

Snapchat:
novas sociabilidades e formas de narrar-se nas redes sociais¹

Mariana Ferraz Musse²
Universitat Pompeu Fabra

Laura Santos³
Universidade Federal de Juiz de Fora

Danilo Pereira⁴
Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

O presente artigo visa discutir como o acesso a tecnologia e a internet gerou novas formas de comunicação entre pessoas além da própria possibilidade de os indivíduos se autorrepresentarem por meio de imagens seja nas imagens em movimento ou fixas de forma autônoma e criativa. Pretendemos discutir como as redes sociais estabeleceram e criaram novas formas de interação entre sujeitos, além de novas narrativas. Neste artigo em específico pensaremos sobre como o funcionamento do aplicativo *Snapchat* ressalta a ideia de narrar-se através de pequenas histórias sobre eventos cotidianos, porém que diferentemente do que se vê em outras redes as histórias não devem deixar rastros e sim serem efêmeras indo ao encontro do que relata o sociólogo Bauman a respeito da liquidez na qual vivemos.

Palavras-chave

Redes sociais; Internet; Celular; Realidade; *Snapchat*

Introdução

A evolução da tecnologia e o aprimoramento técnico do processo de distribuição da informação acarretou, ao longo da história da comunicação, mudanças profundas na relação dos indivíduos com a sociedade de acordo com a possibilidade de acesso a informação e igualmente através da possibilidade de gerar informação sobre si e sobre sua própria realidade. Compreendemos que a possibilidade de se comunicar através do ambiente virtual e da internet – quando passaram a ser disponíveis/acessíveis para grande parte da sociedade como um todo - modificou profundamente as novas formas de sociabilidade dos indivíduos,

¹ Trabalho apresentado no DT5 Multimídia – Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Orientadora do trabalho e doutoranda na Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, Espanha) na área de Comunicação. Contato: marimusse@hotmail.com

³ Estudante de Graduação do 5º Período na Universidade Federal de Juiz de Fora. Contato: jauragss@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 5º Período na Universidade Federal de Juiz de Fora. Contato: jornal.danilo@gmail.com

construindo uma sociedade mais conectada entre si e ao mesmo tempo mais individualista e preocupada com o seu próprio universo e, conseqüentemente, com aqueles indivíduos que compartilham de interesses em comum e fazem parte desse novo ambiente de vivência.

A chegada da internet modificou não só as formas de se comunicar e socializar entre indivíduos, mas trouxe uma nova forma de se relacionar com o espaço e com o tempo que, tal como a comunicação, tornaram-se mais fluidos e relativos. Miguel García (2014, p. 166) aponta que “nuevos medios y nuevas tecnologías acaban por transformar el significado de lo que es comunicarnos, reorganizando y ampliando los límites posibles de la comunicación interpersonal colectiva; lo que supone, en la práctica, la reorganización de la realidad misma”.

A experiência da realidade em si e das formas de se relacionar com os eventos do cotidiano acabaram sendo transformadas com a chegada da internet e principalmente com as novas formas de se relacionar através das redes sociais. Neste artigo pretendemos discutir como os sujeitos vêm utilizando as redes sociais como forma de viver uma experiência do seu dia-a-dia por completo (já que se não fossem compartilhadas na rede, aparentemente não significariam a vivência da experiência por completo); como o celular modificou as formas de se relacionar com o cotidiano e como o registro feito através dos aparelhos móveis têm sido divulgados na rede.

Pensaremos o aplicativo *Snapchat*⁵ que enquanto rede social apresenta características bastante diferentes de outras redes já mais consolidadas entre usuários de diferentes idades como o Facebook⁶ e o Instagram⁷. Diferente deles o *Snapchat* não deixa “rastros” do que foi publicado pelos seus usuários. Pretende-se assim mostrar/divulgar/exibir um evento na maior parte das vezes comum (os lugares por onde se passa, o que se come, com que se está) para que depois ele seja “esquecido” dentro das redes criando uma nova relação também com objetos como o vídeo e a fotografia que historicamente serviram como objeto visual que servia como registro afetivo da memória.

O cotidiano como narrativa visual

⁵Snapchat é um aplicativo de mensagens com base de imagens, criado e desenvolvido por Evan Spiegel (estudante da Universidade de Stanford) e lançado em setembro de 2011 com funcionamento nos sistemas Android e iOS.

⁶ O Facebook foi uma rede social fundada em 2004 que atua até hoje e que já extrapolou a função única de rede social servindo como espaço para bate-papo, fazer ligações, espaço publicitário, entre outros.

