três diferentes modos: A primeira é naturalista e se refere à representação do estado natural de forma harmônica, em que prevalece o valor de uso da mesma. A segunda, diz respeito ao produtivismo baseado na dominação do natural que respalda a sociedade do consumo no sentido de alienar os sujeitos. Já a terceira se alicerça na cibernética atrelada à manipulação das tecnologias que operacionalizam o controle e a propagação desse processo (BAUDRILLARD, 1991).

Nesse horizonte, de acordo com André Lemos (2002), o que se chama hoje de novas tecnologias da informação são plataformas desenvolvidas durante a década de 70 do último século por meio da união da tecnologia de base microeletrônica e comunicação analógica. Para Baudrillard, essas novas mídias não permitem verdadeiras interações, apenas sua simulação. O que ocorre não é comunicação, apenas troca de informações, algo que fragmenta a memória e causa desertificação social (BAUDRILLARD, 1991 apud LEMOS, 2002).

Assim, é interessante pensar como a simulação em consonância com a espetacularização da vida promove alterações na concepção do “eu”, tal qual nas suas formas de expressão, principalmente em relação aos jovens, principais usuários das plataformas digitais de comunicação, além do fato de estarem em um contexto mais acentuado da formação de sua subjetividade. Acerca disso, pesquisas têm apontado uma associação do uso das redes sociais com o aumento do sentimento de narcisismo entre o referido público, como a realizada pela Universidade de Western Illinois e publicada no site do *The Guardian*⁵ (2012), que apontou uma relação direta entre a atualização das redes sociais, bem como a quantidade de interações, com atitudes exibicionistas, sentimento de superioridade e individualismo. O estudo foi realizado com 294 pessoas de 18 a 65 anos por meio de questionário cuja elevada pontuação revelava uma tendência ao comportamento narcisista.

⁵ Facebook's 'dark side': study finds link to socially aggressive narcissism. **The Guardian**. 2012. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2012/mar/17/facebook-dark-side-study-aggressive-narcissism?cat=technology&type=article>

No que toca o narcisismo, o termo foi explorado na psicanálise e versa sobre o retorno da libido ao ego. Popularmente, a expressão se refere à uma pessoa com características egoístas, que só se importa consigo mesma e sua origem é bastante antiga, remetendo a mitologia grega.

Do mito à patologia

Isto posto, a ideia de narcisismo surgiu durante a Grécia Antiga em referência à história de um rapaz chamado Narciso distinto pela sua notável beleza que enfeitiçava deusas, ninfas e humanas. Ele, consciente do fascínio que exercia, também se admirava de forma tal a desprezar o amor a ele oferecido. Certo dia, Nêmesis, a deusa da vingança, resolveu repreender Narciso por sua indiferença fazendo com que o jovem também se apaixonasse por alguém “inalcançável”. Após voltar de uma caminhada, estando com sede, Narciso, ao se debruçar em uma fonte, viu seu reflexo projetado na água e se encantou com a imagem, e, ao tentar se aproximar daquele belo rosto, ele se afogou.

O vocábulo foi retomado por Paul Näcke em 1899 durante suas análises clínicas para se referir à satisfação sexual baseada em si mesmo, o que pode se transformar em um transtorno, caso isso se torne um aspecto integral da vida sexual do indivíduo (FREUD, 2010), atitude reconhecida em megalomaníacos e esquizofrênicos, mas também em pessoas normais que passavam por situações de desgaste ou dor física.

Com base nisso, anos depois, o psicanalista Freud inferiu que esse é um processo presente em todo e qualquer indivíduo que pode se tornar latente em determinadas condições, e a partir do tipo de manifestação é possível classificá-lo em caráter primário, ou seja, um encadeamento psíquico pelo qual as crianças passam no processo de “castração”, ou de características secundárias em que existe o retorno da libido ao ego, mesmo após o conhecimento de outros objetos e a formação da subjetividade.

