
Lenses: Ferramenta Criativa e Influenciadora do Snapchat¹

Ana Carolina de Amorim FERNANDES²
Ronaldo Bispo dos SANTOS³
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

RESUMO

Este artigo decorre do projeto de pesquisa *Redes Sociais Digitais, Criação e Fruição Estéticas: novas formas de entretenimento no ciberespaço*, que acolhe iniciações científicas que investigam diferentes formatos de postagem criativa em redes sócio-estética digitais. Na pesquisa foram analisadas as influências das funcionalidades do Snapchat para a interação de usuários na Internet. No presente documento são apresentadas análises parciais sobre a importância da ferramenta *Lenses* para as comunidades *online* e influências nas postagens criativas, como nos memes e outros conteúdos humorísticos.

PALAVRAS-CHAVE: *Lenses*; Snapchat; Cibercultura; Entretenimento; Redes Sociais Digitais.

INTRODUÇÃO

O ciberespaço comporta comunidades que estimulam a comunicação de diversos nichos de usuários. Tais comunidades podem ser exemplificadas através das redes sociais na Internet, que a medida que evoluem, oferecem mais suportes criativos para proporcionarem a interação *online* atrativa a seus usuários. Com a tecnologia em expansão, os grupos de desenvolvedores de redes sociais digitais utilizam essa agilidade na tentativa de criar ferramentas que geram resultados que mexam com o lúdico e com a imaginação dos grupos de usuários.

Nem todas as ferramentas que compõem tais comunidades auxiliam na projeção e resultados criativos. Porém, as apostas em ferramentas que instigam essa criatividade, aliadas ao humor, irreverência e estética, ou até mesmo, a desconstrução dessa estética, acabou conquistando um nicho fiel na Internet. Trazendo assim a impressão de que uma ideia foi aceita e propagada.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Ufal - AL, email: ca.amorimf@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Prof. Dr. do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas - UFAL, coordenador do grupo de pesquisa em Estéticas da Comunicação (CNPq), email: ronaldo.bispo@ichca.ufal.br.

Quando se pensa em ciberespaço, Lévy (1999) já o interpretava como um meio de interação. Um lugar onde são dispostas ferramentas que auxiliam na comunicação interativa e o denominou como um espaço de inteligência coletiva. Quando pensamos nas ferramentas desses lugares onde há propagação da inteligência coletiva, ou seja, nas redes sociais digitais que proporcionam meios para se criar um objeto criativo por meio da interação, Lévy o expõe da seguinte maneira:

Tais simulações podem servir para testar fenômenos ou situações em todas suas variações imagináveis, para pensar no conjunto de consequências e de implicações de uma hipótese, para conhecer melhor objetos ou sistemas complexos ou ainda para explorar universos fictícios. (LÉVY, 1999, p.67)

Lévy aponta ainda que esses espaços online são uma extensão social do mundo *off-line* e que por possuir esse viés, a inclusão e a exclusão em grupos de usuários depende da interação ou da falta dela: “torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura, se não quisermos ficar para trás, e tende a excluir de maneira mais radical ainda aqueles que não entraram no ciclo positivo da alteração, de sua compreensão e apropriação” (LÉVY, 1999, p.30).

Esse pensamento é reforçado por Recuero (2003) em suas afirmações sobre laços sociais nas redes sociais na Internet. Quando ela expõe que os usuários em rede são responsáveis pela evolução das comunidades digitais por meio das interações entre outros usuários e com o auxílio das ferramentas impostas.

Essa linha de pensamento leva a crer que o próprio ciberespaço, como uma extensão da realidade *off-line*, contém vários lugares onde os usuários podem identificar onde se encontra o seu gosto pessoal e onde ele deseja dedicar parte de seu tempo. Sua intenção, muitas vezes, parte da vontade de se integrar àquele espaço e sua vivência nesse âmbito leva a descobertas, adequações e aperfeiçoamentos que resultam na evolução criativa em rede. E mesmo que não haja a intenção, essa evolução torna-se parte natural do processo causado pela inteligência coletiva, laço social ou simplesmente interação de usuários.

