



Bruna Neves Lacerda

Sociabilidade mediada por mensagens efêmeras: Uso dos stories em experiências de aproximação e distanciamento

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Gustavo Chataignier Gadelha da Costa

Rio de Janeiro
Abril de 2020



Bruna Neves Lacerda

Sociabilidade mediada por mensagens efêmeras: Uso dos stories em experiências de aproximação e distanciamento

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Prof. Gustavo Chataignier Gadelha da Costa
Orientador
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Profª. Adriana Andrade Braga
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Profª. Luísa Chaves de Melo
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Pedro Hussak van Velthen Ramos
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ

Rio de Janeiro, 30 de abril de 2020

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Bruna Neves Lacerda

Graduou-se em Comunicação Social – Relações Públicas (Universidade do Estado do Rio de Janeiro) em 2008. Cursou Especialização em Marketing (Universidade Estácio de Sá) em 2010. É instrutora no Senac Rio desde 2015.

Ficha Catalográfica

Lacerda, Bruna Neves

Sociabilidade mediada por mensagens efêmeras : uso dos stories em experiências de aproximação e distanciamento / Bruna Neves Lacerda ; orientador: Gustavo Chataignier Gadelha da Costa. – 2020.

117 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2020.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Stories. 3. Sociabilidade. 4. Redes sociais. 5. Efêmero. 6. Momentos. I. Costa, Gustavo Chataignier Gadelha da. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Para aqueles que me fazem continuar:
meus amigos;
e meus alunos.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Ao meu orientador, Professor Gustavo Chataignier, pela supervisão na realização deste trabalho.

Aos professores que participaram da Comissão examinadora.

A todos os professores do Departamento de Comunicação da PUC Rio pelos ensinamentos e estímulo ao aprimoramento contínuo.

Ao NOAP da PUC Rio, em especial à Prof.^a Meg Amoroso.

A Prof. Denise Siqueira, do Departamento de Comunicação Social da UERJ; e a Mara Bastos, Coordenadora da Especialização em Mídias Digitais no Senac Rio, por terem acreditado em mim e me estimulado a continuar.

Às Professoras Katia Maciel (PPGTLCOM UFRJ) e a Mônica Machado (EICOS UFRJ), por terem me recebido com dedicação e empenho, em aulas que me apresentaram novas possibilidades no desenvolvimento deste trabalho.

Às minhas colegas mestrandas do Departamento de Comunicação da PUC-Rio, em especial à parceria da Luísa Sales, Sheila Melo e Tainá Amorim, que demonstraram tamanha generosidade no compartilhamento de seus conhecimentos ao longo do mestrado.

Às amigas da FCS-UERJ, que também se tornaram amigas da PUC, em especial a Ana Carolina Carpintero (mestre em Literatura pela PUC-RIO), que me incentivou a ir estudar na PUC e me ajudou durante os dois anos de mestrado; e a Fernanda Resende (mestre em Administração na PUC Rio), pela parceria nos estudos.

Aos meus amigos, pelo apoio, paciência e pelo entendimento quanto às minhas ausências para estudo, em especial: Leonardo da Silva Raimundo, Elaine Maria Diamantino de Souza, Jessica Venerável, Josué Castanho e Patrícia Fernandez.

Resumo

Lacerda, Bruna Neves; Chataignier, Gustavo. **Sociabilidade Mediada por Mensagens Efêmeras: Uso dos Stories em Experiências de Aproximação e Distanciamento**. Rio de Janeiro, 2020. 117p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação sobre a sociabilidade mediada por mensagens efêmeras buscou estudar novas possibilidades comunicativas e interacionais, no que tangencia as comunicações momentâneas, denominado Stories, mediadas por dispositivos com acesso à internet. Para isso, foram pesquisados usuários das redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp, totalizando 88 questionários respondidos ao longo dos anos de 2018 e 2019. Os formulários de pesquisa foram aplicados à pessoas com idade entre 18 e 24 anos, que trabalham, tem acesso à internet via smartphones, moram na cidade do Rio de Janeiro e usam o Stories de, pelo menos, uma das três redes sociais mencionadas. Autores como Georg Simmel, Erving Goffman, Daniel Miller, Yochai Benkler e Robert Kozinets serviram como base teórica para a redação do estudo. Entre as conclusões encontradas, destaca-se que para gerenciar as impressões adequadas podem ser criadas segmentações entre as conexões de amigos que tem permissão de visualizar o que é publicado. Assim, cria-se uma dialética de aproximação distanciada e, às vezes, um distanciamento aproximado.

Palavras-chave

Stories, sociabilidade, redes sociais, efêmero, momentos.

Abstract

Lacerda, Bruna Neves; Chataignier, Gustavo. (Advisor). **Sociability Mediated by Ephemeral Messages: Use of Stories in Experiences of Approach and Distance**. Rio de Janeiro, 2020. 117p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This dissertation about sociability mediated by ephemeral messages sought to study new communicative and interactional possibilities, with regard to momentary communications, called Stories, mediated by devices with internet access. For this, users of the social networks Facebook, Instagram and WhatsApp were surveyed, totaling 88 questionnaires answered over the years 2018 and 2019. The survey forms were applied to people aged between 18 and 24, who work, have access to internet via smartphones, live in the city of Rio de Janeiro and use Stories from at least one of the three social networks mentioned. Authors such as Georg Simmel, Erving Goffman, Daniel Miller, Yochai Benkler and Robert Kozinets served as a theoretical basis for writing the study. Among the conclusions found, it is highlighted that in order to manage the appropriate impressions, segmentations can be created between the connections of friendships that are allowed to view what is published. Thus, a dialectic of distant approximation is created and, at times, an approximate distancing.

Keywords

Stories, sociability, social networks, ephemeral, moments.

Sumário

1. Introdução	12
2. Sociabilidade Contemporânea	17
2.1. Sociabilidade Esperada.....	23
2.2. Relações Sociais nos Ambientes Digitais	26
3. Comunicação Mediada nas Redes Sociais	37
3.1. A Funcionalidade Stories	40
3.2. Usos e Compartilhamentos	49
3.3. Momentos e Negócios.....	62
4. Dialética da Aproximação e Distanciamento pelo Efêmero	75
4.1. Exemplos de Aproximação.....	78
4.2. Exemplos de Distanciamento	84
4.3. Aproximação Distanciada x Distanciamento Aproximado	88
5. Metodologia.....	94
5.1. Questões da Pesquisa	95
5.2. Amostras	96
5.3. Observação Participante	98
5.4. Análise	98
5.5. Resultados	99
6. Considerações Finais.....	102
7. Referências Bibliográficas.....	106
8. Anexos	112

Lista de figuras

Figura 1: Publicação no Stories.....	33
Figura 2: Episódio de Black Mirror (T3:E1)	40
Figura 3: Sistema de Pontuação Chinês	40
Figura 4: Publicação Stories Facebook via celular	41
Figura 5: Iniciar Stories via computador	41
Figura 6: Abrir galeria de fotos no Facebook.....	41
Figura 7: Ícone miniatura Stories no Facebook	42
Figura 8: Compartilhamento de imagem no celular	43
Figura 9: Stories no Instagram	43
Figura 10: Criar Stories no WhatsApp.....	44
Figura 11: Stories no meio do feed de notícias	46
Figura 12 - Fixação do Stories no Instagram	48
Figura 13: Compartilhamento de Stories	49
Figura 14: Destaque de Publicação	49
Figura 15: Configuração de publicação.....	49
Figura 16: Linha do tempo Stories	50
Figura 17: Print do site do Snapchat - filtro de cachorro	52
Figura 18: Exemplo de várias publicações	55
Figura 19: Escala de Sociabilidade de Miller.....	60
Figura 20: Gráfico brasileiro de presença nas redes sociais	61
Figura 21: conteúdos efêmeros por conexões	62
Figura 22: IFec Influência das redes sociais no processo de compra	64
Figura 23: Gráfico finalidades de acesso à Internet RJ.....	65
Figura 24: Cartão de aniversário	67
Figura 25: Personalização de cartões	67
Figura 26: Texto personalizado	67
Figura 27: Publicação de músicas do Deezer no Instagram	69
Figura 28: Escolha do trecho da música para publicação	69
Figura 29: Escolha de publicação no Stories ou enviar para um amigo... ..	69
Figura 30: Música no Deezer a partir do Stories no Instagram	70
Figura 31: Aviso no Messenger sobre marcação no Instagram Stories	71
Figura 32: Estímulo do Facebook para visualizar publicações no Stories	71
Figura 33: Exemplo de Stories com link externo	72
Figura 34: Caso de aproximação via WhatsApp	79
Figura 35: Reaproximação via WhatsApp	79

Figura 36: Aproximação via Facebook Stories	80
Figura 37: Publicação polêmica	81
Figura 38: Conversa no WhatsApp	81
Figura 39: Stories vistos no WhatsApp	82
Figura 40: Reações à Stories no Facebook	82
Figura 41: Notificação de curtida do Facebook Stories	82
Figura 42: Número de contatos no WhatsApp.....	85
Figura 43: Contatos bloqueados no WhatsApp	85
Figura 44: Atualizações silenciadas WhatsApp.....	87
Figura 45: Etapas da Pesquisa Kozinets.....	95

*“Foi tão bom, tão bonito, tão completo,
que a gente nem fotografou, nem localizou, nem
postou. Apenas VIVEU!
(Autor desconhecido)*

1. Introdução

Prefiro crer, porém, que, com a ideia da personalidade puramente livre e de personalidade puramente singular, ainda não se disse a última palavra sobre a individualidade; que o trabalho da humanidade ainda irá gerar, cada vez mais formas novas, mais variadas, com as quais a personalidade se afirmará, comprovando assim o valor de sua existência (SIMMEL, 2006, p. 118).

O presente trabalho visa a apresentar como as relações sociais se passam em ambientes digitais na atualidade. O foco será na sociabilidade permitida por meio das diferentes possibilidades comunicacionais de narrativas efêmeras, cujos conteúdos são compartilhados com o intuito de desaparecimento automático, depois de decorrido 24 horas de sua publicação. Para facilitar o entendimento, será denominado *Stories* para este estilo de mensagem que desaparece automaticamente, embora possuam nomes distintos nas três redes sociais do grupo Facebook que serão estudadas: o Facebook Story (2004), o Instagram Seu Story (2010) e o WhatsApp Status (2009).

A inquietação que originou o desenvolvimento deste estudo baseava-se na ideia de que poderia não ser coerente para um usuário produzir e compartilhar um conteúdo que desapareceria propositadamente¹. Por que o investimento de tempo e recursos nessa atividade? Ao refletir sobre esse assunto, e em conversas informais com usuários das redes sociais, foi possível constatar o interesse no compartilhamento de momentos vividos. Com a popularização do acesso às tecnologias que rodeiam os indivíduos na contemporaneidade, tais com a internet, os dispositivos móveis e as redes sociais, esses momentos passaram a ser compartilhados enquanto estão sendo vividos, mesmo com aquelas pessoas que estão mais distantes fisicamente de quem fez a publicação.

A partir da identificação da quase onipresença da internet nos últimos anos nos grandes centros urbanos, constata-se que seu acesso possibilitou uma ampla diversificação no processo de comunicação e interação social. Segundo Renaux (2018), em artigo publicado na página do Instituto Brasileiro de Geografia e

¹ Na época do questionamento inicial sobre os motivos que levariam um indivíduo a publicar um conteúdo que desapareceria, não existiam estratégias para o arquivamento do conteúdo publicado. Com o passar dos anos, as plataformas passaram a disponibilizar mecanismos para o arquivamento de conteúdo. Alguns destes mecanismos foram introduzidos ao longo do desenvolvimento dessa dissertação.

Estatística “quase a totalidade (92,4%) dos 116,1 milhões de habitantes do país que acessaram a Internet em 2016 utilizavam aplicativos de troca de mensagens para se comunicar”. Complementarmente, segundo levantamento realizado pelo CETIC.BR (2019) aumentou, de 30% em 2015 para 48% em 2018, o número de usuários com acesso à internet nas classes “D” e “E”, majoritariamente com acesso via celular. Ou seja, os dispositivos móveis, como os *smartphones* e *tablets*, estão ganhando cada vez mais força ao desempenhar a mediação de comunicações e dos processos sociais no âmbito brasileiro, assim como em outras partes do mundo.

Nesse contexto, este trabalho parte da ideia de que deveríamos entender os usos dessas novas possibilidades comunicacionais efêmeras e eventuais influências nas relações entre os indivíduos, visto que, conforme apresentado no parágrafo anterior, novas formas de comunicação tornam-se presentes no cotidiano da vida das pessoas, e, assim, as mensagens efêmeras também podem estar passando a ser incluídas nessas novas possibilidades comunicacionais. Portanto, a hipótese que norteia esse estudo é a de que o uso do *Stories* poderia encurtar distâncias físicas entre o indivíduo que publica um conteúdo e o que visualiza este conteúdo, gerando uma aproximação mediada pelas redes sociais. No entanto, esta mesma aproximação poderia gerar o distanciamento, uma vez que visualizar a publicação poderia bastar a um indivíduo que observa, sem o interesse no contato físico. Ou seja, sem estar presente fisicamente e interagir frente a frente, permanecendo o contato no ambiente digital.

Assim, o objetivo é apresentar um cenário novo, ainda pouco estudado na academia, e propor um olhar sem julgamentos sobre os desdobramentos gerados nas relações sociais entre os indivíduos a partir de uma comunicação estabelecida por conteúdos efêmeros nas redes sociais. Nesse contexto, espera-se chegar ao entendimento sobre a dualidade dialética entre aproximação e distanciamento dos indivíduos em seus processos comunicacionais e interacionais mediados por conteúdos momentâneos e efêmeros nas redes sociais estudadas. Como objetivo secundário serão apresentadas as diferentes possibilidades de segmentações comunicacionais entre as diferentes plataformas que disponibilizam tal recurso, para entendimento do uso e conexões de amizade que são feitas por meio das mensagens efêmeras como mediadores de interação sociais.

Para isso, ao longo do segundo capítulo serão apresentados aspectos ligados à sociabilidade dos sujeitos. A consulta bibliográfica à autores como Georg Simmel (2006) norteará os estudos sobre as redes de interações que formam uma sociedade. Prosseguindo com os autores do primeiro capítulo, as relações sociais apresentadas por Erving Goffman (2002), na "*Representação do eu na vida cotidiana*", guiarão a busca pelo entendimento do comportamento social, porém, aplicado e adaptado à realidade digital. O entendimento de usos de regras sociais é ressaltante na medida em que apresenta o comportamento de uma determinada época.

No terceiro capítulo serão abordados aspectos comunicacionais no processo de interação social mediada pelo efêmero. Primeiramente entendendo como é o funcionamento e a lógica do compartilhamento dos conteúdos que desaparecem. O fato de a funcionalidade denominada Stories estar presente em várias plataformas, que supostamente teriam funcionalidades diferentes, levanta um questionamento quanto à sua multiplicação no ambiente digital. Ou seja, a segunda parte deste capítulo buscará investigar se existem diferentes usos, maneiras e objetivos no compartilhamento de conteúdo, visando a entender o comportamento dos usuários das plataformas. Nesse sentido, o conceito de Polymedia, apresentado por Daniel Miller et al (2016), servirá como base para estudar os comportamentos e relações nas redes sociais, assim como apresentar como as próprias redes sociais se apropriam de ações estratégica para estimular o uso da funcionalidade por parte dos usuários de suas redes sociais. Outro fator que será abordado na última parte deste capítulo, será uma superficial apresentação de como o mercado está usando tais funcionalidades, assim como ao movimento das redes de integração entre as suas funcionalidades. Vale ressaltar que se entende que seria pertinente observar, como complemento relacionado à aproximação versus distanciamento, não somente com relação das pessoas para pessoas, mas também entre empresas e pessoas, apresentando como o mercado está incorporando uma prática cotidiana como forma de comunicação e interação social com seus públicos. O objetivo não é fazer um estudo sobre o comportamento de empresas e seus consumidores, mas sim, apresentar um aspecto das relações sociais, que é a relação do comércio com seus públicos, por meio das redes sociais. Para isso, o site do Ifec/Fecomércio será utilizado para captação de dados do setor no Rio de Janeiro.

O quarto capítulo apresentará parte das nuances das relações no ambiente digital efêmero, focando no que tangencia os aspectos sociais e comunicacionais, ao propor uma discussão sobre a dialética entre aproximação e distanciamento dos indivíduos, situação ocasionada pela escolha por compartilhar momentos da vida por meio de conteúdos programados para o desaparecimento. Assim, o capítulo será dividido em três partes, cuja primeira parte trará imagens da vida pessoal da autora para exemplificar casos de aproximação oriundos a partir de conteúdos publicados no Stories. A segunda parte trará exemplos, também reais, de possíveis distanciamento. A parte final do capítulo abordará o conceito de dialética e apresentará porque este estudo entende que pode acontecer tal contradição ao usar a funcionalidade. Yochai Benkler será o principal autor utilizado para redação deste capítulo, com seu livro intitulado “*The wealth of networking*”.

O quinto trará a metodologia utilizada para a realização desta dissertação. Resumidamente, a partir de pesquisa exploratória, feita com levantamento bibliográfico, e baseado nos princípios etnografia de Robert Kozinets, buscou-se a aplicação de formulários de pesquisa para participantes selecionados. Com o intuito de ilustrar os tópicos abordados ao longo da dissertação, foram coletadas cópias de conversas da autora em diferentes contextos e em distintas redes sociais. Para Kozinets (2010) a pesquisa no campo digital deve ser baseada em 5 etapas. A primeira é a definição das questões da pesquisa, websites sociais ou tópicos a investigar. Nesse sentido, serão utilizadas as redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp, conforme mencionado anteriormente. A segunda etapa é identificação e seleção de comunidade(s), que nesta pesquisa são jovens que usam as redes sociais estudadas. A terceira etapa é formada pela observação participante da comunidade. Em outras palavras, serão apresentados alguns exemplos - deixando bem claro que não representam uma verdade única e universal, aplicada a outros contextos que não sejam os apresentados neste trabalho -, baseados em grupos que vivem no centro urbano da cidade do Rio de Janeiro, com perfil jovem, que varia dos 18 aos 24 anos e que tem acesso à internet, e as redes sociais, via telefones inteligentes. Em seguida, a quarta etapa é a análise desses dados e interpretação de resultados. Nessa etapa espera-se refutar ou confirmar a hipótese de que o uso recorrente do Stories poderia aproximar ao mesmo tempo em que distancia os indivíduos em suas relações sociais. A quinta e última etapa é a redação e apresentação dos resultados

da pesquisa. Assim, será buscado elementos proeminentes que ainda não tenham sido previstos, mas que poderão surgir ao longo da análise.

Destaca-se que a afirmação que este campo de estudos ainda é novo e pouco explorado foi baseado no levantamento inicial da Estado da Arte realizado a partir do banco de teses e dissertações da CAPES, usando as palavras efemeridade, redes sociais, efêmero, narrativa, *Instagram*, *Snapchat* e *Stories*. Mantendo somente os textos que estavam ligados ao estudo de conteúdos efêmeros (*Stories*), seja no *Snapchat* ou no *Instagram*, foi possível chegar a um entendimento de que trabalhos que estudaram o compartilhamento de mensagens efêmeras ainda representam um número pequeno e relativamente recente. Os três trabalhos encontrados foram publicados entre os anos de 2017 e 2018. *Imagens e temporalidade* (CORSI, 2018), *usos cotidianos* (BARROS, 2019) e *vídeos* (TOLEFO, 2017) atrelados às mensagens que desaparecem são algumas das ênfases dos trabalhos encontrados. Desse modo, espera-se que este estudo seja um complemento e expansão sobre o tema de uma atividade recorrente em um contexto contemporâneo.

Outro ponto a ser destacado refere-se à relação dos exemplos utilizados. Para facilitar o entendimento, e evitar um número demasiadamente grande de imagens, em alguns momentos optou-se por manter a exemplificação de apenas uma das redes sociais estudada. Em algumas partes o texto fará referência às três plataformas, mas a imagem ilustrativa fará referência somente a uma das redes, porque deixaria o trabalho demasiadamente longo se fossem incluídas imagens das três redes sociais a cada exemplificação. Além disso, a rede WhatsApp não possui o que é chamado de “*timeline*” – conforme será descrito nos capítulos adiantes. Nesse contexto, pode-se levar em consideração uma publicação direta em uma conversa individual ou coletiva dentro de um grupo, que permanecerá lá, sem possibilidade de exclusão, em comparação com um “*stories*” na rede, que será deletado automaticamente² após 24 horas pela própria ferramenta.

² A rede social WhatsApp permite que o usuário delete uma mensagem – texto, imagem, áudio, vídeo etc., em até cerca de 60 minutos após o envio. Decorrido esse tempo, a publicação não pode ser deletada de uma conversa.

2. Sociabilidade Contemporânea

A vida cotidiana está carregada de alternativas de escolhas
(HELLER, 1970, p.24).

O senso comum afirma que todos nós devemos ser sociáveis. É desagradável não ser. Essa regra é válida para a vida pessoal, offline, e para a vida online na internet. Para compreender como as relações sociais estão sendo desenvolvidas no ambiente digital é necessário dar um passo atrás e entender o conceito de Sociedade. Para Georg Simmel, vivemos em sociedade, cujo conceito é “um círculo de indivíduos que estão, de uma maneira determinada, ligados uns aos outros por efeito das relações mútuas, e que por isso podem ser caracterizados como uma unidade” (SIMMEL, 2006, p. 18). Seguindo essa ideia, surge a dúvida se a adaptação e o enquadramento nos padrões sociais esperados poderiam existir em um ambiente digital, supostamente aberto às inúmeras possibilidades comportamentais. Baseado na experiência de uso, e em pesquisas realizadas ao longo deste estudo, que serão detalhadas mais adiante, é possível deduzir que sim, existem adequações às regras que influenciam o comportamento social. No caso das plataformas de redes sociais, objeto deste estudo, os usuários precisam se adequar, por exemplo, quanto à quantidade de publicações que seriam aceitáveis para cada indivíduo de maneira que não sofram represálias de seus pares. Esse fenômeno seria considerado como “fato social”, conceito que caracteriza como “toda maneira de agir fixa ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção exterior; ou, ainda, que é geral na extensão de uma sociedade dada, apresentando uma existência própria, independente das manifestações individuais que possa ter” (DURKHEIM, 2007, p. 13). Neste contexto, então, como afirma Goffman (2002), as interações fundam as nuances da vida social e são estas que definem os comportamentos em conjunto.

Antes de seguir para o âmbito digital, tomemos como exemplo uma ação do mundo “offline”³, fora da internet. Em um artigo publicado no PÓSCOM 2018 (LACERDA, 2018), intitulado “*A efemeridade da Informação: uma perspectiva das Teorias da Comunicação*”, foi apresentado como o ato de ir a um parque de diversões poderia desencadear reações sociais e que a tecnologia disponível

³ Contraponto do online e digital, para ilustrar que ações online podem ser tão sociáveis quanto as offline.

atualmente ajuda no processo de mediação das relações sociais. Excetuando se uma pessoa já teve uma experiência ruim no passado, o imaginário popular poderia supor que o passeio seria bom e, assim, geraria uma expectativa positiva. Talvez a experiência pudesse ser ruim caso ocorresse algum problema como, por exemplo, os brinquedos não atenderem as expectativas de seu público quanto à iminência do divertimento. Porém, ir a um parque de diversões sozinho, sem amigos, possivelmente não teria o mesmo impacto que poderia ter caso o passeio fosse realizado acompanhado de familiares e amigos. Existe a possibilidade que em momentos felizes a pessoa se sentisse sozinha. No entanto, na atualidade, esse distanciamento pode ser encurtado com o auxílio das tecnologias que permitem a aproximação de pessoas distantes, por meio do uso dos telefones celulares inteligentes (*smartphones*) com acesso à internet, aliados ao uso contínuo das redes sociais. Fotos e vídeos são produzidos a todo momento pelos mais variados tipos de perfis de pessoas. As fotos do passeio ao parque de diversões, das férias e de tantos outros momentos felizes, que no passado eram limitadas a 12 ou 24 “poses”, agora podem ser criadas quase sem limitações, dependendo basicamente do espaço de memória para seu arquivamento, seja no aparelho celular, em carregamento do conteúdo nas “nuvens” na internet, cartão de memória, entre outras opções.

Dessa forma, aliado a uma prática do uso de uma tecnologia mais antiga do que a atual, mas que pode ter dado origem ao momento que é vivido hoje pelo grupo estudado, destaca-se o ato de fotografar de suma importância no processo de memorização ou recordação de ocasiões que os indivíduos gostariam de lembrar no futuro. Consequentemente, o ato de fotografar se torna cada vez mais social, inclusive tendo um deslocamento de seu uso como base de rememoração para um caráter mais focado na sociabilidade dos sujeitos (CORSI, 2018).

Como será abordado nos parágrafos que seguem nesta dissertação, o compartilhamento de mensagens efêmeras iniciou-se com base no ato individual de fotografar, inclusive com as famigeradas “selfies”⁴, e com a disponibilização do compartilhamento rápido das fotos em movimento, também conhecido como vídeos. Fazendo uma breve análise do porquê tantas fotos são tiradas durante

⁴ Selfies são autos retratos que usuários de fotografia pessoal tiram de si mesmos (WIKIPEDIA, 2019).

viagens - ou passeios à parques de diversões, para manter presente o exemplo citado anteriormente -, poderia se justificar com a premissa de que as pessoas querem lembrar no futuro de ocasiões marcantes que viveram no passado. Esses conteúdos podem servir como formas de recordação, mas também servem para estreitar laços sociais ao compartilharem seus momentos felizes com amigos, familiares e conhecidos que não estavam presentes na ocasião em que as fotos foram tiradas. Segundo Lemos as fotografias:

Circulam como forma de fazer contato: enviar para amigos, mostrando onde se está, os momentos banais, fora da solenidade. As fotos (e os vídeos) se bastam nessa circulação. Elas são imagens imediatas (aparecem na tela), de circulação como forma de sociabilidade (“olha o que estamos fazendo agora”), presenteadas (o que vale é o momento, a olhadela rápida), pessoais e móveis (ver, circular, apagar, postar em um blog em “tempo real”, sem precisar esperar o tempo da revelação e da exibição) (LEMOS, 2007, p. 34).

O trecho acima, aliado ao exemplo do parque de diversões, mostra que a aceleração constante da vida em movimento das grandes cidades, atreladas ao caráter descartável de inúmeras possibilidades de comunicação mediada, faz com que as mensagens efêmeras possam servir como meio de propagação de conteúdos nas várias redes sociais. Inclusive, gerando um indicativo do porquê da inclusão da funcionalidade de desaparecimento automático de conteúdo publicado em diferentes redes sociais. As histórias são fragmentos de situações cotidianas que o sujeito optou por compartilhar em algum momento, mas que talvez não deseje lembrar no futuro.

Segundo Agnes Heller “a vida cotidiana é a verdadeira essência da substância social” (HELLER, 1970, p. 20) com relação àquilo que fazemos no nosso dia a dia, seja na vida privada, trabalho, descanso ou em momentos de lazer. Para a autora, nesse cotidiano, o indivíduo pode ser particular e genérico ao mesmo tempo, aprendendo com os grupos que participa os elementos da cotidianidade. Outros autores, como Goffman (2002) por exemplo, também afirmam que o sujeito aprende com os grupos que interage, relacionando e adaptando-se aos ambientes e expectativas que recaem sobre cada membro de um grupo. Na vida cotidiana, estamos cercados por pessoas que fazem parte de momentos singelos ou banais, mas que são importantes, de diferentes maneiras e em distintas ocasiões. Fato que

pode ajudar a explicar o desejo de compartilhar momentos enquanto estão sendo vividos, pois queremos por perto aqueles que nos são caros.