⁷ O Instagram é uma rede social que foi lançada em 2010 com o formato de aplicativos para celular que, a princípio, apenas compartilhava fotos, mas hoje também aceita o compartilhamento de vídeos de até 15 segundos. O aplicativo foi comprado pelo Facebook em 2012.

A proliferação das tecnologias e sua democratização foram as responsáveis, quando pensamos nos registros visuais feitos por sujeitos comuns, pela possibilidade de que esses sujeitos tivessem acesso ao conhecimento e aos aparatos que levaram a criação de narrativas sobre si e sobre sua própria história nos formatos de foto e vídeo e que hoje ocupam o espaço público das redes sociais na internet. Nos interessa pensar nesses registros visuais enquanto formas de construção de identidades e de sociabilidades no mundo contemporâneo no qual a exposição da intimidade ganhou o espaço público.

A possibilidade de fotografar e filmar, antes restrita a um seleto grupo ou de profissionais que dominavam as técnicas ou de famílias/indivíduos abastados que poderiam pagar pelo serviço desses profissionais ou para comprar e aprender como manejar câmeras fotográficas e filmadoras. Por muitos anos tanto a fotografia quanto os filmes representavam aqueles que poderiam pagar para serem fotografados/filmados. Diferente do que vemos hoje este conhecimento era bastante limitado e os equipamentos caros e de difícil manipulação; muito diferente do mundo em que vivemos hoje quando crianças já sabem perfeitamente manejar um tablete e tirar fotografias com o celular.

Sendo assim, o indivíduo até a chegada da câmera de filme super8 e das câmeras fotográficas da Kodak eram geralmente filmados e fotografados pelo olhar de um profissional e os registros (até a chegada da internet) ficavam restritos ao espaço privado tanto da exibição dos filmes para família quanto dentro dos álbuns de família. Com o desenvolvimento da tecnologia e a chegada da internet foi dado aos sujeitos comuns aparatos que permitissem que eles se representassem por si só tanto no sentido do processo em si quanto da divulgação desses conteúdos – fórmula que transformou as formas de os sujeitos de relacionarem e da própria forma sobre critérios sobre relevância do que deve ou não ser divulgado.

Historicamente em relação ao audiovisual a intervenção das câmeras de 16mm e Super 8mm familiares, provocou uma transformação radical de referência com importantes consequências para o vídeo, enquanto na fotografia, as câmeras mais leves e baratas e o valor dos filmes acessíveis fizeram com que o sujeito fizesse seu próprio registro dos momentos que julgasse relevantes. Esses momentos nos dois casos relacionavam-se a filmar e fotografar aquilo que era importante e relevante para cada um como as férias em família, os batizados, aniversários, entre outros eventos que mais tarde imaginava-se que seriam interessantes de serem lembrados.

Em relação ao audiovisual isso significou que pela primeira vez as massas tiveram a possibilidade de representar-se através de imagens em movimento. Isso aconteceu, no princípio, com indivíduos que começaram a gravar seu próprio cotidiano, eventos de famílias e viagens, por exemplo, com os filmes conhecidos como *family movies* e *road movies*. Muitas vezes esses filmes eram feitos sem nenhuma pretensão cinematográfica, mas sim com o único intuito de registrar aqueles momentos e criar uma memória familiar muito pessoal.

No mesmo sentido funcionou a fotografia o que, acreditamos, foi a forma mais comum de registro do cotidiano, uma vez que era tanto mais acessível financeiramente como exigia um conhecimento menos complexo em relação às técnicas da fotografia em movimento. Destacamos a relevância da “era Kodak” (SARVAS, FROHLICH, 2011) para a fotografia do cotidiano, porque ela modificou toda a forma de se pensar a fotografia, pois deu a possibilidade dos sujeitos comuns, pela primeira vez, se auto representarem e criarem suas próprias memórias, podendo guardar através de imagens fixas os momentos que para eles representavam alguma experiência que não poderia ser esquecida e, portanto, deveria ser fotografado para ser eternizado.

Atualmente, com toda a tecnologia disponível, nota-se uma crescente necessidade dos indivíduos em contarem suas histórias particulares, seus desejos íntimos, a necessidade de revisitar arquivos para compreenderem sua própria relação com o mundo e para se sentirem pertencentes a alguma raiz, algum lugar e algum passado que dê sentido para sua existência no presente. O custo dos equipamentos mais acessíveis, assim como a possibilidade de gravar com os celulares e rapidamente compartilhar nas redes sociais, fomentou e aguçou essa necessidade-vontade dos indivíduos de mostrarem seu cotidiano através de fotos e vídeos.