Ao se pensar no narcisismo primário, essencial à constituição dos sujeitos, Freud (2010) esclarece que não existe algo comparável ao ego, o qual precisa ser explorado. Para tal, é necessária que uma ação seja adicionada ao autoerotismo como forma de desencadear o narcisismo. Dessa maneira, o psicanalista supracitado notou que as primeiras projeções sexuais de uma criança é ela mesma e a mãe, ou uma figura maternal, as quais se tornarão o referencial para a escolha de parceiros no futuro. Somado a essa hipótese, existe o fato de que nos primeiros anos de vida, a criança é alvo de toda a atenção dos pais, os quais

idealizam no filho uma perfeição (principalmente, a mãe) como uma forma de reprodução do seu próprio narcisismo.

Essa conjuntura induz a criança ao narcisismo primário, uma hesitação no reconhecimento da alteridade e identidade na relação entre a criança e a figura materna, que até então são um único elemento, em que ela projeta seu desejo em si mesma e não em outro objeto. Após romper com esse processo e se reconhecer como ser, é que o ego se forma, e a libido é deslocada para um objeto de fora, como forma de recuperar a figura ausente, inicia-se uma busca por esta, a nova origem das satisfações. Nesse sentido, o narcisismo é um elemento importante para a construção de uma identidade coerente, bem como para a projeção lógica de uma imagem.

Observa-se, portanto, que o desenvolvimento da psicanálise impactou a sociedade, bem como a ciência quanto ao modo de pensar e compreender o indivíduo. A concepção de Freud representou uma revolução científica que ao mesmo tempo desestabilizou a visão existente da formação da subjetividade, ao atribuir ao homem um papel limitado em suas escolhas, uma vez que ele não tem acesso a todas as suas instâncias psíquicas.

Quem sou eu no mundo real e virtual?

Prova disso é que Hall (2002) aponta as teorias freudianas como um dos fatores responsáveis por causar o descentramento dos sujeitos. Somado às análises de Freud, a recuperação dos pensamentos marxistas por Althusser, o desenvolvimento da linguística de Saussure, o movimento feminista e as concepções de vigilância, poder e identidade de Foucault foram responsáveis por provocar no homem pós-moderno a fragmentação da sua identidade, transformando-o em um sujeito deslocado que não possui uma ancoragem estável na narrativa de seu próprio “eu”, principal característica da identidade cultural pós-moderna (HALL, 2002).

É possível apontar ainda que a emergência dos meios de comunicação de massa também foi responsável por impactar a formação da subjetividade dos indivíduos. De acordo com Thompson (1998), o advento da mídia fez com o *self* se tornasse mais reflexivo e dependente da disponibilização de conteúdo. Apesar de Thompson não se referir às mídias digitais, devido ao contexto histórico de sua concepção, é possível perceber essa consequência também nas novas tecnologias de informação e comunicação.

A partir da possibilidade de conhecer realidades diferentes mediante a “interação quase mediada”⁶ esse processo se tornou mais rico frente ao amplo contato com diversificados materiais simbólicos em que o sujeito realiza, de forma ativa, interpretações como maneira de explicar os fenômenos, bem como construir sua identidade. No entanto, esse processo de autoformação interpretativo não é semelhante para todos, visto que depende de determinadas habilidades e recursos materiais acessíveis de forma desigual (THOMPSON, 1998). Desse modo, a mídia impactou na construção do *self* por romper com a dependência de uma interação a nível local, baseada em uma comunicação face a face, ao passo que deixou a “concepção do eu” sujeita e sobrecarregada ao conteúdo simbólico midiático.

Adiciona-se a tal processo a recente popularização da comunicação virtual que também traz impactos na constituição das identidades e das subjetividades. Ao se pensar, por exemplo, nas redes sociais, uma das expressões máximas desse tipo de interação, percebe-se a presença de atores sociais com características próprias de representação exemplificadas na utilização de perfis, apropriação de conteúdos como forma de expressão pessoal, participação de comunidades, visibilidade das informações oferecidas, algo em constante construção que reafirma o *self* múltiplo e a identidade dinâmica do indivíduo pós-moderno. Nota-se, assim, que a construção e a expressão da identidade é um processo permanente de apreensão e manifestação como forma de constituir o “eu” a partir da visibilidade que se tem junto aos “outros” (RECUERO, 2009, p.26).

A diferenciação entre o eu e o outro é essencial, e para remediar a falta das “deixas simbólicas” comuns em uma interação quase mediada (THOMPSON, 2009), os sujeitos são percebidos por palavras, rostos e informações que legitimam uma identidade no ciberespaço, ou seja, mecanismos para a representação do *self*, bem como de conhecimento e reconhecimento mútuo das identidades dos atores.

