

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
ESCOLA DE BIBLIOTECONOMIA

Laura Maria Martins Ferreira Santos

**O FLUXO DA INFORMAÇÃO E A CONTRUÇÃO DE MEMÓRIAS NO
APLICATIVO SNAPCHAT**

Rio de Janeiro
2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
ESCOLA DE BIBLIOTECONOMIA

Laura Maria Martins Ferreira Santos

**O FLUXO DA INFORMAÇÃO E A CONTRUÇÃO DE MEMÓRIAS NO
APLICATIVO SNAPCHAT**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Escola de
Biblioteconomia da Universidade
Federal do Estado do Rio de Janeiro
como requisito à obtenção do grau
de Licenciada em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a Dr^a Vera Lúcia Doyle Louzada De Mattos Dodebei

Coorientadora: Me. Marina Leitão Damin

Rio de Janeiro

2017

Catálogo informatizada pelo(a) autor(a)

S231	<p>Santos, Laura Maria Martins Ferreira O fluxo da informação e a construção de memórias no aplicativo Snapchat / Laura Maria Martins Ferreira Santos. -- Rio de Janeiro, 2017. 56</p> <p>Orientadora: Vera Dodebei. Coorientadora: Marina Leitão Damin. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Graduação em Biblioteconomia, 2017.</p> <p>1. Snapchat. 2. ciclo da informação. 3. memória. 4. redes sociais. I. Dodebei, Vera, orient. II. Damin, Marina Leitão, coorient. III. Título.</p>
------	--

Laura Maria Martins Ferreira Santos

**O FLUXO DA INFORMAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DE MEMÓRIAS NO
APLICATIVO SNAPCHAT**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Escola de
Biblioteconomia da Universidade
Federal do Estado do Rio de Janeiro
como requisito à obtenção do grau
de Licenciada em Biblioteconomia.

Aprovado em ___ de _____ de 2017.

Banca examinadora:

Profª Drª Vera Lúcia Dodebei (orientadora)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Me. Marina Leitão Damin (coorientadora)

Profª Drª Claudia Bucceroni Guerra
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Claudio José Silva Ribeiro
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Ao meu pai, com a mais profunda saudade.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer em primeiro lugar a minha mãe, Teresinha e a minha irmã, Rachel, vocês duas são meu pilar mais sólido, meu exemplo e minha maior motivação. Obrigada por regarem meu jardim mesmo quando eu não pude fazê-lo e por jamais me deixarem desistir. Essa conquista é de vocês também.

Ao meu querido Lucas, por todos os beijinhos e “eu te amo” infinitos. Se não fosse seu amor, carinho e compreensão a experiência dessa etapa teria sido muito diferente. Eu não conseguiria fazer nada disso sem você, nem gostaria.

Aos companheiros da Licenciatura em Biblioteconomia, Isabella, Kamile, Wallace e Victor. Sem sombra de dúvidas o apoio e a convivência com vocês foram fundamentais.

Aos grandes presentes que a UNIRIO me proporcionou, meus amores, amigos de aventuras mundanas e acadêmicas, Mayara e Matheus. Gratidão pela confiança e pela parceria que construímos em meio às nossas viagens, descobertas e alegrias.

Agradeço a todos(as) amigos(as) dos Encontros Regionais e Nacionais de Biblioteconomia (EREBD e ENEBD), pelas experiências incríveis que levarei na memória.

Montes e montes de “obrigadas” aos meus melhores amigos desde sempre e para sempre, Vivian, Vanessa, Luis Fernando e Rony, que por tantas vezes relevaram minhas ausências e vacilos. Em especial para a Vanessa, por ler cada centímetro desse trabalho várias vezes. Em todas as línguas reais e imaginárias: obrigada.

E, é claro, ao Cainã, meu parceiro querido de todas as horas. Por tudo, desde ouvir pacientemente meus anseios até fazer playlists para as minhas intermináveis noites de estudo. De perto ou longe, obrigada por dividir esse momento comigo.

Aos amigos da Pesquisa e Documentação do MAM-RJ, Verônica, Elizabeth, Aline, Flavio, Mauricio, Claudio e Laura, que me propiciaram esses dois anos da mais magnífica experiência profissional, repleta de alegrias, aprendizados e lembranças deliciosas – como nossos tradicionais lanches da tarde.

Aos professores da Escola de Biblioteconomia com quem tanto aprendi ao longo dos últimos anos, dentro e fora de sala, em especial aos mestres Simone Weitzel e Marcos Miranda, meus grandes exemplos de ética e competência.

Às professoras ministrantes de Informação, Memória e Documento, Vera Dodebei e Leila Ribeiro, muito obrigada! A importante discussão teórica promovida por vocês durante essa disciplina foi apaixonante e, sem dúvida, marcou minha trajetória.

Meu agradecimento mais que especial à professora Vera por ter conduzido a orientação desse trabalho, pelos valiosos conselhos e contribuições. Foi uma honra trabalhar com você!

Agradeço a Marina pela dedicação e constante paciência no desenvolvimento desse trabalho. Foi um fundamental contar com a sua coorientação nesta etapa tão importante de minha formação acadêmica.

Finalmente agradeço a todas as mulheres. Minhas irmãs guerreiras que tanto me inspiram e me movem nesta nossa luta diária pelo direito se sermos o que quisermos. Quando uma de nós vence uma batalha a vitória é de todas nós. Gratidão!

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso se propõe a analisar os fluxos informacionais no aplicativo de rede social Snapchat especificamente investigando a existência de rastros memoriais produzidos por seus usuários, além de propor um modelo da representação do ciclo da informação neste aplicativo. São levantados no referencial teórico os conceitos de ciclo da informação, memórias digitais e redes sociais. Em um segundo momento são trazidos os aspectos técnicos, principais propriedades, assim como usos e apropriações do Snapchat e de outras duas redes similares a ele, o Facebook e Instagram, com o intuito de verificar as aproximações e distanciamentos entre estes. A investigação empírica é desencadeada por meio da observação direta de seis perfis de usuários ativos no Snapchat, Facebook e Instagram. A partir da análise dos dados, evidenciam-se as relações entre memória e esquecimento na construção das narrativas pessoais produzidas nos ambientes das redes sociais, onde no rastro memorial deixado pelas linhas do tempo do Facebook e Instagram se constituiu um rastro de esquecimento provocado pelo Snapchat. Apresenta-se a representação gráfica do modelo de ciclo da informação oriunda do Snapchat.

Palavras chaves: Snapchat. Ciclo da informação. Memória. Redes sociais.

ABSTRACT

This course conclusion paper proposes to analyze the information flows in the social network application Snapchat specifically investigating the existence of memory footprints produced by its users and proposing a model the information cycle representation. The concepts of information cycle, digital memories and social networks are raised in the theoretical framework. In a second moment, there are technical aspects, main properties presented, as well as uses and appropriations of Snapchat and other two similar networks, Facebook and Instagram, in order to verify their approximations and distances. The empirical investigation is triggered by the direct observation of six active user profiles in Snapchat, Facebook and Instagram. From the analysis of the data, the relations between memory and forgetting in the construction of the personal narratives produced in the social networks are evidenced, where in the memorial footprint left by Facebook and Instagram was constituted a trail of forgetting provoked by the Snapchat. We present the graphical representation of the information cycle model from Snapchat.

Keywords: Snapchat. Information cycle. Memory. Social networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ciclo da informação Lancaster.....	16
Figura 2 - Ciclo da informação, ou modelo de transferência de informação	17
Figura 3 - ciclo da informação modificado.....	18
Figura 4 - Anúncio publicitário de 1951 da Kodak “Snapshots lembram, quando você esquece”	28
Figura 5 - <i>Snapcode</i> e <i>Interface</i> de busca no Snapchat.....	29
Figura 6 - Tela de envio de foto produzida pelo Snapchat.	30
Figura 7 - Elementos de composição de imagens do Snapchat.....	30
Figura 8 - Interface de Chat no Snapchat.	31
Figura 9 - Interface de História no Snapchat.....	32
Figura 10 - Perfil no Facebook (<i>site</i> e aplicativo).	34
Figura 11 - Álbuns no Facebook.....	35
Figura 12: Página de perfil público no Facebook.	36
Figura 13 - Perfil no Instagram.....	37
Figura 14 - Filtros disponíveis no Instagram.....	38
Figura 15 - Agrupamento de imagens em hashtag.....	39
Figura 16 - Principais aplicativos de redes sociais entre usuários de internet no Brasil em junho de 2016	40
Figura 17 - Média dos compartilhamentos totais por rede social.....	45
Figura 18 - Ciclo da informação no aplicativo Snappchat.....	48

LISTA DE QUADROS

Tabela 1 - Recursos oferecidos pelo Snapchat, Facebook e Instagram	41
Tabela 2 - Média de compartilhamento diários por usuário.....	44
Tabela 3 - Média dos compartilhamentos totais por usuários	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 FLUXO DA INFORMAÇÃO, MEMÓRIA DIGITAL E REDES SOCIAIS	16
2.1 FLUXO DA INFORMAÇÃO	16
2.2 MEMÓRIAS DIGITAIS	20
2.3 REDES SOCIAIS	23
3 O FLUXO DA INFORMAÇÃO EM REDE SOCIAIS	26
3.1 SNAPCHAT	27
3.2 FACEBOOK E INSTAGRAM.....	32
3.3 APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE INSTAGRAM, FACEBOOK E SNAPCHAT.....	39
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	43
4.1 A VIDA SOCIAL DO SNAPCHAT: ENTRE LEMBRAR E ESQUECER.....	46
4.2 O CICLO DE VIDA NO SNAPCHAT	48
5 CONCLUSÃO	50
REFERÊNCIAS	52

Present Day. Present Time.
(SERIAL EXPERIMENTS LAIN, 1998)

1 INTRODUÇÃO

O Snapchat é uma rede social de compartilhamento de vídeos e imagens para dispositivos móveis, criada em 2011. O nome “Snapchat” é inspirado na expressão do inglês “*snapshot*” e refere-se à captura fotográfica instantânea. Sua operacionalidade é baseada na publicação de “*snap*s”, sejam eles imagens ou vídeos, de modo que esses conteúdos tenham um ciclo de vida de apenas 24 horas, sendo excluídos dos servidores da empresa após esse período.

Esse trabalho tem como objetivo investigar, sob os pontos de vista teórico e empírico, os fluxos informacionais no Snapchat. Pretende-se também, de forma específica, investigar a existência de rastros memoriais produzidos por seus usuários e apresentar um modelo da representação do ciclo da informação neste aplicativo. Para tanto foram considerados outras duas redes sociais, Facebook e Instagram, a fim de estabelecer parâmetros de comparação para a pesquisa.

Com o intuito de atender aos objetivos propostos, para o procedimento metodológico utilizou-se o registro de comportamento de um grupo de seis usuários ativos no Snapchat, Facebook e Instagram, que se relacionassem com suas redes sociais como uma representação virtual do conceito da “caixa de sapato” de Van Dijck (2007). O registro de comportamento consiste em uma prática de observação a ser realizada de forma sistemática, onde seu registro é feito, segundo Fagundes (1985), de modo afirmativo e direto. Assim, a coleta de dados se deu por meio do acompanhamento diário desses perfis, durante trinta dias, levando em consideração o quantitativo de publicações produzidas e a análise desse conteúdo.