O conhecimento e o uso sobre a sua própria imagem e aquilo que se quer que pensem sobre si a partir daquilo que se posta é uma ferramenta interessante para os usuários que perceberam o quão eficaz pode ser saber usar a própria imagem. “Interactants in online environments experience these same pressures and desires, but the greater control over self-presentational behavior in CMC (computer mediated communication) allows individuals to manage their online interactions more strategically”. (ELISSON, HEINO, GIBBS, 2006, p. 418).

No meu celular cabe meu mundo

Mais do que um aparelho utilizado visando a comunicação entre indivíduos, o celular se tornou hoje parte da vida de grande parte da população, objeto de desejo de muitos e ferramenta para pagamento de contas, tirar fotos, ouvir música e se comunicar com o outro das mais diversas formas seja por mensagens de texto, de voz, fotos ou vídeos.

O celular concentra em si diferentes funções e diferentes usos, modificando a forma como os sujeitos se relacionam entre si e com o mundo, visto que através da tela do celular as janelas para outros tipos de realidade se abrem de forma personalizada para fazer com que o usuário possa sentir diferentes experiências estando em qualquer lugar.

Para se ter uma ideia da dimensão do uso e da inserção deste aparelho no mundo, segundo dados divulgados no relatório de 2014 pela ITU⁸, há quase 7 bilhões de assinaturas de telefones móveis em todo o mundo, ou seja, praticamente todas as pessoas do mundo teriam uma assinatura de celular. Porém, os dados revelam que ainda assim há 450 milhões de pessoas no mundo sem sinal de celular (ITU REPORT, 2014), o que nos leva a pensar que, obviamente, algumas pessoas têm mais de uma assinatura de celular e que, por mais que falemos de uma boa parte da população que tem acesso ao sinal de celular, um número significativo de indivíduos nem sequer tem sinal para utilizá-lo.

O celular que conhecemos hoje tornou-se objeto de desejo e um dos aparelhos tecnológicos que mais funções conseguem exercer dentro de um único sistema: chamadas de voz, mensagens de texto, câmera fotográfica, câmera de vídeo, cartão de crédito, rádio, entre tantas outras funções. Foi-se o tempo em que o celular deixou de ser um aparelho exclusivo para chamadas telefônicas para se tornar um objeto essencial da vida cotidiana, pois através dele podemos olhar para nós mesmos e nos reconhecermos por meio de todos os aplicativos e acessórios que usamos para identifica-lo e customizá-lo na tentativa de torna-lo único como também nos sentimos. Segundo Gerard Goddin (2006, p. 38) “the decoration and modification of cell phones have become an important way that people express their identity”.

[...] Nonetheless, it is safe to observe that in the more two and a half decades since it was first market commercially, the cell phone has become much more than a device for voice calls – it has become a central cultural technology in its own right. Telecommunications has undergone a radical shift from being about voice (or fax) communications to becoming:

⁸ A International Telecommunication Union (ou União Internacional de Telecomunicações) foi fundada em 1965 e é uma agência da ONU especializada em tecnologias da informação e comunicação.

mobile, flexible and customizable; associated with a person rather than a household (at least in some societies and situations); and communications and services hub. (GOGGIN, 2004, p. 2).

E mais do que isso: depois da chegada da internet móvel ele tornou-se um objeto indispensável para a relação com outros indivíduos e trouxe a possibilidade da solução rápida e eficiente de processos que antes poderiam nos exigir uma “grande perda de tempo”; como por exemplo, a possibilidade de pagar contar através da leitura de código de barras com o celular. Novos hábitos foram gerados e estão sendo aos poucos assimilados pelos indivíduos, pois são novas formas de se relacionar com um objeto que passa a solucionar e otimizar o tempo antes despendido com outras atividades, além de apresentar uma outra forma de se relacionar com as questões burocráticas, profissionais e até mesmo pessoais da vida quando quase todos as demandas podem ser rapidamente solucionadas com poucos cliques, no espaço e tempo em que for mais conveniente para o usuário.

Many mobile devices today can also access the Internet and run a variety of applications, making them the equivalent of a pocket-sized computer with wireless Internet access. People can now conduct banking, check sports scores and stocks, read news, watch YouTube videos, play games, find directions and maps, book travel plans, and lookup information at the touch of a button – from anywhere. The boundaries of activities and locations are becoming blurred. (PINCHOT, PAULLET, ROTA apud Agre, 2001, 2010, p. 2).