É importante esclarecer que os dois termos ‘identidade’ e ‘*self*’ se articulam no sentido da concepção do “eu”, mas se diferenciam, uma vez que a identidade viabiliza a comunicação do *self* para o exterior funcionando como uma fresta de expressão do indivíduo para o coletivo, e, dessa maneira, “situando o eu numa posição de singularidade” (SOUSA; BRAGA, 2013).

⁶ Tipo de interação mediada pela mídia que descontextualiza o processo de produção e recepção das formas simbólicas, as quais podem ser transmitidas em larga escala e para cenários geográficos e temporais diferentes. Ver em: THOMPSON, J. (1998). **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. 8. ed. Petrópolis: Vozes

Essa posição, por sua vez, é favorecida no ciberespaço pelas redes sociais, onde cada sujeito é o responsável pela sua página, controlando como deseja se expressar e diferenciando-se dos outros usuários. O narcisismo é percebido nessas comunidades *online* no momento em que as redes sociais giram em torno de pessoas e não apenas de interesses, em que o indivíduo está no centro de tudo.

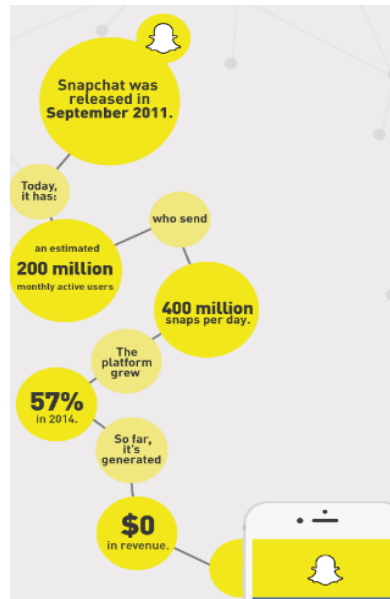
Telles e Oliveira (2008) reforçam tal concepção, ao estabelecerem uma ligação entre as mídias sociais com a necessidade das pessoas estarem interconectadas em espaços sem limites, que facilitam a comunicação e socialização. As redes sociais suprem essa necessidade de uma sociedade que convive em um cenário cada vez mais digital, e o *Snapchat* é mais um desses mecanismos de autorrepresentação.

***Snapchat*: Narciso se vê na tela**

O dispositivo surgiu em 2011, e naquela época era visto com desaprovação devido ao fato de que muitos usuários utilizam a ferramenta com o objetivo de enviar “nudes”, termo popular que se refere a fotografias em que o indivíduo se expõe despido, uma forma de projeção sexual ao outro, a qual se fundamenta na exibição de si mesmo, ou seja, no que tange ao narcisismo, o prazer buscado no próprio ego. Tal fato também é evidenciado na cultura do *selfie* neologismo formado pela união do substantivo *self* (“eu mesmo” em inglês) e o sufixo *ie*, cuja tradução para o português seria algo equivalente a “autorretrato”, tipo de fotografia bastante comum observada nas redes sociais.

Com relação a isso, o *Snapchat* é a rede social do momento, principalmente entre os jovens. É um aplicativo para compartilhamento que conta atualmente com mais de 200 milhões de pessoas conectadas em todo mundo, que enviam aproximadamente 400 milhões de *snap*s (mensagens, vídeos, fotos e outros tipos de conteúdo) por dia, conforme dados apontados pelo *site Adweek* (2015), observados na figura 1.

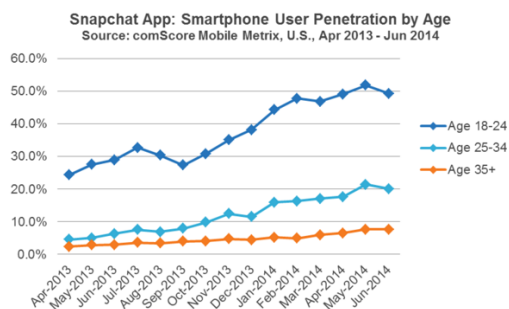
Figura 1: Dados de Crescimento do *Snapchat*



Fonte: <http://www.adweek.com/socialtimes/snapchat-is-the-fastest-growing-social-network-infographic/624116>

Do total desse público, cerca de 50% possui entre 16 e 24 anos, sendo a rede a terceira mais popular entre a geração *Millenials*, jovens de 18 a 34 anos, com envolvimento de 32%, ficando atrás apenas do *Facebook* (75,6%) e do *Instagram* (43,1%) de acordo com pesquisa realizada pela *Comscore* em 2014 (figura 2).