Heller complementa ao afirmar que “o tempo é a irreversibilidade dos acontecimentos” (1970, p. 03) e apresenta que a vida cotidiana possui certas características. Fazendo uma análise simplista, e talvez superficial, é possível realizar uma comparação no uso da funcionalidade Stories à essas características da vida cotidiana. Uma delas, é *a natureza efêmera das motivações* (idem, 1970, p. 43). O sujeito que publica o Stories deseja que os seus contatos vejam a publicação dentro das 24 horas disponibilizadas pela ferramenta, mas não necessariamente depois desse tempo. Caso deseje que outros usuários voltem a visualizar o conteúdo, basta publicar novamente – caso tenha arquivado o conteúdo original – ou criar uma publicação similar. Outra característica apresentada pela autora, que também é convergente com o princípio do uso dos Stories, está atrelada ao *caráter momentâneo dos efeitos* (Ibid., p. 43). O sujeito que publica espera uma reação nas próximas horas após a publicação. Quem observa necessita visualizar ou interagir dentro do prazo estabelecido ou poderá não ter nova oportunidade no futuro. Por fim, a *fixação repetitiva do ritmo*, mais uma característica apresentada pela autora, é um ponto ainda sensível, mas que em parte dos estudos realizados – será abordado mais adiante -, refere-se à periodicidade e ao volume das publicações. Cerca de um terço dos entrevistados responderam⁵ sobre o volume de publicações afirmaram publicar mais de uma vez ao dia, o que pode demonstrar a criação de um hábito rotineiro do dia a dia do indivíduo. Entretanto, faz-se necessário destacar que a própria autora afirma que “em nenhuma esfera da atividade humana é possível traçar uma linha divisória rigorosa e rígida entre o comportamento cotidiano e o não cotidiano” (Ibid., 1970, p. 26). Nesse contexto, levanta-se o questionamento sobre o que mudou para se chegar ao cenário atual em que múltiplas plataformas possuem a funcionalidade de desaparecimento de conteúdos após 24 horas de publicação?

⁵ O detalhamento está no capítulo de metodologia. Dos 88 entrevistados, 66 responderam sobre a frequência de publicações. Destes, 23 afirmaram publicar mais de uma vez ao dia. Em contrapartida 15 entrevistados não souberam responder. No questionário da segunda etapa de pesquisa não constava nenhuma pergunta referente a frequência de publicação. Portanto, 22 questionários não constam no somatório total de entrevistas.

Jonathan Crary (2016) apresenta no livro *24/7: Capitalismo Tardio e os fins do sono*, que na lógica atual capitalista não existem mais limitações de tempo e espaço. Não que essa lógica seja sempre verdadeira, mas em um primeiro contato dizer que não existe limite de tempo poderia parecer uma contradição com relação ao fato das publicações dos Stories terem prazo determinado para visualização. No entanto, o autor refere-se ao tempo de funcionamento ininterrupto dos mercados, que fez com que a vida também se mantivesse em constante agitação, em movimento e mudanças, visto que calmaria muitas vezes é sinônimo de inação. Para o autor, em um mundo 24/7 já não existe mais distinção entre dia e noite, com o apoio e uso da tecnologia, aprisionando e controlando o tempo e a experiência em busca da assimilação do novo. Afirmação que pode se concretizar de acordo com as escolhas individuais de cada usuário da funcionalidade Stories. Assim como o autor afirma que as formas de sociabilidades em pequena escala, como refeições e conversas, são impactadas pelo uso mediado de dispositivos, os usuários dos Stories escolhem exatamente esses pequenos gestos do dia a dia para publicar, independentemente do horário que a publicação será realizada – dia, noite ou madrugada. Já não influencia mais se a publicação será feita à meia noite, às 3 horas da manhã ou no horário do almoço. O compartilhamento pode ser feito de maneira ininterrupta e a visualização também, bastando ter acesso à internet, estar na rede de contatos de quem fez a publicação e estar dentro do período disponível de visualização.

Dia ou noite não, necessariamente, influenciam a escolha da publicação na cultura da virtualidade real (CASTELLS, 1999). Para Manuel Castells, houve uma transformação da temporalidade a partir das práticas sociais da sociedade em rede, em que o tempo intemporal já não é mais “linear, irreversível, mensurável e previsível” (Idem, 1999, p. 526). Talvez essa afirmação seja inconsistente para outras áreas de estudo, mas iniciando uma reflexão sobre o uso dos Stories é possível ver semelhanças com as práticas realizadas pelos usuários da funcionalidade nas redes sociais. O tempo pode não ser *linear* quando se faz um “#TBT”⁶. Assim como *irreversível* se alguém deixou de visualizar uma publicação

6 TBT SIGNIFICA “THROWBACK THURSDAY”. A ABREVIACÃO UTILIZADA EM CONJUNTO COM O CARACTERE “#”, SERVE COMO SINALIZAÇÃO DE UMA RECORDAÇÃO QUE É FEITA POR MEIO DE PUBLICAÇÃO DE UM CONTEÚDO ANTIGO, COMO, POR EXEMPLO, UMA FOTO (PADILHA, 2019).

que foi deletada automaticamente após passado as 24 horas da sua disponibilização em uma plataforma. Mas esse tempo também pode ser *mensurável* por meio da constatação das horas gastas com a publicação de conteúdos efêmeros. Além de poder ser *previsível*, se um usuário tem o hábito de publicar frequentemente. A mediação da comunicação permitida pelos computadores – e, posteriormente pelas redes sociais – possibilitou o acompanhamento em tempo real, criando o que o Castells chamou de *simultaneidade da cultura do eterno e do efêmero*:

É eterna porque alcança toda a sequência passada e futuro das expressões culturais. É efêmera porque cada organização, cada sequência específica, depende do contexto e do objetivo da construção cultural solicitada (CASTELLS, 1999, p. 554).

O fato da publicação de Stories ser rápida, prática e refletir ações cotidianas efêmeras demonstra que o tempo pode ser um fator condicionante nos processos sociais. Mas então o que pode ser considerado exatamente efêmero? Segundo o dicionário (DICIO, 2019) efêmero é um adjetivo que se refere aquilo que tem curta duração, podendo ser breve, transitório, temporário ou momentâneo. Assim, as publicações de Stories são consideradas como conteúdo efêmero visto que é algo que desaparece em um tempo pré-determinado. Ou seja, temporário.

Nesse contexto, efêmero não faz referência apenas ao tempo do relógio, mas também a uma forma distinta de se viver, comunicar e relacionar. Fazendo um paralelismo com o que é apresentado por Winkin (1998), relacionado ao espaço e o tempo da comunicação, a funcionalidade Stories apresenta nuances relacionadas ao tempo de cada indivíduo. Por mais que o sujeito não se dê conta, ele necessita de tempo para decidir tirar e publicar um conteúdo (foto, vídeo ou palavras). Quem publica no Stories quer ser visto hoje, não necessariamente amanhã.

Porém, nem tudo pode ser compartilhado. Como informado anteriormente, é esperado que todo indivíduo que viva em sociedade tenha determinado comportamento. A seguir será abordado um pouco mais detalhado sobre comportamentos sociais esperados a partir das ideias de Erving Goffman (2002) e suas analogias das representações teatrais.

2.1. Sociabilidade Esperada

Independentemente do ambiente, digital ou não, sempre haverá um comportamento esperado de acordo com cada local e situação vivenciada, que muitas vezes será o responsável pela felicidade ou tristeza de outros seres humanos. A esse respeito, Simmel conclui que “a democracia da sociabilidade é um jogo de cena” (2006, p. 69). Ousando interpretar ainda mais o autor, seria possível dizer que essas “cenas” mudam com o passar do tempo e todos nós, em maior ou menor medida, jogamos esse jogo. A conversa, por exemplo, surge a partir da vontade de compartilhar o que pensamos, sentimos e vivemos. Com isso, a “sociabilidade oferece um caso possivelmente único no qual o falar se torna legitimamente um fim em si mesmo” (Idem, p. 76), e assim, apresentam-se pistas para o possível entendimento da aderência às redes sociais e, principalmente, ao objeto deste estudo – as publicações efêmeras.

As redes sociais elevaram as possibilidades interacionais a um nível antes inimaginável. As conexões realizadas nesses ambientes, ampliam o poder da fala ao estabelecer conexões. Para citar uma prática social relativamente recorrente entre os jovens, espera-se que seja estabelecida uma conexão por, pelo menos, uma rede social ao iniciar ou estreitar um vínculo de relacionamento. A não aceitação de tal conexão poderia representar uma quebra do contrato social de convivência em sociedade, criando, assim, uma ruptura nos papéis sociais que Erving Goffman defende no livro *A representação do Eu na vida cotidiana* (2002)⁷. Um exemplo cotidiano é ao entrar em um emprego, escola ou curso novo, assim que se estreitam relacionamentos, adicionam-se os “colegas” – novos conhecidos – em uma rede social, como o Facebook, por exemplo. Outra possibilidade é esse indivíduo ser inserido em um grupo do WhatsApp de membros daquele trabalho ou turma. Ambas as redes sociais são pessoais e, embora muitas vezes o indivíduo possa desejar recusar o convite de ampliação das opções de interações, incluindo também o âmbito digital, a negação explícita ao convite de conexão online poderia representar o início de uma indisposição desnecessária entre as partes. É compreensível que o indivíduo não deveria ser “forçado” a aceitar o convite caso não quisesse, visto que

⁷ O livro é uma compilação de estudos, práticas e observações do autor, que serve como uma espécie de manual que descreve comportamentos da vida social, utilizando, para isso, um paralelismo com a dramaturgia e nomenclaturas do teatro.

a rede social é pessoal, mas é possível que o sujeito acabasse aceitando por acreditar que não seria bem visto pelos seus colegas caso optasse pela recusa do convite. Ou seja, é como se não houvesse a possibilidade de recusa, mesmo que tal opção nunca tenha sido verbalizada ou oficializada, porque “a conectividade deriva de uma pressão contínua – tanto de colegas quanto de tecnologias” (DIJCK, 2013, p. 21).

Sendo assim, espera-se que os indivíduos pratiquem as regras não ditas, mas entendidas, muitas transportadas do ambiente offline, para o ambiente digital. Quando Simmel (2006) afirma no livro *Questões Fundamentais da Sociologia* que a sociedade é formada pela interação psíquica entre os indivíduos e essas relações estão em constante mutação de conexão e influência mútua, é possível observar que o sujeito sempre buscará o equilíbrio entre o que deseja fazer, o que se espera que seja feito e o que é aceitável que se faça. Ou seja, nossas relações, e nossos processos comunicacionais, estão intimamente ligados pela sociabilidade. Por isso que para Simmel a “sociedade, em geral, significa a interação entre indivíduos, que surge a partir de determinados impulsos ou de busca de certas finalidades” (SIMMEL, 2006, p. 59).

Assim como em um palco, em que um ator precisa definir seu personagem e apresentá-lo para o público, o usuário da rede social participa de processo semelhante, porém, muitas vezes, sem a real vontade de manipulação da audiência, mas, sim, porque deseja passar a imagem que muitos esperam que ele tenha. Ao definir o que será compartilhado numa rede social, por exemplo, o indivíduo projeta uma imagem, compartilha um sentimento e, às vezes, sequer toma consciência do impacto que pode causar. Como na realidade, o fragmento do que se escolhe mostrar ao outro se torna o todo para esse outro. Nas palavras de Goffman:

Quando o indivíduo se apresenta diante dos outros, seu empenho tenderá a incorporar exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento do indivíduo como um todo (GOFFMAN, 2002, p. 41).

Porém, essas apresentações que visam a adequação das relações, possuem projeções que geralmente são harmoniosas (GOFFMAN, 2002), mas o observador sempre terá a vantagem, pois é quem analisa a situação e chega às suas próprias conclusões. Para exemplificar, imagine uma pessoa publicando vários Stories sobre uma festa. Essa pessoa poderia publicar uma foto das bebidas e outras dançando.

Talvez mais algumas do local cheio, caso quisesse passar a impressão de que estava se divertindo. No entanto, a pessoa pode ter somente mostrado os melhores momentos, como um trailer bem feito de um filme que não é tão bom. A festa poderia estar ruim. Otimistas poderão encarar como uma forma positiva de ver a vida. Outros poderão dizer que a pessoa estava tentando manipular a audiência, mas na verdade, somente o indivíduo poderá dizer o porquê de ter feito a publicação como a fez. Outro aspecto abordado por Goffman que também pode ser observado no uso das redes sociais está atrelado a veracidade das informações publicadas, porque ninguém gostaria, propositadamente, de ser conhecido como um impostor, porque quem o observa poderá ser capaz de presumir que sua atuação será enganosa em outros aspectos (Goffman, 2002). Ou seja, a falsa representação muitas vezes não acontece porque, além da boa índole e caráter das pessoas, a sociedade, em maneira geral, tem receio quanto a vergonha, culpa ou medo.

No entanto, faz se necessário destacar que o observador terá a imagem projetada que o ator (pessoa que fez a publicação) quis oferecer para sua audiência. Entretanto, assim como em um teatro com uma rede dramaturgica mais complexa, o desenrolar da trama pode mostrar que as conclusões foram precipitadas e nada era realmente como aparentava ser. Assim, “à medida que a interação dos participantes progride, ocorreram sem dúvida acréscimo se modificações” (Goffman, 2002, p.19). Antes de ter uma projeção definida sobre o caráter da representação do ator, é necessário pensar sobre a primeira impressão. Goffman menciona, no plural, que “as primeiras impressões são importantes”:

A sociedade está organizada tendo por base o princípio de que qualquer indivíduo que possua certas características sociais tenha direito moral de esperar que os outros valorizem e o tratem de maneira adequada [...] um indivíduo que dê a entender que possui certas características sociais deve de fato ser o que pretende que é [...] implicitamente também renuncia toda pretensão de ser o que não aparenta ser (Goffman, 1985, p. 21).

Ser e aparentar o que é, são a base de uma discussão muito mais profunda ligada a ética e a moral de cada indivíduo. No entanto, o que importa para este estudo é como o “aparentar ser o que é” faz com que pessoas escolham as redes sociais e suas conexões em cada uma delas – conforme será abordado no próximo capítulo. Voltando para o que se deseja projetar, alguns jovens preferem não ter os pais nas redes sociais (LACERDA, 2018). Assim, o Stories do Instagram se tornou

um local de fuga de algumas publicações para familiares, porém com a permanência de compartilhamento para os amigos. Visão similar ao destacado por Goffman quando afirma que:

Sabendo que seu auditório é capaz de formar más impressões a seu respeito o indivíduo pode chegar a sentir-se envergonhado de um ato honesto e bem-intencionado, simplesmente porque o contexto de sua apresentação fornece informações falsas que lhes são desfavoráveis (GOFFMAN, 2002, p.216).

Por exemplo, como explicar para alguns pais que um filho fez uma trilha em um local que poderia ser considerado perigoso, como à beira de um penhasco? E outros tantos exemplos que poderiam não ser aceitos pelos adultos. Entretanto, nem tudo é negativo. As publicações no Stories também servem para compartilhar convicções e opiniões sobre fatos que ocorrem muitas vezes offline, como um posicionamento político sobre algo que está acontecendo no momento. Ou para publicar fotos mais provocantes para chamar a atenção de uma pessoa em especial. Assim como para publicar pensamentos que passam na cabeça naquele momento, músicas que se está ouvindo, comidas que se está comendo, fotos de belas paisagens e assim por diante.

Todavia, antes de seguir com a análise da sociabilidade nas redes sociais, no que tange o uso e compartilhamento de mensagens efêmeras, será abordado alguns passos que possibilitaram o presente cenário social.

2.2. Relações Sociais nos Ambientes Digitais

É inegável que mudanças aconteceram ao longo das últimas décadas. Com a praticidade da tecnologia as distâncias físicas foram encurtadas, por exemplo. No entanto é possível destacar o poder de apropriação e dos diferentes usos dados pelos usuários a partir dos aparatos tecnológicos. Manuel Castells afirma, no livro *Sociedade em rede*, que:

“O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento / comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso” (CASTELLS, 1999, p. 69).

Em muitas línguas europeias ‘sociedade’ significa ‘convivência social’ e, por isso. Por uma satisfação de estar justamente socializado (SIMMEL, 2006). Para muitos jovens oriundos da Geração Z⁸ a internet possui uma presença ubíqua, mas talvez nem todos tenham conhecimento que o processo de popularização do acesso à internet percorreu um caminho até atingir o status que possui hoje no processo de mediação da comunicação desses jovens. No entanto, faz-se necessário destacar que, segundo declaração da Organização das Nações Unidas (ONU)⁹, em 2018 quase a metade da população mundial não teria acesso à internet. Nesse contexto, é necessário destacar que o presente estudo é voltado a um cenário brasileiro, carioca, de uma população que está situada em uma área central da cidade, com perfil de 18 a 24 anos, que trabalha, possui acesso à pacote de dados de internet pelo celular, fazendo uso de, pelo menos, uma das três redes sociais do grupo Facebook, que compreende o Facebook, o Instagram e o WhatsApp, entre os anos de 2018 e 2019. Ou seja, pode não refletir a realidade de usuários que se enquadram em situações diferentes da estudada.

Seguindo com a evolução do processo de acesso à internet, no livro *Sociedade em Rede*, Manuel Castells (1999) apresenta um panorama de mudanças que iniciaram na década de 1970 e que teve um crescimento vertiginoso por volta dos anos de 1990 com a invenção, e popularização, da internet (World Wide Web) e os avanços das telecomunicações:

No fim do segundo milênio da era cristã vários acontecimentos de importância histórica transformaram o cenário social da vida humana. Uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado [...] o novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma linguagem universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando (CASTELLS, 1999, p.39-40).

José van Dijck (2007) complementa afirmando que a popularização da internet permitiu que novas formas de comunicação e network surgissem. Porém, talvez o que muitos indivíduos não percebem é que as possibilidades e facilidades

⁸ Geração Z é a definição sociológica para a geração de pessoas nascida entre meados dos anos 1990 até o início do ano 2010. Muitas cresceram com acesso ao computador e a internet (WIKIPEDIA, 2019).

⁹ O artigo publicado pela Revista Exame, com o título *Mais da metade da população mundial usa internet* (AFP, 2018), informa que até final de 2018 51,2% da população mundial estaria usando a internet, o que permite a dedução que cerca de 48,8% da população mundial ainda não teria acesso.

das tecnologias já faziam parte de suas vidas e contribuíram significativamente para mudanças de comportamentos. Adriano Duarte Rodrigues (2016), por exemplo, afirma no texto “*O que são afinal os medias*” que o homem sempre dependeu da invenção de dispositivos técnicos. A escrita desempenhou papel de fundamental importância no processo de popularização de histórias, que antes eram passadas pela tradição oral. A imprensa possibilitou a propagação dessa tradição escrita. O telégrafo alterou várias rotinas de comércio e o fuso horário. O telefone permitiu o contato quase que instantâneo com quem estava distante. Ou seja, “as novas tecnologias de comunicação oferecem um sentido de tanta unidade que derrubam as barreiras temporais” (CASTELLS, 1999, p. 553). Por tanto, todos esses exemplos de tecnologias estavam intimamente relacionados à processos de comunicação e interação social.

Além destas, outras tecnologias relacionadas às mídias portáteis também possibilitaram a relação dos indivíduos com suas preferências pessoais e, conseqüentemente, interacionais. O “walkman transformou a seleção pessoal de músicas de áudio portátil” (CASTELLS, 1999, p. 422), por exemplo. Similar ao ocorrido na década de 1990, quando se podia gravar fitas cassetes e compartilhar com quem se desejasse para mostrar seus gostos musicais, hoje em dia temos os podcasts e, inclusive, conforme será mostrado mais para a frente, existe a possibilidade de compartilhamento de conteúdo auditivo no Stories. Outra possibilidade está relacionada ao consumo de compartilhamento de vídeos. Em um primeiro momento, a televisão era a fonte principal de acesso ao entretenimento. Posteriormente vieram os videocassetes, as videolocadoras, os vídeos caseiros, os vídeos musicais que permitiram outras formas de lidar com a imagem que não estava relacionada ao consumo imediato, e a própria produção do usuário. Nos dias atuais essas possibilidades são portáteis. As locadoras estão online e sob demanda, seja na internet ou na TV por assinatura. Vídeos são vistos e produzidos por meio do celular, sem necessidade de fitas para seu arquivamento. Para Castells:

As pessoas começaram a filmar os seus eventos, de férias a comemorações familiares, assim produzindo as próprias imagens, além do álbum fotográfico. Apesar de todos os limites dessa alta produção de imagens, tal prática realmente modificou o fluxo de mão única das imagens e integrou a experiência de vida a tela (CASTELLS, 1999, p. 423).

Uma curiosidade apresentada no texto *Technology and Ideology: The Case of the Telegraph* James Carey (1992) apresenta como o telégrafo permitiu pela primeira vez que a comunicação fosse efetivamente separada do transporte – o que não acontecia com as cartas, por exemplo. O autor afirma que a partir do telégrafo houve uma reorganização na maneira de escrita, criando textos mais “objetivos”, inclusive para as notícias jornalísticas. A forma de escrita curta é vista até hoje nas redes sociais, porque entre as regras entendidas, porém não ditas, está que fazer “textão” – textos demasiadamente grandes para uma publicação – não é bem visto. E o que seria um texto grande? Algo que ultrapasse mais do que o campo de visão permite e o leitor tenha que usar a barra de rolagem para terminar o texto. A mesma regra é válida para áudios longos, enviados pelo WhatsApp, que ultrapassem mais de um minuto de duração, por exemplo. Nesse contexto, é compreensível como imagens efêmeras passaram a ganhar espaço em um ambiente saturado: de conexões, de imagens, de textos, de regras, entre outros. O desaparecimento surge como uma solução para o excesso.

Assim, uma comparação com a afirmação de Carey sobre o telégrafo ter sido um divisor de águas na comunicação, seria dizer que a internet gerou similar inovação e ruptura com uma maneira anterior de se comunicar e os estudiosos da área de comunicação e mídias deveriam estar atentos. Parece que hoje em dia não basta ligar, tem que se ver o que está acontecendo também. Não é suficiente mostrar para uma pessoa em especial, tem que ser mostrado para vários amigos e seguidores das redes sociais. Mas isso não significa que tudo precisa ser lembrado para sempre. O uso das redes sociais pode, assim, ter sido uma forma de apropriação que os usuários levaram a um nível sequer esperado para esse processo de comunicação. A funcionalidade Stories, com suas mensagens que duram somente 24 horas, que devem caber em uma tela de smartphone e com vídeos que duram até 1 minuto, também apresentou uma mudança na maneira de relacionamento entre os indivíduos e as tecnologias.

Outro aspecto na alteração da vida cotidiana está no fato de parecer que hoje em dia as pessoas não têm mais tempo livre. Nota-se como há alguns anos era habitual ver crianças brincando juntas na rua. Mas, talvez pelo aumento da criminalidade, aliado ao acesso às tecnologias - como o videogame, televisores a

cabo e a própria internet, que proporcionaram mudanças nos aspectos do processo social infante/juvenil -, esse cenário mudou. Até mesmo para os adultos. Nos presentes dias é possível trocar ir à casa de um amigo por uma conversa por uma ligação de vídeo chamada pelo Facebook ou WhatsApp. Também não é mais necessário reunir os amigos para contar como foi a última viagem porque todos podem acompanhar os percursos via Stories, seja no WhatsApp, no Instagram ou no Facebook. A falta de tempo e o custo para deslocamentos também podem ter afetado essas relações, que podem ser encurtadas com o uso da tecnologia.

Segundo Neil Postman, por um longo tempo a tecnologia do computador serviu para “fazer as pessoas acreditarem que inovação tecnológica seria, assim, sinônimo de progresso humano” (POSTMAN, 1994, p. 123). Nesse contexto, certos que os computadores e, posteriormente os microcomputadores, juntamente com os microprocessadores, os novos softwares, assim como os avanços no processo de telecomunicações, ajudaram no processo de troca interacional, vale ressaltar que “a lógica do funcionamento de redes, cujo símbolo é a internet, tornou-se aplicável a todos os tipos de atividades, a todos os contextos e a todos os locais que pudessem ser conectados eletronicamente” (CASTELLS, 1999, p. 89), expandindo-se e possibilitando uma teia mundial voltada para o usuário. A palavra “todos” usada pelo autor definitivamente sugere um exagero e otimismo com relação à tecnologia que, na época em que o livro foi lançado, ainda representava um cenário de novas possibilidades. Hoje em dia é sabido que o acesso é possível, porém não é realidade para “todos”.

Castells também afirma que a habilidade, ou inabilidade, de dominar a tecnologia, ou a falta dela, incorpora a capacidade de transformação das sociedades (1999, p.44). Miller complementa afirmando que as “as mídias sociais não devem ser vistas como distintas da vida comum” (2016, p. 02). Além disso, existe uma “socialidade escalável” (MILLER, 2016), que é uma mistura entre o que seria público e o que seria privado. Pode parecer simplista dizer que uma conversa numa rede social seria pública, mas se parar para pensar comparativamente com o que ocorre dentro de uma mesma rede, como o WhatsApp por exemplo, o privado ainda pode ser mais privado do que numa rede social mais ampla como o Facebook. Seguindo o exemplo apresentado pelo próprio Daniel Miller, uma conversa no

WhatsApp é privada, e para se estabelecer um diálogo é necessário, no mínimo, conhecer o número de telefone do indivíduo. Entretanto, uma conversa em um grupo da mesma rede, que seria caracterizada como privada passaria a ser pública, dependendo do grupo que está dentro da rede. Existem links que permitem acesso à grupos no WhatsApp, mas de qualquer maneira precisa se ter acesso ao link, o que seria equivalente a um “convite” para fazer parte do grupo. Logo, poderia se dizer que é privado. Não obstante, uma conversa privada entre duas pessoas, também no WhatsApp seria privada. E quanto às publicações do Stories?¹⁰ É uma demonstração de exibição “pública” que, porém, pode ser feita para somente quem se desejar. Nesse sentido, é ratificado que a divisão entre público e privado se torna tênue e relativa de acordo com o contexto de uso dessas redes sociais:

As mídias sociais criaram um leque de privado para público e de pequenos para grupos maiores, substituindo a oposição tradicional entre a díade privada e a transmissão pública. É a qualidade de grupo escalável que é nova e especial sobre essas plataformas” (Miller, 2016, p.03).

Dijk (2007) afirma que o crescimento das plataformas de mídias sociais é constantemente confundido com o crescimento da Web 2.0 no começo dos anos 2000, quando surgiram formas de interação social tais como Blogs, o Wikipédia e redes como o Facebook e YouTube, inclusive ressaltando a participação do público como colaborador central nas relações. Ou seja, os avanços no processo de modernização desempenharam importância fundamental na mudança permitida em novas possibilidades de comunicação social. Neste contexto, as "novas tecnologias" - tais como os aparelhos celulares e a internet - e seus desdobramentos, como as redes sociais, oferecem a seus usuários múltiplas possibilidades comunicacionais. Estudar essas possibilidades vai além do interesse de entendimento do funcionamento da rede, até porque este funcionamento pode ser mutável e adaptável aos objetivos e desejos de seus usuários em diferentes momentos históricos. Estudar essas possibilidades permite buscar o entendimento de comportamentos, desejos e interações de determinados períodos no tempo. Segundo Simmel:

¹⁰ No WhatsApp o nome dado ao espaço em que se pode incluir mensagens que desaparecem é STATUS. Porém, para facilitar o entendimento da lógica de mensagens que desaparecem, será mantido o nome STORIES.

Entender que o ser humano, em toda a sua essência e em todas as suas expressões, é determinado pelo fato de que vive interativamente com os outros seres humanos deve levar a um novo modo de observação em todas as chamadas ciências do espírito (SIMMEL, 2006, p.20).