A cultura do celular modificou e vem modificando as novas formas de sociabilidade, as formas de estar no mundo de cada indivíduo, pois a rápida conexão com outras pessoas acabou privilegiando a troca de experiências e as diferentes formas de construir identidades no mundo contemporâneo. O celular, através de todas as ferramentas que oferece, desde a possibilidade de enviar texto, falar, escutar música, tirar fotos e gravar vídeos deu aos indivíduos ferramentas básicas para que ele, por si só, pudesse criar narrativas e registros sobre sua vida instantaneamente e sobre seu cotidiano o que, sutilmente, acabou por fazer com que ele transformasse sua própria vida e os eventos mais cotidianos como idas à academia, ao almoço ou ao trabalho ou ainda aqueles mais diferentes – a realização da viagem dos sonhos – em situações relevantes não só para si, mas para toda a sua “audiência”. Afinal hoje toda experiência é passível de ser compartilhada, pois ela é única e inigualável, pois existe a possibilidade de individualizar cada uma delas por meio do relato ou do registro visual ou audiovisual de cada experiência através do ponto de vista particular de cada indivíduo.

Essa necessidade atual de estar online e compartilhar suas próprias experiências foi possível através do compartilhamento das redes de internet sem fio e das conexões oferecidas para celular em 3G ou 4G. Busca-se e paga-se por internet nos celulares que possibilite o maior acesso e o maior compartilhamento de dados por menores preços, o que interessa é estar conectado independente do lugar onde se esteja. Hoje, por mais distante que se esteja, o celular acompanha cada indivíduo que carrega um número pessoal e não mais um telefone fixo, por exemplo, da residência que era compartilhado por todos os moradores daquele local. O celular individualizou, além do aparelho – cada um tem o seu –, os números de contato ou o que hoje virou quase um número de identidade, afinal, cada um deve ter sua própria conta de celular e seu próprio número.

Redes sociais e fragmentos da realidade

A estruturação de segmentos sociais em rede é um elemento que vem sendo muito estudado principalmente devido à intensa interconexão dada aos processos comunicacionais com o surgimento das redes sociais na internet. A velocidade dada à informação, o compartilhamento massivo de notícias e o surgimento de ferramentas em rede que geram maior visualização de postagens suscitam questionamentos acerca não apenas de qual modelo melhor representa a dinâmica das redes sociais, como “Árvore”, “Malha ou trama”, “Teia”, “Rizoma”, ou “Nós ativos” (AGUIAR, 2007), mas também acerca do tipo de narrativa da realidade que se constrói nessa dinâmica. No caso do aplicativo *Snapchat*, analisar essa construção se torna algo mais complexo, visto que ele se apoia no conceito de efemeridade das postagens para o compartilhamento de fotos ou vídeos, fazendo-nos pensar sobre o que seria a memória ou a necessidade de se lembrar de dados acontecimentos dentro da dinâmica das redes sociais.

Indo na via contrária ao que tem sido observado, por exemplo, no *Facebook*, o *Snapchat* deixa as publicações feitas por seus usuários disponíveis para que outros possam vê-la no período de 24 horas. Em relação as fotografias os usuários podem fazer um *screenshot* caso queiram guardar determinada publicação. O *Facebook* começou, no início do ano de 2015, a todos os dias lembrar ao usuário alguma atividade que ele realizou – e que foi publicada ou aconteceu na rede – quando ele faz o primeiro acesso do dia na página.

Enquanto algumas redes sociais – a maioria delas – trabalha com o histórico do usuário (mesmo que ele controle o que será público e o que será privado ou restrito a determinado número de pessoas) acreditamos que essas redes justamente por conterem as

“principais atividades” – mesmo que escolhidas pelo dono do perfil – acabam contando a própria vida desses usuários ou a vida que eles gostariam de ter. Nesse sentido vemos como curiosa a nova forma de comunicação proposta pelo aplicativo *Snapchat* que não pretende criar uma linha do tempo da vida dos usuários com os principais acontecimentos, mas pelo contrário, valoriza justamente o compartilhamento de momentos que logo não estarão disponíveis para acesso público.

Na escola, no trabalho, na academia e na própria família, nós estabelecemos relações em redes o tempo todo a fim de compartilhar ideias. Essas chamadas redes sociais são explicadas por Castells (1999, p. 498) como “(...) um conjunto de nós interconectados”, ou seja, sujeitos que mantêm interações entre si. Embora elas sempre tenham existido, a internet permitiu que o que estava presente apenas no mundo físico, migrasse também para o virtual, aumentando o seu alcance e facilitando as interações. Esse trânsito ocorreu principalmente a partir de 2006, quando as redes sociais online se espalharam pela internet e começaram a agregar um número cada vez maior de pessoas, despontando como ferramentas muito utilizadas.