Essas dinâmicas são dependentes das interações que abarcam uma rede e podem influenciar diretamente sua estrutura. Como Watts (2003) afirmou, não há redes ‘paradas’ no tempo e no espaço. Redes são dinâmicas e estão sempre em transformação.

Essas transformações, em uma rede social, são largamente influenciadas pelas interações. (RECUERO, 2003, p.79)

Recuero (2003) ao citar Nicolis e Prigogine (1989) ainda aponta que os caminhos que esses laços podem levar, além do caminho traçado a um objeto criativo, como já citado anteriormente, podem causar “ordem, caos, agregação, desagregação e ruptura”. Abrindo assim, um leque de possibilidades.

Essa exploração do ciberespaço constitui-se também como um indicio da busca pelo lazer; pelo descanso dos usuários em rede, é o que afirma Viana (2011). Quando se fala especificamente das redes sociais digitais, elas além de oferecerem meios para auxiliar no trabalho, também estimulam a despreteniosidade.

Ao lado dos processos técnicos encontramos a afirmação dos processos irracionais (desejos, afetos, excessos) que se encontram potencializados pelos novos recursos tecnológicos (Lemos, 2004), ao mesmo tempo em que o lazer firma-se como um valor na contemporaneidade. (VIANA, 2011, p.3)

Então, já que as comunidades em redes sociais digitais estimulam a prática do lazer, os usuários sentem-se à vontade para se expressarem da forma que desejarem. As ferramentas dispostas atuam como alternativas para incrementarem a imagem que o usuário deseja exibir.

E para exemplificar as ferramentas nas comunidades *online* que estimulam a expressão criativa dos usuários em rede, serão analisados os *Lenses*, também conhecidos como filtros animados, dispostos no aplicativo Snapchat.

A escolha do objeto pode ser justificada através da sua popularidade, influência e utilização de tecnologia avançada em uma rede social digital para a prática de postagens voltadas a efemeridade. Na rede social em questão, a disposição da ferramenta dos filtros, também atua como um suporte para a interação dos usuários da rede e a para propagação das postagens criadas por meio desse suporte em outras redes sociais digitais, apontando assim, uma tendência de postagens criativas.

SNAPCHAT, RUPTURA DE PADRÕES E LENSES

O Snapchat é uma rede social digital exclusiva para ser utilizada em dispositivos móveis como *smatphones* e *tablets*. A comunidade foi fundada em 2011 por Evan

Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, antes estudantes da Universidade de Stanford. O aplicativo hoje é disponível para versões recentes dos sistemas operacionais Android e ISO, é gratuito e atualmente possui 158 milhões de usuários diários, de acordo com a Snap Inc., empresa que administra o Snapchat.

A funcionalidade do Snapchat gira em torno do envio e compartilhamento de imagens e vídeos que, após um determinado período, somem. Nas imagens ou vídeos podem ser adicionadas figuras, emojis, frases, pequenos textos e até desenhos, que podem ser feitos por meio da disposição de um pincel aos modos do programa *Paint*⁴. Tais funcionalidades estimulam as experimentações dos usuários do Snapchat, dão suporte a criatividade e cada usuário pode criar um objeto que resulte na diversão e na propagação da efemeridade em rede.

Diferentemente de uma rede social mais antiga, como o Facebook⁵, por exemplo, a proposta que o Snapchat trouxe em 2011 foi a de aproximar a sensação de viver uma experiência do mundo *off-line* no universo do ciberespaço de uma forma mais rápida e íntima. Essa experiência, então, consta em ser apenas compartilhada e não armazenada, devido ao fato de que as imagens e vídeos somem da rede depois de um tempo. Apesar do Snapchat agora possuir uma ferramenta ao estilo de uma nuvem, que armazena conteúdos produzidos no aplicativo, a proposta do compartilhamento de um instante permanece firme.

E além desse diferencial, o investimento em uma nova tendência de filtros animados em fotos, em tempos em que as *selfies*⁶ se proliferaram, tomou uma dimensão que ultrapassou a exposição e o conhecimento das imagens incrementadas apenas no nicho mantido na rede social digital em questão.