Djick (2007) apresenta que muitas ações que desenvolvemos na internet são ampliações, réplicas ou extensões do atitudes oriundas do ambiente não digital como, por exemplo: exibir fotos aos amigos, fofocar, checar se um amigo está bem etc. Partindo do pressuposto de que as novas tecnologias, como as redes sociais, servem como mediadores das relações entre indivíduos, é necessário ressaltar que as ferramentas se adaptam e hoje (2019), as funcionalidades que foram criadas para desaparecem após decorrido 24 horas de sua publicação, já permitem a fixação e armazenamento do conteúdo publicado para visualização e compartilhamento posterior, de acordo com a vontade de seu criador. Essa reflexão poderia gerar o questionamento se valeria o esforço de continuar o estudo, visto que a alteração na característica básica de desaparecimento automático passou a permitir o arquivamento do conteúdo publicado, possibilitando a permanência de algo que deveria ser efêmero em sua essência. A resposta é sim, o estudo deveria ser mantido, visto que a lógica do desaparecimento automático continua presente.

A diferença, no entanto, está mais relacionada a quem visualiza as publicações do que para quem publica, uma vez que as publicações feitas na *timeline* podem ser vistas por todas as conexões na plataforma, a qualquer momento, bastando procurar. Já as publicações no Stories podem ser escolhidas se serão vistas por pessoas no futuro, após seu desaparecimento para a audiência em geral ou se serão armazenadas somente para quem produziu/publicou o conteúdo. Goffman acreditava que “quando um indivíduo ou ator desempenha o mesmo movimento para o mesmo público em diferentes ocasiões há probabilidade de surgir um relacionamento social” (GOFFMAN, 2002, p. 24). Por isso, que este estudo acredita que a presença ubíqua das redes sociais no cotidiano dos jovens das grandes cidades fez com que se criassem estratégias de socialização nestes ambientes. Ninguém obriga uma pessoa a publicar nas redes sociais, embora, uma certa pressão social exerça poder sobre a escolha do indivíduo em estar em pelo menos uma rede.

Conforme será demonstrado na última pesquisa, realizada no segundo semestre de 2019, uma grande parcela dos entrevistados não faz uma reflexão

profunda do porquê usam a funcionalidade Stories. É o querer estar junto que importa ((SIMMEL, 2006). Une-se a esse fator, o encantamento com relação ao que é novo. Crary afirma que “o medo de ficar para trás, de ser considerado antiquado” (2016, p.54) faz com que as condições cotidianas de comunicação e acesso acabem garantindo o apagamento sistemático do passado como parte da construção do presente, assim como acontece com as publicações de ações passadas, que geram a sociabilidade presente.

Goffman (2002) afirma que a conversa também serve para preencher o vazio e o desconforto, como quando se encontra um estranho num elevador. O uso do Stories demonstra interações como essas, porém no ambiente digital. Primeiro, porque o narrador inicia a conversa, expondo seu dia a dia, para uma audiência selecionada e, muitas vezes, íntima (amigos ou pessoas que ele queira que vejam o conteúdo exposto). Segundo, porque o conteúdo é selecionado, recortado, editado e enviado no momento mais propício. Por exemplo, se um sujeito comum estiver em uma festa e desejar compartilhar como está o andamento dela, é mais provável que ele faça uma série de Stories contando os fatos que mais se destacaram na sua opinião do que fazer uma *live* (vídeo transmissão ao vivo) durante toda a festa. Caso o fizesse, seria capaz de se tornar o chato/a, que permanece no celular ao invés de aproveitar a festa. Os próprios usuários brincam com as regras do que é permitido e o que não é, conforme print de publicação abaixo (figura 1):

Figura 1: Publicação no Stories



Assim, os saberes práticos do senso comum regem as normas sociais (Rodrigues, 2017). Ou seja, a vigilância social com relação as formas de atuação do outro faz com que o usuário tenha bom senso quanto ao que é adequado ou inadequado, como o número de publicações permitidas ou o tamanho adequado do conteúdo que é compartilhado, por exemplo. Para Adriana Braga (2013) mesmo que nenhuma regra esteja formalmente codificada, existe uma regulação que faz com que as pessoas saibam como agir, com o intuito de causar ou sustentar determinada impressão no seu grupo de convivência cotidiana.

Terceiro, porque o diálogo só será estabelecido quando o leitor/ouvinte iniciar a parte dele da conversa, respondendo a mensagem compartilhada. Assim, caberá ao narrador continuar o diálogo ou interromper, ao não responder à mensagem, visualizando a resposta ou simplesmente ignorando a iniciativa da outra parte. Essa quebra pode ocorrer por diferentes motivos: o narrador pode estar ocupado efetivamente aproveitando a festa. Pode não ter interesse em continuar a conversa com a pessoa naquele momento. Pode ter feito a publicação objetivando a visualização e/ou resposta de outra pessoa ou pode apenas querer verificar quantos amigos estão visualizando suas publicações para saber o quanto popular é, entre outros motivos. Nas palavras de Simmel, “o fato de que o indivíduo tenha de se adequar a um contexto comum e viver para ele; mas também que os valores devem refluir para o indivíduo justamente a partir desse contexto” (SIMMEL, 2006, p. 77) é o que gera a *liberdade de associação*:

A maneira pela qual os grupos se formam se separam, e seu modo para levá-lo a conversa, surgida por impulso ou oportunidade, se desenvolve, aprofunda-se, ameniza-se e termina, numa “reunião social”, fornecem uma miniatura do ideal de sociedade que se poderia chamar de liberdade de associação (SIMMEL, 2006, p.78).

Dito isso, é evidente que é necessário manter a ética nas relações sociais, porque, do contrário “passa a ser uma frívola brincadeira” (Simmel, 2006, p.80). Assim, com já foi dito antes referenciando Goffman, espera-se que as pessoas publiquem realidades. Porém, muitos indivíduos sequer refletem que essa realidade é um recorte dentro de inúmeras possibilidades e o que é apresentado para o outro é a percepção a partir da visão de quem gera a publicação. Mas por que publicar? Por que simplesmente não guardar as fotos para os momentos mais íntimos? Para os amigos mais próximos? Talvez porque cada um queira ter a possibilidade de ver

a si mesmo e a expressar suas vontades e opiniões. Assim é o princípio da democracia, que ajudou o desenvolvimento e liberdade de expressão, potencializado com a auxílio da internet. Qualquer indivíduo passou a ter a liberdade de se comunicar com seus amigos mais próximo ou com quem queira ouvir o que se diz. Todavia, também é preciso manter as regras de um ambiente e é nesta perspectiva que residem os papéis sociais de Goffman, porque “a sociedade lhe dá uma medida que a personalidade não deve ultrapassar nem em direção à generalidade nem a individualidade” (GOFFMAN, 2002, p. 91).

Nesse aspecto da sociabilidade nem todas as redes sociais têm o mesmo perfil interacional. Conforme será descrito mais à frente, existem certas regras entendidas pelo usuário sobre o que é permitido compartilhar sem a quebra do acordo social. Por exemplo, às vezes a publicação do Stories é um desabafo, às vezes é um comentário sobre o que já foi visto. Outras redes sociais também possuem esse caráter, a diferença é que é possível buscar em sua base um passado – que às vezes a(s) pessoa(s) da foto adoraria(m) esquecer e que, muitas vezes, ressurge em um momento pouco propício ou comprometedor, fora de contexto. Várias redes sociais, incluído o Facebook, tem essa funcionalidade de recordar. Mas será que tudo deveria ser lembrado? Se essa pergunta fosse feita a muitos jovens, a resposta provável seria um sonoro “não”. Definitivamente existem momentos que não valem a pena serem lembrados. Então, é útil que tenha um local que as publicações possam desaparecer.

Para Simmel “o indivíduo busca a si mesmo como se ainda não se possuísse e ainda assim está seguro de ter em seu eu o único ponto sólido” (SIMMEL, 2006, p. 111). Quando um jovem diz que tem que manter a sua rede em movimento, ele pode estar fazendo referência a idealização do seu papel social que precisa ficar em evidência. Para Goffman a “idealização é o processo de socialização, tendência que os atores têm de oferecer a seus observadores uma impressão que é idealizada de várias maneiras diferentes” (GOFFMAN, 2002, p. 40). Popularmente analisando parece haver certa repulsa com o ímpeto dos jovens em exercer o exibicionismo e mostrar determinados momentos de suas vidas pessoais nas redes sociais. No entanto, bem antes da popularização das redes sociais e do surgimento do Stories,

Goffman apresentou como esse fator é relativamente comum e esperado. Será esse o motivo do compartilhamento de momentos?

Seja o que for que crie o desejo humano de contato e companheirismo social, o efeito parece tomar duas formas: a necessidade de um público diante do qual pôr à prova a própria personalidade e a necessidade de companheiros de equipe, com os quais se possa entrar em atividades coniventes e praticar o descontentamento dos bastidores (GOFFMAN, 2002, p. 189).

Seguindo a compreensão de como a sociabilidade exerce papel de fundamental importância nas relações humanas, como a tecnologia vem alterando e adaptando novas formas de comunicação e interação social, faz-se necessário destacar que a ideia de que é possível publicar o quanto quiser no Stories já está mudando. Talvez pela maior aderência de novos usuários, atualmente já existe um questionamento quanto a quantidade de muitas publicações. Algumas são aceitas. Muitas não são. Embora o conceito de "algumas" e "muitas" seja relativo, variando de usuário para usuário, o princípio do efêmero continua fortemente válido: as publicações que são feitas buscam destacar momentos presentes. Quem publica deseja que outros vejam naquela e nas horas seguintes, mas provavelmente não queira que seja visto em um futuro mais distante.

Portanto, ainda permanece necessário entender como os desdobramentos afetam e possibilitam novas formas de comunicação, tais como as escolhas no compartilhamento de conteúdo nas redes sociais – com conteúdos efêmeros ou não –, assim como as diferentes possibilidades interacionais e como essas novas dinâmicas podem gerar uma dialética de aproximação e distanciamento, simultaneamente, conforme será apresentado a seguir.

3. Comunicação Mediada nas Redes Sociais

A técnica em geral não é nem boa, nem má, nem neutra, nem necessária, nem invencível. É uma dimensão, recortada pela mente, de um devir coletivo heterogêneo e complexo na cidade do mundo (LÉVY, 1993, p. 194).

Muniz Sodré (1996) afirma que a comunicação mediada ganha cada vez mais força na sociedade atual das grandes cidades. Conforme apresentado no capítulo anterior, aspectos como distância e falta de tempo contribuem para o crescente uso das tecnologias. Em um passado não muito distante o uso do fax, por exemplo, ajudava nos negócios das empresas, encurtando o tempo de envio de documentos. O telefone servia para diferentes funções, desde o mundo dos negócios, a matar a saudade daquele ente querido distante. O “computador redefine os humanos como ‘processadores de informação’ e a própria natureza ‘como informação a ser processada’” (POSTMAN, 1994, p.117).

Para Manuel Castells (1999) vivemos em redes, estamos conectados e somos (empiricamente) a favor do progresso e dos benefícios que o aparato tecnológico pode nos proporcionar. As redes sociais permitem não somente ouvir a voz, mas também ver a pessoa em tempo real e, frequentemente, de maneira gratuita, bastando ter acesso a rede de conexão com a internet, que pode ser utilizada em casa, bares, cafés etc. Nesse sentido, percebe-se que é por meio da comunicação que os indivíduos desenvolvem suas relações afetivas, econômicas, políticas, religiosas, entre outras e reconhecem seus grupos. Conseqüentemente, as mídias se tornaram um dos maiores veículos de propagação da interação social na era da velocidade da informação, desempenhando um papel de extrema importância na constituição da identidade dos sujeitos, na produção de sentido cultural e na construção do senso de pertencimento a determinados locais. Assim, Sodré afirma que:

Na sociedade mediatizada, as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social do sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais (SODRÉ, 1996, p. 27-28).

Para Umberto Eco (1979), um grande erro é pensar na cultura de massa como boa ou má. A funcionalidade que gera o apagamento automático de publicações nas redes sociais, denominado neste estudo como Stories, por ser

relativamente recente pode despertar a mesma reflexão. Em um caminho inverso, também é possível acreditar que o dia a dia da população deveria ser estudado e compreendido como forma de entender os indivíduos como sociedade. Se uma grande parcela da população usa cotidianamente as redes sociais como meio de interação social e comunicação com seus pares, por que não entender os desdobramentos dessas relações?

Ângela Arruda, em seu texto intitulado *a teoria das representações sociais*, “partia da premissa de que existem formas diferentes de conhecer e de se comunicar, guiadas por objetivos diferentes” (ARRUDA, 2002, p. 129-130). Assim como Simmel afirma, no livro *Questões Fundamentais da Sociologia*, que “por incontáveis vezes não queremos saber como se comportam coisas individuais, mas sim, a partir delas, formar uma unidade nova, coletiva” (SIMMEL, 2006, p.10). Analisando as duas citações, entende-se que os indivíduos sempre buscarão a melhor forma de comunicação e interação social. Entretanto, o termo “melhor” será relativo de acordo com o que cada indivíduo, grupo e ambiente que convive acredita ser mais conveniente de acordo com determinada época. Ou seja, as transformações compreendidas pelas representações sociais, transformam em familiar algo abstrato e não familiar, dando uma forma específica ao conhecimento adquirido, permitindo, assim, a comunicação. Em seguida, ocorre a integração do novo objeto - com a classificação e nomeação -, a um sistema de pensamento social já existente. Em suma, os indivíduos buscam em sua memória conceitos existentes, com os quais o objeto será comparado, e decidem como e em qual classe serão inseridos, para que o novo objeto deixe de ser estranho e possa ser descrito, distinguindo-se de outros objetos. No entanto, é importante sempre se ter em mente a afirmação de Erick Felinto quanto a “qualquer tentativa de análise do fenômeno das novas mídias deve começar pela relativização do conceito de ‘novo’ (FELINTO, 2011, p. 09)”.

Pierre Levy (2004) conceitua cibercultura¹¹ como uma manifestação da vitalidade social, um prolongamento da oralidade escrita. As redes sociais estão presentes no dia a dia de muitas pessoas e, ao menos uma parcela dessas pessoas,

¹¹ O termo cibercultura é considerado por alguns estudiosos atuais como inadequado. Erick Felinto, por exemplo, defende que o mais apropriado deveria ser o uso da palavra estudos de mídias - embora o termo cibercultura tenha marcado um período de avanços tecnológicos focado na automação e uso da internet (FELINTO, 2011, p.02).

gera e publica conteúdos que desaparecerão em algum tempo. Em 2004, quinze anos antes deste estudo, Pierre Levy já apresentava no seu livro “*Uma perspectiva vitalista sobre a cibercultura*” o poder da cibercultura:

“Os signos da cultura, textos, música, imagens, mundos virtuais, simulações, softwares, moedas, atingiram o último estágio da digitalização. Eles tornam-se ubiqüitários na rede - no momento em que eles estão em algum lugar, eles estão em toda parte” (LEVY, 2004, p.14)

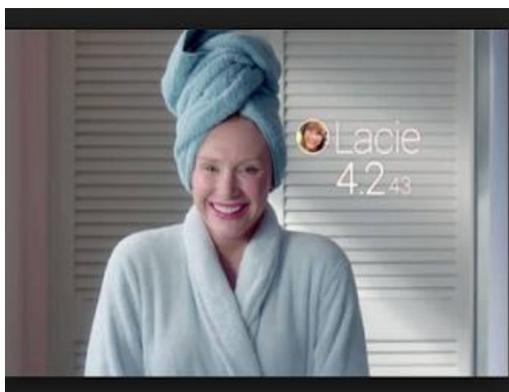
Conforme dito anteriormente, vivemos em sociedade, a moldamos e somos moldados por ela. Realmente na “rede” se encontra quase tudo, mas também existe a possibilidade de não se encontrar algo e, até mesmo, da internet não estar em determinados locais. Porém, ainda assim, é possível constatar a presença ubíquo de tecnologias que facilitam a comunicação, tais como os computadores e os aparelhos celulares. Um exemplo está atrelado a palavras *computador*. Para quem pensou na máquina que poderia ter sido utilizada para escrever esse texto, é possível ratificar que no passado a palavra era utilizada para descrever pessoas que fossem ótimas no desenvolvimento de cálculos complexos, de maneira rápida e eficiente. O que demonstra que a assimilação atual da palavra às práticas cotidianas está profundamente enraizada a ponto de indivíduos sequer se darem conta da etimologia da palavra – assim como acontece com tantas outras.

Apesar disso, é inegável que as redes sociais se tornaram fontes de entretenimento, lazer e conexão entre pessoas. Sheldon e Bryant (2016) elencaram os principais motivos para o uso pessoal de uma rede social. Os autores fazem referência a rede social Instagram, mas também pode ser válido para outras redes. Primeiramente, mas não necessariamente nessa ordem, a vigilância e conhecimento sobre os outros é um dos fatores citados. A documentação e o registro de um momento marcante é outro. Aqui existe um distanciamento entre o que é publicado na *timeline* (feed de notícias) e nos Stories, conforme será visto mais adiante. Mostrar-se legal e criatividade são outros pontos. Fato que conecta os jovens a seus amigos e conhecidos e que, às vezes, distância de seus familiares.

Pode parecer longe da realidade, talvez oriundo da televisão, a quase onipresença das novas tecnologias, tanto que a arte já está imitando a vida e não o

contrário. O primeiro episódio, da terceira temporada, do seriado *Black Mirror*¹² é um exemplo para se comparar o que está acontecendo do outro lado do mundo, na China. No seriado, para conquistar alguns objetivos de vida, como ter o apartamento dos seus sonhos, a personagem precisa adquirir determinados pontos nas redes sociais, que são dados por outras pessoas, a partir do contato entre elas (figura 2). Fato similar acontece na China, segundo a Revista *Veja*. Em publicação de novembro de 2018, a revista afirma que “*atos dos cidadãos na China valerão pontos no sistema de crédito social*” (figura 3).

Figura 2: Episódio de *Black Mirror* (T3:E1)



Fonte: Captura feita pela autora (2018)

Figura 3: Sistema de Pontuação Chinês



Vigilância: cada um dos quase 1,4 bilhão de chineses será monitorado e pontuado. (Arte/Stock)

Fonte: (BRAUN, 2018)

Dito isso, é necessário entender como a dinâmica das diferentes possibilidades comunicacionais se dão nas redes sociais. Se toda publicação fosse igual, por que ter duas possibilidades tão distintas entre “permanência” e “desaparecimento”? Ou seja, entre o que é publicado na *timeline* e o que é publicado no *Stories*?

3.1. A Funcionalidade *Stories*

Conforme mencionado anteriormente, está sendo nominado como *Stories* a funcionalidade que permite a publicação de conteúdo nas redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp, com desaparecimento automático por parte da própria rede

¹² Seriado britânico de contos de ficção científica que refletem os diferentes lados - obscuro, satírico, bom etc. - das telas e da tecnologia. O primeiro episódio foi exibido em 04/12/2011 (WIKIPEDIA). Sinopse do episódio: (NETFLIX, 2017). Esta também é a fonte da figura 2.

social, depois de decorrido 24 (vinte quatro horas) da sua publicação. O compartilhamento do conteúdo pode ser realizado de duas maneiras distintas: a partir de um conteúdo novo, que foi gerado no momento que se deseja publicar; ou a partir de arquivos já existentes, como fotos, vídeos, imagens, links (URLs) de internet, entre outros.

Começando pela explicação de como realizar publicações de conteúdos novos, o usuário deverá abrir a rede social desejada, clicar no link do Stories e iniciar o tipo de compartilhamento que deseja. No **Facebook**, por exemplo, a maneira de criar e compartilhar novas publicações é praticamente igual tanto no celular quanto no computador, podendo iniciar o compartilhamento do conteúdo clicando no ícone do Stories na página principal da rede (figura 4). A diferença está no layout que aparece para o usuário da rede. No computador é um layout que permite compartilhar tanto no feed de notícias – e, conseqüentemente, não desaparecerá – ou no Stories (figura 5). No celular, basta o usuário compartilhar o que deseja de acordo com a sua preferência, também partindo da tela inicial, clicando no sinal de “+” que está acima da foto ou na própria foto de perfil do usuário que está atrás do sinal (figura 4). Para facilitar, a rede disponibiliza layouts e ícones visuais de tipos diferentes de publicações que podem ser feitas, como selfie, texto, enquetes, entre outros (figura 6).

Figura 4: Publicação Stories Facebook via celular



Figura 5: Iniciar Stories via computador



Figura 6: Abrir galeria de fotos no Facebook



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

Caso o usuário esteja visualizando a publicação de seus contatos e deseje criar uma publicação, a rede disponibiliza um ícone em miniatura com a foto de perfil do usuário (figura 7), que ficará sempre do lado esquerdo da tela do usuário. Ao clicar neste ícone, o usuário poderá publicar seu Stories – tanto no celular quanto no computador.

Figura 7: Ícone miniatura Stories no Facebook¹³



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

Para publicação via celular de uma foto pré-existente, por exemplo, é necessário clicar na galeria de imagens, que está na parte inferior da figura 6, mencionada anteriormente. Vale ressaltar que esse conteúdo pré-existente pode ser “novo” ou antigo. Por exemplo, uma foto que foi tirada pela câmera do celular, pode ser compartilhada tanto diretamente pela galeria de imagem do celular (figura 8) ou a partir da galeria que aparece na figura 6, mencionada anteriormente. Porém, um “TBT”¹⁴ com uma foto da infância, por exemplo, pode ser mais antigo e representar um resgate na memória.

¹³ Figuras 4,5,6 e 7, acesso pelo App do Facebook da autora. Disponível em 03/12/2019. Celular Moto G5. Sistema operacional Android.

¹⁴ “TBT” significa *throwback Thursday*, significando uma lembrança de um passado. Deve ser publicado na quinta-feira (PADILHA, 2019).

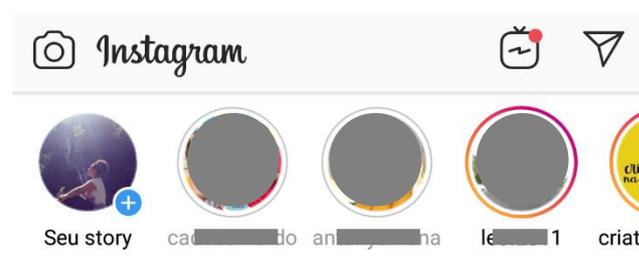
Figura 8: Compartilhamento de imagem no celular



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

Na rede Social Instagram não é possível o compartilhamento de nenhum conteúdo, novo ou pré-existente, via computador. O compartilhamento deve ser feito exclusivamente pelo celular. A publicação de conteúdo pré-existente pode ser feita da mesma maneira que mostra a figura 8 acima. Outras formas serão apresentadas ainda neste capítulo. Para conteúdos novos, basta seguir os passos do Facebook, abrindo a rede e em seguida clicando no ícone da Stories na tela principal (figura 9). A partir dessa ação existem diferentes possibilidades: tirar uma foto nova, criar um texto, fazendo um “Boomerang”, “superzoom” ou até mesmo uma “live” – compartilhamento de vídeo ao vivo.

Figura 9: Stories no Instagram



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

Quando o usuário escolhe a maneira de compartilhamento, outras opções de personalização da publicação de conteúdo são apresentadas. Por exemplo, no formato texto, abrem-se opções de enquetes, cronometro para uma contagem regressiva, recordações de publicações antigas, entre outros. Outro exemplo é referente à escolha da opção de selfie, quando a plataforma passa a exibir diferentes

opções de filtros, como o de cachorrinho que aparece na figura 16 – imagem de divulgação da rede social Snapchat.

A rede social **WhatsApp**¹⁵ também não permite o compartilhamento de conteúdo via computador. Para o usuário criar Stories pelo celular a partir de um conteúdo pré-existente, é possível seguir o mesmo caminho da figura 8, se for uma imagem, ou abrir a rede social e procurar a opção de “status” (figura 10).

Figura 10: Criar Stories no WhatsApp



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

Em seguida é necessário clicar no ícone da câmera (em verde, do lado inferior direito da imagem 10). Na barra inferior aparecerão miniaturas dos itens que estão no banco de imagens do celular, seja porque são fotos que foram tiradas com o celular ou porque foram enviadas para o WhatsApp do usuário. Outra opção disponível é tirar uma foto a partir da funcionalidade de câmera disponibilizada pelo próprio aplicativo (ícone da máquina fotográfica) ou iniciar a redação de um texto (do lápis), conforme aparece na parte inferior direita da figura 10, acima. Um fato que deve ser destacado é que pelo computador, no WhatsApp web¹⁶, é possível ver

¹⁵ Caminho feito por usuário do Android (nº 8.1.0), aparelho Moto G5, em dezembro de 2019. Devido as constantes mudanças que as redes sociais fazem na busca pela melhoria na experiência do usuário, as distintas possibilidades de publicações podem mudar com o passar do tempo.

¹⁶ Acesso ao WhatsApp pelo computador. Disponível em <Web. whatsapp.com>. Acesso em 01/11/2019

as publicações no Stories de contatos, porém a publicação só pode ser feita via celular.

O compartilhamento de publicação de um link já existente é comum às três redes sociais. Uma foto tirada pela câmera do celular pode ser visualizada, e compartilhada, a partir do banco de imagens do celular, cartão de memória ou arquivo nas nuvens – desde que o aparelho celular esteja conectado à internet. Uma imagem também pode ser compartilhada a partir da internet. Dependendo da fonte de origem, poderá ser visualizada no Stories como imagem ou como link para a página original na internet. Sendo assim, é necessário destacar que a funcionalidade Stories é basicamente para uso via celular e que, portanto, pode variar em relação à disposição das funcionalidades em celulares Androids ou IOs.

Nesse contexto, é válido o entendimento que as publicações são partes tão importantes desse meio de interação social, efêmera e mediada pela tecnologia, quanto a visualização do conteúdo compartilhado. Em uma pesquisa realizada com jovens de 20 a 24 anos do Rio de Janeiro (LACERDA, 2018), alguns informaram que usavam o Stories devido à praticidade: bastava clicar no primeiro, que as publicações seguintes eram exibidas automaticamente.

Outro fator está relacionado a um claro objetivo de estímulo para que seus usuários vejam as publicações de seus contatos. O Facebook possui duas estratégias em que é possível visualizar as publicações de contato: no celular, na parte superior na tela inicial ou ao percorrer o feed de notícias (figura 11). No computador, os Stories publicados podem ser vistas no canto superior direito da tela e ao percorrer o feed de notícias infinito - que recebe esse nome por ser possível ir rolando a barra até publicações infinitamente mais antigas.

Figura 11: Stories no meio do feed de notícias



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

Na rede Social **Instagram** somente é possível a visualização de conteúdo de Stories de outras pessoas que o usuário segue. No Instagram Web¹⁷ não é possível criar publicação, sendo o meio de publicação via celular. Quando se visualiza o conteúdo publicado por um contato, o nome desse usuário e o círculo ao redor da sua imagem muda para a cor cinza (figura 9) – o mesmo acontece no WhatsApp (figura 10). Quando o usuário que visualizou a publicação sai da rede social e volta novamente, o Stories visto não estará mais disponível no início, mas no final de todos os Stories de outros contatos – o mesmo acontece no Facebook. No WhatsApp vai para uma outra parte intitulada “atualizações visualizadas”, conforme imagem 10. Essa estratégia faz com que sempre estejam disponíveis as publicações mais recentes para o usuário, ratificando, assim, o pressuposto de estímulo contínuo de publicação e visualização de conteúdo de seus amigos e conexões.

No **WhatsApp**, conforme a figura 10 exibida anteriormente, é possível visualizar as publicações do próprio usuário ou as atualizações de outros usuários que estão na sua agenda de contatos – que deve ser recíproco para que ambos

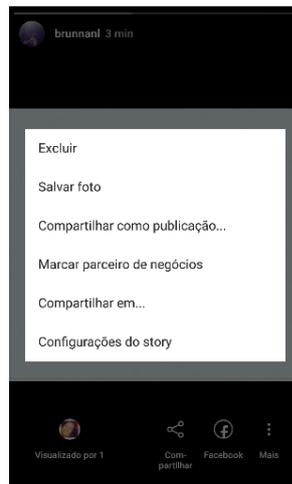
¹⁷ Acesso em <<https://www.instagram.com/?hl=pt-br>>. Disponível em 03/12/2019

possam ver as publicações. A visualização de conteúdo de terceiros pode ser dividida em três opções: atualizações recentes, que são aquelas que ainda não foram vistas pelo usuário da rede; atualizações visualizadas, que é óbvia e não precisa de grandes explicações; e, por fim, as atualizações silenciadas, que são publicações de contatos que o usuário não deseja ver. Por exemplo, se a pessoa tem um colega de trabalho como contato no celular e esse colega publica no Stories, o usuário da rede poderá ver a publicação. Outra possibilidade relacionada a visualização é o bloqueio de contatos do usuário, para que esses contatos não vejam suas publicações. Essa opção será comentada mais no próximo capítulo que aborda a dialética da aproximação e distanciamento pelo efêmero.