A revisão de literatura de forma exploratória buscou orientar, localizar e contextualizar este trabalho baseando-se em uma das características mais marcantes da Biblioteconomia: sua capacidade de estabelecer conexões com outras áreas do conhecimento, ou seja, sua interdisciplinaridade. Dessa forma, no embasamento teórico é estabelecido um diálogo com os conceitos trazidos pela Ciência da Informação, Comunicação e Memória Social.

A pesquisa se faz relevante ao campo biblioteconômico à medida que se insere na Organização do Conhecimento (OC), pretendendo compreender a

representação da informação nas redes sociais, e ao estruturar uma proposta de modelo para a representação do ciclo da informação oriunda do Snapchat.

O processo que envolve a representação do fluxo da informação proveniente da larga produção, acumulação e uso de conhecimentos e os produtos gerados em suas várias formas representacionais são vistos por Lancaster (1977), como um modelo cíclico. Lévy (1999) aponta que o ciberespaço, ao alterar as barreiras de tempo e espaço, propicia que as informações sejam rapidamente amplificadas e multiplicadas, fato esse que gera modificações na dinâmica do modelo do ciclo da informação originalmente proposto por Lancaster (1977).

Dodebei (2014) e Siemens (2009) ampliam a discussão da representação dos fluxos informacionais, levando em consideração os usos das tecnologias de mídia. Dodebei (2014) inclui, ainda, em sua proposta do ciclo da informação a oralidade (informações sem registro, sem rastros exteriores ao corpo)

A partir de três das sete redes sociais com mais usuários no Brasil segundo o *site* Statista (s.d), Facebook, Instagram e Snapchat, pode-se observar a lógica do ciclo da informação, visto que essas plataformas se propõem a instrumentalizar o compartilhamento de informações pessoais através de linguagem imagética, mas diferem entre si no que tange ao registro dessas informações.

Enquanto Facebook e Instagram, em sua linha do tempo, prezam pelo registro que se perpetua, mediando a construção de rastros memoriais (VAN DIJCK, 2007) passíveis de recuperação, o Snapchat aposta no compartilhamento descomplicado, sendo uma ferramenta que acaba por mediar um tipo de memória efêmera que não pretende gerar registro para posterior recuperação. É a partir dessa compreensão que surge nossa questão principal: no contexto efêmero da comunicação, há rastros memoriais gerados pelos usuários do Snapchat? E como representar e analisar esse novo ciclo da informação?

O presente estudo está estruturado em cinco sessões. Na primeira, a introdução aponta objetivos, abordagem metodológica, justificativa e problemática. A segunda analisa separadamente os conceitos de ciclo da informação, memórias digitais e redes sociais da internet. Na terceira sessão, a

discussão centra-se no fluxo da informação nas redes sociais e apresenta também, em tópicos distintos, uma breve introdução com as definições e principais características das redes sociais Snapchat, Facebook e Instagram, bem como as aproximações e distanciamentos conceituais entre estas. Na quarta sessão, é realizada a análise do ciclo da informação no Snapchat e são apresentados os resultados acerca dos rastros memoriais nesta rede. Ainda nessa sessão, é feita a análise de seis perfis presentes nas redes sociais Facebook e Instagram. Por último, na quinta sessão, procura-se responder às questões e considerações levantadas pela pesquisa.

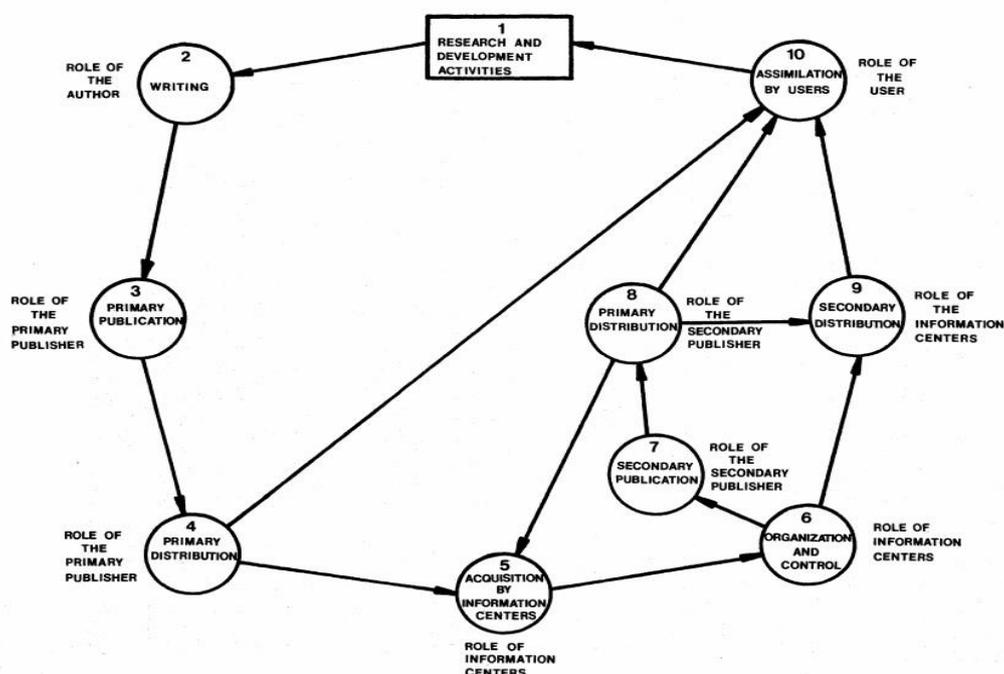
2 FLUXO DA INFORMAÇÃO, MEMÓRIA DIGITAL E REDES SOCIAIS

A discussão a seguir explicitará os conceitos de fluxo da informação, memórias digitais e redes sociais na internet, através da revisão literatura em obras de referência, dissertações, teses e artigos científicos nas áreas da Biblioteconomia, Ciência da Informação, Memória Social e Comunicação, com o objetivo de enriquecer as bases teóricas que fundamentam esta pesquisa.

2.1 FLUXO DA INFORMAÇÃO

Segundo o modelo clássico de Frederick Wilfrid Lancaster, a informação detém caráter cíclico, à medida que os fluxos informacionais compreendem um processo “contínuo e regenerativo”¹ (LANCASTER, 1977, p.2, tradução nossa). Neste sentido, o modelo de representação do fluxo da informação proposto por Lancaster (figura 1) é composto por dez etapas, compreendendo: pesquisa, registro escrito, publicação, distribuição, aquisição, organização e controle, republicação, distribuição da republicação, redistribuição e assimilação.

Figura 1 - Ciclo da informação.



Fonte: LANCASTER, 1977, p. 3²

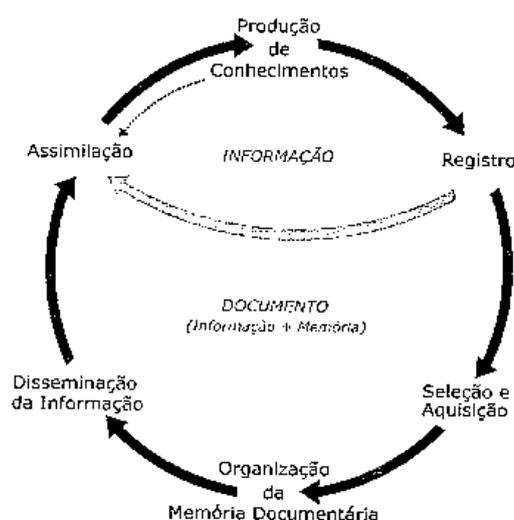
¹ No original, “continuous and regenerative”.

² Disponível em: <<https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/3924/gslisoccasionalpv00000i00127.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 27 out. 2017.

A maneira como o autor descreve os caminhos que a informação segue em seu fluxo estão inseridos no contexto da época em que ele foi idealizado, no início da segunda metade do século XX. Nessa época, os efeitos das tecnologias de informática ainda não eram sensivelmente percebidos pelos estudos em informação, portanto, não aparecem representados nesse esquema de Lancaster.

Levando em consideração a proposta de Lancaster e as condições atuais de virtualidade da comunicação em espaços eletrônicos, Dodebei (2014) propõe um modelo do ciclo da informação baseado nas seis etapas clássicas: produção, registro, aquisição, organização, disseminação e assimilação, incluindo a oralidade (informação sem registro, sem rastros exteriores ao corpo), a memória e a gestão/curadoria/preservação da informação digital.

Figura 2 - Ciclo da informação ou modelo de transferência de informação.



Fonte: DODEBEI, 2014, p. 25

Dodebei propõe que o ciclo da informação seja dividido em dois subconjuntos: o universo da troca da informação produzida, registrada e assimilada; e o universo do documento, ou memória documentária, passando pela seleção e aquisição de informações, organização da memória documentária e sua disseminação.

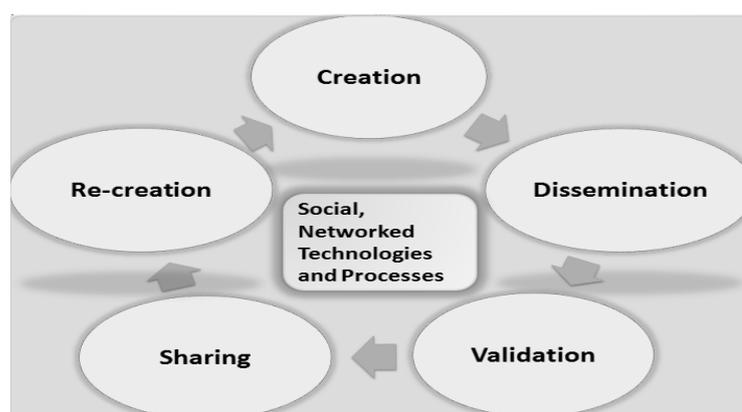
O primeiro subconjunto descreve o universo da informação. Trata-se da dimensão na qual se dão as trocas de informação e é formado pela produção

de conhecimento, registro e assimilação. Essa etapa pode ocorrer de modo independente do restante do ciclo. Isso é possível porque a transmissão da informação para a geração de novos conhecimentos pode se dar de modo informal, pela comunicação oral, “sem qualquer forma de registro reprodutível” (DODEBEI, 2014, p.8), ou em registros materiais, de natureza física ou digital, em redes eventuais ou organizadas sistematicamente.

O segundo subconjunto descreve o universo do documento, ou memória documentária, considerando as etapas de seleção e aquisição, organização da memória documentária e disseminação da informação. Ao contrário do primeiro subconjunto do esquema, esse não pode ocorrer de forma independente, sendo todas as etapas necessárias ao ciclo. Neste subconjunto o atributo “memória” é incorporado à informação, visando caracterizar o processo de acumulação de registros do conhecimento gerado pelas memórias auxiliares e que demandam a manutenção e proteção patrimonial.

O autor do blog Elearn Space, George Siemens, pondera sobre as modificações na representação do fluxo da informação decorrentes das tecnologias e processos de redes sociais. Ele assinala que as alterações decorrentes desse âmbito se dão, sobretudo, nos processos e não nos elementos constituintes do modelo. Sua proposta diz respeito ao “ciclo da informação modificado” (SIEMENS, 2009, tradução nossa) (figura 3).

Figura 3 - Ciclo da informação modificado.



Fonte: SIEMENS, 2009³

³ Disponível em: <<http://www.elearnspace.org/blog/2009/04/17/the-changed-information-cycle/>>. Acesso em: 27 out. 2017.