Em setembro de 2015 a rede social voltada a dispositivos móveis divulgou a novidade dos filtros animados aos seus usuários, denominados pelo Snapchat de *Lenses*. Até então, os usuários do Snapchat brincavam com as ferramentas de desenhos, adição de emojis, frases e filtros que modificavam a luminosidade da imagem. Com a chegada dos *Lenses*, o aplicativo expôs seu interesse em explorar a tecnologia da identificação facial.

⁴ *Software* disponível nos computadores *Windows*.

⁵ Rede criada em 2004.

⁶ Fotos que o usuário tira de si mesmo. Em 2013 foi eleita a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. Fonte: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/11/selfie-e-eleita-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.html>.

Figura 1 – Interface da Ferramenta *Lenses*



Fonte: <http://www.tubefilter.com/2015/11/13/snapchat-lenses-store-99-cents/>

Na imagem acima é possível perceber a conclusão do procedimento. O usuário para ter acesso ao recurso, entra no perfil na rede, acessa sua conta e a tela principal no modo câmera é iniciada. Para localizar os Lenses, basta o usuário posicionar o rosto em direção a câmera, pressionar o dedo na tela e então os filtros aparecem sequenciados na parte inferior do dispositivo.

O aplicativo dispõe de 18 filtros e alguns deles são renovados todos os dias. Além dos filtros que sempre aparecerem, a rede ainda realiza parcerias com marcas para a promoção de produtos através dos filtros exclusivos. Essas marcas, em muitos casos, são de produções cinematográficas que entrarão em cartaz, seriados de TV que irão estreiar, cantores ou bandas que irão lançar músicas ou álbuns novos. O primeiro filtro animado voltado de uma marca que fez parceria com o aplicativo foi do filme *Peanuts*, que à época, estava prestes a estreiar nos cinemas.

Os Lenses podem ser utilizados tanto em retratos, fotografias como em vídeos. Alguns deles, além de acrescentar ícones visuais também modificam a voz dos usuários que estiverem fazendo uma filmagem. A modificação na voz varia entre manipulações que a deixam grave ou aguda.

Para que o usuário utilize a ferramenta de forma completa, em alguns filtros, ele ainda precisa obedecer a comandos. Há *Lenses* que para mostrar algum artifício precisa que o usuário interaja com o recurso. Quando isso precisa ser feito, aparece uma mensagem na tela pedindo para que o usuário realize algum movimento, como no caso do filtro da imagem acima, onde o usuário precisa abrir a boca para que o arco-íris apareça.

Alguns dos filtros também emitem sons, música e outros podem ser utilizados em dupla. Nesse recurso, o aplicativo incentiva para que as relações interpessoais possam ser realizadas também no mundo *off-line*. Uma *selfie* que o usuário tira com um amigo, pode ser incrementada com artifícios dos filtros animados. A tecnologia do aplicativo chega a reconhecer os dois rostos e então o filtro é adicionado para os dois usuários.

Ao refletir sobre a ampla interação nas redes sociais digitais, Inocêncio e Paiva (2014) alegam à causa ao surgimento da web 2.0, que possui meios para que a interação entre as pessoas seja mais dinâmica e a utilização das redes sociais na Internet sejam mais intensas, tudo isso, graças aos mecanismos criativos, avanço da tecnologia, barateamento dos dispositivos e propagação dos *smartphones* e *tablets*, que passaram a atrair cada vez mais usuários à rede.

Essa participação caracteriza-se, como aponta Shirky (2011), por cidadãos conectados em círculos colaborativos que promovem o compartilhamento de ideias e projetos, a ser realizados com o coletivo. Nesse ambiente efervescente, os grupos reunidos percebem que querem mudar a maneira como se desenrolam os diálogos públicos e descobrem que possuem meios de fazê-lo. (INOCÊNCIO E PAIVA, 2014, p. 3 e 4)

POLÊMICAS

Apesar de todo o divertimento propagado pelos *Lenses*, a ferramenta já passou por polêmicas entre os usuários e tais fatos repercutiram nos veículos de comunicação. Os filtros que imitavam o cantor de reggae Bob Marley, a expressão facial dos asiáticos e um filtro que acrescenta flores a cabeça dos usuários, foram motivos de retaliações.