Todas as redes sociais permitem a opção de bloqueio, tanto para não ver o que seus contatos publicam, quanto para que seus contatos não vejam as publicações desse usuário. Assim, somente é possível a visualização de quem o usuário realmente queira. Nesse contexto, a aproximação com contatos de seu interesse pode ser realizada de acordo com os critérios de “bloqueios” de visualização/publicação que o usuário fizer. Também vale ressaltar que nem todos os usuários bloqueiam seus contatos. Logo, é possível passar para a próxima publicação ou ignorar que um contato viu uma publicação desse usuário. Entretanto, a visualização de determinadas pessoas pode representar um retorno mais desejado para o usuário que criou a publicação do que a visualização por parte de outros amigos, conforme descrito por alguns usuários (LACERDA, 2018).

Com relação a fixação de conteúdo, as imagens a seguir são de exemplos de novembro de 2019. A figura 12 (abaixo) é um exemplo referente a possibilidade de arquivamento do Stories do Instagram. Assim como marcar pessoas, compartilhar em outras redes e gerenciar o compartilhamento de conteúdo no Instagram Stories.

Figura 12: Fixação do Stories no Instagram



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

As próximas imagens são referentes ao uso dos Stories no Facebook¹⁸. A figura 13 é um exemplo de como a rede informa que a publicação será disponibilizada para visualização de seus contatos no Stories e não na timeline. Na parte inferior da página a rede social disponibiliza a opção de identificar quem visualizou a publicação, adicionar novos Stories, além de dar destaque para a publicação (figura 14). Ou seja, o Stories que deveria desaparecer em 24 horas, poderá ser visto no futuro (figura 15).

¹⁸ Caminho feito por usuário do Android (nº 8.1.0), aparelho Moto G5, em dezembro de 2019.

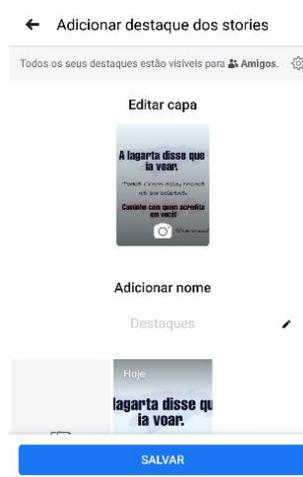
Figura 13: Compartilhamento de Stories



Figura 14: Destaque de Publicação



Figura 15: Configuração de publicação



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

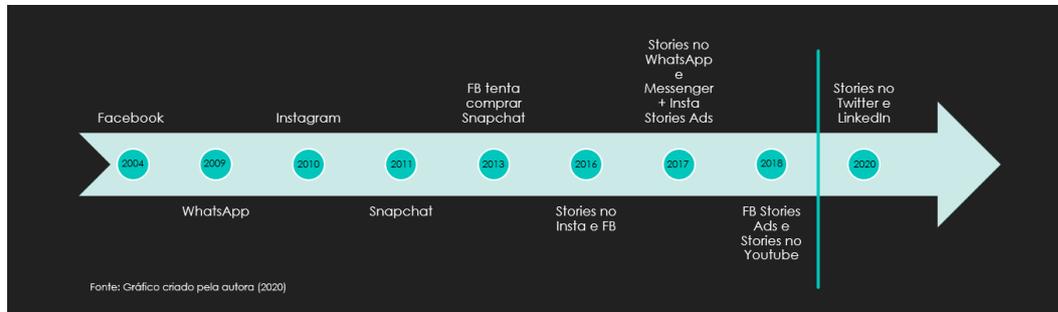
Não obstante, além da possibilidade de fixação, a figura 15 (acima) ilustra como é possível ordenar as publicações salvas, criando, inclusive uma capa e um nome para ordenar os arquivos. Ou seja, é uma possibilidade do usuário decidir se a publicação é interessante o bastante para permanecer ou suficientemente efêmera para ser descartada. Entretanto, deve-se destacar que nem sempre essa escolha entre efêmero versus permanência é feita a partir de um análise profunda, podendo ser feita a partir de diferentes critérios, como padrões estéticos por exemplo. Como o intuito desta dissertação não está focado a respeito da memória, não foi perguntado em nenhum dos questionários aplicados os critérios para fixação e arquivamento de um conteúdo, sendo possível a análise e desdobramentos em trabalhos futuros.

3.2. Usos e Compartilhamentos

Após uma breve descrição de como se publica e visualiza as publicações, e antes de conhecer as diferentes possibilidades de escolha no compartilhamento da informação no âmbito das publicações efêmeras, é necessário entender a popularização e crescente incorporação da funcionalidade em diferentes redes sociais, começando pela rede social Snapchat. Visando a sanar uma curiosidade, e gerar um entendimento quanto ao processo de inclusão da funcionalidade dentro de redes sociais que já existiam, e que supostamente deveriam ter princípios de uso

distintos, será apresentado um breve resumo da popularização do Stories (figura 16).

Figura 16: Linha do tempo Stories



O Snapchat foi a rede pioneira na apresentação de conteúdos efêmeros, com o intuito de compartilhamento de mensagem que os usuários gostariam que desaparecessem, sendo seu lançamento datado de 2011. Em 2013 o Facebook tentou comprar a rede social concorrente, porém sem sucesso (DEMARTINI, 2016). Em 2016, após lançar alguns aplicativos que concorreriam com o diferencial do Snapchat, o Facebook lançou a funcionalidade Stories na rede Instagram. Segundo o Blog do Instagram para empresas, um levantamento realizado em 2017 afirma que o Brasil é o segundo maior mercado do aplicativo, possuindo 50 milhões de contas ativas (INSTAGRAM, 2017), perdendo apenas para os EUA. Para o desenvolvimento de interações sociais deste volume de usuários, a rede tem apresentado alterações no aplicativo ao longo dos últimos anos e a inclusão da funcionalidade Stories é uma delas. Para José Van Dijck a combinação das múltiplas plataformas sociais forma um “ecossistema da mídia conectiva” (Dijck, 2013, p.21). Ou seja, elas se influenciam mutuamente e as alterações que uma fizer, a outra provavelmente também fará, conforme é possível observar com a implementação da funcionalidade Stories nas várias redes sociais disponíveis até o momento da escrita deste trabalho. O autor complementa ao afirmar que é um sistema que nutre e, por sua vez, é nutrido por normas sociais e culturais que evoluem simultaneamente em nosso mundo cotidiano (Idem, 2013). Fato que pode ser exemplificado com, além das alterações oficiais realizadas pelos idealizadores da plataforma digital, os usuários também se adaptaram às nuances e possibilidades comunicacionais disponibilizadas pela ferramenta.

Entre as redes que disponibilizam a funcionalidade em dezembro de 2019 estão o WhatsApp, o Facebook, o Instagram, o Messenger, o YouTube e o Snapchat. Entre o total dos 88 (oitenta e oito) usuários pesquisados, mais da metade, 69 (sessenta e nove) afirmaram usar o Stories do WhatsApp. Outros 62 (sessenta e dois) afirmaram usar o Stories do Instagram, muitas vezes em conjunto entre as duas plataformas mencionadas. Entre o total de respostas dadas com relação ao uso da funcionalidade nas diferentes redes, somente 22 (vinte e dois) entrevistados responderam que usam a funcionalidade no Facebook. Entretanto, 17 (dezessete) usuários responderam que usam as três plataformas simultaneamente. Ao passo que tão-somente 02 (dois) afirmaram não usar a funcionalidade em nenhuma plataforma.

Fotos, vídeos, textos e links podem ser visualizados, variando seu compartilhamento de uma plataforma para outra. Por exemplo, a Snapchat ainda é a ferramenta que mais possui filtros inusitados, como o de cachorro que aparece na imagem abaixo (figura 17). Os filtros são imagens temáticas que são sobrepostas à imagem que o usuário insere, tal como a selfie do próprio usuário. A rede ainda possui diferentes formas de comunicação interacional, podendo criar filtros personalizados para momentos especiais, como um casamento, por exemplo. Ademais, em novembro de 2019, a rede se auto intitulava como “o melhor jeito de compartilhar momentos”. Porém, conforme dito anteriormente, em pesquisas informais realizadas entre 2018 e 2019, a rede social não possuía aderência dos jovens que responderam os formulários desta pesquisa, sendo constatado com a aplicação dos questionários ao longo desse período. De cerca de 50 pessoas perguntadas, somente duas possuíam cadastro na rede Snapchat. Sendo assim, este estudo optou por excluir a rede do presente trabalho, focando nas redes sociais do grupo Facebook.

Figura 17: Print do site do Snapchat - filtro de cachorro



Fonte: (Snapchat, 2011)

Porém as outras redes possuem outras maneiras de alterar a imagem. Os chamados *Stickers*¹⁹ – são espécie de adesivos que podem ser sobrepostas às imagens. Os *emoticons* e *emojis*²⁰ são algumas delas. A possibilidade de escrever sobre a imagem também. E, assim como nas fotos que vão para a linha do tempo, a possibilidade de incluir filtros que modificam as imagens, deixando-as esteticamente mais agradáveis e com aspecto como se um profissional da fotografia tivesse tirado a fotografia, as imagens são personalizadas de acordo com o perfil e/ou vontade de cada usuário. É possível, por exemplo, deixar a foto com aparência de antiga, apesar de ter sido tirada recentemente. Outro aspecto do compartilhamento é a possibilidade de se criar grupos que podem visualizar o conteúdo a ser compartilhado. Nada de novo nessa opção se for comparado com a vida real, já que também escolhemos com quem queremos compartilhar determinados assuntos. Por exemplo, uma jovem não conta a história do que aconteceu nas suas férias para as amigas da escola da mesma maneira, e com os

¹⁹ No entanto, o Instagram é a rede que mais permite a inclusão dos Stickers, com possibilidade de incluir músicas, temperatura, horário, adesivos em formato de sorvete, donuts e muitos outros. O Facebook também possui as mesmas funcionalidades, mas o que mais é observado é a publicação simples da foto, já que a rede é vista por muitos usuários como um local mais sério. O WhatsApp não possui stickers, mas permite a publicação de gifs animados, com legenda – Resumo criado pela autora em 11/2019.

²⁰ Forma de comunicação que representa reações, estado psicológico e/ou emocional, por meio de imagens ou sinais de pontuação combinados. São as famosas carinhas amarelas, entre outras figuras disponíveis (FREIRE, 2014) e (Emoticon, 2019).

mesmos detalhes, que contaria para um tio distante ou para os professores da escola. Portanto, esses grupos refletem uma tendência de influência, que formam unidades.

Complementarmente, Simmel apresenta que o “princípio de sociabilidade é aquele em que cada indivíduo deve garantir ao outro aquele máximo de valores sociáveis (alegria, liberação, vivacidade) compatível com o máximo de valores recebidos por esse indivíduo” (SIMMEL, 2006, p. 69). Esse comportamento não reflete a condição de que o que a pessoa que cria e compartilha seja um conteúdo falso ou com intuito de manipulação. O sujeito pode estar apenas garantindo a cota de alegria que Simmel afirmou no trecho anteriormente mencionado. Segundo Goffman (2002) tal comportamento seria habitual, visto que a segregação do auditório – público que observa o papel que o sujeito desempenha – é necessária. Para o autor, o público não será o mesmo que “representará outro papel num ambiente diferente” (GOFFMAN, 2002, p. 52). O autor complementa assegurando que o ator representa seu papel de maneira que o outro acredite que seja único, especial (Idem, 2002). Nesse contexto, mais do que pensar que uma pessoa pode estar escondendo algo ao limitar o acesso de determinado “amigo” a uma publicação nas redes sociais, é necessário permanecer em mente que esta pessoa pode estar gerando uma separação de acordo com a audiência e a linha de conduta mais adequada, mediante regra de polidez e decoro.

Segundo o site da empresa Resultados Digitais (CUSTÓDIO, 2019) entre as redes sociais mais populares em 2018 estão o *Facebook*, o *YouTube* e o *WhatsApp*. Entretanto, destaca-se que em dezembro de 2019, as que possuíam a funcionalidade de mensagens que desaparecem estavam o *Snapchat*, o *Facebook*, o *Instagram*, o *WhatsApp* e o *Youtube*. Descartaremos deste estudo o *YouTube* (devido a sua recente implementação no final de ano de 2018) e o *Snapchat*, ambos devido à baixa quantidade de usuários em pesquisas informais realizadas. Ou seja, será mantido somente as três redes sociais que pertencem ao grupo do Facebook, que são o próprio Facebook, o Instagram e o WhatsApp.

A crescente implementação da funcionalidade nas redes sociais que possuíam diferentes características próprias de uso – conexão entre indivíduos no Facebook; mensagens instantâneas no WhatsApp e compartilhamento de fotos digitais no Instagram – sugere um ponto de partida para entender a popularidade da

funcionalidade que permite publicar um conteúdo, sem se preocupar se ele permanecerá no dia seguinte. Ao compartilhar e, conseqüentemente, ter alguns dos seus momentos vividos expostos aos contatos da rede social escolhida para publicação, um indivíduo poderia se aproximar de outro, uma vez que quem está distante passa a ter acesso a informações sobre o acontecimento e o cotidiano do ser distante. No entanto, essa mesma “aproximação” poderia ser capaz de distanciar, já que ao visualizar o acontecimento, poderia não ter mais o interesse de aproximação física. Em um momento em que se vive em meio a um grande volume de informações disponíveis, inclusive em relação à vida alheia, por que sair para ver alguém se é possível ter o mesmo resultado bastando acessar o telefone celular dentro da sua própria residência?

Nesse contexto, o desejo individual talvez seja a palavra-chave para entender as relações sociais contemporâneas. Mas para aqueles que não querem, basta pegar o celular e acompanhar a vida alheia em um estilo *Big Brother*²¹. No entanto, é necessário destacar que não há uma perspectiva determinista, nem o intuito de afirmar que as relações sociais físicas e presenciais serão extintas devido à mediação da tecnologia. Somente apresentar e debater sobre um fenômeno que tem se tornado corriqueiro atualmente como possibilidade comunicacional e interacional.

A partir do levantamento inicial do uso das redes sociais, realizado no primeiro semestre de 2018, conclui-se que a maioria das pessoas entrevistadas usa o Stories para compartilhar *momentos*. Mas não necessariamente qualquer momento. Ao incluir um novo conteúdo o usuário precisa decidir entre publicar no *Feed de Notícias*²² ou publicar no *Stories*. Ou seja, decidir se esse conteúdo permanecerá no “tempo” - *timeline* - ou se é efêmero e desaparecerá no dia seguinte - *Stories*. Assim, existe um juízo de valor, que pode ser diferente para cada indivíduo e seu meio. Para Rodrigues:

²¹ Programa de TV em que câmeras filmam por um determinado período as 24 horas da vida de alguns indivíduos que estão confinados em uma casa.

²² Local onde é possível ver as publicações de terceiros, sem a necessidade de entrar no perfil individual de cada amigo.

Os dispositivos mediáticos da enunciação têm influência sobre os nossos comportamentos e têm poder, mas essa influência e esse poder escapam à nossa percepção e, por isso, somos incapazes de os discernir, uma vez que coincidem com a própria experiência que nós próprios constituímos (RODRIGUES, 2016, p.176).

Outro fator determinante com relação às publicações está associado ao número de publicações adequadas. Na primeira pesquisa realizada em 2018 foi constatado que parecia haver um entendimento coletivo sobre a quantidade adequada de publicações compartilhadas em cada espaço da rede social. Uma ou duas publicações sobre um mesmo tema eram permitidas na *timeline*, mais do que isso, extrapolava o que a etiqueta online poderia julgar como adequado. Por outro lado, o Stories, por ser feito de momentos que desaparecem, permitia um número ilimitado de publicações. No entanto, conforme foi escrito anteriormente, alguns usuários relataram que estão começando a estender o entendimento quanto a quantidade de publicações para o Stories também devido ao excesso por parte de amigos que publicam frequentemente vários conteúdos. No topo da próxima imagem (figura 17) aparecem algumas barrinhas. Cada uma equivale a uma publicação. São esses “excessos” que alguns usuários se referiram. Entretanto, alguns usuários continuam a fazer várias publicações, pois a quantidade pode influenciar no entendimento da audiência que visualiza as publicações quanto ao que está acontecendo (às vezes, inclusive, em tempo real).

Figura 18: Exemplo de várias publicações



Fonte: (VAZ, 2018)

A qualidade do conteúdo também é um ponto sensível nas respostas apresentadas. Uma parcela dos pesquisados respondeu que a diferenciação das publicações que são escolhidas para permanecer na *timeline* são as fotos mais bonitas, esteticamente agradáveis. No entanto, a definição do que é qualidade, bonita ou esteticamente agradável é subjetiva e os usuários não souberam fazer uma classificação precisa. Porém, as publicações no Stories, estão frequentemente atreladas ao fato de ser “permitido” ter conteúdos mais espontâneos, divertidos e não, necessariamente, bonitos. Além disso, no Stories, os conteúdos refletem um momento presente, enquanto na *timeline*, muitas vezes, reflete um momento passado. Felicidade, tristeza, diversão em texto, vídeo ou imagens, com ou sem filtros, tudo isso é possível encontrar dentro da funcionalidade. Sendo assim, deve se ter em mente que se torna cada vez mais uma rede de relacionamento, pois só é possível ver as publicações no Stories de quem se segue na rede social ou se a conta for pública (aberta para visualização de qualquer pessoa). Afinal, como afirma Winkin (1998), a comunicação é um sistema em que as partes se empenham para o seu correto desenvolvimento. Esse processo de comunicação demanda um tempo que, às vezes, passa sem ser percebido.

Na primeira pesquisa realizada em 2018, os jovens afirmaram que precisavam manter as redes sociais “em movimento”, que seria o equivalente a mantê-las atualizadas e com constantes publicações. Complementarmente, o tédio e o ócio também foram fatores apresentados pelos participantes entrevistados, visto que o tempo gasto criando publicações, compartilhando e, principalmente, visualizando mantém o sujeito ocupado. Para Guy Debord o consumo da mercadoria, que é a vida real do sujeito, é dominado pelo consumo do tempo de ócio (DEBORD, 2003, p. 124). No contexto das redes sociais, seria o equivalente ao preenchido do tempo livre, similarmente ao que acontecia em outros tempos, quando o sujeito permanecia em frente à televisão em seus momentos de descanso e lazer. Nesse contexto, hoje em dia os perfis dos amigos, e/ou das pessoas que se segue nas redes sociais, seriam o equivalente aos canais da televisão, porém com o adicional de possibilidade de respostas. As entregas, exibições, formatos, armazenamento e upgrades dos fluxos onipresentes de imagens se multiplicam. O ato mecânico de visualizar o primeiro Stories, e simplesmente deixar seguir os seguintes de outras pessoas, é intensificado pelo imediatismo e falta de desejo pela

espera da publicação ou visualização de algo antigo. Espera-se que seja compartilhado e visto enquanto se está vivendo aquele momento, ação que Crary caracteriza como “velocidade de operação” (CRARY, 2016, p.98).

Daniel Miller conclui que os dispositivos nos ajudam a retransmitir “o que está acontecendo naquele momento, para partilhamento instantâneo” (MILLER, 2018, p. 143). Assim, a “vontade” de compartilhar momentos que “dão na telha”²³ dos sujeitos é corroborada pela afirmação do autor. Tanto é que houve uma dificuldade de dizer do que são compostos esses “momentos”. No entanto, é possível observar que existe uma aceitação quanto ao que poderia ser caracterizado como efêmero e o que poderia ser permanente, gerando uma escolha na publicação de Stories. Também foi apresentada a ideia de que muitos usuários não fazem grandes reflexões sobre os motivos das publicações, embora na última etapa da pesquisa alguns entrevistados tenham listados comentários reflexivos sobre consequências e dicas para o uso da funcionalidade Stories, conforme será apresentado nas considerações finais.

Para Barros (2017) existe um tensionamento constante entre espontaneidade e gestão das narrativas. Fato que é convergente com as respostas da pesquisa realizada em 2018, e ratificadas no levantamento realizado em 2019, cujos usuários identificaram que existem regras e limites de uso da funcionalidade Stories. Essas regras seriam não dita, mas entendida por todos. As publicações da *timeline* são feitas com mais preciosismo atrelado ao cuidado estético da imagem, com o intuito de ser lembrado no futuro utilizando, para isso, muitas vezes, aplicativos e funcionalidades para melhorarem e deixarem as fotos mais bonitas, já mencionados anteriormente. O que não significa que não existam cuidados com os Stories. Estes, porém, são publicações mais momentâneas, geradas, às vezes pelo ímpeto de compartilhamento presente, embora tanto Barros (2017) quanto Rauber e Gonçalves (2019) tenha mencionado que usuários com perfis voltados para o aspecto profissional de empresas e pessoas, se preocupem em publicar conteúdos com mais cuidado estéticos, mesmo no Stories. Para McLuhan (1998) a vida é composta pelo aperfeiçoando constante das novas tecnologias, tornando outras

²³ As duas palavras entre aspas, “vontade” e “dar na telha”, foram palavras escritas pelos entrevistados enquanto respondiam aos questionários aplicados sobre o uso do Stories em algumas das três etapas da pesquisa.

obsoletas, as vezes trazendo algumas de volta, em outras, levando-as seu limite. Talvez pela aproximação constante com o aparelho celular, a funcionalidade de compartilhamento de conteúdo que se autodestrói parece estar, cada dia mais, se inserindo no cotidiano dos jovens. Facebook, Instagram e WhatsApp foram as redes sociais escolhidas para estudo porque, primeiro foram as redes sociais mais comentadas pelos usuários que usam. Segundo, porque todas fazem parte do mesmo grupo empresarial e possuem a funcionalidade Stories.

Na segunda etapa de pesquisa para elaboração desta dissertação, foi aplicado um questionário com 22 jovens, no segundo semestre de 2018. Posteriormente, as conclusões foram apresentadas no ENECULT 2019. Na ocasião da elaboração da pesquisa (dezembro de 2018), existiam ao menos 6 (seis) redes sociais que pessoas socialmente ativas “deveriam” estar ativas no contexto do Rio de Janeiro: Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter e LinkedIn.

Será descrito somente as que possuem a funcionalidade Stories. O **Facebook** não era a rede social mais popular entre as pessoas que responderam os formulários desta pesquisa, porém era, segundo eles, o local de interação social com a família, sendo considerada a mais formal entre as três redes estudadas. Em seguida, viria o **Instagram**, mais recente que o Facebook, esta rede era a que os jovens diziam publicar com mais frequência no início da pesquisa, em 2018. Curiosamente, o cenário de 2019 mudou um pouco, e no levantamento feito na última etapa demonstrou que os jovens estavam dividindo as suas atenções entre as redes Instagram e WhatsApp, principalmente no que se refere as publicações efêmeras. O Instagram é reconhecido pelos jovens estudados como uma rede mais visual, que deve se postar fotos ‘bonitas’ e possui menos familiares, trazendo mais liberdade para expressar suas ideias, opiniões e interesses. Por fim o **WhatsApp**, que ganhou popularidade devido à praticidade para troca de mensagens rápidas. Com o passar o tempo, a rede incluiu novas formas de comunicação, como as chamadas telefônicas, além de mensagens por áudio e o objeto deste estudo, o Stories, que nesta plataforma é chamado de STATUS.

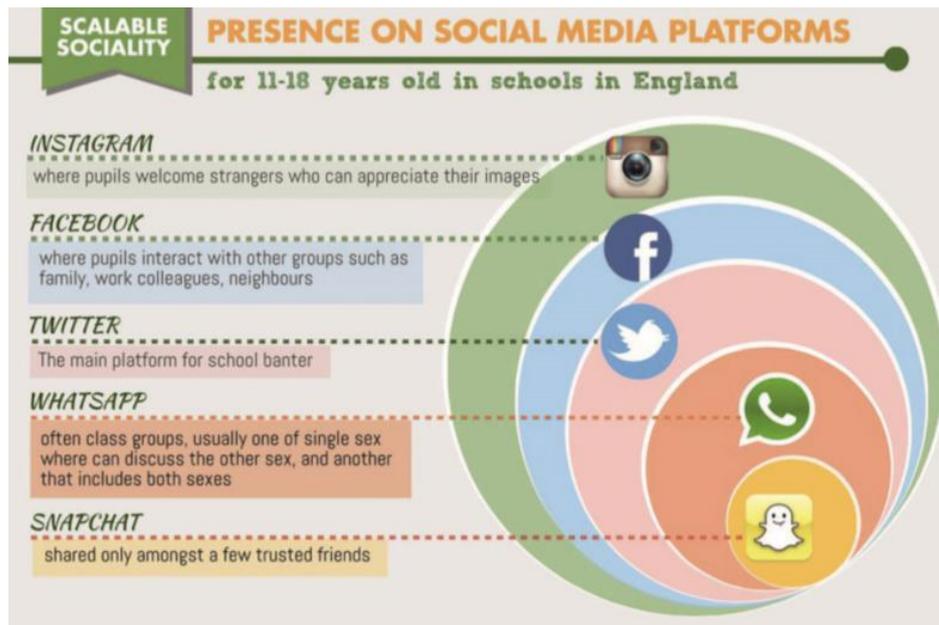
Assim, com as distintas opções de entretenimento, lazer e redes que podem mediar as relações sociais, os usuários passaram a traçar estratégias para usos e compartilhamento de conteúdo. Na pesquisa realizada na última etapa, em 2019, 35

usuários afirmaram não compartilhar a mesma publicação em diversas redes. Entre os motivos estão o grau de intimidade dos contatos em cada rede e o volume de conexões. Ou seja, nem sempre se tinham os mesmos amigos em todas as redes. Em contraste, apenas 12 usuários afirmaram não se importar com a repetição, pois o “público²⁴” era diferente. Nessa perspectiva, percebe-se que os jovens conseguem assimilar que existem diferentes usos e possibilidades em cada rede, porém sem perceber como fazem suas escolhas, principalmente quanto ao conteúdo publicado. Em vários momentos era dado como resposta: “*público algo porque quero ou quando tenho vontade*”.

Em um estudo realizado por Daniel Miller (2016) com jovens de 11 a 18 anos da Inglaterra (figura 19), o autor afirma que as redes sociais possuem diferentes propósitos quanto a proximidade interacional de seus usuários. Nesse contexto, esses propósitos são mais intuitivos do que uma regra clara. Por tanto, esses ambientes digitais apresentam-se com certas pluralidades e diferenças, que podem variar de acordo com o tempo ou a localização geográfica de seus usuários. Ou seja, apesar de ser usado o termo “redes sociais”, como se houvesse uma homogeneização de ideias, ações, contatos, conexões, familiares etc., o que se encontra é uma diferenciação que nunca é apenas uma escolha técnica, mas sim uma consequência sutil dos julgamentos morais feitos sobre o uso das mídias. No livro *How the world changed social media*, Daniel Miller *et al.* (2016) apresenta como a escolha de usos e presenças nas redes sociais é realizada por jovens britânicos, denominando como **Polymedia** o termo para definir tal procedimento.

²⁴ Palavra usada por alguns jovens, mais frequentemente do que a palavra “amigo”.