Nessa representação, o ciclo da informação apresenta cinco etapas: criação, disseminação, validação, compartilhamento e recriação. Essas etapas, segundo o autor, são inerentes ao comportamento da informação tanto no âmbito analógico quanto no eletrônico. E afirma,

A informação é criada através da pesquisa e depois divulgada através de conferências, discussões com colegas, etc. A validação do valor e precisão da informação é alcançada através de uma avaliação especializada por pares. Se considerada de qualidade e adequada, a informação é então publicada em revistas, trabalhos de conferência e livros. E, se a informação / pesquisa tem longevidade, ela é recriada em publicações posteriores e usada como base para avançar um campo de conhecimento. [...] Disseminação e análise pelos pares ocorre através de métodos de "crowd sourcing" como links no Digg [site de curadoria], avaliações na Amazon, comentários no Diigo [...] e compartilhamento de recursos ocorre através de artigos online / diários acesso aberto / blogs / vídeos / podcasts / etc. Recriação - quando recursos são licenciados para permitir isto - ocorre através de combinação e utilizando conteúdo em várias mídias e línguas (SIEMENS, 2009, tradução nossa⁴).

Com base nesses três modelos, pode-se perceber que as representações do fluxo da informação apresentam algumas diferenças entre si, ocasionadas, principalmente, pela abordagem que compreendem. Contudo, elas também apresentam processos e etapas semelhantes, que explicam formas possíveis de produção de conhecimento. Por sua vez, a maneira como são produzidos os conhecimentos determina o meio de processamento da memória, como será discutido a seguir.

⁴ No original, "information is created through research and then disseminated through conferences, discussions with colleagues, etc. Validation of the value and accuracy (both loaded terms) of the information is achieved through expert peer review. If deemed to be of suitable quality, information is then published in journals, conference proceedings, and books. And, if the information/research has longevity, it is re-created in later publications and used as a basis for advancing a field of knowledge. [...] Dissemination and peer review occur through "crowd sourcing" methods such as digg links, ratings on Amazon, comments on Diigo...and sharing resources occurs through online articles/open access journals/blogs/videos/podcasts/Second Life builds, etc. Re-creation – when resources are licensing to permit it – occurs through mashups and repurposing content in various media and languages."

2.2 MEMÓRIAS DIGITAIS

Jacques Le Goff (2003) define memória como a propriedade de conservar certas informações, consistindo em um conjunto de funções psíquicas que permite ao indivíduo atualizar impressões ou informações passadas, ou reinterpretadas como passadas. No mesmo sentido, Pomian (2000) descreve a memória como o elemento que permite o ser vivo remontar o tempo para relacionar-se com passado mesmo estando no presente, tendo, dentre outros objetivos, o de formar uma identidade que possa ser reforçada por momentos vividos e preservados e, por escolha ou não, descartados.

No fim do século XIX, o fenômeno da memória emerge como objeto de estudo e discussão das ciências sociais através do pensamento precursor de Maurice Halbwachs (1877-1945). Discípulo da corrente de pensamento de Émile Durkheim, sua abordagem é caracterizada pelo apego aos aspectos dinâmicos dos fenômenos sobre os quais se debruçam o fato social.

Para Halbwachs, a memória é um processo coletivo e social que passa por um trâmite de “negociação”, visando conciliar memórias individuais e coletivas de pessoas que pertencem a uma mesma comunidade. Segundo Halbwachs “cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva” (2006, p. 69). Dadas essas considerações podemos afirmar que a memória coletiva é produto dos relacionamentos entre os sujeitos e os grupos sociais, ou seja, algo que mulheres e homens constroem a partir de suas relações sociais.

Jô Gondar (2005) conceitua a memória como uma construção. Ela alega que a memória “não nos conduz a reconstituir o passado, mas sim a reconstruí-lo com base nas questões que nós fazemos, que fazemos a ele, questões que dizem mais de nós mesmos, de nossa perspectiva presente, que do frescor dos acontecimentos passados” (p.18). Essa ideia contrasta com a defendida por Platão, que argumentava que a memória não era individual nem social, mas sim ontológica “que permite a revelação do ser imutável e eterno” (Idem, *Ibidem*).

Com base em sua natureza social, a memória está constantemente em modificação. Assim como a sociedade, a memória é viva e versátil.

A memória é a vida, sempre levada por grupos vivos e, por isso mesmo, está em evolução permanente, aberta a dialética da lembrança e da amnésia, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todas as utilizações e manipulações, suscetível a longas latências e a revitalizações repentinas. (NORA, 1993, p.3)

Dada essa característica mutável da memória, associada ao fenômeno moderno da “aceleração da história” (NORA, 1993, p.7), promovido pela mundialização, democratização, massificação e midiatização, instaura-se, segundo Nora, uma crise de memória nas sociedades ocidentais modernas.

Nenhuma época foi tão voluntariamente produtora de arquivos como a nossa. [...] À medida que desaparece a memória tradicional, nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi, como se esse dossiê cada vez mais prolífero devesse se tornar prova em não se sabe qual tribunal da história (NORA, 1993, p. 15).

Pierre Nora nos escreve essas palavras originalmente em 1984, um passado não tão distante do nosso presente. No entanto, os trinta e três anos que o separam dessa pesquisa foram marcados por uma intensa mudança no que se refere ao fluxo informacional na sociedade. Os avanços tecnológicos que marcaram a transição do século XX para o século XXI modificaram, para muito além do abordado por Nora, a forma de armazenamento e acesso de informações, que passaram do “analógico” para o “digital”.

Andréas Huyssen aponta que, nesse período do “*fin de siècle*”, relevou-se uma obsessão com a memória e o passado que ele chamou de “cultura de memória”, desenvolvida no medo do esquecimento provocado pelo “cibervírus da amnésia” (HUYSEN, 2000, p. 35). Ao passo que o avanço tecnológico acarreta o aumento do fluxo informacional, aumenta-se o risco de esquecimento, pois quanto mais rápido se produz a informação, mais rápida é a tendência que ela seja esquecida, seja pelo tempo de sua produção ou pela variedade de seus conteúdos.

As atividades e objetos produzidos e apropriados por meio de tecnologias de mídia, como filmes, fotografias digitais, *weblogs*⁵, etc., têm por função criar e recriar um sentido de passado, presente e futuro de um indivíduo

⁵ são *websites* que contém breves entradas de informação, chamadas posts, arranjadas em ordem cronológica inversa (BARROS, 2009)

em relação aos outros. Trata-se do fenômeno de “memórias mediadas”, de acordo com Van Dijck:

[...] as memórias mediadas são habilitadas por tecnologias e objetos, e incorporadas em contextos sociais e culturais de seu uso. Movendo-se de uma cultura em que objetos de memória analógicos (fotografias, diários, vídeos caseiros, etc.) prevalecem em uma situação em que os objetos digitais se tornam a norma (2007, p. 25, tradução nossa⁶).

Segundo Wendy Chun (2008), a mídia digital foi desenvolvida para fornecer memória. “A principal característica da mídia digital é a memória. Sua ontologia é definida pela memória, de conteúdo para propósito, de hardware para software, de CD-ROMs para *memory sticks*, de RAM para ROM.” (2008, p. 154⁷).

O deslocamento da memória “analógica” para a “digital” abre muitas possibilidades na construção da memória coletiva, pois as memórias culturais de cada indivíduo são mediadoras entre os indivíduos e a coletividade. As memórias culturais pessoais são “ações e produtos para lembrar-se, nos quais indivíduos se relacionam para dar sentido às suas vidas na relação consigo e com a alteridade, situando-se no tempo e no espaço” (VAN DIJCK, 2007, p. 66, tradução nossa). Além disso, elas consistem também em narrativas autobiográficas digitais que configuram escolhas pessoais sobre quais momentos salvar e de que maneira fazer isso. Ultimamente, esses artefatos são bem recebidos na constituição da história oficial, encontrada em museus, arquivos públicos e outros lugares de memória.

E esta narração móvel proporcionada pelo comportamento nômade dos indivíduos, é sem dúvida, uma das grandes abastecedoras desta larga e infinita rede narrativa que passa a construir uma memória coletiva, em rede, que vai somando camadas de história (CUNHA, 2011, p.104).

Nossas memórias são permeadas pelas novas tecnologias e fazem delas instrumento tanto de lembrança quanto de esquecimento. Lembrar e

⁶ No original, “mediated memories are concurrently embodied in the human brain or mind, enabled by technologies and objects, and embedded in social and cultural contexts of their use. Moving from a culture in which analog memory objects (photographs, diaries, home videos, etc.) prevail to a situation where digital objects become the norm [...]”.

⁷ No original, “The major characteristic of digital media is memory. Its ontology is defined by memory, from content to purpose, from hardware to software, from CD-ROMs to memory sticks, from RAM to ROM”.

esquecer, assim como na vida, atuam paralelamente na internet (DALMASO, 2015).

Neste contexto, a democratização do acesso aos meios tecnológicos, segundo Branco (2017), propicia a geração, por uma infinidade de canais de divulgação, de cada vez mais registros para serem compartilhados com amigos, familiares, colegas e até mesmo desconhecidos. O interesse do que é produzido se recosta no agora, de modo que o que foi publicado no passado se perde em meio às publicações do presente, mais atuais, mais imediatas e, portanto, mais importantes (DALMASO, 2015). Constitui-se, nesse sentido, uma memória do presente, que é,

[...] uma memória efêmera e imediata, compartilhada em tempo real com seus amigos e familiares. Esta, que podemos chamar de memória compartilhada, seria uma espécie de memória imediata e ao mesmo tempo mediada pelo espaço virtual, o ciberespaço. (HENRIQUES; DODEBEI, 2013, p.262)

Portanto, lembrança e esquecimento, bem como retorno e atualização, são processos característicos da memória que se refletem também nos *sites* de redes sociais. Neste sentido, Rendeiro (2011) percebe as redes sociais como locais de produção de memórias. Mas o que são esses *sites* de redes sociais? Para efeitos de contextualização, tal questão será esclarecida a seguir.

2.3 REDES SOCIAIS

O conceito de redes sociais é inaugurado no âmbito das Ciências Sociais e da Antropologia em meados da década de 60. Em sua revisão de literatura acerca dessa temática, Marteleto (2010) cita os estudos de Barnes (1954), E. Bott (1957) e J. C. Mitchell (1969) como marcos fundadores do estudo do conceito de redes sociais.

O antropólogo John Arundel Barnes (1918-2012) ao abordar redes sociais em seu artigo, "*Class and Committees in a Norwegian Island Parish*", em 1954, transpõe o conceito simbólico de rede, usando-o analiticamente como instrumento metodológico para compreender as relações sociais entre os indivíduos. Barnes desenvolveu sua hipótese baseada na etnografia da comunidade norueguesa, na qual todos os habitantes estariam interligados uns

aos outros por cadeias de interconhecidos mais ou menos extensas. (BARNES, 1954 apud MARTELETO, 2010, p. 28).

Já Elizabeth Bott (1924-2016) estudou os elos entre as relações conjugais e as redes de referência de casais. Este estudo evidenciou que a lógica da divisão de tarefas e compartilhamento entre casais é influenciada pelo pertencimento a redes sociais e, sobretudo, pelas características de tais redes.