Em abril de 2016, usuários acusaram o Snapchat de promover o racismo com a prática do *blackface*⁷. O Snapchat, na época, se defendeu alegando que a lente havia sido lançada em parceria com o espólio do cantor e como uma homenagem ao artista, sem a intenção de ofender.

Em maio do mesmo ano, a polêmica girou em torno do filtro coroa de flores. Usuários repercutiram nas redes sociais digitais mensagens alegando que o filtro embranquecia a pele dos usuários. Favorecendo, assim, a cor de pele branca. Outros tantos atores da rede discordaram e o Snapchat preferiu não se pronunciar sobre as discussões.

⁷ Imitação de negros de forma pejorativa.

Meses depois, em agosto, a terceira polêmica girou em torno da novidade do filtro que reproduz semblante asiático. Muitos usuários, também por meio de redes sociais, demonstraram desconforto com a lente e acusaram, novamente, o Snapchat de reproduzir racismo, dessa vez, por meio da *yellowface*⁸. Posteriormente, o filtro foi retirado do aplicativo e para o portal The Verge, o Snapchat alegou que a ideia surgiu inspirada nos animes⁹.

Na intenção de o usar o humor como ferramenta de promoção de uma rede social digital foi constatado que o Snapchat cometeu deslizes em sua proposta ao utilizar piadas de mau gosto. A interação entre os usuários do aplicativo causou um alerta que fez com que a rede social digital em questão tomasse providências para promover o bem-estar social na comunidade online. Ao citar Camponelli (2010), Inocêncio e Paiva (2014) expõem esse pensamento:

Esse processo de seleção memética, aninhada na mente dos indivíduos, influencia decisões e direciona condutas, tornando-se parte de seus costumes por meio de multiplicações de uma herança social. (INOCÊNCIO E PAIVA, 2014, p.6)

Apesar dos desconfortos, o Snapchat conseguiu fazer com que os objetos produzidos em sua rede fossem espalhados em outras redes da Internet, sejam elas redes sociais digitais propriamente ditas ou portais de notícias. E sejam esses conteúdos polêmicos ou divertidos.

Desde que os *Lenses* foram lançados, passou a ser comum usuários do Snapchat que possuem contas em outras redes sociais digitais salvarem suas imagens ou vídeos em seus dispositivos móveis incrementados com os filtros animados para compartilharem em outras plataformas. De maneiras indiretas, esses agentes acabaram atuando em prol da propagação dos conteúdos produzidos no aplicativo.

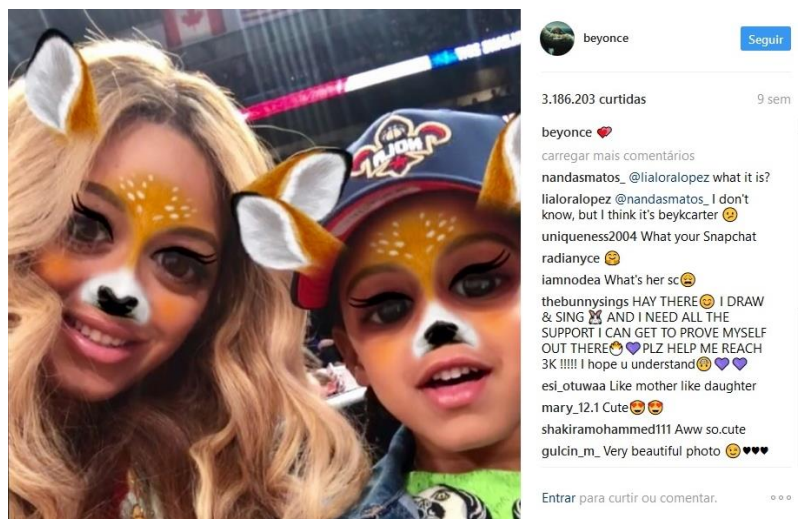
Além dos usuários comuns, pessoas famosas, também passaram a aderir ao movimento e compartilharam suas imagens divertidas tanto no Snapchat como em outras redes sociais na Internet. Em pouco tempo, passou a ser comum navegar pelo Facebook e Instagram, concorrentes do Snapchat, e encontrar imagens ou vídeos de conteúdos produzidos no Snapchat. Para os mais atentos, ao se deparar com o conteúdo, já era possível identificar sua origem.