Figura 2: Faixa etária dos usuários do *Snapchat*



Fonte: <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Does-Snapchats-Strength-Among-Millennials-Predict-Eventual-Mainstream-Success>

O que chama atenção, além da popularidade entre os jovens é o jogo de efemeridade proposto, já que os *snaps* ficam disponíveis para visualização por um curto prazo, entre 1 e 10 segundos como em uma “sessão de episódios fragilmente conectados” (BAUMAN, 2005, p. 18). A característica efêmera do aplicativo é reflexo da própria fugacidade que marca a sociedade pós-moderna, em que a única certeza é o incerto e as relações ocorrem por um vínculo conectivo facilmente rompido (BAUMAN, 2004). Caso o conteúdo seja

“salvo” por outro usuário nesse tempo, o perfil é notificado como forma de garantir a privacidade do usuário.

Outra maneira de assegurar o controle em relação aos *snaps* é que o usuário seleciona em uma lista de amigos quem poderá ver o conteúdo que foi compartilhado. Dessa maneira, nota-se um jogo dicotômico entre liberdade versus segurança, característica das relações de comunidades, tendo em vista que a rede de amigos escolhidos funciona como um laço de confiança em que o indivíduo vê no coletivo uma salvaguarda em detrimento de sua autonomia, já que nesse processo há um preço a se pagar, já que “ganha-se alguma coisa e perde-se outra. Não ter comunidade significa não ter proteção; alcançar a comunidade, se isto ocorrer, poderá em breve significar perder a liberdade” (BAUMAN, 2003, p. 10).

Outrossim, a efemeridade dos *snaps*, aliada à possibilidade de selecionar quem poderá visualizá-lo, facilita a quebra de barreira entre o que antes era público e íntimo. Segundo Medeiros (2000) (apud JESUS; DRAVET, 2015), “é próprio do narcisismo o não-reconhecimento das fronteiras entre o eu e os outros”, que é exatamente o que ocorre na rede social. Intimidades, desabafos pessoais, relatos íntimos e o próprio cotidiano que antes eram totalmente privados, encontram-se expostos na rede, mesmo que por no máximo 24 horas, é o suficiente para observar o rompimento dessa fronteira.

Ademais, Lasch (1983, p.76) argumenta que “novas formas sociais requerem novas formas de personalidade, novos modos de socialização, novos modos de se organizar a experiência”. Pode-se então articular o advento tecnológico à reconfiguração da identidade supracitada para a contribuição do narcisismo digital, exemplificado neste estudo através da rede social *Snapchat*. O autor anteriormente citado complementa ao afirmar que “as condições sociais predominantes tendem, em consequência a fazer aflorar todos os traços narcisistas em todos nós”. Em uma sociedade onde os indivíduos estão cada vez mais conectados, individualistas e exibicionistas, é natural que cada vez mais outras pessoas passem a se expor de maneira exacerbada, pois o comportamento do outro é fator determinante para modificar o comportamento do sujeito, de modo que:

A janela aberta pelas tecnologias reconfigura a maneira com que se olha para os indivíduos e suas relações. O olhar do outro – agora mais próximo e, por vezes, invasivo – modifica o comportamento do observador. Assim, a subjetividade é constituída por uma relação que se dá fora do sujeito e não a partir dele. Não é o autoconhecimento, as relações e a reflexão por elas geradas, o convívio, que contribuem para o processo de subjetivação, mas esse outro externo é que, praticamente, determina como o outro deve ser (JESUS; DRAVET, 2015, p.9).

Essas novas remodelações sociais, essas novas características culturais, afetam todos os campos da vida, como o pessoal, profissional e afetivo e colocam a geração atual em conflitos, os quais seus antepassados não vivenciaram. Em razão disso, os indivíduos se unem a grupos que passam por essas mesmas perturbações e suprem momentaneamente as suas carências individuais (MAGALHÃES; PAIVA, 2008). No caso da rede social *Snapchat*, a carência de atenção em tempo real é preenchida pelas visualizações dos *snap*s.