Os tipos de conexões realizadas nas redes definem o público-alvo e as características de cada uma delas. Através da segmentação dessas redes, elas atraem os internautas de acordo com o gosto e interesses particulares. A internet, portanto, modificou o mercado de consumo deixando, pouco a pouco, de pensar em seus consumidores como uma massa e passando a trabalhar com a ideia de nichos. Essas diferenças das redes sociais são um reflexo das exigências da sociedade e do mercado. Para Castells (2005), ela é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que se cercam da tecnologia e a utilizam. Dessa forma, as redes sociais surgiram, pois havia o desejo de se conectar com as pessoas por um meio mais rápido que o e-mail, assim como cada segmentação dessas redes também surgiu a partir do que faltava às outras, fazendo com que elas tivessem traços de personalização.

O conteúdo visual nas redes sociais da internet se preocupa em reproduzir uma dada realidade através de formatos curtos, para que ele seja consumido rapidamente e assim outros conteúdos possam ser também visualizados. A preocupação estética em relação aos vídeos produzidos como aqueles realizados no aplicativo analisado se torna pequena em relação ao conteúdo real que deseja ser exibido pelos seus compartilhadores. A busca por

uma expressão pessoal, ou pela representação do cotidiano, se torna o foco na maioria dos casos, o que alimenta ainda mais o desejo dos usuários em formar círculos de convivência na rede cada vez mais densos, na busca por mais popularidade e status em rede.

Os chamados “softwares sociais” (MACHADO e TIJIBOY, 2005) acabam contribuindo como uma espécie de mediador social, unindo pessoas em círculos de relacionamento. Através do anonimato, muitas vezes esses “softwares sociais” acabam servindo como um suporte para uma realidade própria, em que fantasias e desejos dos usuários acabam por se manifestarem através da imagem. Faz-se então uma outra realidade, em que sua narrativa se manifesta de maneira falseada e artificial.

Segundo Danah Boyd, a construção do real e das identidades não se dá apenas na criação do conteúdo, mas também na construção dos próprios perfis dos usuários, em que os papéis de cada indivíduo dentro da vida cotidiana não são expressos de maneira verdadeira (BOYD, 2007). Isso bota em cheque a capacidade de um produto audiovisual em representar a realidade da maneira como lhe submete o usuário.

A realidade no mundo virtual, assim também como as identidades, passam a ser expressas por meio de uma elaboração de imagens, em que o usuário toma a total liberdade de construir sua própria persona (FELINTO, 2002). As narrativas do real passam a ser fragmentadas, onde a forma de produção de conteúdo se torna a própria representação da realidade. O aplicativo *Snapchat* apresenta um outro fator relevante no mundo das redes sociais, a questão do tempo, pois as narrativas se desmaterializam em questão de segundos, mantendo um eterno anonimato das identidades que nele são elaboradas, diferenciando assim de outras formas de compartilhamento de conteúdo em rede como o *Facebook*, *YouTube* e outros que armazenam o conteúdo produzido por seus usuários.

Snapchat

Desenvolvido pelos estudantes de Stanford University, Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, o *Snapchat* trabalha com o envio de fotos e vídeos pelos usuários. Além disso, o aplicativo permite que seus usuários adicionem textos, filtros e desenhos nas imagens, conversem por texto ou vídeo com os amigos, salvem no computador as fotos tiradas e anexem arquivos também de fotos ou vídeos ao bate-papo disponível no aplicativo.

Disponível para iOS e Android, seu grande diferencial em relação a outros aplicativos do mesmo gênero, como o *Whatsapp* e o *Instagram*, está na efemeridade: o

usuário escolhe o tempo, entre 1 e 10 segundos, em que a informação ficará visível para os contatos; assim que esse tempo acaba, o conteúdo desaparece e não pode ser visto novamente.⁹ Em contraste com outros aplicativos que apostam na persistência e visibilidade do conteúdo para grandes audiências, o *Snapchat* permite maior privacidade – o usuário pode enviar o conteúdo diretamente para algum seguidor ou para toda sua rede -, favorecendo uma comunicação mais íntima e o abandono das inibições.

Mas por que se preocupar em compartilhar um conteúdo que logo será perdido? Embora o audiovisual esteja associado majoritariamente a registros para o futuro, também há valor em apostar em conteúdos efêmeros. O ato da captura em vídeo como suporte proporcionado pela facilitação do acesso aos meios de comunicação pela internet faz com que uma nova necessidade se torne mais latente na sociedade contemporânea: a de sermos vistos e representados em todos os espaços da esfera pública.