⁸ Imitação do semblante asiático de forma pejorativa.

⁹ Filmes de animações asiáticos.

Na imagem abaixo, segue um exemplo. Na foto estão a cantora Beyoncé e sua filha Blue Ivy. No dia 22 de fevereiro de 2017, a cantora postou a imagem, modificada no aplicativo Snapchat, em sua conta no Instagram.

Figura 2 – Postagem de um famoso com o filtro animado do Snapchat



Fonte: <https://www.instagram.com/p/BQ3sxNHgOSA/?taken-by=beyonce>

Essa fórmula cativa de imagens sendo modificadas através de tecnologia que proporciona humor, e ainda com a possibilidade de propagar a ideia em outras comunidades *online*, fez com que os *Lenses* fossem adquiridos, também, como ferramentas para a produção de memes. E sobre esse tipo de postagem na Internet, Inocêncio (2016) afirma:

Considerados artefatos da cultura pop (INOCÊNCIO, 2015), os memes digitais podem fornecer indícios acerca de como assuntos midiáticos cotidianos podem se entrelaçar como discursos públicos e mobilizar milhões de pessoas, funcionando como micronarrativas colaborativas, carregando, assim, tanto o DNA dos produtos midiáticos dos quais se originaram quanto as identidades sociais dos indivíduos e ou grupos que os compartilham. (INOCÊNCIO, 2016, p. 1)

POSTAGENS CRIATIVAS

Em 17 de abril de 2016, dia em que a Câmara dos Deputados foi favorável a instauração do processo de *Impeachment* da, até então, presidente da república, Dilma

Rousseff, foi gerada uma grande discussão tanto no mundo *off-line* como no universo *online*. Em meio a transmissão da votação, textos contra e a favor do afastamento da presidente e entre brigas inflamadas, muitos usuários viram no humor uma saída para se distrair ou incrementar discussões *online*.

Entre os mais diversos memes que foram propagados em rede, os memes produzidos através do Snapchat também ganharam atenção. No exemplo a seguir é demonstrada essa dimensão. A imagem é do perfil @humdaora, da rede social Twitter, e enquanto a votação na Câmara avançava, o usuário utilizou os *Lenses* do aplicativo em direção a sua televisão, para brincar com a imagem dos deputados federais Eduardo Cunha e Rogério Rosso, como forma de ridicularizá-los e fazer com que outros usuários da rede achassem engraçado. Esse exemplo acaba se encaixando também, no que já foi citado anteriormente, na imagem produzida no Snapchat ser replicada em redes sociais digitais de sua concorrência.

Figura 3 – Meme criado com *Lenses*



Fonte: <https://twitter.com/humdaora/status/721828808416960512>

É notável o sucesso da brincadeira através da quantidade de replicações, ou *retweets*, e curtidas, que a postagem recebeu. Tendo recebido 2,2 mil *retweets* e 1,8 mil curtidas. Atualmente o usuário @humdaora possui 2,7 mil seguidores no Twitter. Contagem semelhante não é possível ser realizada no Snapchat por se tratar de uma rede

que não divulga abertamente o número de seguidores de seus usuários. Porém, a quantidade de visualizações do conteúdo compartilhado na rede é possível de ser identificada para o usuário que a postou. Esse usuário em questão, mede o sucesso dos seus posts através da numeração que aparece apenas para ele. Uma das usuárias mais famosas do Snapchat, a advogada maranhense Thaynara Oliveira Gomes, conhecida da rede pelo apelido de thaynaraog, divulgou em agosto do 2016, a revista Glamour, que um post seu chegava a atingir 600 mil visualizações.

Além do meme criado durante o processo de votação do *Impeachment*, no mês seguinte ao episódio, em maio de 2016, surgiu um perfil no Tumblr onde o usuário utilizou o espaço para divulgar imagens de Michel Temer com filtros do Snapchat. A página snaptemer.tumblr.com tem em sua descrição a frase “um snapchat decorativo” para fazer alusão ao fato de que Temer havia assumido a presidência como presidente interino e que não poderia assumir inteiramente a presidência até o processo de Dilma ser finalizado. A brincadeira também visou ridicularizá-lo e virou notícia na revista Galileu.

