

#NoFilter? Entre O Real E O Digital: Impacto Do Aplicativo SNOW Na Individualidade Estética¹

Bruna Layara Alves da SILVA²
Rannyson Mykael da Silva MOURA³
Vitória de Araújo MARTINS⁴
Jéssica de Oliveira FERNANDES⁵

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

Até a Segunda Guerra Mundial, o consumidor era acionado, em suma, pela sensação de necessidade e sobrevivência, usufruindo de objetos ou entretenimento como algo mecânico e sem muito propósito individual, o que mudou conforme todo o processo de globalização. Atualmente a população passa a procurar algo que vai além do ter, sentir: uma linha tênue entre sentir prazer e/ou precisar de determinado objeto de compra. Seguindo a linha de raciocínio de Lipovetsky (2015), a nova era de consumo funciona mais como um registro emocional do que competitivo, ou seja, menos corrida no status social e mais sensações e distrações emocionais. O comportamento dentro do aspecto de consumo foi se modificando na contemporaneidade com pequenos detalhes tecnológicos. A mesclagem entre o novo e o clássico conceito estético coincidem constantemente, promovendo um viés pluri-identitário individual. Um exemplo disso é a maior utilização de filtros faciais em redes sociais famosas, como é o caso do aplicativo de origem sul-coreana, SNOW. O uso dessas máscaras acabam surtindo um efeito ambíguo na identidade dos usuários, ao passo que também o define. Dessa forma, a pesquisa em questão tem como objetivo principal analisar e questionar a naturalização de filtros artificiais no aplicativo SNOW, estabelecendo um diálogo entre perspectiva virtual e humana. De forma mais específica, é necessário, antes de mais nada, fazer leituras que falem sobre o ambiente virtual e a necessidade cada vez mais urgente de

¹ Trabalho apresentado no IJ05 - Comunicação Multimidiática do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UERN, e-mail: bruna.layara5@gmail.com

³ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UERN, e-mail: rannyson.m@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UERN, e-mail: vitorinharauj@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Mestre em Ciências Humanas e Sociais, e-mail: jessicaolif@gmail.com

utilizar os filtros como forma de ficar diferente e seguir um padrão. No caso do SNOW, qual é sua particularidade que o dá destaque em relação a outros aplicativos semelhantes? A partir disso e delimitando o foco no objeto, mostra-se necessário o estudo da plataforma a fundo para explorar suas funções de forma prática e entender os efeitos que ela pode ter na mente dos usuários. Para isso, é importante definir como estratégia metodológica o estudo de caso, já que o método é ideal para estudos que lidam com etapas de análise do objeto em profundidade e exposição de ideias, relacionando o caso em questão com o todo, assim como é trabalhado por Yin (2001) e Ventura (2007). De forma mais específica, a análise de conteúdo se mostra como um procedimento necessário, já que para a pesquisa em questão é indispensável estudar as funções do SNOW como forma de entender as possibilidades que o aplicativo traz ao usuário através dos filtros, figurinhas e demais funcionalidades. Para Bardin (1977), o principal objetivo da análise de conteúdo é o desvendar crítico, ou seja, não apenas listar o que o objeto tem a oferecer, mas observar quais as implicações que ele tem na vida do usuário. Além disso, o estudo também requer um levantamento bibliográfico e, para isso, Zygmunt Bauman (2008) se mostra como o principal expoente literário, já que o autor discute sobre as relações interpessoais na modernidade e a liquidez entre elas, fazendo total relação com o SNOW e o uso de filtros como forma de se sentir aceito em um grupo, cujo sentimento também encontra apoio nos diálogos levantados por Lipovetsky (2015) sobre o compartilhamento de informações nas redes sociais e as exigências feitas pelas mesmas de um mesmo padrão visual — que, se for ignorado, resulta na exclusão de um grupo que, aparentemente, todos fazem parte. Um outro fator que pode levar a esse resultado é a lentidão, como discutido por Ingrid Lacerda (2017): no ambiente digital, tudo é muito rápido e só se mantém em alta quem está atualizado o tempo todo, já que as tendências mudam com frequência ao redor do mundo todo. Como o SNOW é um aplicativo digital e que leva o público a compartilhar conteúdo através do próprio celular, torna-se necessário estudar Pierre Lévy (1999), já que seus debates revolucionários sobre o ciberespaço e a cibercultura nos ajudam a conceituar, de forma mais ampla, como o indivíduo lê e sente o ambiente digital enquanto propaga o seu ponto de vista e consome também a perspectiva dos outros. Afinal, é com base também nos estudos de Stuart Hall (1992) sobre a globalização e compartilhamento de costumes a nível mundial que fundamentamos a pesquisa, tendo em vista que o SNOW,

um aplicativo oriental, chegou ao ocidente com a proposta de modificar traços físicos e promover uma linearidade de características no ciberespaço, mesmo que de maneira falsa. O aplicativo, a princípio, tinha em vista o entretenimento dos seus usuários, apresentando ferramentas divertidas que permitem a alteração de sua imagem com filtros onde o usuário do aplicativo pode distorcer o maxilar, aumentar os olhos, afinar o nariz, diminuir as bochechas e simular efeitos de maquiagem, dispondo de uma realidade estética irreal, mas presente em todos os filtros. A partir disso, fica fácil observar que o aplicativo e rede social SNOW além de fornecer entretenimento e ser uma famosa válvula de escape, acaba por afetar negativamente a integridade pessoal estética, distorcendo a realidade do ser ao passo que mascara artificialidade com felicidade e dinamicidade entre as funções oferecidas. Somado a isso, a pesquisa também nos mostra que a mutabilidade das identidades culturais é feita há décadas, mas tem sido ainda mais intensificada pela rapidez que a internet, cujo acesso é cada vez mais democrático, proporciona. Por fim, a ideia adquirida com o presente trabalho é que além da identidade cultural, de modo mais interno e subjetivo, o senso estético também é afetado com a internacionalização de traços regionais. Ambos, no entanto, possuem um ritmo cada vez mais frenético devido a urgência que o ciberespaço exige, exaltando e descartando tendências em um curto intervalo de tempo. É graças a essa efemeridade que os meios com mais destaque são aqueles que oferecem mais funções para se apresentar conforme o cenário digital, já que o usuário tem tudo concentrado em um único lugar, sendo uma forma de economizar tempo – um critério muito valorizado na época digital. Esta discussão pode ser levada a outras plataformas como meio de traçar um efeito comparativo, afinal, o Instagram oferece cada vez mais possibilidades de filtros, assim como o TikTok, rede social com grande alcance mundial e alta rotatividade de tendências em alta. Pensar na forma como a modificação estética com base em traços regionais se mostra em duas das maiores plataformas do momento também é um rumo que pode ser considerado futuramente.

PALAVRAS-CHAVE: SNOW; filtros; globalização; ciberespaço; modernidade.

REFERÊNCIAS



BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições, 1977

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LACERDA, Ingrid. **A cultura do efêmero**: o formato Snapchat nas redes sociais, a vontade de exposição e a construção da imagem individual. 2017. Disponível em:
<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0944-1.pdf>. Acesso em: 08 set. 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

VENTURA, Magda Maria. O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. **Rev Socerj**, Rio de Janeiro, p. 383-386, out. 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001