Figura 19: Escala de Sociabilidade de Miller



Fonte: (MILLER, COSTA, *et al.*, 2016)

Para José Van Dijck (2013) a quantidade e a sociabilidade podem ser confundidas. Perspectiva que pode ser comprovado com a retirada da demonstração do número de curtidas das publicações do feed de notícias do Instagram, em julho de 2019. Popularmente existia um jargão utilizado por profissionais que trabalham na área de marketing de conteúdo, que criavam publicações e gerenciavam perfis de empresas nas redes sociais, que existiam “métricas da vaidade”. Essa nomenclatura era dada à números consideráveis, mas que não refletiam necessariamente a trazer retorno para a empresa que estava em uma determinada rede social. Os números de seguidores de uma página e número de curtidas em uma publicação são dois exemplos de tal prática. Assim, os usuários que não se importavam em replicar conteúdos, podem estar em buscar de um número maior de visualizações e um retorno numérico com relação as suas publicações, ao passo que os que publicam conteúdos diferenciados podem estar mais direcionados em relações mais profundas de conexões com seus contatos nas redes sociais.

A fim de ilustrar graficamente os resultados da pesquisa realizada aqui no Brasil, a seguir é exibido uma reedição do gráfico de Daniel Miller, feito na segunda etapa da pesquisa, realizada com 21 pessoas, em dezembro de 2018. No entanto, foram criados dois gráficos distintos com relação às duas escalas de interações nas redes sociais: uma para conexões e outra para publicações. O primeiro (figura 20),

assim como a imagem criada por Miller, refere-se a presença de indivíduos nas redes sociais e suas conexões. Na realidade brasileira, o Facebook é a rede, segundo os respondentes da pesquisa, com as conexões mais próximas, porque, além de ser a mais antiga entre as três, é onde se encontra a maioria dos seus familiares. O WhatsApp é a mais distante porque tem diferentes tipos de pessoas. Para que essas pessoas não vejam suas publicações, é possível o bloqueio de alguns usuários.

Figura 20: Gráfico brasileiro de presença nas redes sociais



Fonte: Elaborada pela autora (2018)

O segundo gráfico (figura 21), é referente não a presença nas redes sociais, mas sim as publicações efêmeras, destacando-se a frequência das publicações em cada rede. A figura, entretanto, teve que ser recriada porque no estudo de 2018, a rede social mais utilizada pelos jovens para publicação efêmera era o Instagram. Porém, na análise final para a redação desta dissertação de mestrado, ao unir o resultado das três pesquisas, sendo gerada a partir dos dados coletados entre 2018 e 2019, constatou-se um crescimento do uso do WhatsApp para publicação efêmera, ultrapassando o volume de publicação no Instagram. Dos 88 usuários entrevistados, 45 responderam que usam o Instagram, 52 o WhatsApp e 17 responderam que usam as três redes. Ou seja, o uso de uma rede, não necessariamente, impede o uso da outra.

Figura 21: conteúdos efêmeros por conexões



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Contraditoriamente, a maior plataforma de todas, o Facebook, é a que os jovens menos têm incluído publicações. Ao serem questionados por que não deletam seus cadastros, muitos jovens responderam que precisam manter a rede atualizada porque tem familiares e amigos distantes nela. Entretanto, não foram apenas os jovens que descobriram o caráter social, atrelado ao entretenimento que o Stories pode proporcionar. Algumas empresas estão incluindo a funcionalidade como estratégias para atingir seus objetivos mercadológico, incluindo o próprio Facebook que possui estratégias de estímulos ao uso da funcionalidade Stories, conforme será visto a seguir.

3.3. Momentos e Negócios

Após entendimento quanto às possibilidades de interações sociais e compartilhamentos, serão apresentados, brevemente, alguns aspectos das relações entre empresas e usuários das redes sociais, mais especificamente que usem o Stories. Dois pontos nortearão o texto: em primeiro lugar, estaria incompleto se este estudo não abordasse o valor mercadológicos das relações sociais. Não como forma de comércio, mas como forma de assimilação do mercado, de uma prática que seus clientes atuais e potenciais já utilizam. Vale ressaltar que o estudo não será aprofundado, uma vez que o objetivo desta dissertação não é discorrer sobre o comportamento de consumidores. Para Benkler (2006) a maneira como criamos,

compartilhamos e recebemos informações, assim como nos comunicamos com os outros, moldaram o senso de liberdade de qualquer sociedade. Para o autor, a ideia de democracia presente na internet é nova e não precisa, visto que alguns poucos sites capturam a atenção de muitos usuários, enquanto outros sequer são notados. As empresas também perceberam esse movimento e começaram a traçar estratégias de contato e comunicação com seus públicos.

O segundo ponto que norteará essa parte da dissertação, refere-se à tendência do Facebook de estímulo aos usuários de interagirem com a funcionalidade Stories. Existe um esforço, principalmente da rede social Facebook, para que seus usuários usem a funcionalidade em todas as redes, criando inclusive parcerias com outros tipos de aplicativos, como será visto a seguir.

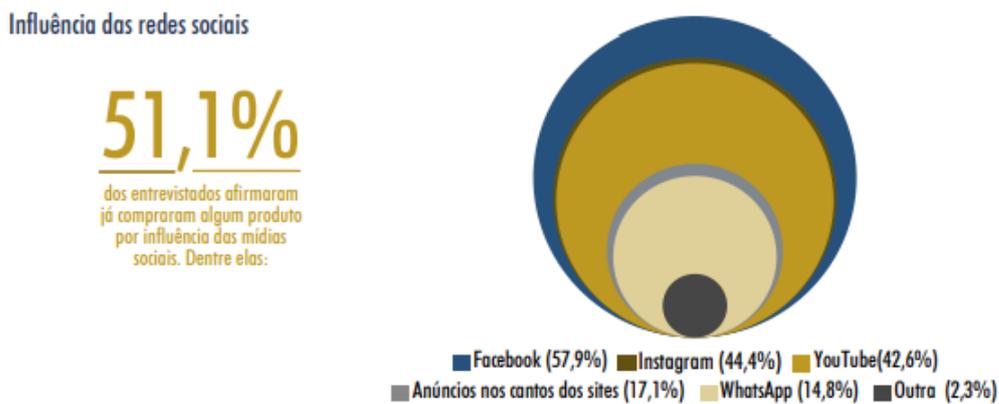
Castells assegura que “o padrão comportamental mundial predominante parece ser que, nas sociedades urbanas, o consumo da mídia é a segunda maior categoria de atividade depois do trabalho” (CASTELLS, 1999, p. 418), sendo desempenhada juntamente com outras tarefas cotidianas, tais como tarefas domésticas e refeições. Possuindo tal entendimento, esclarece-se por que o mercado passou a encarar as redes sociais como uma, dentre as possibilidades disponíveis, de estratégias de comunicação com seus públicos.

Segundo relatório²⁵ do Instituto FECOMÉRCIO de Pesquisa e Análises (IFec), para a Federação de Bens Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (FECOMERCIO-RJ), mais de 50% dos entrevistados já compraram algum produto por influência das redes sociais (figura 22). Na contramão do uso do Stories por parte dos respondentes deste estudo, segundo a pesquisa do IFec, o Facebook é a rede que mais influência a compra, conforme demonstra a imagem abaixo. Isso porque o Facebook é uma rede social em que muitas empresas estão presentes. Na sequência vem o Instagram, seguido do YouTube e, posteriormente o WhatsApp, quase em último lugar, perdendo somente para o item “outros”. Fator que pode ter contribuído significativamente é que no Facebook as empresas conseguem fazer anúncios pagos para atingir o seu público. A possibilidade de realizar anúncios

²⁵ O levantamento ocorreu entre os dias 22 e 26 de abril de 2019 com a participação de 500 residentes no estado do Rio de Janeiro (FECOMERCIO, 2019).

também já está disponível na rede Instagram e no YouTube, porém no WhatsApp não existe essa possibilidade. E o pagamento de anúncios faz com que as publicações cheguem a um número maior de usuários, facilitando as trocas comerciais.

Figura 22: IFec Influência das redes sociais no processo de compra



Fonte: (IFEC, 2019)

Na palestra de abertura da Semana do Varejo Sebrae, em novembro de 2019, o Diretor de Produto e Atendimento do Sebrae Rio, Júlio Cezar Rezende de Freitas, apresentou um gráfico referente as “finalidades de acesso à internet” e o uso das redes sociais está em primeiro lugar, conforme é possível observar na figura 23 abaixo. Outro fato confirmado pela pesquisa, também já mencionado anteriormente nesta dissertação, é a importância do uso dos *smartphones*. Segundo o IFec, 79,6% dos entrevistados usam o celular para acessar a internet, seguido de 18,2% que usam os computadores. A escolha da coleta de dados da FECOMÉRCIO Rio (IFec) para ilustrar o atual cenário mostra como o mercado consumidor percebe o potencial de uso das redes sociais como ferramenta de negócios.

Figura 23: Gráfico finalidades de acesso à Internet RJ



Fonte: (IFEC, 2019)

Também de acordo com o site do IFec, as empresas usam as redes sociais para se adaptar aos desejos do mercado, acreditando que o uso de plataformas digitais é importante para o seu negócio. Nesse contexto, mais da metade (60%) dos 2000 entrevistados no comércio do estado do Rio de Janeiro usa a internet para se relacionar com os clientes (IFEC, 2019). Segundo a pesquisa, a divulgação é uma área de destaque. É nesse contexto que o Stories começou a ganhar destaque, com seu caráter momentâneo. Uma promoção ou um concurso, por exemplo, podem ser colocados no Stories, sem a fixação e posterior comparação de um preço mais baixo no futuro.

Vivemos em um mundo capitalista, e com isso, o mercado absorve e se adapta a toda e qualquer estratégia que possa trazer mais lucro. Em *Questões Fundamentais da Sociologia*, George Simmel afirma que “a economia também é determinada por transposições sociológicas que igualmente determinam outros fenômenos culturais” (2006, p. 25). Assim como aconteceu com a comercialização na televisão (CASTELLS, 1999) que tiveram que se adaptar às novas demandas de um mercado mais momentâneo, espontâneo e imediatista, está acontecendo com as redes sociais.

Simmel afirma que “qualquer pessoa que tenha pretendido agir sobre as massas sempre conseguiu fazer isso apelando para os sentimentos” (SIMMEL, 2006 p. 52). Talvez por isso tantas empresas usem as redes sociais como mediador da comunicação entre seus públicos e potenciais consumidores. Apelar para um momento de relaxamento e lazer pode ser mais penetrante e impactante do que

interromper a programação habitual de seu ouvinte/leitor com um anúncio. Não que as empresas não façam mais anúncios. Pelo contrário, a união das duas estratégias – conteúdos pagos e não pagos - pode representar o atingimento do objetivo comercial de empresas. Uma estratégia que pode ser uma nova possibilidade de abertura e contato que uma infinidade de mercado consumidor, mas apresentada como benefício de compartilhamento de um momento particular.

A seguir serão citados alguns exemplos apenas como forma de ratificação o que foi dito, visto que as ferramentas são dinâmicas e até a publicação – ou leitura deste texto – poderá ter havido mudanças significativas nos aplicativos e nas funcionalidades disponibilizadas. Para Pierre Levy, “nenhuma técnica tem uma significação intrínseca, um ‘ser’ estável, mas apenas o sentido que é dado a ela sucessiva e simultaneamente por múltiplas coalizões sociais” (LÉVY, 1993, p. 188). Um exemplo disto, são as ações de empresas nas redes. Mais do que anunciar (pagando) ou publicando nas suas próprias páginas (*timeline*), as empresas também têm investidos em conteúdos efêmeros do Stories. As possibilidades de uso são variadas: desde “*lives*” - transmissão em vídeo ao vivo -, passando por divulgações e promoções.

Postman (1994) afirma que a tecnologia move a informação. Carey acredita que a “comunicação é um processo simbólico pelo qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada” (p. 19). Unindo as duas ideias, que se complementam, torna-se viável que um conteúdo que represente um momento que está se vivendo e que não, necessariamente, deva ser lembrado no futuro, seja encontrado nas redes sociais. E esse é o papel que o Stories tem desenvolvido de sociabilidade momentânea. Porém, as redes Instagram e Facebook entenderam que o usuário pode avaliar e desejar rever o conteúdo compartilhado no futuro. Assim, as duas redes disponibilizam a fixação ou arquivamento desse conteúdo efêmero caso a pessoa que publicou pense e resolva manter a publicação. Ou seja, os dispositivos não passam apenas a constituir a experiência, mas passam a fazer parte da própria experiência que os seres humanos têm do mundo, conforme apresentado por Rodrigues (2016).

É nesse cenário tecnológico, comunicativo, sociável e, porque não comercial, que o “que era consumismo se ampliou na direção da atividade 24/7 de

técnicas de personalização, individualização, de interações com máquinas e de comunicação obrigatória” (CRARY, 2016, p. 82). Os **cartões de aniversário** são exemplos de como a plataforma digital Facebook une a personalização, com a individualização e a interação social mediada homem-máquina, além de estimular o uso da funcionalidade Stories por parte de seus usuários (figura 24). A praticidade dos *layouts* pré-prontos, com a facilidade de ter os contatos na rede social, atrelado ao fato de que a rede avisa aos usuários que desejarem a data de aniversário de seus amigos, torna esta uma opção prática de comunicação e interação social. Ou seja, além da funcionalidade tradicional de publicar seus momentos, a rede social Facebook disponibilizada a funcionalidade de parabenizar amigos aniversariantes com um cartão virtual e personalizado utilizando o Stories. Assim, no dia do aniversário do um amigo, o Facebook envia um lembre e sugere que seja enviado um cartão virtual personalizado (figura 25). O usuário escolhe a imagem mais adequada (figura 25) e escreve a mensagem que deseja enviar. Na parte inferior, aparecerá a imagem de perfil do contato que receberá a mensagem, com a opção de compartilhar no Stories dele. Após a visualização, a pessoa que receber poderá escolher entre deixar visível para outros contatos ou não.

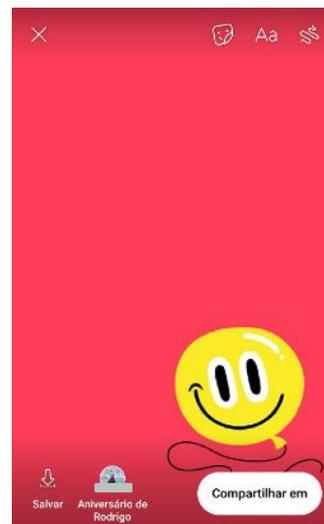
Figura 24: Cartão de aniversário



Figura 25: Personalização de cartões



Figura 26: Texto personalizado



Fonte: Capturas realizadas pela autora (2019)

Destaca-se que essa é a única opção de uma pessoa, que não seja o proprietário da rede social, disponibilizar um conteúdo no Stories de outra pessoa. Mesmo as marcações que podem acontecer quando mais de uma pessoa está na foto, ficam visíveis somente para quem foi marcado. Ou seja, na opção de marcação só quem publicou a imagem, seus contatos e a pessoa que foi marcada verá a foto. No cartão de aniversário, quem publicou só poderá ver novamente a publicação, e os amigos de quem está fazendo aniversário só poderão ver o cartão, se o aniversariante quiser que seja visto, do contrário, a publicação pode ser excluída pelo aniversariante. Nesse sentido o cartão virtual no Stories do Facebook serve para estreitar relacionamentos por um lado, porém pode representar um distanciamento ao passo que evitaria um contato mais prolongado ou mais demorado e, talvez, mais intimista, como em uma ligação telefônica ou visita presencial, por exemplo. Também é importante destacar que somente a rede social Facebook possui a funcionalidade de parabenizar os amigos aniversariantes com um cartão virtual. O Instagram e o WhatsApp não possuem a funcionalidade.

Outra opção de interação social nas redes sociais, com foco na funcionalidade Stories, é o compartilhamento de músicas. Conforme mencionado anteriormente, o uso da funcionalidade Stories serve como veículo de compartilhamento de momentos enquanto estão sendo vividos. As plataformas *streaming* musical **Deezer** (2007) e **Spotify** (2008) perceberam uma área que poderia ser utilizada para estreitar relações com os seus públicos e passaram a permitir o compartilhamento de trechos de músicas direto das plataformas para o Stories. Assim um amigo não precisa perguntar o que o outro está ouvindo. Após o compartilhamento de determinada música, basta clicar e ouvir. O compartilhamento e, conseqüentemente, redirecionamento para a plataforma de *streaming* musical, pode ser feito com a música inteira ou com trechos da música (figura 27).

Figura 27: Publicação de músicas do Deezer no Instagram



Figura 28: Escolha do trecho da música para publicação

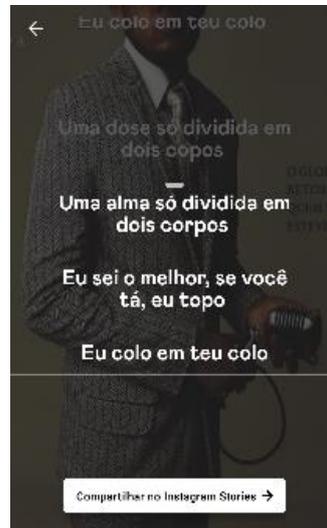
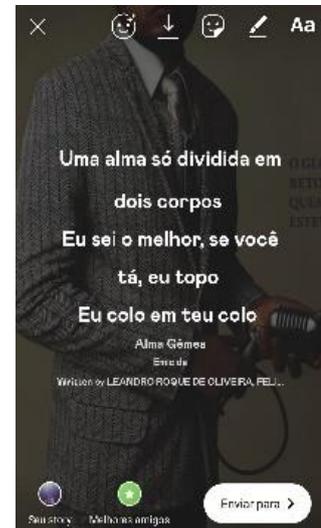


Figura 29: Escolha de publicação no Stories ou enviar para um amigo



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)²⁶

Até julho de 2019 somente era possível fazer o compartilhamento via dispositivos celulares, embora também fosse possível ouvir as músicas pelo computador. O usuário que está ouvindo uma música pode compartilhá-la com outras conexões que possui em diferentes redes sociais, conforme demonstra a imagem 27. Em seguida, será aberta a letra da música para que o usuário defina o trecho que deseja compartilhar (figura 28). Ao fundo ficará visível a foto de capa da música ou do álbum que a música faz parte. Caso a letra da música não esteja disponível, aparecerá uma foto que geralmente é a foto de capa do álbum do artista que está sendo escutado ou de divulgação da música que está tocando. O Instagram permite complementar o compartilhamento com outras personalizações, como incluir figuras e escrever comentários que constam na barra superior da figura 29, sendo similares ao compartilhamento na rede de streaming musical Spotify²⁷.

No WhatsApp o compartilhamento é feito por um link clicável, porém sem a foto de capa do álbum ou a letra da música que está sendo compartilhada. É esteticamente menos atraente. O compartilhamento no Facebook é feito diretamente

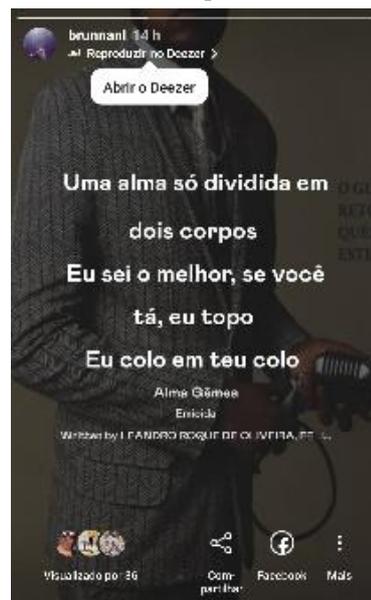
²⁶ As figuras são referentes ao compartilhamento de músicas no Instagram a partir plataforma Deezer.

²⁷ A seleção das imagens pela plataforma Deezer foi apenas pela constância que a autora dessa dissertação faz diariamente ao acessar tal plataforma.

no feed de notícias e não no Stories. Porém, após o compartilhamento no Instagram Stories aparece outras opções de compartilhamento na barra inferior, permitindo que o usuário compartilhe no Facebook, no messenger, salve a imagem compartilhada, publique na timeline, marque parceiros de negócios, entre outros. No WhatsApp o compartilhamento é com um link que é redirecionado para o Instagram Stories e, a partir desta plataforma o contato que visualizou a publicação tem acesso ao conteúdo e também a música na plataforma Deezer. No Spotify, o compartilhamento no Instagram Stories também é realizado a partir da música. Porém, não aparece a letra da música. Para o compartilhamento no Facebook, o Spotify permite publicar no Stories. No WhatsApp, aparece o link e um resumo com nome do artista, da música e a foto de capa em miniatura, para ser clicado e redirecionado para a plataforma musical, permitindo assim que o usuários que interagiu na rede social ouça a música que constava na publicação, porém, aparece o link sem a letra da música.

No que se refere a quem visualiza, possui dupla perspectiva: ao mesmo tempo em que permite a interação social entre quem publica e quem visualiza o conteúdo, também apresenta os dispositivos musicais Deezer ou Spotify. Uma maneira de acessar um público que, provavelmente, goste de música, visto que se interessou em ouvir o que um contato publicou (figura 30).

Figura 30: Música no Deezer a partir do Stories no Instagram



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

Outra estratégia de incentivo do uso do Stories por parte do Facebook é o **aviso de marcação no Stories** (figuras 31 e 32). Entre os 51 usuários entrevistados na última etapa da pesquisa, 31 informaram que conseguiam identificar que existem estratégias da rede para estimular a funcionalidade. Entre as estratégias identificadas pelos participantes desta pesquisa estão as notificações por marcações que amigos fazem em publicações que o usuário também estava presente e notificações avisando que um contato fez uma nova publicação no Stories (figura 32). Na figura 31 abaixo um contato é notificado, via Messenger, que outro criou uma publicação efêmera e o marcou. Ao lado, na figura 32, é possível observar exemplos de notificações que o Facebook apresenta a seus usuários quanto aos amigos que criaram Stories. Notificações de marcações também podem aparecer nessa área da figura 32, que é representada por um sino que está localizado na parte superior da página.

Figura 31: Aviso no Messenger sobre marcação no Instagram Stories



Figura 32: Estímulo do Facebook para visualizar publicações no Stories



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

No Instagram as notificações ocorrem somente quando um amigo marca o usuário e esta notificação é enviada no privado de quem foi marcado. O usuário pode optar em somente ver a publicação ou também publicar no seu Stories. Inclusive a sua reação – comentários e curtidas, por exemplo – também fica visível no privado. O WhatsApp não possui marcação de contatos. Consequentemente, não

possui notificações por marcações ou qualquer outro tipo de notificação, a não ser uma bolinha que aparece ao lado da palavra *Status*, que caracteriza a inclusão de novas publicações de contatos.

Outra estratégia, desenvolvida somente pelo Instagram, é o compartilhamento de links permitido para contas que tenham mais de 10 mil seguidores. No Facebook e no WhatsApp não existe essa limitação. No Instagram o compartilhamento pode ter fim comercial, visto que pode redirecionar o usuário para fora da plataforma social, enviando para um site de compras, por exemplo (figura 33).

Figura 33: Exemplo de Stories com link externo



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

Para Benkler, “estamos começando a ver uma série de adaptações econômicas, sociais e culturais que possibilitam uma transformação radical de como fazemos a informação” (BENKLER, 2006, p. 01). A criatividade humana e a economia da informação, atreladas aos desejos mercadológicos, gera novas redes de economia da informação. O autor complementa:

A economia da informação em rede melhora as capacidades práticas dos indivíduos em três dimensões: (1) melhora sua capacidade de fazer mais por eles mesmos; (2) aumenta sua capacidade de fazer mais em comum com os outros, sem ser forçado a organizar seu relacionamento por meio de um sistema de preços ou nos modelos hierárquicos tradicionais de organização social e econômica; e (3) melhora a

capacidade dos indivíduos de fazer mais em organizações formais que operam fora da esfera do mercado (BENKLER, 2006, p. 08)²⁸.

É necessário ressaltar, no entanto, que os entrevistados informaram na primeira pesquisa feita em 2018 que era fácil usar os Stories porque bastava clicar na imagem do primeiro Stories e continuar vendo os demais que se seguiam, sem o interesse em nenhuma ação adicional. Percebendo tal comportamento, em dezembro de 2019 a rede Instagram exibia um anúncio pago a cada uma ou duas publicações de contatos que o usuário possuía na rede. A identificação de conteúdos pagos é possível pela exibição da palavra “patrocinado” que aparece logo abaixo do nome do usuário no Instagram. A rede social Facebook também exibe Stories patrocinados por terceiros, porém com menor frequência entre as publicações de contatos que na rede social Instagram. O WhatsApp ainda não possui o recurso de patrocinar uma publicação para ser exibida para mais usuários.

Segundo estudo de Rauber e Gonçalves (2019) sobre o Instagram Stories como suporte para comunicação patrocinada ou não patrocinada, postagens identificadas como patrocinadas chegam a receber até 25% menos de interações, como comentários, curtidas e compartilhamentos. Para Benkler (2006) isso ocorre porque é difícil comprar a atenção de um internauta. Na internet, existem infinitudes de canais e sublinks que podem ser navegados dentro de uma mesma página. Nas redes sociais, por exemplo, além das publicações de amigos – que pode conter link para páginas externas às redes sociais, dependendo da plataforma que o sujeito está navegando – também existem links que redirecionam conteúdo para a página ou ações desejadas por empresas. Por isso que a estratégia de patrocinar um conteúdo tem que ser pensada com cuidado e de maneira estratégica por parte de quem paga pela publicação, ao passo que a rede Instagram também traça estratégias e cria alterações na rede para que seu público – ambos, usuários e empresas – estejam felizes com o resultado. O WhatsApp é a rede social que menos tem

²⁸ The networked information economy improves the practical capacities of individuals along three dimensions: (1) it improves their capacity to do more for and by themselves; (2) it enhances their capacity to do more in loose commonality with others, without being constrained to organize their relationship through a price system or in traditional hierarchical models of social and economic organization; and (3) it improves the capacity of individuals to do more in formal organizations that operate outside the market sphere.” Tradução da autora.

estratégias de divulga para uso dos Stories. Resumidamente, esta última parte do capítulo demonstra que a:

A mídia de comunicação assume certos papéis sociais, estruturas de controle e ênfases de estilo que combinam suas capacidades e limites técnicos com o contexto empresarial sociocultural no qual foram introduzidos e através do qual se desenvolveram. O resultado é um conjunto de características de uso que definem como um determinado meio é usado dentro de uma determinada sociedade, em um determinado contexto histórico. (BENKLER, 2006, p. 369-370)

Após a apresentação de usos que o mercado tem feito referente às mensagens que desaparecem, seria possível afirmar que toda interação no ambiente digital gera uma aproximação entre os indivíduos? Seria possível afastar-se de um indivíduo ao mesmo tempo em que se aproxima por meio dessas mensagens momentâneas? Ainda se faz necessário entendimento de como os usos podem afetar as relações e, conseqüentemente, os processos de comunicação social dos indevidos. Assim, no próximo capítulo será abordada a questão relacionada a aproximação versus o eventual distanciamento provenientes do uso da tecnologia estudada nesta dissertação.

4. Dialética da Aproximação e Distanciamento pelo Efêmero

Ao longo dos primeiros capítulos foi possível conhecer as mudanças no processo de interação social e comunicação ocorridos nos últimos tempos, culminando nas atuais oportunidades de socialização nas redes sociais mediada por mensagens efêmeras, aqui intituladas como Stories. Essas mudanças vão ao encontro do posicionamento de Goffman (2002) sobre o gerenciamento das impressões, cujas maneiras que os indivíduos se apresentam geram percepções a respeito do sujeito que é observado. Para Benkler (2006), apesar das distâncias físicas, o uso de dispositivos permite que as pessoas se conectem, gerando experiências culturais compartilhadas. Essas experiências fornecem novas formas de comunicação e novas maneiras de estar juntos, o que “inevitavelmente e automaticamente leva as pessoas a usarem suas possibilidades para satisfazer sua necessidade de conexão humana” (BENKLER, 2006, p. 359).