Os casais caracterizados por forte divisão de tarefas e de papéis familiares pertenciam a redes sociais de estrutura densa (familiares, de vizinhança). Essa divisão de papéis é menos acentuada em casais pertencentes a redes com menor densidade, como colegas de trabalho, de associações, etc. (BOTT, 1957 apud MARTELETO, 2010, p. 29)

Outro marco teórico para essa discussão é pautado por James Clyde Mitchell que elaborou a hipótese baseada na perspectiva de que a rede social pode ser utilizada na compreensão e análise do comportamento dos indivíduos que fazem parte de uma mesma rede. (MITCHELL, 1969, apud MARTELETO, 2010, p. 29)

Dentro desse contexto, a tecnologia atua como facilitadora da interação humana, nos permitindo a conexão com um maior número de pessoas, mediante a maior rapidez e facilidade. Por este motivo o conceito de rede vem sendo empregado nas novas formas de socialização diante do fluxo informacional e da expansão do ambiente da internet, sendo também referenciado por Levy (1999) como “ciberespaço”.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LEVY, 1999, p. 15)

Segundo Levy (1999, p. 127) os três princípios que orientam o crescimento inicial do ciberespaço são "a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva". Ele ainda completa: "o ciberespaço visa por meio de qualquer tipo de ligações físicas, um tipo particular de relação entre as pessoas" (LEVY, 1999, p. 124). Portanto, ao passo em que propicia o desenvolvimento de uma larga rede social, o

fenômeno da expansão do ciberespaço, explicitado por Levy, se escora justamente na facilidade desse desenvolvimento.

Os *sites* e aplicativos de redes sociais como o Facebook, Instagram e Snapchat, entre outros, são comunidades virtuais que proporcionam e potencializam a interação entre os indivíduos, aumentando o alcance das redes sociais, sendo

[...] um momento de hiperconexão em rede, onde estamos não apenas conectados, mas onde transcrevemos nossos grupos sociais e, através do suporte, geramos novas formas de circulação, filtragem e difusão dessas informações. (RECUERO, 2011, p.14)

Assim, podemos definir os *sites* de redes sociais como:

[...] serviços na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema delimitado, (2) articular uma lista de usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outros usuários do sistema. A natureza e a nomenclatura dessas conexões podem variar de um site para outro. (BOYD; ELLISON, 2007, p. 211, tradução nossa⁸)

Essas plataformas possuem um largo alcance, atingindo uma parcela significativa da população brasileira. Este fato pode ser percebido na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo IBGE. No ano de 2015, este órgão apontou que aproximadamente 102,1 milhões de indivíduos eram usuários de internet no Brasil nesse período. Já o *site* Statista (s.d) revela que, no mesmo recorte temporal, o quantitativo de usuários da rede social Facebook no país era de 63,324 milhões. Ou seja, em 2015, cerca de 62% da população brasileira com acesso a internet era usuária dessa rede.

Posto isso, podemos afirmar que a utilização das redes sociais é uma realidade no comportamento informacional da população brasileira, que utiliza essas ferramentas tanto a fim de compartilhar e registrar informações pessoais quanto como fonte de informação

⁸ No original, “[...] web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site”.

3 O FLUXO DA INFORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS

São diversos os tipos de redes sociais existentes na internet, com diferentes finalidades e públicos-alvo, que têm foco em contatos profissionais, amizades, relacionamentos amorosos, pesquisas, dentre outros. Essas plataformas apresentam como característica comum promover a interconexão entre indivíduos, inteirando-os do conteúdo gerado por eles de forma contínua e regenerativa. A produção de textos, imagens, vídeos e áudios nas redes sociais na internet se dão sistematicamente compondo um modelo cíclico.

O fluxo da informação nas redes sociais possui os elementos constituintes dos modelos de Lancaster (1977), Dodebei (2014) e Siemens (2009). No entanto, seus processos e, por vezes, a sequência de suas etapas, se alteram.

Desse modo, podemos afirmar que a informação nos *sites* e aplicativos de redes sociais passa por sete momentos: produção, registro, compartilhamento, armazenamento, organização, assimilação e, finalmente, o recompartilhamento, onde o ciclo se reinicia. O ciclo se inicia com a ideia da produção de conteúdo, assim como em Lancaster (1977), Dodebei (2014) e Siemens (2009), por meio do processamento cognitivo de uma ou várias informações disponíveis na rede ou trazidas de outros ambientes on-line ou off-line.

A etapa seguinte é compreendida pelo processo de externalização da memória e gera um registro que pode ocorrer em diferentes linguagens: escrita, visual, sonora ou audiovisual. Lancaster e Dodebei, também entendem essa como a segunda etapa do ciclo, divergindo, somente na abordagem do suporte empregado.

Todo conteúdo gerado numa rede social visa o compartilhamento. Nesta etapa, o registro é transmitido e a informação propagada pela rede de interesse do emissor, também comumente chamada pelos usuários de redes sociais de postagem⁹. Esta fase é referenciada no esquema de Lancaster como “publicação primária”¹⁰, como “disseminação da informação” por Dodebei e “compartilhando”¹¹ por Siemens.

⁹ Ação de publicar ou enviar para ser publicado numa página da Internet. (FERREIRA, 2010)

¹⁰ No original, “primary publication”.

¹¹ No original, “sharing”.

A fase seguinte ao compartilhamento é o armazenamento. Após serem compartilhados, os dados inerentes aos conteúdos produzidos pelos usuários são imediatamente armazenados na nuvem¹², sob responsabilidade da empresa que gerencia a rede social. O tempo de permanência desses dados pela empresa, no entanto, é relativo.

A fase posterior, de organização, ocorre de forma similar ao armazenamento, e é contemplada nos esquemas de Lancaster e Dodebei. Os registros são dispostos automaticamente, sem a intervenção do usuário, por meio do algoritmo desenvolvido pela plataforma. A assimilação ocorre quando a informação chega aos receptores, modificando o estado de pensamento desses e dando margem à interpretação da informação. Assim como em Lancaster e Dodebei, é uma das etapas finais do ciclo.

Por fim, ocorre o recompartilhamento, onde o ciclo se reinicia como parte do uso dado às informações. O recompartilhamento é uma forma de avaliação da informação, à medida que contém a aprovação subjetiva da mensagem do emissor. De acordo com Siemens, o re-sharing é a última etapa do ciclo da informação.

A repetição sistemática dessas etapas ocorre na variada gama de redes sociais na internet, independentemente da empresa, de seus usuários ou de suas missões. A variação de uma rede social para a outra, no que tange ao ciclo da informação, são as ferramentas utilizadas e a forma como ocorre o processamento das etapas do ciclo.

Através da demonstração da rede social de nosso interesse, o Snapchat, e da base comparativa a ele, formada por Facebook e Instagram, buscamos o entendimento do funcionamento das ferramentas dessas redes e do processamento do registro, organização, assimilação e recompartilhamento de informações.

3.1 SNAPCHAT

Como mencionado anteriorente, o nome Snapchat é inspirado na expressão “*snapshot*”, que está relacionada à captura fotográfica amadora de

¹² A concepção de armazenamento em nuvem é uma metáfora, pois a nuvem se materializa em uma coleção de servidores que estão hospedados em algum(ns) lugar(es) do planeta e interligados pela internet. (RIBEIRO, 2017)

forma instantânea e espontânea, geralmente atrelada a momentos cotidianos. “A expressão foi cunhada pela Kodak que desenvolveu o conceito de ‘momento Kodak’ para incentivar a venda de suas câmeras populares para uso amador” (BARROS, 2017, p. 35).

Figura 4 - Anúncio publicitário de 1951 da Kodak “Snapshots lembram, quando você esquece”.



Fonte: InVisible Culture: An Electronic Journal for Visual Culture¹³

Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, três jovens norte-americanos, estudantes da Universidade Stanford, são as mentes por trás do Snapchat, que foi lançado para o público em julho de 2011, totalizando em seu primeiro ano de atividade uma base de cento e dez mil usuários. Desde então, o Snapchat expandiu, se popularizou e obteve um aumento exponencial na sua base de usuários ativos diariamente, que segundo a empresa, chegou a 173 milhões no segundo trimestre de 2017 (RICHTER, 2017).

Segundo um de seus criadores Evan Spiegel, a ideia do aplicativo surgiu, após relatos sobre pessoas se desmarcando em fotos no Facebook que consideravam desagradáveis. O objetivo dos criadores do Snapchat era proporcionar um espaço de comunicação que divergisse da proposta das redes sociais em evidência até então, onde fosse possível, sem receios, o compartilhamento de momentos da “vida real”.

Com a maioria dos aplicativos no mercado anunciando formas

¹³ Disponível em: <<http://ivc.lib.rochester.edu/snapshot-aesthetics-and-the-strategic-imagination/>>. Acesso em 27 out. 2017.

como tornar fotos mais bonitas e estilizadas, nós pensamos que era hora de fazer algo diferente. Nós queríamos um lugar para compartilhar selfies estranhas e fotos divertidas com nossos amigos. (SPIEGEL, 2012, tradução nossa¹⁴)

O Snapchat é um aplicativo exclusivo para dispositivos móveis, *smartphones* e *tablets*, disponível gratuitamente para aparelhos Android e iOS. Para utilizá-lo, segundo sua política de privacidade (SNAP, 2017), o usuário deve ter mais de treze anos, cadastrar uma conta de email, um número de celular e sua data de nascimento. Após a efetivação do cadastro é necessário escolher um nome de usuário, pelo qual ele será conhecido na rede.

Ao acessar a conta pela primeira vez o usuário será convidado a sincronizar sua agenda de contatos salvos em seu dispositivo com o aplicativo. Também é possível buscar por perfis dentro do aplicativo, pelo nome de usuário, *snapcode* ou pela função proximidade (figura 5). Após encontrar a conta de amigos, familiares ou celebridades de interesse basta seguir o perfil para se conectar a ele.

Figura 5 - Snapcode e Interface de busca no Snapchat.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Snapchat no sistema operacional iOS

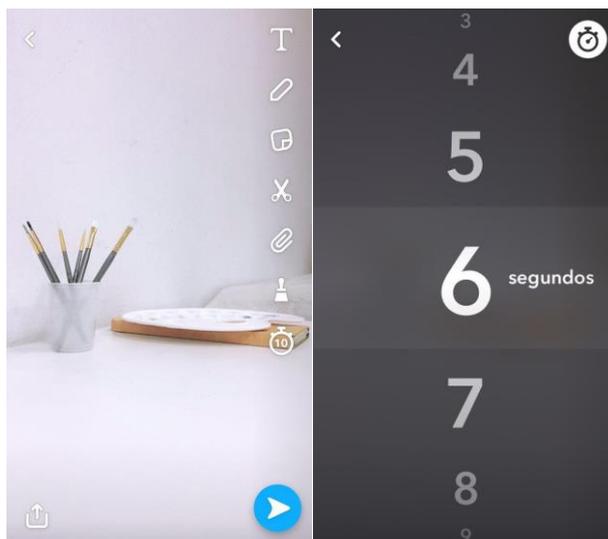
A captura no Snapchat é chamada de *snap*, “que pode ser uma foto ou um vídeo, feitos geralmente com a câmera do dispositivo móvel” (BARROS, 2017, p. 34). Os *snaps* podem ter de 1 a 10 segundos e quem estipula essa

¹⁴ No original, “with most photo apps on the market advertising ways to make photos prettier or more stylized, we thought there was an opportunity to do something different. We wanted a place to share awkward selfies and funny photos with our friends.” Disponível em: <<https://www.snap.com/pt-BR/news/post/lets-chat/>> Acesso em: 10 nov. 2017.

duração é o usuário que o produziu (figura 6).

Através do Snapchat é possível produzir fotos e vídeos e adicionar à composição das postagens deles uma série de elementos (figura 7), como textos, filtros, emojis¹⁵, temperatura local, horário do registro e localização geográfica, dentro outros.