Dessa forma, um aplicativo como o *Snapchat*, que é favorecido pela questão do anonimato e pelo não armazenamento dos conteúdos produzidos pelos usuários, faz com que essa necessidade se torne ainda maior e possibilita que os usuários não só consigam satisfazê-la como também a alimentem de forma indiscriminada. O não armazenamento dos conteúdos produzidos talvez seja o elemento que tornou o aplicativo tão popular em vários países, fazendo com que os conteúdos produzidos sejam restritos apenas a um núcleo de convivência dos usuários. Segundo os próprios fundadores, “não são apenas férias luxuosas, jantares com sushi ou um pôr do sol bonito que contam histórias das pessoas. Às vezes é uma piada interna, uma careta de alguém. Compartilhar esses momentos deve ser divertido. Há valor no efêmero.”

A efemeridade do conteúdo está relacionada com o conceito de modernidade líquida desenvolvido por Zygmunt Bauman argumentando que:

As organizações sociais (estruturas que limitam as escolhas individuais, instituições que asseguram a repetição de rotinas, padrões de comportamento aceitável) não podem mais manter sua forma por muito tempo (nem se espera que o façam), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo leva para moldá-las e, uma vez reorganizadas, para que se estabeleçam. (BAUMAN, 2007, p. 7)

Assim como as organizações sociais são líquidas, os conteúdos disponibilizados também vêm sendo cada vez mais dispensáveis. O tempo de visualização das mensagens

⁹ A não ser que o usuário tire um screenshot da tela – situação em que quem enviou é notificado.

ainda agrega outro fator: faz com que a mensagem tenha mais valor e seja vista de forma mais atenta, pois irá se perder logo depois.

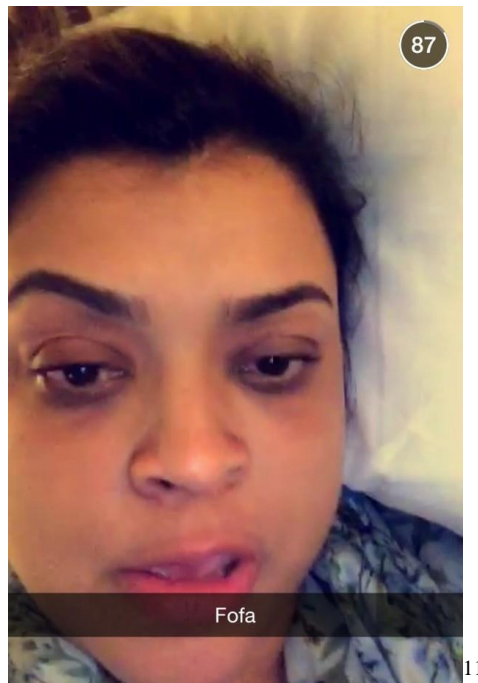
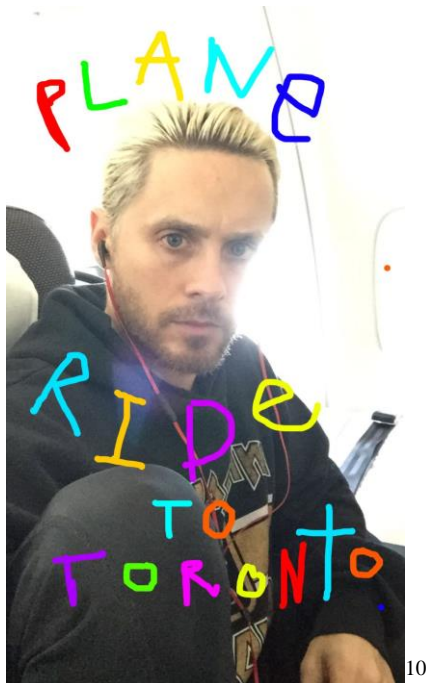
O envio de mensagens efêmeras com informações que deixam de existir permite aos usuários a captura e compartilhamento de momentos temporários ao invés de imagens permanentes. Aparentemente, há uma proliferação destes aplicativos com informações que desaparecem e com mecanismos de auto-destruição. As informações se tornam ao mesmo tempo descartáveis e de curto prazo. (CHARTERIS, 2014)

Essa possibilidade de maior privacidade proveniente da efemeridade das informações é apontada como o motivo do *Snapchat* ter se popularizado nos últimos anos. Segundo estatísticas divulgadas no *PhotoWorld*, ele já conta com 200 milhões de usuário. Embora o valor impressione, concorrentes como o *Facebook* (1,39 bilhão de usuários) e o *Whatsapp* (700 milhões de usuários) são ainda mais populares. O grande diferencial entre essas redes está na forma como os usuários se relacionam com elas: embora tenha menos participantes, o *Snapchat* tem um volume de compartilhamento de fotos muito maior do que dos adversários: enquanto o *Snapchat* tem 8796 fotos compartilhadas por segundo, o *Facebook* tem 4501 e o *Whatsapp* 8102. Já as focadas em fotos, *Instagram* e *Flickr*, ficaram em quarto e quinto lugar, com 810 e 41 fotos por segundo.