Nesse contexto, um exemplo relacionado ao cenário atual, é referente à música “Tijolão²⁹”, dos cantores Jorge e Mateus, que apresenta como o acesso ao celular e as novas tecnologias desempenha papel de destaque na interação social dos sujeitos. Na canção, o personagem que sofre diz:

“Porque você não me bloqueou,
pra eu parar de chorar em cima da tela
Eu vou trocar meu celular, num Nokia tijolão,
que só manda mensagem e faz ligação,
Se eu ver mais um vídeo seu, sem eu, sendo feliz
Certeza que a minha vida vai 'tá por um triz
Me mata não, essa internet virou arma na sua mão”
(Tijolão, Jorge & Mateus, 2019)

Segundo Benkler, “a questão normativa não pode ser se as relações on-line são um substituto razoável para a amizade no mundo real, mas sim entender os efeitos de tais relações” (BENKLER, 2006, p. 366). Por isso, a seguir será abordado como essas relações podem apresentar diferentes desdobramentos que vão além do que é esperado no papel das relações sociais, que é o contato em via de mão dupla, em que ambos os lados são agraciados de maneira harmoniosa.

²⁹ Música disponível em <https://somlivre.lnk.to/Tijolao_AoVivo> (JORGE & MATEUS, 2019).

No entanto, devemos esclarecer os conceitos que envolvem essa parte do texto. Assim, dialética era a arte do diálogo para os membros da Grécia antiga. Depois se transformou na busca pela melhor maneira de argumentar, com o intuito do pleno entendimento de todos que participam da conversa ou debate. Atualmente, entretanto, essa é a arte de pensar realidades contraditórias (KONDER, 1981). Nesse sentido mais atual, buscando entender, sem julgar, o uso da tecnologia, é possível perceber que pode existir uma dialética de aproximação versus distanciamento com o uso recorrente das redes sociais, mais especificamente do Stories, objeto deste estudo.

Para Castells “a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significado social” (CASTELLS, 1999, p.41). Essa tendência não é nova. Assim como as distâncias são encurtadas, as conexões entre os indivíduos partem de interesses comuns. Por exemplo, duas pessoas se tornam amigos³⁰ porque trabalham ou estudam juntas. Ou porque desejam manter contato após se conhecerem. O público em geral segue as celebridades e “*digital influencers*” porque querem se manter atualizados com as novidades ditas por essas personalidades ou porque enxergam um benefício adicional, que não seja o mencionado. Ou seja, existe uma identificação.

A rapidez da captação das imagens em vídeo é um recurso usual dos jovens no Stories. Diferentemente de outros meios, como o cinema ou a filmagem amadora de antigamente, no entanto, o uso do vídeo no Stories é feito em curta duração, normalmente de até um minuto. Esse modelo facilita o seu entendimento, visualização e tempo de carregamento, principalmente para aqueles que a conexão de internet é mais lenta. No entanto, é possível fazer várias publicações, gerando uma sequência, que equivaleria a um vídeo longo. O Instagram, por exemplo, possui uma funcionalidade específica para vídeos mais longos, chamada IGTV, que pode ser usada como complemento ao conteúdo publicado nos Stories.

Outra possibilidade comunicacional recorrente no Stories, que vai além do uso de vídeos curtos, é o compartilhamento de fotografias. Elizabeth Edwards apresenta no livro *Photographs as objects of memory* (2009) como um espaço em

³⁰ Amigo é o nome popular dado às conexões de cada usuário nas redes sociais.

branco em um álbum sugere uma memória perdida. É perceptível. A autora afirma que “os artefatos são muitas vezes os mais poderosos e eficazes como forças sociais quando parecem ser mais triviais” (Idem, 2009, p. 340) e complementa sobre o poder de compartilhamento de uma fotografia:

A troca da fotografia como imagem expressa o valor social da relação que se mantém e sustenta entre os grupos e os indivíduos, o que exige reciprocidade para consolidar a memória de imagens socialmente desejada. Assim ... a foto ... reforça as redes e a identidade construídas na memória a que se relacionam, posicionando os indivíduos em relação ao grupo, ligando passado, presente e talvez implicando um futuro (EDWARDS, 2009, p. 340).

Então, se a fotografia desempenha papel de tamanha importância, por que os usuários estão aderindo à uma funcionalidade na rede que apresenta o extremo oposto à permanência? E quanto a um momento que existiu, foi percebido, publicado e, deliberadamente, deletado? Não seria semelhante a um objeto usado e depois descartado? Ou semelhante a uma fotografia que estava em um álbum, porém foi perdida? Um dos motivos apresentado por Edwards et al (2009), é que a quantidade de imagens criadas a partir dos avanços tecnológicos chegou a tal ponto que já não é necessário mais o arquivamento de tudo. Todavia, o interesse no compartilhamento do que se pensa e se sente naquele momento faz “a fotografia da mídia social poderosa por se tornar confortavelmente banal, mais semelhante à comunicação informal em uma publicação”, (MILLER, 2018, p. 150), ganhando a diversidade da linguagem.

E quanto à dialética relacionada? Quem nunca ouviu a mãe dizer que ao encontrar uma pessoa deve cumprimentá-la? Pelo menos no Rio de Janeiro, uma forma de cumprimentar a pessoa acontece dizendo: “Olá! Como tem passado?”. No entanto, a dialética da aproximação e distanciamento pode estar alterando a dinâmica, uma vez que a cortesia habitual pode estar se tornando desnecessária devido à duas possibilidades: ou a pessoa já sabe da vida da outra, porque acompanha o Stories, ou não pergunta por receio de admitir que não acompanha as publicações. Essa confissão poderia ser confundida com uma ruptura nos laços de amizade. Amigo que é amigo deveria saber sobre a vida do outro, certo?³¹

³¹ Destaca-se o fato que este estudo só leva em consideração um universo que usa a funcionalidade Stories. Até porque dos 88 perguntados, somente 2 não faziam uso da funcionalidade. Por isso, é possível deduzir que a funcionalidade é amplamente utilizada pelos jovens de mesmo perfil do

Assim, os indivíduos publicam aquilo que gostariam que seus pares vissem. Tudo aquilo que valha a pena ser compartilhados, de acordo com os critérios individuais, poderá ser compartilhado, existindo assim maneiras distintas de aproximação de seus pares.

4.1. Exemplos de Aproximação

A seguir serão apresentados exemplos de aproximação que aconteceram a partir do uso do Stories. Para Benkler, os usuários aumentam suas conexões com relações preexistentes, tais como amigos e familiares, “e aumenta a comunicação com outras pessoas geograficamente distantes (BENKLER, 2006, p. 370). Para ilustrar, e ajudar na compreensão, também serão apresentadas algumas capturas de telas de conversas reais.

Segundo Jean-Louis Weissberg (1993) as imagens são feitas para encadear uma ação/reação, mais do que para serem vistas, e assim é perpetuado nas redes sociais. Fato que os respondentes desta pesquisa percebem que existe um movimento de resposta após a publicação de determinados tipos de Stories. Dos 51 entrevistados na última etapa da pesquisa, realizada em 2019, 74,5% (38 entrevistados), responderam que identificavam reações de aproximação a partir de suas publicações no Stories. Entre as causas mais comuns estão a paquera, o início de uma conversa e o aumento do número de seguidores na rede social que a publicação foi realizada.

Nos exemplos a seguir, em duas ocasiões diferentes, o usuário que publicou uma imagem no Stories teve o retorno com o comentário de algum amigo que não via ou falava há tempo e voltaram a falar devido à publicação. No primeiro exemplo (figura 34) a conversa se iniciou a partir de uma identificação com o conteúdo publicado, referente ao local que o criador do Stories estava e que era de conhecimento da pessoa que comentou a publicação. A identificação com o conteúdo publicado foi apresentada pelos participantes pesquisados neste trabalho

estudado. Essa regra de perguntar como o outro está foi relatado por um dos indivíduos entrevistados.

como tópicos para iniciar uma conversa. Também é um dos motivos de segmentação que alguns usuários fazem, que gera a distinção de quem pode ver o que é publicado, conforme foi abordado no capítulo 3. Assim como na figura anterior, na figura 35 a conversa se iniciou a partir de uma identificação baseada em um passado vivido. Um resgate na memória que só poderia ser entendido pelas pessoas que viveram aquele momento, mas a partir de um gatilho oriundo de uma publicação efêmera. A figura refere-se a uma meia colorida.

Figura 34: Caso de aproximação via WhatsApp



Figura 35: Reaproximação via WhatsApp



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

Ou seja, a aproximação não precisa estar relacionada unicamente à distância temporal da interação social. Para Benkler o “espessamento de contatos parece ocorrer ao lado de um afrouxamento dos aspectos hierárquicos desses relacionamentos, à medida que os indivíduos tecem sua própria rede de apoio às relações entre pares” (BENKLER, 2006, p. 357). No entanto, “tanto espaço quanto tempo estão sendo transformados sobre efeito combinado do paradigma da tecnologia da informação e das formas de processos sociais” (CASTELLS, 1999, p. 467).

No próximo exemplo (figuras 36), as pessoas não se falavam há anos e após a publicação no Stories no Facebook uma conversa foi iniciada via messenger do também do Facebook. Entre os esforços mencionado anteriormente da rede Facebook para estimular o compartilhamento e a interação social de seus usuários, está o fato do aplicativo messenger estimula a continuidade da comunicação, sugerindo visualizar as publicações da conexão que iniciou a conversa, mantendo assim o seu caráter de rede social. É necessário destacar que a conversa entre essas duas pessoas não acontecia há cerca de dois anos nessa plataformas, mas que ambos se falaram nesse período via outra plataforma, que foi o WhatsApp. Assim como nos exemplos anteriores, a conversa não se estendeu além do que algumas poucas palavras e nunca aconteceu um contato presencial após a conversa. No entanto, assim como na publicação anterior, esse contato continua a visualizar quase todas as publicações feitas no Stories do WhatsApp.

Figura 36: Aproximação via Facebook Stories³²



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

³² A conversa anterior havia acontecido em novembro de 2017, quase dois anos antes da resposta à publicação dos Stories.

No exemplo a seguir (figura 38), as partes envolvidas não conversavam há quase um ano, porém, esse contato visualiza praticamente todos os conteúdos que eram publicados na funcionalidade Stories do WhatsApp. Outro detalhe que pode ser observado, é que o contato demorou menos de duas horas para iniciar a conversa – que não se estendeu muito além da solicitação de envio do conteúdo -, muito embora a publicação tenha ficado disponível por 24 horas. Esse é outro fator recorrente: com frequência a conversa é iniciada logo após a visualização do conteúdo, sem que se aguarde um momento mais propício, visto que somente as duas partes envolvidas podem visualizar o diálogo.

Figura 37: Publicação polêmica



Figura 38: Conversa no WhatsApp



Fonte: captura realizada pela autora (2019)

Os exemplos que seguem abaixo (figuras 39, 40 e 41) demonstram outras formas de socialização distintas, porém todas oriundas a partir da mesma foto e com o mesmo princípio: pessoas que não se viam ou falavam há tempos voltaram a “reagir” sobre as publicações. Por “reagir” compreende-se como a curtida ou comentário referente a uma publicação. Para os respondentes pesquisados a publicação de indiretas e conteúdos que incitam a paquera, como músicas, são maneiras de estimular a interação social e iniciar uma conversa a partir do Stories. E essa relação é mais intimista, sendo realizada de um para um, porque só quem publicou e quem iniciou a conversa tomam conhecimento do que é dito. Diferente

do que acontece na *timeline*, que todos os contatos podem ver o que alguém comentou.

Para Benkler a economia da informação em rede também permite o surgimento de uma cultura mais crítica e auto reflexiva e torna seus praticantes melhores "leitores" de sua própria cultura (BENKLER, 2006, p. 15). O que não é precisamente verdade no contexto estudado, em que muitos jovens (69%) não refletem sobre as consequências de suas ações, embora algumas vezes (31%) consigam identificar que existem consequências. Por exemplo, quando um jovem diz que precisa publicar para manter sua rede em “movimento”, existe um entendimento de reações às suas ações, tais como: visualização da publicação, curtidas, comentários, compartilhamentos etc. Mas quando um jovem não consegue relatar o que aconteceria se esse “movimento” cessasse, demonstra mais o seguimento de ações de outros do que a reflexão que Benkler acredita acontecer.

Figura 39: Stories vistos no WhatsApp

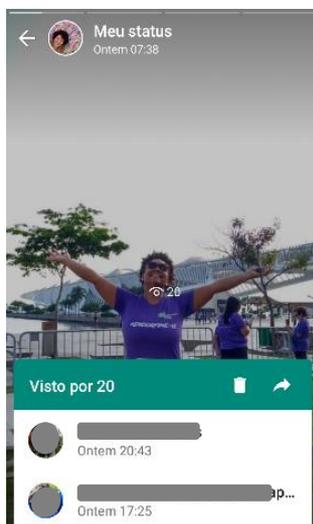


Figura 40: Reações à Stories no Facebook



Figura 41: Notificação de curtida do Facebook Stories

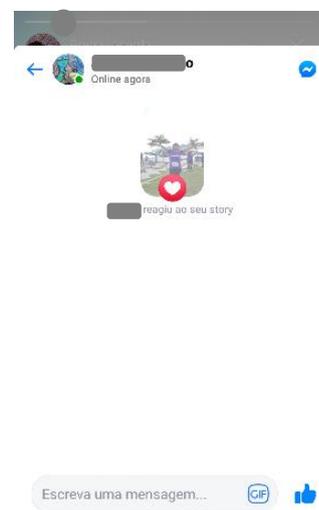


Foto: Captura realizada pela autora (2019)

Assim, a figura 39 foi publicada na rede social WhatsApp e foi apenas visualizada por cerca de 20 contatos, sem o comentário das pessoas que visualizaram a foto. Essas visualizações podem ser interpretadas como um equivalente as “curtidas” no feed de notícias de outras redes como o Facebook e o

Instagram, isso porque o Stories do WhatsApp não permite a curtida, somente a interação social que é direcionada para uma conversa privada. Um exemplo de aproximação está relacionado a visualização realizada por uma ex-professora, cujo contato não acontecia há um ano³³. Na imagem seguinte, a publicação foi realizada no Stories do Facebook e a pessoa que reagiu com um coração não falava com a dona da publicação há cerca de quatro meses. Note que a empresa Facebook estimula que os usuários de suas redes sociais utilizem a ferramenta ao máximo, conectando, inclusive as diferentes ferramentas. Sendo assim, embora a segunda publicação tenha ocorrido no Facebook, a conversa é direcionada para eventual continuidade via messenger, também do Facebook (figura 41).

Um aspecto que pode ser notado, também mencionado pelos autores Bakhshi, Shamma e Gilbert (2014) mostra que fotos com rostos têm mais chances de receber curtidas (38%) e comentários (32%), do que outras imagens. Porque, segundo Benkler, as conexões buscam melhorar as relações com pessoas distantes, gerando, assim a aproximação. Apresentando as palavras do autor:

Embora o número total de conexões continue a ser maior com familiares próximos, amigos, colegas de trabalho e vizinhos, o maior efeito da Internet é melhorar a capacidade das pessoas de adicionar a esses relacionamentos próximos relacionamentos novos e mais bem conectados com pessoas geograficamente distante. Isso inclui manter mais contato com amigos e parentes que moram longe e criar novos relacionamentos fracos ao redor de comunidades de interesse. (BENKLER, 2006, p. 364).

O ócio também foi abordado como uma maneira de aproximação. Estar com tempo livre ou entediado, faz com que alguns jovens estudados recorram ao celular para ocupar o seu tempo livre. Assim, a facilidade de uso do Stories, aliado ao entretenimento de ver a vida alheia, muitas vezes de pessoas queridas, e/ou de celebridades, faz com que os jovens acessem as diferentes plataformas. O consumo imediato das publicações – dentro do prazo de 24 horas de duração – também faz com que a interação gere uma rotina de visualização.

Mas nem sempre a visualização gera a aproximação. Às vezes, exatamente pelo uso constante e repetitivo da plataforma, é possível gerar um distanciamento destes contatos que se deseja aproximar. Aliado a esse fator, existem diferentes

³³ Nomes ocultados para preservar as pessoas envolvidas nas conversas.

estratégias de distanciamento que o usuário pode realizar para manter longe aqueles que não deseja que visualizem suas publicações. Algumas já foram comentadas no capítulo anterior. Outras serão comentadas a seguir.

4.2. Exemplos de Distanciamento

Conforme descrito no capítulo anterior, a segmentação do público - ou da plateia, para usar as referências de Goffman - estreitam laços com quem se deseja, mas também distancia aqueles que não desejam o contato mais próximo, intimista ou físico (presencial). Uma forma simples e direta de distanciamento é a seleção de quem pode ou não visualizar as publicações no Stories. A ideia é simples: não basta ser “amigo” no Facebook, “seguidor” no Instagram ou um contato adicionado na agenda do telefone no WhatsApp. Quem cria precisa desejar que determinada pessoa veja a publicação. No exemplo a seguir (figura 42) existem 702 contatos no celular, sendo que destes, 395 estão bloqueados (figura 43)³⁴. Ou seja, impedidos de ver as publicações no Stories do WhatsApp. Essas pessoas bloqueadas sequer têm noção de que um conteúdo novo foi publicado.

³⁴ Embora a rede WhatsApp use a palavra “excluído”, na verdade os contatos permanecem no telefone, porém não conseguem visualizar o que é publicado no Stories. No entanto, é possível realizar uma chamada telefônica, uma conversa privada ou a inclusão deste contato num grupo na plataforma digital.

Figura 42: Número de contatos no WhatsApp

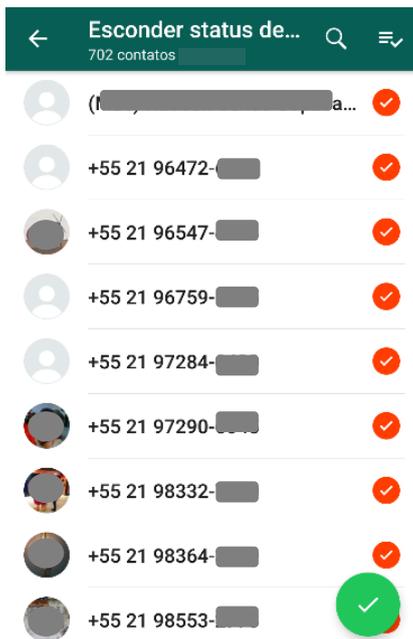


Figura 43: Contatos bloqueados no WhatsApp

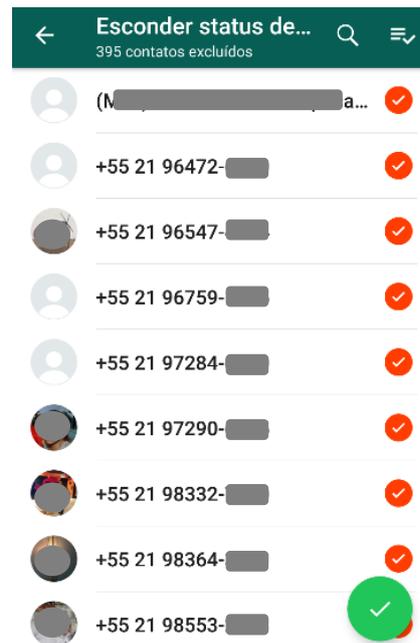


Foto: Captura realizada pela autora (2019)

Assim, listas de contatos excluídos podem ser feitas em todas as plataformas digitais, sendo os exemplos acima do WhatsApp, apenas para ilustrar o que está sendo descrito. Essa segregação seria o que Castells denomina como “a dominação social exercida por meio da inclusão seletiva e da exclusão” (CASTELLS, 1999, p. 527), pois o compartilhamento de experiência possui consequências. Entre as consequências descritas pelos usuários pesquisados, está o afastamento devido às opiniões políticas divergentes, jogos de futebol, publicação de conteúdo ou comentário ofensivo e outros tipos de discordância. Ou seja, uma reação natural da vida, que é transferida para o universo digital. Nos aproximamos de quem queremos ter contato e nos distanciamos daqueles que não nos são caros, ou que talvez, naquele momento não seja quem desejemos ter por perto. No entanto, é necessário destacar que entre os 51 entrevistados na terceira fase da pesquisa, em 2019, 66,6% (34 usuários) informaram não identificar distanciamento de seu público a partir de publicações no Stories. Ao passo que cerca de 30% (14 usuários), identificaram o distanciamento, a partir dos tópicos mencionados. Uma reflexão necessária, visto que quase a mesma quantidade de usuários que identificou a aproximação a partir

de publicações no Stories (35 usuários), não identificou o distanciamento a partir do mesmo recurso (34 usuários).³⁵

Uma reflexão sobre o tema pode apresentar que ou os usuários não estão percebendo o distanciamento, visto que não são gerados após alguns comentários, como acontece com a aproximação, que é quase imediata. Salvo raras exceções, não há aviso de que as relações foram cortadas. O sujeito apenas deixa de acompanhar as publicações dos outros. Ou seja, o distanciamento é mais difícil de ser mensurado. No caso da aproximação é possível identificar que um número “X” de usuários viu uma publicação, outras pessoas comentaram e, assim, sucessivamente. Ao passo que o distanciamento pode acontecer com o simples fato de que o outro não visualiza as publicações, não comenta e, em alguns casos, deixa de seguir ou termina a conexão de amizade digital. Resumidamente, Benkler afirma que “as conexões de rede podem ser usadas para afrouxar os laços sociais que são muito hierárquicos e persistentes, enquanto preenchem as lacunas em que suas relações no mundo real parecem carecer”. (BENKLER, 2006, p. 367).

Não adicionar os contatos em diferentes plataformas, conforme mencionado no capítulo anterior, é outra maneira de distanciamento. Familiares estão no Facebook, porém, em alguns casos, não estão no Instagram. Nesse sentido, é possível observar que aquela liberdade, de infinitas possibilidades definidas pela empolgação inicial da internet, culminando nos usos das redes sociais nos anos 2000, na verdade é relativa. As redes de interações permitem quase tudo, desde que se foque no público certo e não burle nenhuma regra social. Parte do distanciamento, e muitas vezes do bloqueio que é feito, vai ao encontro às ideias de Goffman quanto à “preocupação pela maneira como as coisas são vistas”, que pode gerar um “sentimento de vergonha justificados e injustificados” (GOFFMAN, 2002, p. 217), adaptando assim à sua representação a aqueles que estão mais propícios a receber a mensagem. Na imagem referente aos contatos bloqueados, por exemplo, são pessoas que não deveriam ver parte da vida social da pessoa que publica, tais como colegas de trabalho. Vale ressaltar que essa é uma escolha pessoal e que cada indivíduo criará sua própria metodologia de inclusão/exclusão

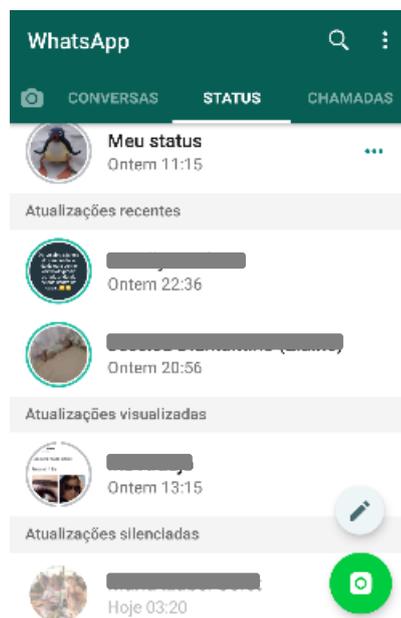
³⁵ Não necessariamente as mesmas pessoas que identificaram a aproximação foram as que não identificaram o distanciamento. Os números fazem referência somente ao volume de respostas dos entrevistados na última etapa da pesquisa.

de acordo com o que acredita ser o mais apropriado. Essas relações serão mais flexíveis com quem já se tem ou teve mais contato anteriormente. Goffman complementa:

Além de contar com o que pode ser visto o ator terá também de levar em consideração informações que o público já possui a seu respeito. Quanto maior for a informação que a plateia tenha sobre o ator menor probabilidade ele terá de que os fatos percebidos durante a interação a influenciem radicalmente. Por outro lado, quando não há informação anterior é de se esperar que a informação colhida durante a interação seja decisiva (GOFFMAN, 2002, p. 204).

Outra forma de distanciamento é a não visualização do Stories de algumas pessoas (figura 44). Ação oposta à mencionada acima, que se referia ao ato de bloqueio que impedia que o outro visualize as publicações de quem produz. No exemplo a seguir, o sujeito, proprietário da rede social, é autorizado pelo seu contato a ver suas publicações, porém opta, propositadamente, em não visualizar as publicações de determinadas conexões.

Figura 44: Atualizações silenciadas WhatsApp



Fonte: Captura realizada pela autora (2019)

Para Risse, os Stories são imagens que foram criadas “para serem jogadas fora de imediato, mas que tenham um tempo de vida útil curto, que possam comunicar e depois sumirem” (RISSE, 2017, p. 13), mas que também podem ser

descartadas antes, de maneira proposital, caso não sejam utilizadas ou não tragam o retorno desejado. A autora complementa:

A proposta efêmera é essa, em uma internet que se enunciou por tanto tempo como um espaço de lembrança, memória e segurança (embora nunca tivesse sido, na prática), há iniciativas que criam territórios nos quais podemos esquecer (RISSE, 2017, p. 14).

Porém, nem sempre existe um extremo entre totalmente aproximado e completamente distanciado. Um equilíbrio entre os dois é a hipótese deste estudo. O uso de mensagens efêmeras pode aproximar distanciando, assim como pode distanciar aproximando, conforme será visto a seguir.

4.3. Aproximação Distanciada x Distanciamento Aproximado

O autor Bruno Latour (2009) inicia o texto *Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts* narrando o poder de agenciamento do não humano sobre o humano. Para isso o texto aborda um dia de estresse em que o autor não queria usar o cinto de segurança do carro, porém, para o seu próprio bem, é impedido de infringir a lei. Latour comenta sobre a “moralidade de ser dominado por um artefato” e complementa:

Nós devemos simplesmente virar nossas atenções dos humanos e olhar também para os não humanos. Aqui estão elas, as massas sociais ocultas e desprezadas que compõem a nossa moralidade [...] devemos agora encontrar um lugar em uma nova teoria social para as massas não-humanas que nos imploram por uma compreensão. (LATOURE, 2009, p. 231).

Nos levantamentos iniciais, realizado em 2018, uma parcela do público acreditava ter mais liberdade e menos pressão quanto ao volume e qualidade de publicações. No levantamento realizado em 2019, essa percepção mudou. Barros (2017) e Rauber e Gonçalves (2019), também apresentaram em seus estudos que uma parcela dos usuários já reflete sobre o conteúdo que será publicado e como será publicado. No caso de Barros (2017), a reflexão estava atrelada, na maioria das vezes, ao caráter profissional das publicações realizadas por “*digital influencers*”. No caso da presente pesquisa, o público, mesmo sendo leigo e não especializado, começa a refletir sobre tal aspecto de suas publicações. No entanto, é evidente que nem todos os usuários refletem sobre as consequências de suas publicações. Para

Dijck (2013), os padrões de comportamento no meio não digital que estão cada vez mais no ambiente digital, seguem as normas para a interação social online e estão ainda em constante fluxo de mutação, visando a adequação no que se refere as relações sociais.

Benkler (2006) afirma que, embora complexos, é possível destacar dois efeitos da Internet nas relações sociais com base na comunidade humana e nas relações sociais íntimas: o primeiro é o estreitamento das relações preexistentes com amigos, familiares e vizinhos, principalmente com aqueles que não eram facilmente acessíveis no ambiente mediado pela Internet. As redes sociais têm tomado o lugar que Benkler afirmava ser do e-mail. O autor cita como exemplo, a relação entre pais e filhos (também comentada por Daniel Miller):

Os pais, por exemplo, usam mensagens instantâneas para se comunicar com os filhos que estão na faculdade. Os amigos que se afastaram um do outro mantêm contato mais do que antes, por meio do e-mail, porque o e-mail não exige que eles coordenem um horário para conversar ou pagar tarifas de longa distância, que aconteceria com as chamadas telefônicas na época da realização do estudo³⁶ (BENKLER, 2006, p. 357).