Seguindo a tendência de filtros sendo utilizados em procedimentos e figuras relacionadas a política, o atual presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump, também ganhou várias versões de imagens suas com a aplicação dos filtros, assim como sua concorrente nas eleições americanas, Hilary Clinton.

Para diversificar os exemplos, o filtro *face swap*, utilizado em dupla para resultar na troca dos rostos dos usuários e o filtro de cachorrinho, também foram memetizados na Internet. O primeiro ganhou repercussão devido a criatividade dos usuários, que trocavam de rosto com bebês, animais de estimação, bonecos e até desenhos, causando uma aparência que ia do engraçado ao assustador. E quanto ao filtro do cachorrinho, alguns usuários chegaram a publicar nas redes sociais digitais seus animais de estimação, como por exemplo um gato, com um filtro de cachorro.

Ao citar Wadak e Reisinge (2001), Inocêncio (2016) assemelha as características dos memes a teoria dos símbolos coletivos. A partir dela acredita-se que os símbolos são metáforas linguísticas construídas para a compreensão dos membros de uma mesma comunidade e, além disso, Inocêncio (2016) exprime que a linguagem dos memes hoje em dia expõe referências em comum àqueles que compreendem a brincadeira.

A cultura pop, assim, serve como uma linguagem através da qual as pessoas podem se comunicar umas com as outras de uma forma lúdica e envolvente. Ao apropriar-se de ícones dela que fazem parte do cotidiano e de certa memória afetiva compartilhada, os integrantes se utilizam desse universo representativo para ironizar um acontecimento ou situação específica da atualidade. (INOCÊNCIO, 2016, p.2)

Além dos memes criados nas ferramentas do Snapchat, um outro tipo de conteúdo criativo surgiu dentro do aplicativo. A escritora e usuária Camila Fremder, conhecida na comunidade como cafremder, criou um seriado com a ferramenta *Lenses*. Nas postagens ela interpretava os personagens da série que criou e para cada um deles escolhia um filtro diferente para caracteriza-los.

Todos esses tipos de postagens refletem que as ferramentas do aplicativo instigam a criatividade de cada membro e os fazem propagar a ideia em outras comunidades *online*.

INFLUÊNCIAS E ALCANCE

Meses antes do recurso *Lenses* ter sido adotado pelo Snapchat, um aplicativo, até então disponível apenas para aparelhos IOS, havia sido lançado com a mesma proposta dos filtros animados. O aplicativo em questão trata-se do MSQRD (Masquerade), lançado em março de 2015. Diferentemente do Snapchat, ele não é uma rede social, é caracterizado apenas como um *software* para tirar fotos com filtros divertidos e poder publicá-las em outras redes sociais digitais. O MSQRD inclusive possui um botão que faz com que os conteúdos produzidos nele sejam imediatamente direcionados ao Instagram ou ao Facebook. Além do MSQRD existem também o Face Swap Live, Face Swap Both, Face App e entre outros. A existência desses aplicativos, revela uma aposta do mercado das redes sociais digitais em postagens que remetem a criatividade e ao bom humor.

Porém, ao contrário dos aplicativos citados, o Snapchat em 2015 já possuía uma grande popularidade. De acordo com o site We Are Social, em fevereiro de 2013 os usuários do Snapchat já trocavam cerca de 60 milhões de snaps por dia. No mês de maio do mesmo ano, o aplicativo contabilizou 150 milhões de snaps enviados e devido a esses grandes números, Mark Zuckerberg, dono do Facebook, ofereceu US\$ 3 bilhões

pela marca. Os detentores do Snapchat preferiram recusar a oferta e seguir independentes.

Em 2014, a comScore apontou o Snapchat como o terceiro aplicativo mais popular entre os jovens com idade entre 18 e 35 anos e até 2016 as visualizações de snaps no Snapchat tiveram um grande crescimento.