Assim como elas, o *Snapchat* é uma rede de relacionamentos que permite adicionar amigos e enviar conteúdo para eles. Ela agrega o que se viu de mais eficaz em outras redes como Twitter e Instagram principalmente. As fotos e vídeos têm como objetivo passar a mensagem de forma eficaz e rápida fazendo uso de pouco texto. Essas características agregadas à efemeridade das postagens permitem que o *Snapchat* seja usado com diversos objetivos. Dentre eles, o serviço tem sido conhecido por ser largamente utilizado para enviar fotos e vídeos com conteúdo sexual, uma vez que a privacidade permitida pela rede faz com que seus usuários se autocensurem menos. O aplicativo, muito utilizado por jovens, acabou fomentando o uso do mesmo para que fossem enviadas fotos e mensagens com conotação sexual. Muitos problemas surgiram a partir da possibilidade de fazer print das imagens e atualmente o aplicativo envia várias mensagens para seus usuários alertando sobre a possibilidade de que isso seja feito.

Além da sexualização dos conteúdos, o *Snapchat* também é usado para a publicidade, divulgação de notícias por agência de notícias, para a criação de diários

virtuais enviados para amigos, piadas, entre outros. Os famosos que usufruem da rede muitas vezes conseguem desvincular a imagem de celebridades que têm se retratando como pessoas “comuns” que também passam por dificuldade e têm uma rotina corrida. O cantor do “30 Seconds to Mars”, Jared Leto, é um exemplo claro: ele utiliza a rede com frequência para postar fragmentos do seu cotidiano que são feitos de forma leve e divertida, sem se preocupar com enquadramento, qualidade e nitidez da imagem e sim com seu conteúdo. Além dele, é possível citar uma lista de celebridades que fazem uso do aplicativo para mostrar “a vida real” ou os “bastidores” não tão apaixonante da fama. No Brasil, a cantora Preta Gil é usuário assíduo e divulga snaps de momentos mais relaxados de sua vida pessoal.



Pensamos, portanto, no *Snapchat* como o maior reflexo da tendência que surge nas redes sociais de tornar um fato ou a expressão momentânea de um dado instantâneo em algo que seja absorvido e descartado quase no mesmo instante em que o conteúdo é compartilhado em rede. A liquidez que se dá nesse processo se difere de outros aplicativos,

¹⁰ Snap do dia 5 de abril de 2015, disponível em <http://lovefrommars.tumblr.com/post/115590070068/jared-letto-snapchat-5-april-2015>

¹¹ Snap disponível em: <https://www.print4me.com.br/blog/wp-content/uploads/2015/05/snapchat-pret-gil.jpg>

de maneira que o registro de conteúdos acaba possuindo muito menos importância do que a espontaneidade da narrativa que é produzida. O descarte dado ao vídeo ou foto produzidos no aplicativo indica uma fragmentação da realidade, em que ela acaba se transformando em resíduos onde “tudo é feito para durar pouco” (SOUZA, 2009, p.7), fazendo com que as narrativas se preocupem em representar momentos finitos da realidade, e não torná-los um registro.

Considerações finais

Ao fim deste artigo entendemos que a discussão sobre novas redes sociais e as formas de narrar-se no mundo contemporâneo devem ser mais profundamente investigadas, uma vez que revelam as novas formas de comunicação entre indivíduos através das tecnologias disponíveis. A análise de dados sobre como esses grupos vêm se representando nas redes sociais podem revelar o que têm sido relevante para esses indivíduos mostrar e como eles vêm se mostrando, nessa forma de comunicação sem precisar da mediação de um veículo de comunicação tradicional o que acaba por gerar novas formas de expressão e uma enorme gama de conteúdos e informações diversificadas.

Entendemos que as redes sociais são lugares de construção de identidades e de criação e afirmação de discursos e narrativas através de textos e imagens sobre a sociedade em que vivemos e sobre quem somos. Entendemos que as novas formas de enxergar o mundo, levando em consideração principalmente os celulares e a internet estão dando para os indivíduos comuns ferramentas para que eles possam por si só criar representações sobre si e falar sobre si em uma nova lógica de tempo e espaço virtual.