Outro efeito, segundo o autor, está relacionado ao surgimento de relações de menor porte e com finalidades limitadas. Uma forma de ilustrar tal afirmação está no item 3.3, em que as empresas criam publicações no Stories com o intuito momentâneo de atrair a atenção de seus clientes atuais e potenciais. Outro exemplo está relacionado aos grupos e conexões que podem visualizar as publicações do Stories, porém somente em um determinado momento, como um grupo de trabalho ou um evento, em que os membros podem ver e comentar as publicações, mas talvez não seja necessário no futuro.

No entanto, deve-se ratificar que a internet não afeta, necessariamente, todos os grupos e pessoas de maneira igual. Este estudo frisa e destaca o que foi encontrado ao pesquisar indivíduos, em um determinado espaço temporal, de uma determinada faixa etária e de uma localização específica, talvez não refletindo outras realidades distintas à estudada. Nesse sentido, Para Benkler (2006), a internet não, necessariamente, torna quem a utiliza mais sociável, porque cada um será

³⁶ Hoje em dia (2019) também é possível realizar chamadas telefônicas gratuitamente via Facebook e WhatsApp, além de realizar vídeos ao vivo, que podem ser compartilhados nas redes sociais, bastando ter acesso à internet.

responsável por determinar como e quando se comunicar com quem se deseja estar em contato.

Desse modo, o desafio ao longo de toda essa dissertação tem sido apresentar como “momentos” são compartilhados, por meio de um arcabouço tecnológico que cerca a vida cotidiana dos indivíduos pesquisados e que, possivelmente, estão sendo passados despercebidos. Elizabeth Grosz (2009) cita no texto, *The Thing*, que “nossa percepção esculpe o mundo e o divide em coisas”, destacando e isolando aquilo que é de interesse ou potencial relevância para a nossa ação futura. Miller cita como o compartilhamento desses momentos no Instagram reflete uma maneira semelhante à comunicação que ocorre em uma conversa e que as fotografias estão sendo tiradas como maneira distinta de ver o mundo, mais do que para possuir imagens, fazendo com que seu descarte não seja tão impactante quanto poderia ser no passado: “O Instagram, assim, nos leva a um estágio além [...] da fotografia como memória para a fotografia como comunicação social, em que fotos são publicadas para provocar comentários e ‘curtidas’” (MILLER, 2018, p. 137-139).

É necessário destacar que embora o trecho acima se refira à fotografia, no Stories é possível compartilhar diferentes formatos de conteúdo, como fotos, vídeos e textos - que podem ser editados, animados e publicados com o objetivo de criar interações sociais. Elizabeth Edwards (2009) comenta sobre a relevância de se guardar um fragmento do tempo e da memória por meio de uma fotografia como uma fé no futuro. Nesse contexto, será que os usuários do Stories estariam perdendo essa fé ao publicar conteúdos que serão deliberadamente apagados e, conseqüentemente, esquecidos? Possivelmente, não. Conforme já dito, o conteúdo do Stories é gerado exatamente para isso, pequenas ações, que como na vida habitual, o próprio cérebro esqueceria. Quantas vezes alguém já esqueceu o que comeu no café da manhã de um dia comum? Mas talvez o mesmo não acontecesse se fosse um café da manhã especial, como nas férias ou em uma data especial, por exemplo. Uma comparação simplista entre o Stories e o nosso cérebro que ajuda a ilustrar a diferenciação do que é julgado como efêmero e o que poderia ser caracterizado com permanente nessas plataformas. Assim, a tecnologia, que no caso deste estudo refere-se às publicações efêmeras do Stories nas redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp, pode gerar o distanciamento pela ruptura do

contrato social do prazer da interação social mencionado por Goffman (2002). Tomando como exemplo os diálogos a seguir quando uma pessoa encontra a outra na rua (ambiente não digital):

- (a) “Nossa! Quanto tempo não nos víamos”.

- (b) “Verdade! Sei que você está bem e muito ocupada. Vejo sempre seus Stories no WhatsApp e acompanho a sua rotina”.

Outro exemplo estaria relacionado ao extremo oposto do diálogo acima. Um amigo (a), que encontre outro (b), poderia ter vergonha de admitir que não sabe como está a vida de (b) porque não acompanha as publicações que este faz. Quando (a) perguntar como (b) está, seria a confirmação de que não acompanha as publicações do amigo no Stories, o que representaria uma quebra no acordo de convivência social, visto que o amigo faz as publicações com o intuito que sejam vistas. Dar o acesso à uma publicação de um amigo que não visualiza, pode representar o equivalente a contar uma história presencial a alguém que não está prestando atenção ou ouvindo o que está sendo dito. Essas duas conversas demonstram como as aparências podem estar sendo quebradas, gerando, assim, um distanciamento aproximado. Uma aproximação porque o amigo (b) sabe o que o amigo (a) tem feito nos últimos tempos, porém, exatamente por saber que (a) esteve ocupado, se distancia para não atrapalhar. Ao passo que no segundo exemplo, acontece um distanciamento aproximado. O fato de um amigo (a) que está fisicamente próximo de (b), sentir receio de comentar e perguntar algo sobre a vida de (b), é que gera o distanciamento, mesmo estando fisicamente presente.

Outro exemplo de distanciamento, já comentado anteriormente, no item 4.2, refere-se ao bloqueio da visualização de publicações para determinadas conexões. O dono da rede social pode optar em não ver uma publicação de determinado usuário, mesmo mantendo a conexão de amizade. No caso do WhatsApp (figura 44), por exemplo, existem 4 segmentações do Stories: a primeira é o “meu status”, que são as publicações do proprietário da conta. O segundo são as atualizações recentes, que é a maneira da rede informar que existem novas publicações das conexões (amigos) do usuário. A terceira são as atualizações visualizadas, que, obviamente, refere-se ao conteúdo que o proprietário da rede já viu e, por fim, as atualizações silenciadas, que são as publicações de amigos que o proprietário da

rede não deseja ver, sendo que quem tem as publicações silenciadas não sabe que seus contatos não veem suas publicações.

Um ponto que deve ser destacado é que o WhatsApp tem um modo anônimo de privacidade, intitulado “*confirmação de leitura*”³⁷ que foi criado para que não seja identificado quando o usuário visualize uma mensagem enviada em uma conversa privada. Caso o usuário desabilite esse item, a rede informa que “você não poderá visualizar nem exibir confirmações de leitura”. Embora sejam exibidas nas conversas em grupo, não são exibidas para a visualização do Stories. Ou seja, se um sujeito tem esse tópico desabilitado, ele pode visualizar todos Stories de suas conexões, que também tenham o seu número telefônico, sem que saibam que o conteúdo publicado foi visto, porque não é contabilizado na contagem de visualizações, conforme abordado no item 4.1, figura 39, com os exemplos de aproximação. Assim, as redes de conexões são adaptáveis:

A “natureza” dos indivíduos muda ao longo do tempo, com base nas práticas e expectativas sociais reais. Para simplificar [...] os tipos de conexões em que confiamos para essas necessidades humanas básicas mudam com o tempo (BENKLER, 2006, p. 362).

Assim, todo o estudo foi feito baseado em contato pré-existentes. Logo, não foi focado em relações pouco “intimistas”, como seguir uma celebridade, por exemplo. No entanto, nem todas as conexões são de amizades profundas. Algumas são de relações mais rasas como colegas de trabalho, e outras mais profundas, como membros de família ou amigos realmente próximos. Benkler complementa:

Os seres humanos, conectados ou não à Internet, continuam a se comunicar preferencialmente com pessoas geograficamente próximas do que com pessoas distantes [...]. No entanto, as pessoas que estão conectadas à Internet se comunicam mais com pessoas geograficamente distantes, sem diminuir o número de conexões locais (BENKLER, 2006, p. 364).

Em seu artigo para o Intercom 2017 Risse se pergunta sobre o significado de se fazer uso do Stories e quais seriam suas implicações. A autora chega à conclusão de que há uma espécie de “alforria da imagem”, que gera a interação social com

³⁷ É possível identificar se um contato possui esse item desabilitado, pois ao visualizar uma mensagem enviada para este contato não aparecerá os dois traços azuis ao lado da conversa, que representam que o sujeito abriu a mensagem, conforme aparece no lado inferior direito de cada mensagem visualiza. Ver exemplo nas figuras 34 e 35

suas conexões e essas imagens são capazes de criar imagens. Para a autora, “comprar a proposta de uma comunicação efêmera é exercer o papel dialético de produzir e consumir superfícies imagéticas que se realizam a partir de uma evocação constante de outras imagens, a todo o tempo” (RISSE, 2017, p. 05). Para este estudo, também representa uma aproximação distanciada, assim como um distanciamento aproximado, como, por exemplo, os sujeitos que visualizam as publicações de suas conexões, mas não publicam conteúdos próprios. A visualização gera uma conexão aproximada com seus amigos e familiares, pois essa pessoa sabe o que seus pares estão fazendo e estão bem. No entanto, o distanciamento está no fato de que não gera a troca no processo de comunicação, reforçando e aumentando as relações entre eles que poderia surgir a partir da resposta a uma publicação, como o início de uma conversa, por exemplo.

5. Metodologia

“Descobrimos que a realidade é uma criação compartilhada”
(LÉVY, 2004, p. 16).

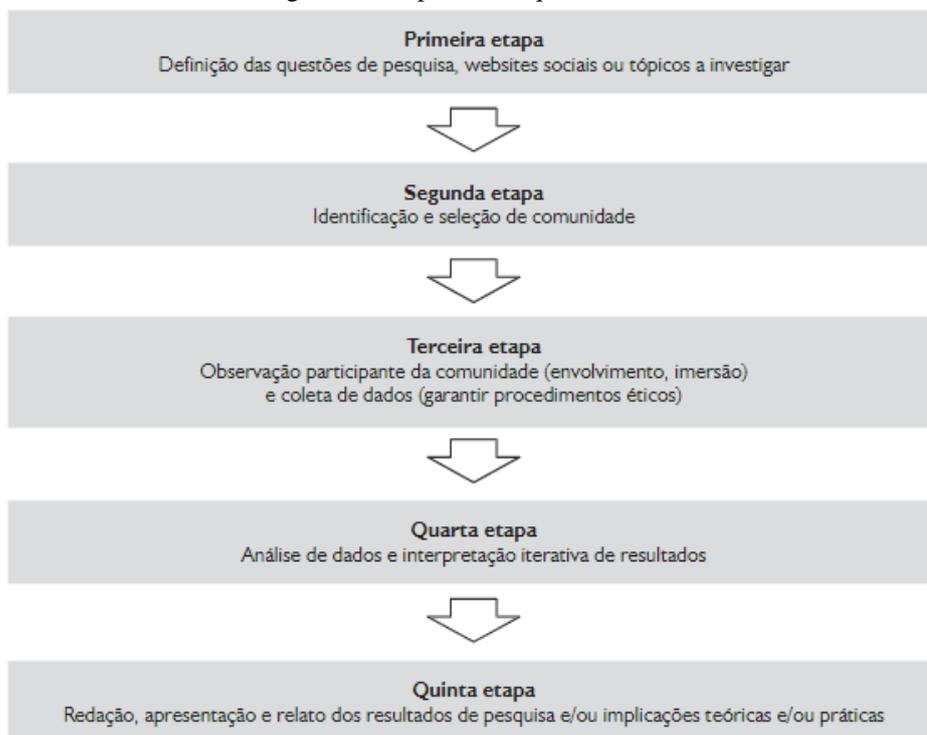
Em seu livro *A interpretação das culturas* Geertz (1989) afirma que a etnografia não é uma questão de métodos, mas um princípio conceitual. A etnografia pode ser considerada como uma prática para entender mais do que sociedades, hábitos e costumes distantes. Também pode ser utilizada para conhecer as diferentes nuances da sociedade, inclusive no âmbito digital, por focar na vida enquanto é vivida, baseando-se nas experiências. Mapear o campo de estudos, selecionar informantes, estabelecer relações - e assim, conseguir informações e acesso mais precisos para a pesquisa - e transcrever textos, são algumas das tarefas que um etnógrafo passa no seu processo de estudo e conhecimento³⁸.

Para a realização da pesquisa sobre a sociabilidade mediada pelo uso de conteúdos efêmeros - que se auto deleta após 24 horas de publicação - foram utilizados conceitos da antropologia digital, além de auto etnografia e da netnografia, embora a pesquisa não possa ser caracterizada como qualquer dessas técnicas, visto que não se aprofunda em nenhuma comunidade específica. Assim, esta pesquisa pode ser caracterizada como exploratória, através de levantamento bibliográfico de autores renomados como Simmel (2006) e Goffman (2002), mas também por autores relativamente desconhecidos para alguns brasileiros do campo da comunicação, como Daniel Miller (2016) e Benkler (2006). Devido ao tema recente e pouco pesquisado, o levantamento bibliográfico também se estendeu a dissertações, teses e artigos publicados em revistas e congressos sobre temas relacionados a efemeridade nas redes sociais e a funcionalidade Stories. Complementarmente, foi utilizada uma abordagem quantitativa, com aplicação de questionários, além de captura de imagens de conversas que ilustravam os tópicos abordados. As capturas de telas foram geradas a partir das redes de relacionamento pessoal da autora desta dissertação.

³⁸ Destaca-se que embora alguns autores não tenham sido citados, porque não apresentavam pontos específicos da escrita que pudesse contribuir com este estudo, foram de extrema importância para a escolha e definição do campo metodológico da etnografia/netnografia. Entre eles estão: (BRAGA, 2013), (FOOTE-WHITE, 2005 [1943]), (CLIFFORD, 1998) e (VELHO, 1978) e (BECKER, 2007).

Visando a facilitar a apresentação das metodologias aplicadas ao longo dos dois anos de estudo, as páginas que se seguem serão divididas a partir dos conceitos apresentados por Roberto Kozinets (2010) no livro *Netnography: doing ethnographic research online*. O autor divide a pesquisa netnográfica em 5 etapas: (1) definição das questões da pesquisa, websites e tópicos a serem investigados; (2) identificação e seleção da comunidade; (3) observação participante da comunidade (imersão) e coleta de dados; (4) análise de dados e interpretação dos resultados e, por fim, (5) redação, apresentação e relato dos resultados de pesquisa e implicação teóricas e/ou práticas.

Figura 45: Etapas da Pesquisa Kozinets



Fonte: (KOZINETS, 2010, p. 61)

5.1. Questões da Pesquisa

A primeira etapa refere-se à definição das questões da pesquisa, websites sociais ou tópicos a investigar. No contexto da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico, em que foram estudados autores relacionados ao tema, assim como algumas consultas ao Banco de Teses e Dissertações da Capes (2019).

Também foi definido o campo de estudo como as três redes do Grupo Facebook (Facebook, Instagram e WhatsApp) que disponibilizam a funcionalidade Stories. A escolha do campo de pesquisa se deu: primeiro porque o Instagram, o WhatsApp e o Facebook fazem parte do mesmo grupo empresarial. Segundo porque foi constatado no levantamento inicial da pesquisa exploratória informal que o Facebook Stories era pouco utilizado, embora a rede Facebook fosse a mais popular em número de amigos dentro do universo estudado. O Instagram é a rede de mais fácil observação, devido ao volume de postagens. O WhatsApp é extremamente íntimo e precisaria de uma autorização especial para ver as publicações, motivo pelo qual optou-se em realizar a captura de tela de conversas pessoais da autora desta dissertação para ilustrar alguns tópicos abordados ao longo do texto.

O objetivo da pesquisa partia da premissa de que poderia não ser coerente o investimento de tempo, e outros recursos - como o uso de pacote de dados de acesso à internet, programas para edição de imagem etc. -, para a criação de um conteúdo que desapareceria decorrido 24 horas de sua publicação. Assim, iniciou-se uma pesquisa exploratória superficial, por meio de conversar informais com usuários do Stories. Nesse contexto, decidiu-se estudar a sociabilidade mediada por mensagens efêmeras.

5.2. Amostras

Não propositadamente os entrevistados foram divididos em 4 grupos, entre os anos de 2018 e 2019, totalizando 88 formulários entregues ao longo desse período. O primeiro levantamento foi realizado no primeiro semestre de 2018, com o intuito de redigir o artigo final da disciplina de Teoria da Comunicação do mestrado. Um formulário de pesquisa contendo 10 perguntas principais, e mais alguns subtópicos, foi aplicado presencialmente a um grupo de 15 pessoas, de 19 a 34 anos (anexo I). A escolha desses entrevistados foi devido à facilidade de contato da pesquisadora que leciona para jovens dessa faixa etária. Na sequência, assim que o grupo estudado acabou de preencher a pesquisa, foi ratificado os entendimentos por meio de um debate. A compilação do resultado foi apresentada no congresso discente PÓSCOM 2018, realizado no segundo semestre do mesmo

ano da redação do trabalho. Autores como Simmel e Winkin (que resumiu as ideias de Goffman), nortearam a redação do artigo final, aliado aos dados coletados na pesquisa. Um problema encontrado foi o tamanho do questionário aplicado (anexo I), que fazia com que as pessoas entrevistadas demorassem muito tempo para responder, além de ampliar demasiadamente os tópicos abordados. No entanto, foi importante para a etapa seguinte, cujo formulário foi reduzido.

Ao segundo grupo de entrevistados foi aplicado um novo questionário (anexo II), com um volume menor de perguntas (5 perguntas principais), no segundo semestre de 2018. Este novo levantamento teve como intuito identificar os compartilhamentos que os jovens faziam nas redes sociais, assim como a segmentação de suas conexões. Daniel Miller foi o autor que mais impactou a redação do artigo final, que foi apresentado, posteriormente, no Enecult 2019. O questionário foi aplicado à 21 jovens, com idade entre 18 a 24 anos, do Rio de Janeiro, que usassem ao menos uma das três redes sociais do grupo Facebook. A escolha das pessoas entrevistadas teve o mesmo critério da pesquisa anterior.

Para o terceiro e o quarto grupo de entrevistados foram aplicados o mesmo questionário (anexo III), que teve como objetivo verificar se os jovens identificavam as consequências de usos e compartilhamento de publicações no Stories, no que tangencia a dialética de aproximação distanciada e/ou distanciamento aproximado. O questionário, contendo 13 perguntas principais, foi aplicado a um grupo de 24 jovens e outro grupo de 28 jovens. Todos com o mesmo perfil anterior: jovens do Rio de Janeiro, que trabalham, usam ao menos uma das redes sociais do Grupo Facebook (Facebook, Instagram ou WhatsApp), que tenham idade entre 18 e 24 anos. Benkler foi um dos autores que mais impactou a redação do texto final, que unia a compilação dos resultados encontrado na pesquisa, aliando, assim, as ideias já descritas antes de Simmel, Goffman e Miller, entre outros autores secundários.

No que se refere ao formulário de pesquisa, foram utilizadas todas as estratégias possíveis para manter o sigilo e o anonimato de quem respondeu os formulários para a realização desta dissertação, sendo uma das estratégias escolhidas, a aplicação de formulário de pesquisa sem nome que pudesse identificar o respondente.

5.3. Observação Participante

A terceira etapa é formada pela observação participante da comunidade – no caso da dissertação, de indivíduos e suas publicações. Após a reflexão inicial e da aplicação dos questionários, buscou-se observar se as respostas recebidas eram condizentes com uma realidade de outros usuários. Assim, a pesquisadora usou exemplos de sua própria experiência interacional em suas redes sociais, e relações sociáveis com seus amigos, como campo de estudo. Uma das estratégias utilizadas foi a coleta de dados por meio capturas (prints) de conversas que realmente aconteceram entre a pesquisadora e seus vínculos de relacionamentos nas redes sociais estudadas. Também foi realizada uma análise participativa, com a criação de publicações e comentários em publicações de terceiros, que ajudaram na confirmação dos dados coletados nas etapas de aplicação dos formulários de pesquisa.

Assim, faz-se necessário destacar, que houve uma mesclagem entre pesquisa online e offline, corroborando o que Daniel Miller e Manuel Castells acreditavam, que adaptações de hábitos de fora da internet são acrescentado no universo online e que talvez não fosse possível concluir esta pesquisa se não houvesse uma mesclagem entre os dois “universos”, visto que se complementam. Inclusive, a dialética de aproximação versus distanciamento pelo efêmero, apresentada nesta dissertação, é ampliada com esses dois ambientes.

5.4. Análise

Em seguida, a quarta etapa, é a análise dos dados coletados e a interpretação de resultados. Nessa etapa buscou-se refutar ou confirmar a hipótese de que o uso recorrente do Stories poderia aproximar ao mesmo tempo em que distancia os indivíduos em suas relações sociais.

Um problema encontrado durante a compilação das respostas da última etapa de pesquisa foi a constatação de que as respostas eram amplas, genéricas, por vezes pouco precisas ou pouco detalhadas. Para perguntas como “*com que frequência você publica nas redes sociais?*”, esperava-se respostas relativamente

precisas, como “*uma vez ao dia*” ou “*5 vezes ao dia*”, por exemplo. No entanto, frequentemente encontravam-se respostas como “*muitas vezes*”, “*várias vezes*”. O problema talvez pudesse ter sido corrigido de duas distintas maneiras: primeiramente o formulário poderia ter sido elaborado com perguntas fechadas, que incluem opções de respostas, como o primeiro modelo aplicado no primeiro semestre de 2018. Porém, conforme mencionado, essa estratégia fez com que o formulário de pesquisa ficasse demasiadamente extenso. Além disso, a indicação das possibilidades de respostas poderia gerar um retorno tendencioso. Sendo assim, uma segunda opção para corrigir o problema encontrado poderia ter sido a aplicação de uma pesquisa qualitativa, ao invés de uma pesquisa quantitativa. Ou o uso em conjunto de ambas estratégias utilizadas no primeiro e no segundo formulários aplicados em 2018. Em um *focus group*, por exemplo, poderia ter surgido respostas mais precisas, que trariam mais esclarecimentos para este estudo. No entanto, este recurso demandava um tempo não disponível.

Assim, para a redação dos artigos e desta dissertação, buscou-se os pontos de comum acordo entre as respostas dos formulários de pesquisa e dos autores estudados. Em alguns poucos momentos, também foi apresentado pontos de desacordo com relação a alguns textos e autores lidos.

5.5. Resultados

A quinta, e última etapa, é a redação e apresentação dos resultados da pesquisa. Com relação as etapas de aplicação dos questionários de pesquisa, na primeira etapa, realizada em 2018.1, foi possível constatar que o ócio e o desejo de compartilhar momentos moviam o interesse dos entrevistados ao usar a funcionalidade Stories. Outro aspecto que pode ser destacado, refere-se que os jovens entendem que existem regras não ditas, mas percebidas, quanto ao volume de publicações. Entendem que se fizerem muitas publicações, incluindo uma grande quantidade de fotos, vídeos e textos na *timeline*, poderão sofrer represálias de suas conexões. Por isso, não publicam um volume extenso de conteúdo na *timeline*. No entanto, esta regra que não era aplicada ao Stories passou a ser direcionada para a

nova funcionalidade e o excesso foi o causador dessas novas mudanças. Fato que só pode ser percebida na compilação final do resultado dos dois anos de pesquisa.

Na segunda etapa, realizada em 2018.2, constatou-se que existe uma segmentação entre públicos/conexões nas diferentes redes sociais. Contraditoriamente, o Facebook, redes mais antiga e que os usuários pesquisados possuem conexões com familiares, amigos distantes, entre outros, é a rede menos utilizada para publicações efêmeras e momentâneas do Stories, sendo utilizado mais para publicações fixas e “permanentes”³⁹. Para as publicações efêmeras, os usuários informaram preferir redes mais recentes, como o Instagram e o WhatsApp.

Um resultado inesperado, que só foi constatado no final da pesquisa, com a compilação das respostas dos formulários aplicados em 2018 e 2019, foi a identificação que o uso do Stories do WhatsApp (Status) tem crescido a ponto de ter ultrapassado o número de usuários do Instagram. No entanto, em muitos momentos os usuários informaram que usam as duas redes em conjunto. Porém, no início da pesquisa, em conversas informais, os usuários costumavam afirmar que usavam mais o Instagram. Essa afirmação pode representar um desconhecimento do real uso que os usuários fazem nas redes sociais ou, mais provavelmente, uma mudança de hábitos.

Entre os resultados encontrados na pesquisa de 2019 é possível destacar que os jovens identificam quando acontece uma aproximação a partir de uma publicação no Stories, principalmente quando a publicação é criada com o intuito de provocar ou chamar a atenção de um sujeito que observa, como em uma paquera, por exemplo. No entanto, os jovens não conseguiam identificar quando existia um distanciamento a partir de publicações feitas, a menos que o distanciamento fosse oriundo de algum tipo de ruptura ou desacordo, como divergências políticas, comentários ofensivos ou briga.

Resumidamente, o resultado de todas as etapas de pesquisa demonstra que os usuários desejam compartilhar fragmentos de ações vividas, vistas ou sentidas,

³⁹ Permanente está entre aspas porque a rede social não apagará a publicação automaticamente conforme acontece no Stories. Caso o usuário ou suas conexões desejem, é possível procurar a imagem para visualização no futuro. Assim como o próprio usuário pode excluir uma publicação de maneira manual e consciente.

com entes queridos. Essas publicações podem ser feitas por meio de imagens, textos, vídeos, enquetes entre outros. Porém, não necessariamente desejam manter o compartilhamento disponível para sempre. Assim, a funcionalidade Stories surge como recurso facilitador da comunicação e da interação social, em um contexto em que as mediações dos aparatos tecnológicos são cada vez mais presentes no cotidiano das grandes cidades. Ainda assim, segmentações de públicos e conexões são realizadas a fim de manter as impressões desejadas, perpetuando a sociabilidade de maneira harmoniosa entre os diferentes vínculos de relacionamentos que cada sujeito possui. Entretanto, inevitavelmente, o mesmo recurso que auxilia na aproximação, pode ser capaz de gerar o distanciamento dependendo do equilíbrio entre ações online, no âmbito da internet, e offline, no que se refere as ações fora da internet. Isso porque o acompanhamento do cotidiano de cada sujeito por meio de mensagens que desaparecem pode despertar o senso de urgência de consumo de um conteúdo que desaparecerá dentro de 24 horas. Também pode gerar uma aproximação de distâncias física, ao passo que quem observa pode acompanhar as ações de quem publica, mas pode gerar o distanciamento exatamente pelo excesso de informações disponíveis ao longo do tempo. Para Benkler:

Temos novas oportunidades para a construção de relações sustentadas de propósito limitado, laços fracos e de força intermediária que desempenham papéis significativos em nos fornecer contexto, uma fonte de parte definidora de nossa identidade, fontes potenciais de apoio e companheirismo humano. Isso não significa que esses novos relacionamentos venham a deslocar a centralidade de nossos relacionamentos mais imediatos. Eles, no entanto, oferecerão suplementos cada vez mais atraentes à medida que procurarmos maneiras novas e diversas de nos incorporarmos em relação aos outros, obter eficácia em laços mais fracos e interpolar diferentes redes sociais em combinações que nos proporcionem estabilidade de contexto e um maior grau (BENKLER, 2006, p. 377).

No entanto é importante ressaltar que essa não é uma pesquisa que finda na redação desta dissertação. As redes sociais estão em constantes mudanças e seus usuários também. Nas considerações finais, serão incluídos alguns tópicos que podem nortear pesquisas futuras deste campo que ainda é novo e pode apresentar uma infinidade de opções não exploradas.

6. Considerações Finais

Ter em vista que não há nenhuma forma de comunicação que não seja mediada (MILLER, 2016), seja por gestos, interjeições, entre outros (GOFFMAN, 2002), online ou face a face, ajuda a entender o levantamento realizado no segundo capítulo, que buscou abordar as interações sociais contemporânea. Seja a esperada pela sociedade, seja nos ambientes digitais. Para Christine Hine (2015) é possível que o etnógrafo pesquise assuntos que para outros pode parecer irrelevante. Porém, refletir sobre a relação das pessoas com a cultura e suas redes de interações é necessário para entender como a cultura digital pode estar moldando as relações sociais, ao passo que também está sendo moldada com o passar do tempo. Assim, além do que um estudo *das* plataformas digitais, torna-se um estudo de comunicação *nas* redes sociais efêmeras (LACERDA, 2019). As plataformas são os modos pelos quais essas comunicações são realizadas em um determinado momento.