Figura 6 - Tela de envio de foto produzida pelo Snapchat.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Snapchat no sistema operacional iOS

Figura 7 - Elementos de composição de imagens do Snapchat.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Snapchat no sistema operacional iOS.

Há duas maneiras de compartilhar esse conteúdo: por meio do chat

¹⁵ Ideogramas e smileys usados em mensagens eletrônicas e páginas web. Existem em diversos gêneros, como, expressões faciais, objetos, lugares, animais, etc. (WIKIPEDIA, 2017).

(figura 8) e da história (figura 9). No primeiro, o modelo de envio é por mensagem privada e só os usuários determinados pelo autor podem visualizar. Terminado o tempo de visualização – 1 a 10 segundos, conforme o autor delibera - a imagem só pode ser recarregada mais uma vez, sendo logo depois apagada permanentemente dos registros, tanto do aplicativo quanto do dispositivo móvel, salvo quando o usuário ativa a função de salvar as próprias imagens.

Figura 8 - Interface de Chat no Snapchat.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Snapchat no sistema operacional iOS

A outra maneira é o modo Histórias (figura 9), que é o ambiente aonde o usuário irá disponibilizar seus vídeos e fotos para seus seguidores. Esse recurso agrupa e exibe os *snap*s na sequência como fragmentos emendados. Neste sistema, as fotos e os vídeos ficarão disponíveis por 24 horas antes de serem excluídos e podem ser visualizados inúmeras vezes durante esse período.

Figura 9 - Interface de História no Snapchat.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Snapchat no sistema operacional iOS.

A privacidade é um aspecto muito importante para o Snapchat (BARROS, 2017), que foi pensado para que o compartilhamento de conteúdo não constituísse registro. Dessa forma, a prerrogativa do aplicativo é que a mídia produzida e compartilhada nele não possa ser arquivada pelo espectador. Ou seja, o Snapchat não fornece a possibilidade de um usuário salvar *snap*s que ele visualiza, tanto por Chat como na História. No entanto, caso o usuário queira fazer uma reprodução da tela a fim de ter determinada imagem salva em seu dispositivo, o produtor da imagem, ou seja, o usuário que a publicou, será notificado pelo aplicativo, alertando para uma prática aparentemente indevida, feita por alguém de sua lista de seguidores.

A forma inovadora de compartilhamento de conteúdo do Snapchat é baseada na efemeridade dos registros digitais. Sua premissa é que mídias de imagem e vídeos produzidas diretamente dos dispositivos móveis possam ser compartilhadas com seus seguidores no momento real dos acontecimentos sem a pretensão de se perpetuarem. Para o Snapchat “não se trata de capturar o tradicional momento Kodak. É sobre comunicar com toda a gama de emoções humanas” (SPIEGEL, 2012, tradução nossa¹⁶).

3.2 FACEBOOK E INSTAGRAM

O Facebook é uma das redes sociais na internet mais populares e bem

¹⁶ No original, “isn’t about capturing the traditional Kodak moment. It’s about communicating with the full range of human emotion” Disponível em: <<https://www.snap.com/pt-BR/news/post/lets-chat/>> Acesso em: 10 nov. 2017.

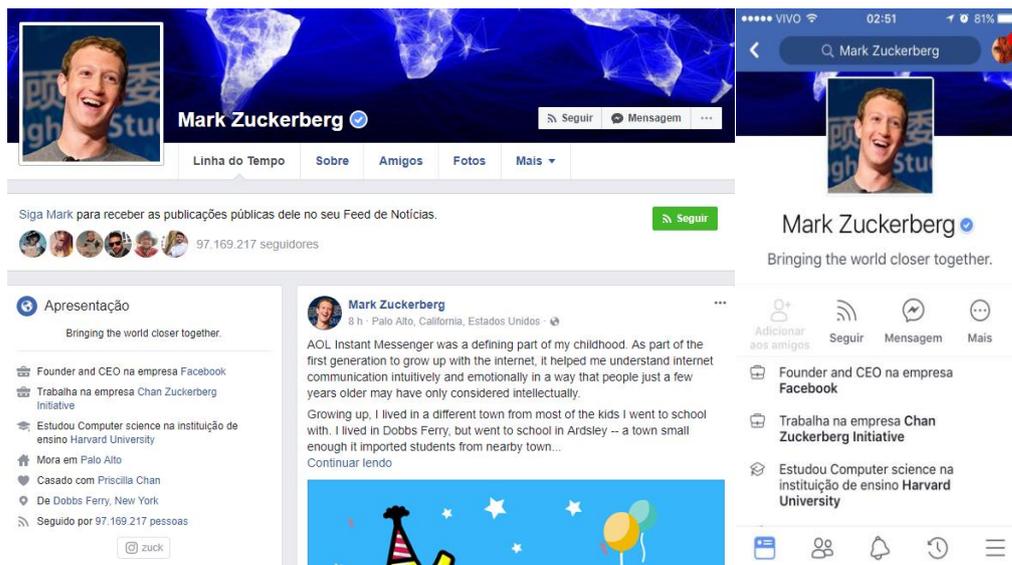
sucedidas em atividade no planeta, totalizando mais de dois bilhões de usuários ativos mensalmente no ano de 2017 (CHAYKOWSKI, 2017). Foi idealizado pelo então estudante de Harvard, Mark Zuckerberg, e lançado para o público em 2004 (RECUERO, 2009, p. 171). Está disponível de forma gratuita para todos os sistemas operacionais de *smartphones* e *tablets* e em seu *site* na *web*. Sua missão está disponível na página da empresa dentro da própria rede: “a missão do Facebook é dar às pessoas o poder de compartilhar informações e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado”. (FACEBOOK, 2017)

Segundo a Central de Recursos para marcas da plataforma (FACEBOOK, s.d), o Facebook possui três tipos de *interfaces*: perfil, feed de notícias e páginas, as quais abordaremos a seguir.

Ao acessar a plataforma, seja por aplicativo de celular e *tablet* ou *site*, ela oferece a opção de entrar em uma conta já existente ou criar um perfil. Qualquer pessoa maior de 13 anos, com uma conta de e-mail, pode ter um perfil na rede, de acordo com a Declaração de Direitos e Responsabilidades do Facebook (FACEBOOK, 2013). O cadastro na plataforma é feito a partir de informações básicas: nome, sobrenome, e-mail ou celular, data de aniversário e sexo. Após a efetivação do cadastro, o usuário está pronto usar a plataforma através da *interface* de perfil.

Um grande número de informações pessoais pode compor o perfil do usuário, como as instituições onde ele estudou e trabalhou, locais onde viveu, informações sobre seus relacionamentos e gostos musical, cinematográfico e literário.

Figura 10 - Perfil no Facebook (site e aplicativo).



Fonte: Captura de tela do Facebook no sistema operacional Windows 10 e iOS.

Segundo Facebook,

O perfil é onde você pode expressar quem você é e o que está acontecendo em sua vida. Você pode escolher o que deseja compartilhar em seu Perfil, como interesses, fotos e vídeos, e informações pessoais, como a cidade atual e a cidade natal. (s.d, online)

Essa coleção de fotos, histórias e experiências que contam a história de uma pessoa, através de textos, vídeos e imagens compartilhadas no perfil pessoal compõem a “linha do tempo”. Conforme o Facebook (s.d), as linhas do tempo representam os indivíduos, sendo pessoais, e portanto, são mantidas sob o nome de um determinado usuário.

Dentre os últimos recursos incorporados ao Facebook está o “Live Video” ou “Ao Vivo”, em português. Através dele é possível iniciar uma transmissão de vídeo em tempo real. Para tanto, o usuário deve somente colocar uma pequena descrição e selecionar quem pode assisti-lo. Quem está fazendo a transmissão pode ver quantas pessoas estão assistindo ao streaming e quem acabou de entrar. Os espectadores podem interagir e fazer comentários ao vivo que por sua vez podem ser respondidos em tempo real. Após o término da “live” o vídeo fica armazenada no perfil do autor.

A plataforma também disponibiliza diretórios, através da função álbuns, que proporciona ao próprio usuário a possibilidade de gerir e organizar os muitos arquivos compartilhados e hospedados diariamente na sua linha do

tempo.

Figura 11 - Álbuns no Facebook.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Facebook no sistema operacional iOS.

O *Feed* de notícias é o ambiente onde o usuário pode interagir com sua rede de interesses, reagindo às publicações, seja por meio dos botões “curtir”, “amei”, “haha”, “uau”, “triste” e “grr” ou por comentários.

O *feed* de notícias é o lugar para você acompanhar amigos, familiares e o mundo que o rodeia. É um fluxo personalizado de histórias, recomendações e notícias das pessoas, fontes de notícias, artistas e empresas com as quais você se conectou no Facebook. (FACEBOOK, s.d, online)

A *interface* páginas é projetada para facilitar o contato do público com marcas ou personalidades de forma mais abrangentes que os perfis pessoais. É uma ferramenta de disseminação de conteúdo diferente do “perfil”. As páginas dão voz a um determinado conteúdo permitindo que artistas, empresas, instituições e afins se conectem com seu público (FACEBOOK, s.d). Ao curtir uma página o usuário pode acompanhar e interagir com os conteúdos compartilhados por esta.

Figura 12: Página de perfil público no Facebook.



Fonte: Captura de tela da aplicação no sistema operacional Windows 10

Dito isso, podemos concluir que o Facebook, conforme salienta sua missão, é uma ferramenta extremamente eficaz no que diz respeito à interação dos indivíduos. Por meio dele é possível acompanhar e se relacionar com atores distantes do nosso universo social presencial, o que de fato, encurta distâncias e aproxima pessoas. Seu diferencial consiste, justamente, em fortalecer laços humanos.

Figurando, assim como o Facebook, entre as redes sociais mais populares do planeta, a curta história do Instagram revela seu sucesso. Lançado na Apple Store em Outubro de 2010, o Instagram é um aplicativo de rede social essencialmente imagético, cujo objetivo é o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários. Seus idealizadores, Kevin Systrom e Mike Krieger, viram o aplicativo crescer rapidamente no universo das redes sociais, sendo cerca de um ano depois do seu lançamento, em dezembro de 2011, eleito como app do ano para iPhone¹⁷. Ele está disponível para as plataformas iOS, Android e Windows Phone de modo gratuito. Desde 2015, também é possível acessar o Instagram pelo seu *site* na *web*, no entanto, os recursos por essa ferramenta se limitam a acessar e interagir com o seu *feed*, não sendo

¹⁷ Disponível em: <http://search.itunes.apple.com/WebObjects/MZContentLink.woa/wa/link?path=AppStoreRewind>
> Acesso em: 20 out. 2017.

possível postar conteúdo pelo *site* – essa ação só pode ser realizada via um dispositivo móvel (*smartphone* ou *tablet*).

Desde Abril de 2012, o Instagram pertence ao grupo Facebook Inc (UPBIN, 2012), que comprou o aplicativo de troca de imagens por um bilhão de dólares. Desta forma, seguindo os moldes do Facebook, a única restrição para que se tenha uma conta no Instagram é que o indivíduo possua treze anos ou mais, um e-mail ou número de telefone. Também é possível se cadastrar utilizando uma conta do próprio Facebook (2013).