Evidentemente, há uma grande transformação acontecendo atualmente no âmbito da fotografia e do vídeo como formas de falar sobre si em um tempo e um espaço diferentes daqueles onde as pessoas se reuniam fisicamente em uma sala para ver álbuns de família ou assistir os vídeos familiares. É interessante pensar nessa mudança, pois a partir do momento que é cada vez mais comum que cada indivíduo tenha sua própria câmera, ou melhor, seu smartphone que permite que instantaneamente essa foto/vídeo seja compartilhada com os amigos com quem o sujeito está conectado, ou seja com sua rede, essa foto se transforma em mensagem e em comunicação e não apenas em um objeto de memória como esse material doméstico e amador foi visto por muito tempo em uma necessidade de registrar e compartilhar cada evento do cotidiano transformando até mesmo a rotina em algo relevante

e passível de ser mostrado ao menos enquanto alguém queira compartilhar e exista alguém que queira abrir janelas pelo celular.

Referências

AGUIAR, Sonia. **Redes Sociais na internet: desafios à pesquisa**. Santos: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2007.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BILTON, Nick. Disruptions: Indiscreet Photos, Glimpsed Then Gone. **The New York Times** (May 6, 2012). Disponível em: <
<http://bits.blogs.nytimes.com/2012/05/06/disruptions-indiscreet-photos-glimpsed-then-gone/>>. Acesso em: 13/06/2015

BOYD, Danah. None of this is real: identity and participation in Friendster. In: KARAGANIS, Joe (ed.). **Structures of Participation in Digital Culture**. New York: Social Science Research Council, 2007(a). p. 132-157. Disponível em: <http://www.ssrc.org/blogs/books/2007/12/31/structures-of-participation-in-digital-culture/>

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M.; CARDOZO, G. **A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política (org)**; Conferência promovida pelo Presidente da República Portuguesa, 2005.

CHARTERIS, Jennifer; GREGORY, Sue; MASTERS, Yvonne. **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). Disponível em: <
<https://e-publications.une.edu.au/vital/access/services/Download/une:17616/SOURCE02?view=true>>. Acesso em: 12/06/2015

DÂMASO, Livia. Snapchat supera Whatsapp, Instagram e Facebook em volume de fotos. **Techtudo**. 11/06/2015. Disponível em: <
<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/06/snapchat-supera-whatsapp-instagram-e-facebook-em-volume-de-fotos.html>>. Acesso em: 12/06/2015.

DOVEY, J. Time slice: web drama and the attention economy. In: GRAINGE, P. (Ed.), **Ephemeral Media**, London: BFI, 2011, p. 138-155.

ELISSON, Nicole; HEINO, Rebecca, GIBBS, Jeniffer. **Managing impressions online: self-presentation process in the online daiting environment**. *Journal of Computer Mediated Communication*. 11ed p. 415-441; 2006.

GARCIA, Miguel **Análisis de redes sociales y medios sociales de Internet**. Usando uma visão para pensar: la estructura de las relaciones em red em Twitter. in FRESNO, Miguel,

MARQUES, Pilar, PAUNERO, David (orgs). Conectados por redes sociales. Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

FELINTO, Erick. **Tecnognose: tecnologias do virtual, identidade e imaginação espiritual.** In Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. EDIPUCRS. Porto Alegre, n. 18, p.15 – 25, agosto de 2002.

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom para você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LÉVY, P. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Dênis de. (Org.). **Por uma outra comunicação:** mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 367-384.

MACHADO, Joicemegue; TIJIBOY, Ana Vilma. **Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem coletiva.** Rio Grande do Sul (UFRGS), V. 3 N° 1, CINTED-UFRGS, Novas tecnologias da informação, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: SENAC, 2001.

MCLUHAM, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1971.

NEVES, Sharon. **O vine e o diálogo audiovisual na cultura participativa.** São Paulo (Ufscar), Ano 5, n. 2, p.32-46, Revista Geminis, 2014.

PINCHOT, Jamie; PAULLET, Karen; ROTA, Daniel. **How mobile technology is changing our culture. (2011).** *Journal of Information Systems Applied Research*, 4(1) pp 39-48. <http://jisar.org/2011-4/> ISSN: 1946-1836.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RETTBERG, Jill Walker. **Seeing ourselves from technology.** Palgrave Pivot, 2014.

SARVAS, Rito, FROHLICH, David. **From snapshots to social media.** The changing picture of domestic photography. Londres: Springer, 2011.

SNAPCHAT. Disponível em: <<https://www.snapchat.com/>>. Acesso em: 06/06/2015

SOUZA, Sérgio Augusto. **As redes sociais e a liquidez na Sociedade 140 bytes: sob os olhos da Coruja de Minerva.** XIV Semana de Letras da Universidade Federal do Amazonas, outubro de 2009.

How big is Snapchat? **Photoworld.** Disponível em: <<https://photoworld.com/how-big-is-snapchat/>>. Acesso em: 12/06/2015.