Partindo do entendimento dos comportamentos esperados pela sociedade e suas redes de conexões, caminhou-se em direção às mudanças que ocorreram com os avanços tecnológicos e no âmbito digital até o atual ápice das redes sociais como parte do dia a dia de uma parcela da população, jovem, letrada e com acesso à tecnologia. Objetos como o telefone celular permitem novas possibilidades comunicacionais e interacionais, apoiadas por tecnologias, como a internet

Assim como apresentado por Daniel Miller (1987), esse estudo acredita que a lógica de publicação de conteúdos que desaparecem nas redes sociais é mais importante que a plataforma em si. Algumas teorias identificam a “cultura com um conjunto de objetos, como as artes em si, ao invés de vê-lo como avaliação da relação através da qual os objetos são constituídos como formas sociais” (MILLER, 1987, p. 11). Talvez pela aproximação constante com o aparelho celular; talvez porque nessa grande aldeia global, os indivíduos queiram conectar-se uns com os outros, as “mensagens efêmeras”, com conteúdos que desaparecem, podem estar suprindo lacunas oriundas de um novo tempo: excesso de conteúdo; rapidez da informação e da mudança de vontades e atividades; mudanças constantes; falta de espaço para armazenamento de novos conteúdos; falta de tempo (e paciência) para ver muitas publicações; vontade de ver o ‘novo’, o que é atual e etc.

Em algumas partes do texto é levantado o questionamento das razões que levariam um indivíduo a publicar algo que desaparecerá. Entretanto, não existe resposta certa para esta pergunta. O que o presente trabalho mostra é que as publicações efêmeras são feitas a partir de conteúdos que possuem valor significativo naquele momento da publicação, mas que possivelmente não permaneceriam com o mesmo valor no futuro. Entendendo que uma análise tardia por parte do criador do conteúdo poderia identificar que um conteúdo efêmero possui potencial de se tornar permanente, algumas redes passaram a permitir a fixação e armazenamento de publicações. Assim, o juízo de valor quanto a uma espécie de hierarquização da informação, que define se o conteúdo publicado é interessante o suficiente para ser publicado na *timeline* e se tornar permanente, ou se é efêmero o bastante para desaparecer em 24 horas, é individual, porém perpassando todo o aparato social que define questões relativas e adaptáveis, tais como o que é muito e o que é pouco. Publicar várias fotos sobre um determinado tema no Stories é “permitido” e pode gerar o entendimento sobre o que está acontecendo. Na *timeline* não é permitido. O sujeito que quebra essa regra - não documentada, mas entendida pelos usuários das plataformas – pode sofrer as consequências, sendo, por exemplo, tachado de narcisista ou qualquer outra denominação pejorativa.

Ao percorrer os capítulos desta dissertação foi demonstrado como a presença constante das redes sociais, por intermédio da internet e dos smartphones, passou a ser constantes na vida dos jovens estudados. Outros autores que buscaram entender a funcionalidade Stories, elaboraram seus estudos baseando-se nos mecanismos de funcionamento da ferramenta, além de envolver questões ligadas a memória, esquecimento e a fotografia. No entanto, um ponto que chamou a atenção no decorrer deste trabalho, por meio de conversar informais com usuários da funcionalidade, foi constatado que ao mesmo tempo em que a funcionalidade pode ajudar na interação social ao gerar a aproximação de indivíduos distantes, essa mesma aproximação pode proporcionar o distanciamento. Nesse sentido, o estudo dessas relações sociais mediadas apresenta-se como uma forma de entendimento de um aspecto interacional novo e que pode influenciar em desdobramentos ainda desconhecidos no futuro.

No final dos questionários aplicados em 2019 foi perguntado se os usuários gostariam de incluir alguns comentários sobre o uso dos Stories. Entre as respostas dadas havia as seguintes respostas: a funcionalidade “pode ser uma boa distração”; “é ‘legal’ quando usado com moderação”; “é bom poder postar coisas”. Um alerta quanto à exposição no ambiente também foi encontrado entre as respostas: “algumas pessoas não sabem como usar e se expõem demais”; “é necessário ter cuidado com o que posta” e “algumas pessoas não sabem como usar e estão ficando doentes, obcecados”. Outro aspecto mencionado durante a dissertação está atrelado ao volume de publicações: “pessoas que publicam muitos Stories por dia são chatos”. Além de destacar as possibilidades comunicacionais e interacionais da ferramenta: “pode ser utilizado para chamar atenção e iniciar uma conversa ou dar indireta para alguém”. Assim, foi possível identificar o misto entre euforia pelo novo recurso, com a preocupação pelo uso inadequado da funcionalidade – embora tenham sido poucos os jovens que conseguiram identificar que é uma ferramenta de entretenimento e que pode ter consequências reais para as suas vidas pessoais se não forem usadas com moderação.

Mais do que apresentar uma verdade absoluta esse estudo é a compilação de análises de indivíduos que responderam os formulários de pesquisa de forma voluntária, de uma cidade, em um período específico, que busca entender parte da evolução no processo de comunicação e interação social de pessoas. Não há o intuito de criar um juízo de valor quanto a neutralidade da rede ou se o conteúdo é bom ou mau (NAFARRATE, 2000) ou se produz alienação ou não, tais como Theodor Adorno e a indústria cultural (1978), ou quanto ao caráter exibicionista, tal como apresentado por (SIBILA, 2016) e (LIPOVETSKI, 1989). No entanto, é importante lembrar que as redes não são elementos fixos e estão em constantes alterações, assim como o ser humano e suas nuances de relações, interações e maneiras de se comunicar. Novas funcionalidades surgirão, novas redes se tornarão populares e outras cairão em desuso, porém os seres humanos encontrarão novas formas de se manterem em contato uns com os outros.

Alguns problemas encontrados ao longo da pesquisa estavam relacionados às múltiplas possibilidades de estudos, delimitando o recorte do campo de estudo, visto que é um campo novo, ainda pouco explorado. O que fez com que demorasse

a iniciar a redação final da dissertação, pois a pesquisa parecia demasiadamente ampla. A dificuldade de traçar o perfil mais adequado de participantes para a pesquisa foi outro aspecto de dificuldade.

Manter-se alerta quanto ao que rodeia a sociedade é um objetivo da academia e profissionais da área de comunicação, que trabalham este aspecto relacional e interacional, podem adquirir mais conhecimento ao continuar o desenvolvimento dos pontos que ainda ficaram em aberto neste estudo. Porque seria inviável tentar abordar todas as possibilidades que a funcionalidade Stories apresenta como campo de estudo. Primeiro porque ainda é um campo novo. Segundo porque seria demasiadamente longo. Terceiro porque faltaria tempo e recursos para a elaboração de um trabalho com foco na excelência. Sendo assim, sugere-se a seguir algumas ideias de desenvolvimento que poderiam expandir este estudo. Para aqueles que têm como objetivo de pesquisa o estudo da memórias e suas nuances, seria plausível buscar o entendimento da contradição existente na fixação de um conteúdo que deveria ser efêmero. Ou seja, poderia se pesquisar mais sobre os critérios para fixação de um conteúdo e se a ordenação segue alguma lógica. No campo do comportamento do consumidor, seria admissível estudar mais profundamente como o mercado está se apropriando deste espaço de interação com seus públicos e usando a funcionalidade Stories para atingir seus objetivos mercadológicos. Outro campo de estudo adicional, não abordado nesta dissertação, está relacionado às conexões geradas a partir de interesses mútuos, como seguir o Stories de blogueiros famosos ou entrar em grupos específicos e depois passar seguir os Stories, “consumindo” o conteúdo que é compartilhado de maneira efêmera.

Por fim, a conclusão deste trabalho pode ser encerrada com uma citação de Goffman, que traduz tudo o que se buscou dizer até aqui: “*Não os homens e seus momentos; mas antes os momentos e seus homens*” (GOFFMAN, 1967, p. 03).

7. Referências Bibliográficas

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Nacional, 1978.

AFP. Mais da metade da população mundial usa internet. **Exame - Caderno Tecnologia**, 10 dez. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/mais-da-metade-da-populacao-mundial-usa-internet/>>. Acesso em: 20 out. 2019.

ARRUDA, Â. Teoria das representações sociais e teorias de gênero. **Caderno de Pesquisa**, n. 117, p. 127-147, 2002.

BAKHSHI, S.; SHAMMA, D. A.; GILBERT, E. Faces engage us: Photos with faces attract more likes and comments on instagram. **CHI 2014, One of a CHIInd, Toronto, ON, Canada - Session: Personal Values and Preferences**, Toronto, p. p. 965-974, 2014. Disponível em: <<http://comp.social.gatech.edu/papers/chi14.faces.bakhshi.pdf>>.

BARROS, S. D. Narrativas efêmeras do cotidiano: um estudo das stories no Snapchat e no Instagram. **Sucupira Capes**, 27 abril 2017. Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5023127>. Acesso em: 15 maio 2019.

BECKER, H. S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993.

BECKER, H. S. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BENKLER, Y. The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom. **Benkler**, 2006. Disponível em: <http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf>. Acesso em: 17 maio 2019.

BRAGA, A. Ecologia da Mídia: uma perspectiva para a comunicação. **Intercom**, 2008.

BRAGA, A. Netnografia: compreendendo o sujeito nas redes sociais. In: NICOLACI-DA-COSTA, A. M.; ROMÃO-DIAS, D. **Qualidade faz diferença: métodos qualitativos para a pesquisa em psicologia e áreas afins**. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Loyola, 2013. p. 171-198.

BRAUN, J. Na China, atos dos cidadãos valerão pontos e limitarão seus projetos. **VEJA**, 2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/na-china-atos-dos-cidadaos-valerao-pontos-e-limitarao-seus-projetos/>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

CAPES. Catálogo de Teses. **CAPES**, 2019. Disponível em: <<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

CAREY, J. W. Technology and Ideology: The Case of the Telegraph. In: _____ **Communication as Culture: Essays on Media and Society**. New York: Routledge, 1992.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CETIC.BR. TIC Domicílios 2018 revela que 40,8 milhões de usuários de Internet utilizam aplicativos de táxi ou transporte. **CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação**, 2019. Disponível em: <<https://cetic.br/noticia/tic-domicilios-2018-revela-que-40-8-milhoes-de-usuarios-de-internet-utilizam-aplicativos-de-taxi-ou-transporte/>>. Acesso em: 01 out. 2019.

CLIFFORD, J. Sobre a autoridade etnográfica. In: _____ **A experiência etnográfica**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

CORSI, N. M. Imagens efêmeras: novas configurações da temporalidade e dos usos da fotografia. **Universidade Estadual de Londrina**, 28 mar. 2018. Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7535717>. Acesso em: 17 maio 2019.

CRARY, J. **24/7: capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu, 2016.

CUSTÓDIO, M. Conheça as 10 redes sociais mais usadas no Brasil. **Resultados Digitais**, 2019. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 03 jul. 2019.

DEBORD, G. **Sociedade do Espetáculo**. Tradução de www.terravista.pt/IlhadoMel/1540. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DEEZER. **Deezer**, 2007. Disponível em: <<https://www.deezer.com/br/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

DEMARTINI, M. Um breve histórico da briga entre Facebook e Snapchat. **Exame**, 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/um-breve-historico-da-briga-entre-facebook-e-snapchat/>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

DICIO. Significado de Efêmero. **Dicio - Dicionário Online de Português**, 2019. Disponível em: <www.dicio.com.br/efemero>. Acesso em: 01 nov. 2019.

DIJCK, J. V. **The Culture of connectivity - A critical history of social media**. London: Oxford University Press, 2013.

DURKHEIM, É. **As Regras do Método Sociológico**. Tradução de Paulo Neves. 3ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ECO, U. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

EDWARDS, E. Photographs as objects of memory. In: CANDLIN, F.; GUINS, R. **The object reader**. London: Routledge, 2009.

EMOTICON. **Wikipedia**, 2019. Disponível em:

<<https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoticon>>. Acesso em: 31 nov. 2019.

FACEBOOK. **FACEBOOK**, 2004. Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/FacebookBrasil/about/?ref=page_internal>.

Acesso em: 05 jul. 2019.

FECOMERCIO. Fecomercio. **Pesquisa de Mercado Uso da Internet -**

Consumidor Brasileiro, 2017. Disponível em: <http://www.fecomercio-rj.org.br/sites/default/files/fecomercio-rio/files/pagina_arquivo/relatcrio_internet.pdf>.

Acesso em: 01 nov. 2019.

FECOMERCIO. Fecomercio. **Redes sociais são as ferramentas eletrônicas mais utilizadas no relacionamento com clientes pelo comércio**, 2019.

Disponível em: <<http://www.fecomercio-rj.org.br/node/506>>. Acesso em: 01 nov. 2019.

FELINTO, E. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. **E-compós**, v. 14, n. 1, 2011. Disponível em:

<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/548/511> >.

FOOTE-WHITE, W. **Sociedade de esquina**. Rio de Janeiro: Joger Zahar, 2005 [1943].

FREIRE, R. Entenda a diferença entre smiley, emoticon e emoji. **TechTudo**, 2014. Disponível em:

<<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/07/entenda-diferenca-entre-smiley-emoticon-e-emoji.html>>. Acesso em: 31 nov. 2019.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GOFFMAN, E. **Interaction ritual - essays on face-to-face behavior**. New York: Pantheon Books, 1967.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. 10ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

GROSZ, E. The Thing. In: CANDLIN, F.; GUINS, R. **The Object Reader**.

London: Routledge, 2009.

HELLER, A. **O cotidiano e a História**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. 6ª edição. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1970.

HINE, C. **Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday**. London: Bloomsbury Academic, 2015.

IFEC. Pesquisa sobre a internet. **Fecomercio-rj | Instituto de Pesquisa e Análises**, 2019. Disponível em: <http://www.fecomercio-rj.org.br/sites/default/files/fecomercio-rio/files/pagina_arquivo/pesquisa_internet_-_2019_-_abril_0.pdf>.

Acesso em: 01 nov. 2019.

INSTAGRAM, 2010. Disponível em: <<https://www.instagram.com/> e <https://instagram-press.com/br/our-story/>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

INSTAGRAM. Brasil é o segundo mercado de Instagram com 50 milhões de contas. **Blog Instagram para empresas**, 2017. Disponível em: <https://business.instagram.com/blog/50-milhoes-instagram-brasil?locale=pt_BR>. Acesso em: 27 maio 2019.

JORGE & MATEUS. Tijolão. **Som Livre**, 2019. Disponível em: <https://somlivre.lnk.to/Tijolao_AoVivo>. Acesso em: 1 nov. 2019.

JOSEPH, I. **Erving Goffman e a Microsociologia**. Tradução de Cibele Sliba Rizek. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

KONDER, L. **O que é a dialética**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

KOZINETS, R. **Netnography: doing ethnographic research online**. Porto Alegre: Penso, 2010.

LACERDA, B. N. A efemeridade da informação: Uma perspectiva das teorias da comunicação. **Anais do XV Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação – PÓSCOM 2018 - GT 6 – Comunicação, Tecnologia e Interação Social**, Rio de Janeiro, 10, 2018. 108-114. Disponível em: <<http://poscom.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=7>>. Acesso em: 20 out. 2019.

LACERDA, B. N. ETNOGRAFIA DIGITAL E COMUNICAÇÃO EFÊMERA. **XV Enecult - Encontro de estudos multidisciplinares em cultura**, Salvador, v.1, 2019, n. EDIÇÃO 2019 – XV ENECULT, 01 a 03 ago. 2019. Disponível em: <<http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/112416.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

LATOUR, B. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: CANDLIN, F.; GUINS, R. **The Object Reader**. London: Routledge, 2009.

LEMOS, A. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de CONexão Multirredes (DHMCM). **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 23-39, Jul. 2007.

LÉVY, P. Uma perspectiva vitalista sobre a cibercultura. In: LEMOS, A. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 11-13.

LIPOVETSKI, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Cia das letras, 1989.

MCLUHAN, M.; MCLUHAN, E. **Laws of Media: the new science**, 1998. Disponível em: <https://monoskop.org/images/e/ec/McLuhan_Marshall_McLuhan_Eric_Laws_of_Media_The_New_Science.pdf>.

MILLER, D. **Material Culture and Mass Consumption**. London: Oxford : Basil Blackweel, 1987.

MILLER, D. Social Media in an English Village. In: _____ **Why we post**. London: UCL Press, 2016.

MILLER, D. Fotografia na era do Snapchat. In: PEREIRA, C. E. B. J. **A cultura material nas (sub)culturas juvenis: do DIY às trocas digitais**. Rio de Janeiro: PUC-Rio : Mauad, 2018.

MILLER, D. et al. **How the world change the social media**. London: UCLPRESS, 2016.

NAFARRATE, J. Un memorial. In: _____ **La realidad de los medios de masas**. México: Anthropos Editorial, 2000.

NETFLIX. Black Mirror | Nosedive Featurette [HD] | Sinopse. **YouTube**, 2017. Disponível em: <<https://youtu.be/R32qWdOWrTo>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

PADILHA, A. TBT (Throwback Thursday). **Significados**, 2019. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/tbt/>>. Acesso em: 03 dez. 2019.

POSTMAN, N. A Ideologia das Máquinas: Tecnologia do Computador. In: _____ **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia**. São Paulo: Nobel, 1994. p. 113-128.

RAUBER, L. H.; GONÇALVES, M. A. Instagram Stories como suporte para comunicação patrocinada ou não patrocinada: estudo de caso Hugo Glos. **Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 13, n. 2, p. 243-266, ago. 2019.

RENAUX, P. Nove entre dez usuários de internet no país utilizam aplicativos de mensagens. **IBGE**, 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20077-nove-entre-dez-usuarios-de-internet-no-pais-utilizam-aplicativos-de-mensagens>>. Acesso em: 27 maio 2019.

RISSE, L. A efemeridade na contemporaneidade: escavações da tendência Stories em aplicativos de imagens feitas para sumir. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 09 set. 2017. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/60572456-A-efemeridade-na-contemporaneidade-escavacoes-da-tendencia-stories-em-aplicativos-de-imagens-feitas-para-sumir-1.html>>. Acesso em: 01 nov. 2019.

RODRIGUES, A. D. O que são afinal os media? In: _____ **Atividade Comunicacional em Ambientes Mediáticos - Reflexões sobre a obra de Adriano Duarte Rodrigues**. São Paulo: Intermeios, 2016. p. 175-186.

SHELDON, P.; BRYANT, K. Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. **Elsevier - Computers in Human Behavior**, v. 58, p. 89-97, 2016. Disponível em: <<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0747563215303307?token=AD72E47713A9AFAF0DA025FA52E573D258E86D1DC2B643E55688D573E9A0272B9CD2FD3E252FA4979047B3D402901AB5>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

SIBILA, P. **O show do Eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SIMMEL, G. **Questões Fundamentais da Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SNAPCHAT. **Snapchat**, 2011. Disponível em: <<https://www.snapchat.com/l/pt-br/>>. Acesso em: 27 Novembro 2019.

SODRÉ, M. **Reinventando a cultura a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.

SPOTIFY. **Spotify**, 2008. Disponível em: <<https://www.spotify.com>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

TOLEFO, M. T. Vídeos instantâneos nas redes sociais: momentos da vida real e o efêmero da comunicação pessoal. **Sucupira**, 28 set. 2017. Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6085265>. Acesso em: 25 jul. 2019.

VAZ, M. @VazAonde. **Instagram**, 2018. Disponível em: <www.instagram.com/vazaonde>. Acesso em: 20 out. 2018.

VELHO, G. Observando o familiar. In: NUNES, E. **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

WEISSBERG, J. L. "Real e Virtual". In: PARENTE, A. (). **Imagem-Máquina - a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. p. p. 117-126.

WHATSAPP. **WhatsApp**, 2009. Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/> e <<https://web.whatsapp.com/>>. Acesso em: 03 jul. 2019.

WIKIPEDIA. Geração Z. **Wikipedia**, 2019. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Gera%C3%A7%C3%A3o_Z>. Acesso em: 15 nov. 2019.

WIKIPEDIA. Selfie. **Wikipedia**, 2019. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Selfie>>. Acesso em: 04 dez. 2019.

WIKIPEDIA. Black Mirror. **Wikipedia**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Black_Mirror>. Acesso em: 20 nov. 2018.

WINKIN, Y. Um colégio invisível. In: _____ **A nova comunicação**. Campinas: Papirus, 1998. Disponível em: <<https://cadernoselivros.file.wordpress.com/2017/05/yves-winkin-nova-comunicac3a7c3a3o.pdf>>.

8. Anexos

I – Questionário 2018.1

Questionário teste sobre o uso das redes sociais aplicado em 2018.1

Marque o que mais representa a sua realidade, podendo marcar mais de uma opção.

Não haverá identificação de quem respondeu. O presente estudo é para propósitos acadêmicos.

1. **Quais redes sociais você possui?**

Facebook | Instagram | Snapchat | Twitter | Whatsapp |
 Outro. Qual? _____

1.1. Desde que ano está em cada rede? _____

2. **Que tipo de conteúdo posta?**

Fotos pessoais/Selfie | fotos de família | fotos de atividades de lazer/show/ comida | paisagens, viagem fotos bonitas feias engraçadas

2.1. Por que posta esse conteúdo?

2.2. Com que frequência posta em cada rede? A cada ___ horas ou ___ dias ou ___ semanas

2.2.1. Quantas fotos publica, em média, por dia de Semana / Sábado, Dom e Feriado?

2.2.2. O número de postagens aumentou ou diminuiu com o passar do tempo?

2.3. Qual critério usa para escolher o que postar e o que influencia a sua escolha quanto ao que postar? Alegria | Tristeza | inveja | ter wifi grátis Outros _____

2.4. Posta somente imagens ou posta texto também?

Imagem | Texto | Ambos

2.4.1. Quando postar cada um?

3. **Usa o Stories o Instagram / Status do Whatsapp / Minha História do Facebook (conteúdo que desaparece)?**

3.1. Sim. Qual rede social? _____

3.1.1. O que posta? _____

3.1.2. Quando posta? _____

3.1.3. Por que? _____

- 3.1.4. Como escolhe o que posta no Stories (conteúdo efêmero) e o que posta na Timeline? _____
- 3.2. () Não? Por que? _____
- 3.3. Acompanha os stories de alguém?
- 3.3.1. () Sim → () pessoa | () marca. Por que? _____
- 3.3.1.1. Como se sente quando “perde” algum stories (não consegue ver a tempo)?
- 3.3.2. () Não. Por que? _____
- 3.4. Você comenta as publicações do stories de outra pessoa? () Sim | () Não. Por que? _____
- 3.4.1. Como sinalizam que gostaram de um stories?
- 3.4.2. E os conteúdos da Timeline? () Sim | () Não. Por que? -

4. **Como armazena suas fotos?**
- 4.1. () Deixa no celular | () Imprime | () Deleta | () Outros _____
- 4.2. Quando foi a última vez que imprimiu uma foto?
- 4.3. Tem álbum de fotos?
- 4.3.1. () Sim. () Físico | () Impresso | Nas redes sociais. Por que?

- 4.3.1.1. Mostra a outras pessoas? () Sim | Não. Por que?

- 4.3.1.2. Você olha seus alguns antigos (Ex.: Fotos do Carnaval de 3 anos atrás)?
- 4.3.2. () Não. Por que? _____
5. **Como interage com as fotos e publicações dos seus amigos e conhecidos nas redes sociais?**
- 5.1. () Curti o conteúdo | () Comenta o conteúdo | () Outros _____
- 5.2. “Futuca” as publicações de pessoas (novos e velhos conhecidos)? () Sim | () Não. Por que?
6. **Você acha que tudo que é publicado é real ou as pessoas “fingem” nas redes sociais?**
- 6.1. Você edita as suas fotos? () Sim | () Não. Por que?
- 6.2. Como? () Filtros das redes sociais | () Aplicativos baixados | () Outros

- 6.3. Suas fotos são “boas”? () Sim. () Não.
- 6.3.1. O que é uma foto “boa”? Quais elementos deve m ter?

6.4. Você acha que é necessário ter alguma habilidade especial para tirar boas fotos?

6.4.1. () Sim. Quais? _____ | () Não.

7. **Você lê o que está escrito nas publicações ou só olha as imagens?**

7.1. () Leio | () Só vejo as imagens | () Ambos

8. **Você possui todos seus amigos nas redes sociais?**

8.1. Quais critérios usa para aceitar / deletar uma amizade?

8.2. E para seguir um perfil / empresa / celebridade?

9. **Você já “estudou” para usar alguma rede social melhor?** Ex.: Alguma funcionalidade da ferramenta, técnicas de fotografia, guardar imagem que gosta para reproduzir igual?

9.1. () Sim | () Não. Por que?

10. **Acredita que alguém que não seja próximo a você ou a sua rede de contatos veja a sua rede social** (Ex.: Empregador)?

10.1. () Sim | () Não. Por que?

II – Questionário 2018.2

Pesquisa realizada com 21 jovens em dezembro de 2018

1. Em quais redes sociais você está?
 Facebook Instagram Whatsapp YouTube Snapchat

1.1. Por que está nesta rede? _____

2. Usa os Stories? sim não

2.1 Caso sim, em qual rede?

Facebook Instagram WhatAapp

YouTube Snapchat

3. Publica os mesmos conteúdos nas diferentes redes sociais que possui?

Sim não. Por que? _____

3.1 Caso não, como seleciona o que postar em cada rede?

4. Publica os mesmos conteúdos no Feed (timeline) e nos Stories do Instagram? sim não

4.1 Caso sim, por que? _____

5. Fixa os stories do Instagram? sim não

5.1 Caso sim, por que? _____

III – Questionário 2019.2

Pesquisa Uso dos Stories

Objetivo da entrevista

Identificar se existe uma rede social preferencial para publicação dos stories, assim com quais critérios são utilizados nessas publicações, além de buscar entender a lógica desse compartilhamento que pode aproximar distanciando.

Critério de inclusão

Jovens adultos, de 18 a 24 anos, moradores do Rio de Janeiro, que usem as três redes sociais: Facebook, Instagram e WhatsApp.

Observações para o participante:

Você não será identificado em momento algum ao preencher o questionário a seguir. Sempre que possível, detalhe o máximo possível de informações. É possível marcar mais de uma opção, exceto nas perguntas de sim ou não.

No contexto desta pesquisa, a palavras “**stories**” representa as publicações que desaparecem automaticamente depois de decorrido 24 horas de sua publicação no Facebook Histórias OU no Instagram Stories OU no WhatsApp Status.

Roteiro de perguntas

1. Você usa o Stories: () sim () não
2. Em quais redes sociais você usa o Stories?
() Facebook () Instagram () WhatsApp
3. O que compartilha? _____
4. Como escolhe o que é publicado no Stories e o que é publicado na timeline?

5. Publica o mesmo conteúdo no Stories de todas as redes sociais?
() Sim () não
- 5.1. Para ambas as respostas, por que? _____
6. Quantas vezes ao dia publica?

7. Já percebeu alguma aproximação ou interação iniciada a partir do uso do Stories? () Sim () Não
- 7.1 Caso sim, poderia detalhar? _____
8. Já percebeu algum distanciamento após a publicação de um Stories?
() Sim _____ () Não

8. 1 Caso sim, poderia detalhar? _____
9. “Você publica stories enquanto está vivendo? () sim () não.
9.1 Por que? _____
10. Publica stories de conteúdos antigos? () sim () não.
10.1. Por que? _____
11. Já repararam em ações que as redes fazem para estimular a prática de compartilhamento e visualização do stories?
() sim. () não
11.1. Caso sim, quais? _____
12. Já haviam pensado sobre esse tema os seus critérios de compartilhamento e publicação a antes? () Sim ()
13. Caso deseje, deixe aqui observações ou comentários sobre o uso dos Stories ____