A conta de usuário deve estar vinculada a um nome de usuário, que constará no perfil assim como uma breve biografia com seus dados pessoais ou pertinentes ao conteúdo proposto pela conta. Dentro do aplicativo, o botão “seguir” é o que conecta os usuários, permitindo que estes recebam em seu perfil as atualizações das contas que ele segue. Caso o usuário queira privacidade, ele poderá configurar a sua conta como privada, o que exige uma autorização prévia para que outros usuários possam visualizar e interagir com suas imagens.

Figura 13 - Perfil no Instagram.

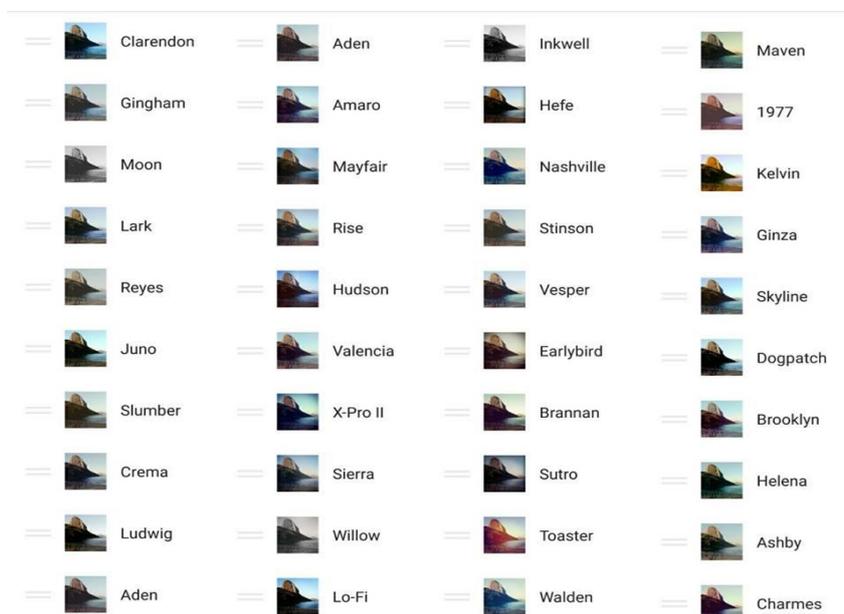


Fonte: Captura de tela do aplicativo Instagram no sistema operacional iOS

Por meio do seu perfil, o usuário pode compartilhar uma foto tirada com o seu dispositivo móvel, aproveitar alguma imagem que já esteja salva no arquivamento do aparelho ou fotografias realizadas com outros dispositivos, tais como as próprias câmeras fotográficas digitais. Após a escolha da foto, é

possível editá-la através do aplicativo, que conta com 40 filtros disponíveis, ferramentas de correção de brilho, contraste, estrutura, temperatura, saturação, cor, realce, sombra, nitidez, dentre outras (figura 14).

Figura 14 - Filtros disponíveis no Instagram.



Fonte: Captura de tela do aplicativo Instagram no sistema operacional iOS

Seguindo a nova tendência do Facebook, em 2016 também foi adicionado ao Instagram o recurso de “livestream”, onde é possível que os usuários conversem ao vivo por meio de vídeo público com seus seguidores, que, por sua vez, podem enviar comentários e reações em tempo real.

Nesse mesmo ano foi lançado pelo Instagram um recurso bastante semelhante à lógica de funcionamento do Snapchat: o Instagram Stories. Sua principal característica é dar aos usuários a possibilidade de criarem vídeos curtos, que desaparecem depois de 24 horas da sua publicação. Essa funcionalidade também foi integrada o mensageiro instantâneo WhatsApp, Facebook e Facebook Messenger (BARROS, 2017), ambas empresas do grupo Facebook inc.

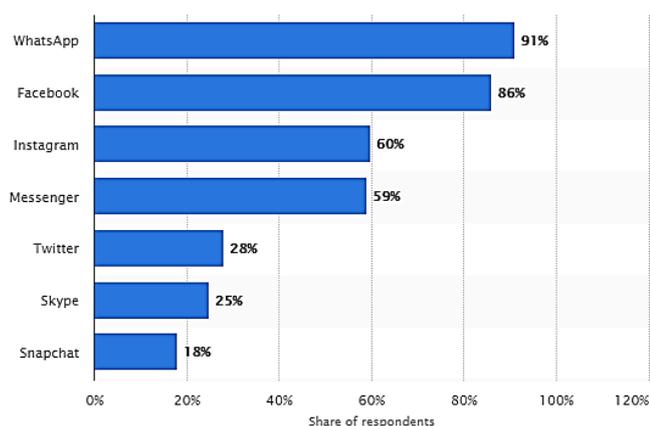
A experiência proporcionada pelo Instagram ao seu usuário é de interação e descoberta, ao passo que, ao mesmo tempo que ele proporciona um estreitamento de laços, através da interação entre usuários, também expande as possibilidades de conexões, por meio de ferramentas como a *hashtag*. O usuário pode se conectar com variados temas de seu interesse

diferentes linguagens e atendem a demandas distintas de usuários. Com o intuito de estabelecer padrões comparativos no tocante à representação do conhecimento produzido pelos usuários do aplicativo Snapchat, foram utilizadas outras duas redes sociais, Facebook e Instagram.

A escolha dessas plataformas se deu por dois motivos: o primeiro deles diz respeito à sua popularidade e número de usuários no Brasil e o segundo ao desenvolvimento de uma linguagem prioritariamente imagética.

Dentre as redes sociais mais utilizadas por brasileiros, no ano de 2016, encontram-se o Whatsapp, Facebook, Instagram, Messenger, Twitter, Skype e Snapchat (figura 16). Entre essas, apenas Facebook e Instagram compartilham com o nosso objeto a prerrogativa de utilizarem linguagem imagética.

Figura 16 - Principais aplicativos de redes sociais entre usuários de internet no Brasil em junho de 2016



Fonte: STATISTA, 2017¹⁸

Portanto, emerge dessas delimitações a primeira aproximação entre Snapchat, Facebook e Instagram. As três plataformas desenvolvem a mesma linguagem, ao mesmo tempo que são altamente populares entre os usuários de redes sociais.

Foram analisadas, também, as ferramentas disponíveis por cada uma dessas plataformas. Na tabela a seguir, foram elencados os recursos oferecidos pelas redes sociais em questão a fim de se verificar quais são singulares e quais comuns a duas ou mais plataformas.

¹⁸ Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/746969/most-popular-social-network-apps-brazil/>>. Acesso em: 27 out. 2017.

Tabela 1 - Recursos oferecidos pelo Snapchat, Facebook e Instagram

RECURSO	SNAPCHAT	FACEBOOK	INSTAGRAM
Álbuns	NÃO	SIM	NÃO
Aplicativo	SIM	SIM	SIM
Armazenamento e recuperação	NÃO	SIM	SIM
Aviso de captura de tela	SIM	NÃO	NÃO
Busca	SIM	SIM	SIM
Chat	SIM	SIM	SIM
Edição para vídeo e imagem	SIM	SIM	SIM
Hastag	NÃO	SIM	SIM
Organização linear	SIM	SIM	SIM
Reação	NÃO	SIM	SIM
Reprodução audiovisual	SIM	SIM	SIM
Reprodução de imagem	SIM	SIM	SIM
Site	NÃO	SIM	SIM

Fonte: elaborada pela autora

O primeiro aspecto de destaque diz respeito produção de conteúdo, que se dá através da interface inerente a esses aplicativos. Facebook e Instagram encontram-se disponíveis através de *site* na *web* e aplicativo para *smartphone* e *tablet*. O Snapchat é uma plataforma exclusiva para dispositivo móvel.

Quanto à interação da rede de contatos com as publicações dos usuários, são encontradas nas três plataformas ferramentas de busca de usuários e opção de envio de mensagem privadas, chamada de Chat no Snapchat, Direct no Instagram e Mensagem no Facebook. No Instagram e Facebook, os contatos podem, também, comentar e reagir publicamente aos compartilhamentos, enquanto no Snapchat esse tipo de comentário só ocorre de maneira privada.

A informação é organizada de modo semelhante nessas interfaces, apresentando sempre uma característica linear que, embora mude de nome em cada uma das plataformas, contempla o mesmo modelo. Essa maneira linear de organizar as publicações é chamada no Snapchat de História, no Instagram de *Feed*, e no Facebook Linha do Tempo.

No que diz respeito aos registros, Snapchat, Facebook e Instagram apresentam suporte para vídeos e imagens, porém somente o Facebook dispõe de recurso textual para suas postagens. Há também as opções de filtros, adesivos, emojis, dentro outros meios de edição de vídeos e imagens

disponibilizados por estas empresas para a composição das postagens. O quesito registro das informações é o que apresenta a maior diferença de funcionalidade das redes em questão. O modelo de processamento do Facebook e Instagram é pautado no armazenamento das informações produzidas por seus usuários, que tem a opção de recuperá-los por meio da interface do site ou aplicativo dessas empresas. Contudo, o Snapchat armazena as informações compartilhadas somente por 24 horas, de modo que, após esse período, elas são imediatamente apagadas pela empresa. Não é possível a recuperação posterior dessas informações no Snapchat.

Outro distanciamento encontrado diz respeito à segurança. Snapchat e Instagram não oferecem uma ferramenta oficial, desenvolvida e disponibilizada pela própria empresa, que permita à rede de contatos do usuário salvar localmente as imagens ou vídeos compartilhados. Porém, somente no Snapchat existe o recurso que avisa ao usuário caso alguém tente burlar o aplicativo através de captura de tela de sua publicação. O Facebook concede aos seus usuários a possibilidade de salvar localmente as imagens. Não há esse recurso para vídeos.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Desde o início do século XX até o princípio da digitalização da fotografia, já nos anos noventa, a fotografia pessoal teve como função principal servir de espaço para as memórias. Sua produção se dava por pessoas comuns, para documentar seus rituais da vida cotidiana (RUBINSTEIN, SLUIS, 2008). José Van Dijck (2007) faz um paralelo com outras épocas, em que as tecnologias fotográficas, assim como seu acesso e prática, eram distintas das contemporâneas. Enquanto analógico, os registros fotográficos tinham um caráter privado e eram armazenadas em algum álbum de fotos ou “caixa de sapato”¹⁹ (VAN DIJCK, 2007).

O critério de seleção de usuários que compuseram o corpus dessa pesquisa se deu através da busca por perfis que utilizassem suas redes sociais (Facebook, Instagram e Snapchat) como uma representação virtual da antiga “caixa de sapato” de José Van Dijck (2007).

Baseados nesse critério, então, foram definidos dois grupos temáticos de perfis distintos. O primeiro deles é de influenciadores digitais, indivíduos “que se destacam nas redes e que possuem a capacidade de mobilizar um grande número de seguidores” (SILVA;TESSAROLO, 2016, p. 5), através da “exposição de seus estilos de vida, experiências, opiniões e gostos” (SILVA;TESSAROLO, 2016, p. 5). Dentre os indivíduos que exercem esse papel na internet, os dois perfis selecionados foram os de Thaynara Gomes e Rafa Uccman, dado ao fato desses usuários pautarem seus compartilhamentos principalmente em experiências pessoais.

O segundo grupo escolhido para análise abarcou usuários que mantivessem a relação com suas redes sociais baseada no compartilhamento de experiências de viagens, visto que tais circunstâncias geram um desejo típico pelo registro, que antes era feito em meio analógico, através dos álbuns fotográficos de papel e que encontrou suporte eficiente nas redes sociais. São eles: Maria Eugênia, Rita Branco, Helô Righetto e Mari Christine.