Nesse sentido, o sucesso do *Snapchat* é atribuído à falta de manipulação dos conteúdos compartilhados entre os usuários. Enquanto em outras redes sociais é permitido editar as fotos em sofisticados programas de edição antes de compartilhá-las, editar legendas e literalmente, pensar antes de realizar o *upload* do conteúdo, no “*Snap*”, depois de enviar algo para alguém, é impossível apagar e as edições permitidas antes do envio são limitadas pela ferramenta. Porém, publicações disponibilizadas para toda a lista de contatos podem ser excluídas.

Por esse motivo, o conteúdo que está no *snap* retrata mais a “vida real” do que os conteúdos compartilhados em outras redes sociais, o que acentua o caráter de espetacularização citado anteriormente. Há quem argumente que o aplicativo funciona como uma espécie de *reality show* alimentado pelo próprio usuário.⁷

A colocação de que ele representa a vida real é um tanto ingênua, uma vez que os sujeitos controlam como querem ser vistos, criando realidades diversas que se confrontam com o real e possuem um contexto fabricado por eles mesmos (JESUS; DRAVET, 2015). Nesse horizonte, fica o questionamento: Até que ponto o conteúdo pode ser considerado real, uma vez que o usuário, por mais que exponha a sua própria vida, escolhe que realidade deseja compartilhar?

Outro ponto que pode justificar o sucesso da exposição exacerbada dos indivíduos no *Snapchat* é o conceito apresentado por Maffesoli (1998) de presenteísmo, no qual a interatividade é voltada para o momento “agora” e a comunicação dos indivíduos da sociedade moderna é priorizada a ser realizada em tempo real (MAGALHÃES, PAIVA, 2009). Sendo assim, o *Snapchat* é a rede social que mais se enquadra neste presenteísmo, visto que permite o compartilhamento apenas de conteúdos gravados em tempo real. Barros (2008) complementa este conceito ao afirmar que hoje em dia o que vale é o presente, pois

⁷ Fonte: Editoria especial sobre o *Snapchat* criada pelo jornal Diário do Nordeste. Disponível em: <http://plus.diariodonordeste.com.br/snapchat-entenda-potencial-do-aplicativo/>

agora não temos mais um projeto de vida ou a busca por uma segurança ou estabilidade, já que o futuro é cada vez mais incerto. Apesar de romper com as questões individualistas apresentadas na modernidade, pensar a questão da tribalização (MAFESSOLI, 1998) é interessante no contexto da ciberneticidade promovida pela plataforma em questão, visto que a tribo serve de público para expressão e fortalecimento da autoestima do eu.

Com base nisso, a efemeridade do *Snapchat* pode ser exemplificada pelo caráter descartável das comunidades que tentam preencher o sentimento de identificação do homem. Bauman (2005) define esses ambientes como “Comunidades guarda-roupa”, em que a magia dura enquanto o espetáculo está no ar, possuindo um ciclo de vida extremamente curto, no qual tudo é desfeito quando os espectadores apanham os seus casacos nos cabides para irem embora do “espetáculo”. Fazendo uma analogia ao *Snapchat*, a apreciação da imagem fabricada pelo narciso termina assim que o aplicativo é fechado e o telefone celular é bloqueado, por isso, as pessoas começam a expor cada vez mais os mais diversos momentos íntimos de suas vidas, na tentativa de fazer perdurar essa suposta magia, admiração, esse momento em que estão na tela e são protagonistas deste entretenimento.

Considerações Finais

Ao analisar a dinâmica de funcionamento do aplicativo é possível perceber que ele vai ao encontro de uma das principais características da sociedade: a espetacularização da vida individual e o rompimento das fronteiras do público e privado. O narcisismo de cada indivíduo é alimentado conforme o aumento da necessidade de ser visto, observado e apreciado pelos outros.