O We Are Social informou que em maio de 2015 as visualizações de conteúdos no Snapchat eram de 2 bilhões por dia; em janeiro de 2016 chegou a 7 bilhões de visualizações por dia e em março do mesmo ano o aplicativo passou para 8 bilhões de visualizações por dia. É possível notar que entre maio de 2015 e janeiro de 2016, o Snapchat conquistou 5 bilhões de novas visualizações. Coincidentemente, neste período o aplicativo havia adotado os *Lenses* em suas funcionalidades. Foi um período também em que houve a amplificação de aplicativos que possuem características semelhantes. Dessa forma, é possível perceber que essa forma de conteúdo estava sendo aprovada, usufruída, compartilhada e explorada.

O portal *We Are Social* ainda divulgou outro dado interessante sobre o crescimento do Snapchat. Segundo o portal, os 8 bilhões de visualizações que o Snapchat alcançou em março de 2016, foi a mesma quantidade de visualizações que o Facebook possuía.

Desse modo, pouco tempo depois, ainda em março de 2016, o Facebook anunciou a compra do aplicativo MSQRD para incrementar sua rede. A tática adotada por Mark Zuckerberg foi simples. Integrar funcionalidades de uma marca concorrente, nesse caso o Snapchat, em seus produtos.

Em agosto de 2016, o Instagram, marca que também pertencente a Mark Zuckerberg, recebeu a função *Stories*, onde o principal investimento foi nas imagens e vídeos que somem após 24h. Algumas figuras ficaram disponíveis para que os usuários da rede pudessem enfeitar seus conteúdos, além de alguns filtros e integração do aplicativo Boomerang. Em janeiro de 2017 foi divulgado que a nova função do Instagram teria atingindo 150 milhões de usuários ativos em apenas quatro meses.

Em fevereiro de 2017 o aplicativo Whatsapp, onde Zuckerberg também é detentor, aplicou o *Stories* em sua funcionalidade. A dinâmica seria a mesma das fotos com prazo para sumirem. Em março de 2017, foi a vez do Messenger, com adição de algumas figuras e filtros para incrementar os conteúdos e no final do mesmo mês, foi a vez do Facebook. A rede social com o maior número de usuários, hoje com 1,6 bilhões

de membros, aplicou não só a funções de conteúdos temporários, filtros, adesivos, emojis, como também, com os filtros animados.

Segundo divulgado no portal Tecnologia do IG, o Snapchat teve um crescimento 82% mais lento no início de 2017 do que o início do ano anterior. No primeiro semestre de 2016, o aplicativo atingiu 122 milhões de usuários ativos por dia, o crescimento foi apontado como de 14% em relação ao ano de 2015. No segundo semestre de 2016, a rede atingiu os 143 milhões de usuários diários, com crescimento de 17,2%. E no terceiro trimestre de 2016, o Snapchat cresceu 7%, com 153 milhões de usuários ativos.

Porém, apesar da desacelerada em crescimento, o Snapchat ainda possui uma vantagem de 8 milhões de usuários a mais que o Instagram.

De todo o modo, as funcionalidades do aplicativo conquistou um nicho de usuários e esse avanço levou a uma mudança de visão para seus concorrentes. Os *Lenses* foram propagados na rede, incentivando os membros das comunidades digitais a postarem *selfies* ou retratos despreziosos, postagens caracterizadas como bem-humoradas, direcionadas a momentos de lazer. E essa ideia, faz com que possamos atribuir uma relevância para o Snapchat. O futuro desse aplicativo ainda é incerto, porém sua inovação permanecerá na história das redes sociais digitais.

CONCLUSÕES FINAIS

Com a adoção do recurso dos filtros animados, chamados no Snapchat de *Lenses*, a rede social digital disponibilizou uma ferramenta que foi bem aceita por seus usuários. A ideia foi utilizada e propagada não apenas no Snapchat como também em outras redes sociais da Internet, demonstrando assim, que o nicho do aplicativo promovia, mesmo que indiretamente, a rede movida à efemeridade. E que apesar de episódios que resultaram em polêmicas, esses mesmos membros, ajudaram a evoluir a rede a qual eles fazem parte.

Os *Lenses*, por meio do seu viés criativo, puderam também, inspirar os membros da comunidade *online* a exercitar suas ideias. De repente, a ferramenta foi tão bem aceita que passou a ser usada para produzir memes e até mesmo outras postagens criativas, a exemplo de um seriado. Aplicativos semelhantes também entraram em evidência e a junção das funcionalidades que fazem parte a rede Snapchat, fez com que o aplicativo se tornasse um meio crescente. Esse crescimento e propagação da marca,

fez com que o dono da maior rede social digital da atualidade, se sentisse ameaçado e renovasse seus produtos.