Para simbolizar o perfil utilizado por um determinado indivíduo, utiliza-se o seu nome de usuário precedido pelo caracter “@”. Assim, temos, no primeiro grupo, os usuários @ThaynaraOG e @RafaUccman. Já no segundo grupo,

¹⁹ No original, “shoebox”.

temos, respectivamente, @milaonasmaos, @oportocanta, @helorighetto e @maripelomundo.

Durante o período de trinta dias, esses seis perfis de usuários públicos, ativos no Facebook, Instagram e Snapchat, foram analisados através do monitoramento de suas atividades nessas redes entre os dias 7 de outubro e 7 de novembro de 2017.

No decorrer da observação, todos os perfis se mantiveram ativos, apresentando pelo menos um compartilhamento diário em alguma das redes sociais analisadas. Em números totais, os usuários se manifestaram da seguinte da seguinte maneira:

Tabela 2 - Média de compartilhamento diários por usuário

USUARIO	FACEBOOK	INSTAGRAM	SNAPCHAT
HeloRighetto	0,5	1,7	8,6
Mari pelo mundo	1,4	1,3	8,9
Milão nas mãos	0,5	0,7	19,1
O Porto encanta	1	1	24,03
Rafael Uccman	0,1	0,3	3,03
Thaynara OG	0,4	0,6	13,2

Fonte: elaborada pela autora

A rede social mais utilizada quantitativamente pelo nosso grupo amostral foi o Snapchat.

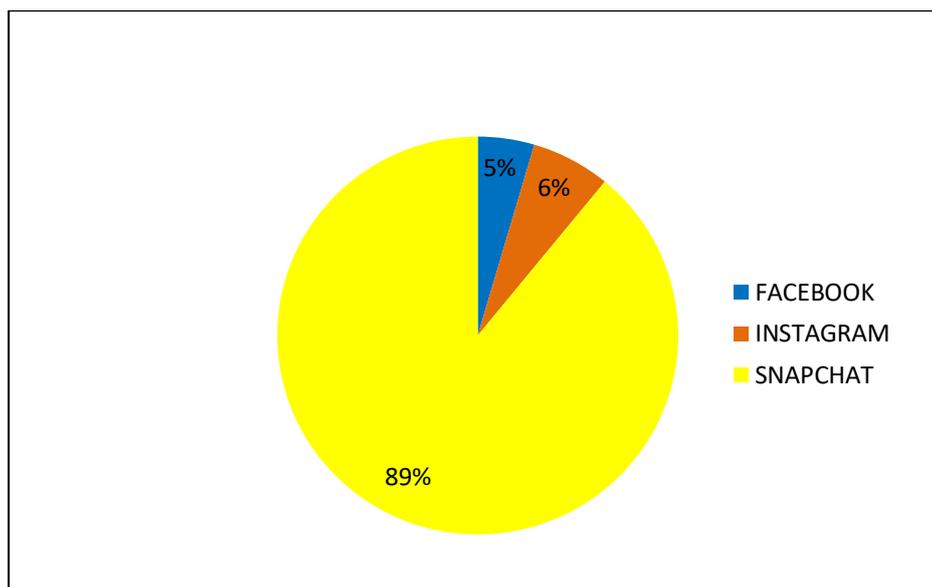
Tabela 3 - Média dos compartilhamentos totais por usuários

USUARIO	FACEBOOK	INSTAGRAM	SNAPCHAT
HeloRighetto	16	50	258
Mari pelo mundo	42	38	266
Milão nas mãos	15	21	573
O Porto encanta	30	30	721
Rafael Uccman	2	9	91
Thaynara OG	13	17	397

Fonte: elaborada pela autora

Tendo por base os compartilhamentos em cada rede social realizados por todos os usuários, a média do Snapchat foi consideravelmente mais alta em comparação ao Facebook e Instagram.

Figura 17 - Média dos compartilhamentos totais por rede social



Fonte: elaborada pela autora

No que diz respeito ao conteúdo dessas publicações, uma constante foi o desenvolvimento de temáticas ao longo de cada dia. Ao relatar um determinado evento, lugar ou atividade, os usuários se valiam de todas as plataformas. Porém, a quantidade de postagem relacionada aos temas variava. Enquanto Facebook e Instagram recebiam de 1 a 3 registros, o Snapchat alcançava a média de 12 compartilhamentos a respeito de um mesmo tema no período de 24 horas.

Figura 18 - Representação no Snapchat e Instagram



Fonte: Captura de tela do aplicativo Instagram no sistema operacional iOS

4.1 A VIDA SOCIAL NO SNAPCHAT: ENTRE LEMBRAR E ESQUECER

O meio de processamento da memória inerente ao Snapchat se assemelha à transmissão oral, onde não há possibilidade de formação de memórias auxiliares. A informação no Snapchat tem caráter efêmero, isto é, é pouco durável, passageira, transitória e temporária. Uma vez compartilhada no aplicativo, tem o prazo de expiração de 24 horas, ou seja, assim como na oralidade, o objetivo do conteúdo produzido no aplicativo é a transmissão, sobrepondo a acumulação.

O Snapchat privilegia a dinâmica do “momento real”, o que é compartilhado “aqui” é para ser assimilado “agora”, enquanto outras redes, como Instagram e Facebook, armazenam automaticamente o conteúdo, arquivando lembranças, independentemente de quando serão acessadas.

O Snapchat vem sendo saudado como antídoto a um mundo no qual quase todos os sentimentos, celebrações e momentos são capturados, e depois compartilhados, registrados, comentados, armazenados, submetidos a buscas e vendidos. (WORTHAM, 2013)

O fluxo de informações pessoais no Snapchat não tem como objetivo marcar a memória e eternizar momentos, mas sim circular na rede e comunicar o imediato.

[...] as fotos são tiradas, vistas e descartadas imediatamente; elas 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”), presenteístas (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). O que importa é, como diz Rivière (2006), marcar o presente banal e não os momentos especiais e solenes. (LEMOS, 2007, p. 34)

Nem todos os registros são feitos pra durar, no entanto, nem tudo é pra ser esquecido. Por meio da nossa análise, constatou-se que a cada 12 *snaps*, 1 postagem é produzida no Facebook e no Instagram representando o mesmo evento, lugar, situação e afins explorada no Snapchat (tabela 2). Ou seja, dentro do universo de 12 capturas de momentos, os usuários analisados elegeram, em média, 1 lembrança para arquivar, em detrimento das 11 que

desaparecerão. Essa relação tende a demonstrar que, enquanto Facebook e Instagram produzem um rastro memorial, a rede social Snapchat produz um rastro de esquecimento, ou seja, exhibe um conteúdo efêmero marginal ao arquivado nas outras duas plataformas. Conforme Bosi (2003), a omissão de determinados momentos é tão importante quanto a escolha de lembrá-los. Isso se dá pois, não havendo dados a se esquecer, a permanência se torna irrelevante. Quando toda e qualquer ação produzida se torna parte da memória, quer dizer que nenhum desses eventos é importante. Nesse caso, esquece-se para lembrar.

O rastro de esquecimento deixado pelo Snapchat visa, assim como na oralidade, transmitir uma mensagem, compartilhar um momento, por mais irrelevante que esse seja, estando muito mais atrelado ao reforço dos laços sociais, “comunicando por comunicar”, do que para de fato significar algo (LOBINGER, 2015).

Ao cobrir registros de viagens e momentos cotidianos nossos usuários se valeram plenamente dessa premissa: enquanto elegiam ‘grandes momentos’ para arquivar, também selecionavam outros de menor relevância para serem apenas compartilhados com suas redes de interesses.

No entanto, não podemos deixar de levar em conta a natureza do processamento das informações no Snapchat. A premissa de destruição das imagens compartilhadas estimula e impulsiona o usuário a estar sempre produzindo conteúdos, visto que ele não precisa se preocupar com a repercussão desses conteúdos e pode focar somente no “agora”. Na análise realizada, o Snapchat foi a rede que demonstrou maior fluxo de informações totais abrangendo aproximadamente 89% das publicações produzidas durante o período de observação (figura 17).

O teor dos conteúdos compartilhados também possibilita uma análise qualitativa acerca do Snapchat. Segundo Sibilía e Diogo (2011) de algum modo uma foto imortaliza um objeto. Portanto, passar a melhor imagem pessoal em uma fotografia é atrela-la à memória do que se julga como “o melhor de si”. Quando o registro não prediz a fotografia, como no caso do conteúdo produzido no Snapchat, a preocupação com a forma de como se é representado diminui.

Portanto, em comparação às publicações do Facebook e Instagram, os

usuários se demonstraram mais espontâneos no Snapchat, bem ao modo de “a vida como ela é”. Poses e ângulos no Snapchat eram mais descontraídos, sendo sensível a menor preocupação com a imagem pessoal nesse aplicativo em comparação aos outros.

4.2 O CICLO DE VIDA NO SNAPCHAT

Em 30 dias de observação foram apuradas características quanto à quantidade e ao teor das publicações no Snapchat assim como no Facebook e no Instagram. Com isso, foi promovida uma análise do comportamento da informação nas redes sociais que serviu de base para representar o ciclo da informação no Snapchat.

Enquanto o ciclo da informação nas redes sociais se baseia em sete etapas, envolvendo produção, seleção, organização, assimilação/ dissolução/ possibilidade de (re)uso, o Snapchat ressignifica esse processo. A observação dos usos da informação pelos usuários do Snapchat traz uma reflexão acerca das etapas que a informação percorre nesse ambiente singular.

Figura 19 - Ciclo da informação no aplicativo Snappchat



Fonte: elaborado pela autora

O ciclo se inicia com o nascimento de um *snap*, geralmente através da captura de uma foto ou vídeo por meio do dispositivo móvel pessoal do usuário.

A partir do seu nascimento, esse conteúdo pode ser composto de uma variedade de roupagens disponibilizadas pelo aplicativo. As ferramentas de edição disponibilizadas promovem a construção de uma “personalidade” às imagens, seja pela indicação geográfica de onde ela foi produzida, pela aplicação de filtros e legendas ou por tantas outras dos recursos oferecidos.

O compartilhamento envolve o processo de disseminação da informação, sendo a etapa mais interessante desse ciclo e ocorrendo logo após a produção dos *snap*s. Como já foi dito, o compartilhamento via Snapchat é do tipo fático, isto é, está muito mais atrelado ao reforço dos laços sociais, “comunicando por comunicar”, do que para de fato significar algo (LOBINGER, 2015). Os *snap*s são compartilhados por meio de um dispositivo móvel com conexão com a internet e neste ponto se tornam reproduzíveis por toda a comunidade virtual no qual está inserido o indivíduo que o compartilhou.

A História é a interface que organiza os *snap*s, armazenando-os e exibindo-os à comunidade por até vinte e quatro horas para os usuários da rede de interesses do autor. O método de organização do conhecimento utilizado pelo Snapchat respeita a ordem cronológica em que o conteúdo foi enviado em seguimento linear como se pretendesse “contar uma história”.

O ciclo se encerra com a reprodução do conteúdo produzido pelos receptores da mensagem enviada à comunidade. Processualmente, é onde ocorre a assimilação / dissolução das “informações geradas pelo conhecimento e que proporcionarão a produção de novos conhecimentos” (DODEBEI, 2014).