Essa visibilidade constante influencia na construção da identidade e subjetividade desses indivíduos, que na pós-modernidade encontra-se em um processo de fluidez, descentralizada de modo a se modificar constantemente de acordo com diversas influências. No caso do *Snapchat*, o narcisismo pode ser ilustrado também pelo fato de ser uma comunidade que gira em torno das ações cotidianas das pessoas, e não de interesses específicos, como fóruns, por exemplo, além do senso de urgência que é proposto para o telespectador observar o que está sendo compartilhado, pois em um período pré-determinado aquele conteúdo irá desaparecer.

Para os jovens *millenials*, que já nasceram acostumados com a fugacidade das informações e com a naturalidade de promover uma exposição desenfreada da vida íntima no ciberespaço, é a rede social preferida para compartilhar conteúdos extremamente

narcisistas sem que haja julgamento por parte de outros, ou culpa pelo excesso de exposição.

Por se tratar ainda de um assunto recente, e que pelo aperfeiçoamento tecnológico e apropriação social contínua, sofre constantes alterações, oferecer uma resposta clara ainda é algo a ser elaborado. O que indubitavelmente pode ser considerado é o amplo e complexo campo oferecido ao se pensar nos impactos que as plataformas digitais vêm tendo na vida dos indivíduos de um modo geral, o que respalda a necessidade de aprofundamento nas reflexões teóricas e um modo interdisciplinar de compreender as relações interpessoais.

Referências Bibliográficas

BARROS, Eduardo Portanova. **Maffesoli e a “investigação do sentido”** – das identidades às identificações. Revista Ciências Sociais Unisinos 44(3):181-185, setembro/dezembro 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt, **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual** / Zygmunt Bauman; tradução Plínio Dentzien. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. **Amor líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

_____. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

DEBORD, GUY (1997). **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto.

FREUD, Sigmund, 1856-1939. **Introdução ao narcisismo: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916)** / Sigmund Freud; tradução e notas Paulo César de Souza — São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

JESUS, Paulo Henrique Martins de; DRAVET, Florence Marie. **Narciso acha feio o que não é espelho**”: Selfie e narcisismo, uma busca pelo eu? Disponível nos anais eletrônicos do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Rio de Janeiro, 2015: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1473-1.pdf> Acesso: 16/06/16.

LASCH, Christopher. **A Cultura do Narcisismo**. A Vida Americana numa Era de Esperanças em Declínio. 1979 Imago Editora. Rio de Janeiro

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** – Porto Alegre: Sulina, 2002. 328 p.

LIPSMAN, Andrew. **Does Snapchat's Strength Among Millennials Predict Eventual Mainstream Success?** Disponível em: <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Does-Snapchats-Strength-Among-Millennials-Predict-Eventual-Mainstream-Success>

Acesso: 15/06/16.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAGALHÃES Marina; PAIVA Cláudio Cardoso de. **Estilos de identidade nas redes sociais de relacionamento.** Revista Cultura Midiática Ano II, n. 02 – jul/dez/2009.

MORRISON, Kimberlee. **Snapchat Is the Fastest Growing Social Network (Infographic).**

Disponível em: <http://www.adweek.com/socialtimes/snapchat-is-the-fastest-growing-social-network-infographic/624116> Acesso: 15/06/16.

PEARSE, Damien. **Facebook's 'dark side': study finds link to socially aggressive narcissism.**

The Guardian, 2012. Disponível em:

<https://www.theguardian.com/technology/2012/mar/17/facebook-dark-side-study-aggressive-narcissism?cat=technology&type=article> Acesso: 15/06/16

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** – Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Ildefonso. **Snapchat: Entenda o potencial do aplicativo.** Diário do Nordeste, 2016.

Disponível em: <http://plus.diariodonordeste.com.br/snapchat-entenda-potencial-do-aplicativo/>

Acesso: 04/07/16

SOUSA, P.V; BRAGA, V. **Self, identidade, redes sociais: definições e relações entre a psicologia social e a comunicação em tempos de redes sociotécnicas.** Disponível nos Anais eletrônicos do 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura:

http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_8_Imaginario_Tecnologico_e_Subjetividades/25942arq04426928460.pdf Acesso em: 12/06/16.

TELLES, Beatriz Marcos; OLIVEIRA Elaine Ribeiro. **Conceitos e formação das relações nas redes sociais.** RAD Vol.13, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2011, p.157-169.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade.** Uma teoria social da mídia. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.