Os *Lenses* foram um dos responsáveis pela relevância da ideia que o Snapchat trouxe ao mercado das redes sociais digitais e influenciou não só seus membros, como marcas, aplicativos e as ferramentas que as redes sociais do ciberespaço dispõem a suas comunidades de usuários.

REFERÊNCIAS

AGRELA, Lucas, Snapchat ainda tem uma vantagem sobre o Instagram. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/snapchat-ainda-tem-uma-vantagem-sobre-o-instagram/>>. Acesso em 12 de março de 2017.

COSSETTI, Melissa Cruz. Facebook lança Messenger Day, após Whatsapp Status e Instagram Stories. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2017/03/facebook-libera-messenger-day-para-todos-um-novo-rival-para-o-snapchat.html>>. Acesso em 5 de abril de 2017.

FREMDER, Camila, O Caos que virou dividir o Snapchat com 6 pessoas. Disponível em: <<http://camilafremder.com.br/os-caos-que-virou-dividir-o-snapchat-com-6-pessoas/>>. Acesso em 15 de abril de 2017.

G1, Filtro de Bob Marley do Snapchat tem repercussão negativa na Internet. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/filtro-de-bob-marley-do-snapchat-tem-repercussao-negativa-em-redes-sociais.html>>. Acesso em 10 de abril de 2016.

Glamour, Thaynara OG fala sobre a fama pós Snapchat: “O feedback dos seguidores é a minha maior alegria”. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Celebridades/noticia/2016/08/thaynara-og-fala-sobre-fama-pos-snapchat-o-feedback-dos-seguidores-e-minha-maior-alegria.html>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

IG, Crescimento do Snapchat desacelerou 82% após lançamento do Instagram Stories. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/2017-02-09/instagram.html>>. Acesso em 10 de abril de 2017.

INOCÊNCIO, Luana. “*This is Zuera!*”: *nonsense, ironia e consumo de humor nos memes de Internet*. Caruaru: Intercom, 2016. Periódicos – PPGC / UFPB. PDF. 20 de janeiro de 2017.

INOCÊNCIO, Luana; PAIVA, Cláudio. *Cognição, linguagem e entretenimento na cultura digital: o tiopês como nova gramática dos memes*. João Pessoa: Temática, 2014. Periódicos - PPGC / UFPB. PDF. 13 de dezembro de 2016.

KRISHNA, Rachael, As pessoas acham que os filtros de beleza do Snapchat estão deixando suas peles mais claras. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/krishrach/as-pessoas-acham-que-os-filtros-de-beleza-do-snapc?utm_term=.adyYlawYjA#.jqkV4dBVwN>. 10 de abril de 2017.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999. (Edição brasileira). 231 p.

MOREIRA, Isabela, Tumblr do dia: Michel Temer com filtros do Snapchat. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/blogs/buzz/noticia/2016/05/tumblr-do-dia-michel-temer-com-filtros-do-snapchat.html>>. Acesso em 30 de março de 2017.

MULLER, Leonardo. Messenger lança filtros e ferramentas de desenhos para fotos, como Snapchat. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/facebook/112779-messenger-lanca-filtros-ferramentas-desenho-fotos-tipo-snapchat.htm>>. Acesso em 15 de abril de 2017.

PAYÃO, Felipe, Snapchat é acusado de racismo por causa do filtro chinês. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/108378-snapchat-acusado-racismo-causa-filtro-chines.htm>>. Acesso em 10 de abril de 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. (Coleção Cibercultura). 206 p.

TORRES, Renata, Snapchat e o Futuro. Disponível em: <<https://wearesocial.com/br/blog/2016/03/snapchat-futuro>>. Acesso em 2 de abril de 2017.

VIANA, Juliana Alencar. **Os Estudos do Lazer e da Comunicação: Aproximações entre o “Técnico” e o “Estético” na Rede**. Curitiba: Revista de Estudos da Comunicação, 2011. Periódicos – UFMG, 2010. PDF. 12 de março de 2017.