Depois de entregues à comunidade, a função de “vida” de um *snap* se encerra e no decorrer de algumas horas ele se autodestrói. Não há possibilidade de arquivamento, pelo menos não oficial, desse conteúdo. Assim como no modelo de transmissão oral do conhecimento, a informação no snapchat tem um caráter transformador e sem a preocupação de acumulação material ou restos (DODEBEI, 2010).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a analisar os fluxos informacionais no aplicativo de rede social Snapchat levando em consideração o modo de produção e compartilhamento nesse aplicativo, evidenciando suas singularidades frente a outras redes sociais de igual alcance e que desenvolvem o mesmo tipo de linguagem.

Baseada nos modelos de Lancaster, Dodebei e Siemens, a representação do ciclo da informação nas redes sociais demonstrou que as etapas de produção, seleção, organização, assimilação/ dissolução/ possibilidade de (re)uso, pouco se alteram no espaço das redes sociais na internet. Todavia, os processos do ciclo se transformam.

A observação do comportamento da informação nas redes sociais foi fundamental para concluir que essas plataformas, de forma geral, proporcionam de forma ampla e facilitada o armazenamento, acesso e compartilhamento da produção informacional.

Contudo, pode-se concluir que o Snapchat seguiu na contramão do paradigma do armazenamento oferecido pelas redes sociais em ascensão, apostando no compartilhamento descompromissado, que tem como objetivo constituir um tipo de memória efêmera.

Ao contrário do que foi identificado no Facebook e Instagram, o Snapchat não instrumentalizou a produção de um rastro memorial de seus usuários, uma vez que não houve a possibilidade de formação de memórias auxiliares na perspectiva efêmera de seu conteúdo.

O desenvolvimento das mesmas temáticas nas narrativas, construídas paralelamente no Snapchat, Facebook e Instagram, evidenciou relações entre memória e esquecimento bastante complexas. Ainda que no rastro memorial deixado pelo Facebook e Instagram se constituiu um rastro de esquecimento construído em cima do que foi eleito pelos usuários para não ser arquivado e, conseqüentemente, lembrado, não obstante se tem o interesse de compartilhar e transmitir à comunidade virtual ao qual o usuário está inserido.

Portanto, o que muda a partir do conceito proposto pelo Snapchat é que nem todos os momentos precisam constituir registros e deixar vestígios, mas todos os momentos podem ser compartilhados.

Assim como a vida, a informação produzida no Snapchat já nasce

destinada a morrer, possuindo um “ciclo de vida” de apenas 24 horas. A dinâmica do fluxo da informação nesse ambiente se assemelha à transmissão oral, cujo processamento não gera possibilidades da formação de memórias auxiliares. Então, se a forma como produzimos conhecimento vai determinar o meio de processamento da memória, nesse espaço a transmissão suprime a acumulação do conhecimento.

A partir de todas essas mudanças no modo como a sociedade trata o compartilhamento e o registro informacional, surgem novos desafios para os profissionais da informação, que devem estar atentos aos novos paradigmas que tendem a se estabelecer nesse novo cenário imposto pelas redes sociais.

Em suma, identificar os efeitos das mudanças na forma de processamento da informação-memória, proporcionados pelo uso desses aplicativos móveis e redes sociais virtuais destinados ao não arquivamento de dados e conteúdo, gera ainda muitos desafios para a organização do conhecimento, revelando que há muito a se pesquisar sobre o tema. Portanto, espera-se que sejam realizadas pesquisas futuras que trilhem novas descobertas a fim de compreender a problemática oriunda desses espaços de forma exaustiva.

REFERÊNCIAS

BARROS, L. S. de. **Narrativas efêmeras do cotidiano**: um estudo das stories no Snapchat e no Instagram. Porto Alegre: UFRGS, 2017. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/163738>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

BARROS, M. A. de. **Emergência e dinâmica informacional na blogosfera**. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.

BESERRA, B. Y. Cloud Computing. **Revista científica Computação em Evolução**, Cuiabá, p. 19-28. 2011. Disponível em: <<http://www.ice.edu.br/TNX/storage/webdisco/2011/09/08/outros/63bb4af01500bbfc1182dbed5e3aaa06.pdf>>. Acesso em: 7 out. 2017.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210–230, 2007.

BRANCO, S. **Memória e esquecimento na internet**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2017.

BRASIL. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>>. Acesso em: 22 out. 2017.

CHAYKOWSKI, K. Mark Zuckerberg: 2 billion users means Facebook's responsibility is expanding. **Forbes**, 27 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2017/06/27/facebook-officially-hits-2-billion-users/#6a3ae1fd3708>>. Acesso em: 30 nov. 2017.

CHUN, W. H. K. The enduring ephemeral, or the future is a memory. **Critical Inquiry** 35. Chicago, 2008. P.148-171. Disponível em: <https://aestech.wikischolars.columbia.edu/file/view/Hui+Kyong+Chun--the_enduring_ephemeral_or.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2017.

CUNHA, M. R. A Memória na era da reconexão e do esquecimento. **Em Questão**, Porto Alegre. v. 17, n. 2, 2011. p.101-115. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/22062/14313>>. Acesso em: 28 set. 2017.

DALMASO, S. C. A construção da memória nos sites de redes sociais: percepções sobre experiências no Facebook. In: **10º Encontro Nacional de**

História da Mídia, 2015, Porto Alegre. Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015.

DODEBEI, V. **Tesouro**: linguagem de representação da memória documentária. Niterói: Intertexto; Rio de Janeiro: Interciência, 2014.

EMOJI. In: **Wikipedia**: a enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoji>>. Acesso em: 19 out. 2017.

FACEBOOK. **Central de recursos para marcas**. Disponível em: <<https://pt-br.facebookbrand.com/>>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Como faço para publicar na minha Linha do Tempo?**. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/170116376402147?helpref=faq_content>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Declaração de direitos e responsabilidades**. [S.I.], 2013. Disponível em: <<https://www.facebook.com/legal/proposedsrr/pt>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

_____. **Feed de notícias**. Disponível em: <<https://pt-br.facebookbrand.com/assets/feed-de-noticias-ptbr>>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Páginas**. Disponível em: <<https://pt-br.facebookbrand.com/assets/paginas-ptbr>>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Perfil**. Disponível em: <<https://pt-br.facebookbrand.com/assets/perfil-ptbr>>. Acesso em: 27 out. 2017.

FACEBOOK BRASIL. **Perfil Facebook**. [S.I.], 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pg/FacebookBrasil/about/>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

FAGUNDES, A. J. da F. M. **Descrição, definição e registro de comportamento**. São Paulo: EDICON, 1985.

FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2010.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

HENRIQUES, R.; DODEBEI, V. A virtualização da memória no Facebook. **CES Revista**, Juiz de Fora, v. 27, n. 1, p. 257-273, dez./jan. 2013. Disponível em: <<https://seer.cesjf.br/index.php/cesRevista/article/view/321>>. Acesso em: 01 out. 2017.

HUYSSSEN, A. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

INSTAGRAM. **Política de privacidade**. [S.I.], 2013. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/instagram/155833707900388>>. Acesso em:

19 nov. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**: síntese de indicadores. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2017.

ITUNES store. **App Store Rewind**. Disponível em: <<http://search.itunes.apple.com/WebObjects/MZContentLink.woa/wa/link?path=AppStoreRewind>>. Acesso em: 20 out. 2017.

GONDAR, J. Quatro proposições sobre memória social. In: Gondar, J.; Dodebei, V. **O que é memória social?** Rio de Janeiro; Contracapa/PPGMS, 2005. p.11-26.

LANCASTER. F. W. **The dissemination of scientific and technical information**: toward a paperless system. Illinois: University of Illinois at Urbana-Champaign, 1977. Disponível em: <<https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/3924/gslisoccasionalpv0000i00127.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 8 nov. 2017.

LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas: Ed. Unicamp, 1994.

LEMOS, A. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). **Comunicação, mídia e consumo**. v. 4, n.10, p. 23-40, 2007. Disponível em: <<https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/DHMCM.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed: 34, 1999.

LOBINGER, K. Photographs as things – photographs of things. A texto-material perspective on photo-sharing practices. **Information, Communication & Society**, v. 19, n. 4, p. 475-488, 2015.

MARTELETO, R. M. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 27-46, jan./dez. 2010. Disponível em: <http://arca.iciict.fiocruz.br/bitstream/iciict/2247/1/Marteleteo_redessociaismediacaoeapropriacaodeinformacoes.pdf>. Acesso em: 03 out. 2017.

NORA, P. Entre memória e história. A problemática dos lugares. **Projeto História**: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História da PUC-SP. São Paulo: Editora da PUC-SP, dez. 1993.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

_____. A nova revolução: as redes são as mensagens. In: BRAMBILLA, Ana. **Para entender as mídias sociais**. 2011. p. 14-16. Disponível em: <<https://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>>. Acesso em: 22 out. 2017.

RENDEIRO, M. E. Orkut e Facebook: as teias da memória em meio às redes sociais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 3, p. 256-262. 2011.

RIBEIRO, C. J. S. Desafios para a representação documental no âmbito da web semântica. In: **I Encontro de Representação Documental - EnReDo**, 2017, São Carlos. Anais do I Encontro De Representação Documental, 2017. Disponível em: <<http://www.telescopium.ufscar.br/index.php/enredo/enredo/paper/viewFile/93/87>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

RICHTER, F. **Snapchat Has 173 Million Daily Users**. Statista, 11 ago. 2017. Disponível em: <<https://www.statista.com/chart/7951/snapchat-user-growth/>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

RUBINSTEIN, D.; SLUIS, K. A life more photographic. In: **Photographies**, v. 1, n. 1, p. 9-28, fev. 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/17540760701785842>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

SIBILIA, P.; DIOGO, L. Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar?. **Estudos de Sociologia**. São Paulo, v. 16, p. 127-139, 2011. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/3892/3573>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

SIEMENS, G. **The (changed) information cycle**. Elearn space. [S.l.], 17 abr. 2009. Disponível em: <<http://www.elearnspace.org/blog/2009/04/17/the-changed-information-cycle/>>. Acesso em: 29 nov. 2017.

SILVA, C. R. M. da; TESSAROLO, F. M. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 2016. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016.

SNAP. **Política de privacidade**. [S.l.], 2017. Disponível em: <<https://www.snap.com/pt-BR/privacy/privacy-policy/>>. Acesso em: 4 out. 2017.

SPIEGEL, E. **Let's chat**. [S.l.], Snap inc blog. 9 maio 2012. Disponível em: <<https://www.snap.com/pt-BR/news/post/lets-chat/>> Acesso em: 10 nov. 2017.

STATISTA. **Most popular social network apps brazil**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/746969/most-popular-social-network-apps-brazil/>> Acesso em: 19 nov. 2017.

STATISTA. **Most popular social networks in Brazil as of July 2015, based on number of unique visitors (in millions)**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/254734/most-popular-social-networking-sites->

in-brazil/>. Acesso em: 19 nov. 2017.

UPBIN, Bruce. Facebook buys Instagram for \$1 billion: smart arbitrage. **Forbes**, 9 abr. 2012. Disponível em:

<<https://www.forbes.com/sites/bruceupbin/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion-wheres-the-revenue/#3c47d04b8a48>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

VAN DIJCK, J. **Mediated memories in the digital age**. Stanford: Stanford University Press, 2007.

WORTHAM, Jenna. Empresa aposta em aplicativo que publica fotos temporariamente. **Folha**, 16 fev. 2013. Disponível em:

<<http://classificados.folha.uol.com.br/negocios/2013/02/1230722-empresa-faz-sucesso-com-aplicativo-que-publica-fotos-temporariamente.shtml>>. Acesso em: 31 out. 2017.