



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM  
PRODUÇÃO CULTURAL**

**CATARINA DE SENNA RIBEIRO SAMPAIO**

**ESPIRAL DO INSTANTÂNEO  
O EFÊMERO NOS MODOS “GALERIA” E “STORIES” DO INSTAGRAM**

Salvador

2017.1

**CATARINA DE SENNA RIBEIRO SAMPAIO**

**ESPIRAL DO INSTANTÂNEO**

**O EFÊMERO NOS MODOS “GALERIA” E “STORIES” DO INSTAGRAM**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Produção Cultural, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. André Lemos

Salvador

2017.1

**CATARINA DE SENNA RIBEIRO SAMPAIO**

**ESPIRAL DO INSTANTÂNEO**

**O EFÊMERO NOS MODOS “GALERIA” E “STORIES” DO INSTAGRAM**

Monografia apresentada para obtenção de grau em Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

**BANCA EXAMINADORA**

Salvador, 11 de agosto de 2017

**Prof. Dr. André Lemos (Orientador)**

---

**Profa. Dra. Malu Fontes (Avaliadora)**

---

**Me. Leonardo Pastor (Avaliador)**

---

*A todo o espectro de luz visível.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço às mulheres de minha família e à brilhante vó Adelina, lugar atemporal no qual busco forças durante toda a passagem por aqui. Às famílias que, das maneiras que puderam, colaboraram e colaboram para meu crescimento. Às minhas gatas, Tezi, Linda e Petit Gatinha, pela companhia e proteção sagaz a cada momento.

Às artesãs do cuidado, por tanto carinho e partilha. Pelo mapeamento do equilíbrio, agradeço profundamente a Viviana Mata, maga da respiração e da autopercepção. Esta entrega não aconteceria não fosse o amor de Íris, Jess, Leti, Rai, Bibi, Marina e Nathalie. A todas as amigas e amigos que estiveram ou estão por perto, construindo afeto e elaborando individual e coletivamente as habilidades do conviver.

Agradeço a meu orientador, André Lemos, pela compreensão, atenção e inspiração de que eu tanto precisava para concluir este ciclo.

Ao Universo e seu lembrete constante sobre os movimentos e encontros, a seus incansáveis sinais de que tudo está muito mais do que é. À descoberta frequente de que os seres e “recursos” estão aqui conosco e não para nós. À oportunidade de fazer parte.

Agradeço também, e por incrível que ainda soe, à conflituosa relação com o desafio, que durante todo o processo de produção me mostrou, para além deste trabalho, a importância de dar voz aos limites e respeitá-los.

A cada uma das pessoas que dedicaram parte de seu tempo, dimensão tão complicada dessa vida, a responder o questionário que possibilitou o desenvolvimento de algumas das minhas curiosidades. Sou sensível e agradeço imensamente à singularidade do ser, que tanto me fascina e estimula em direção à verdade.

Nenhum dia aconteceria e se renovaria para mim sem a música do Brasil e todas as canções de Gilberto Gil. Obrigada! Aproveito para agradecer aos colegas da Educadora FM, que tanto me ensinaram sobre as ondas do rádio e tantas outras.

Por fim, sinto-me grata à criatividade e à intuição que me acompanham e nutrem desde para sempre. Que eu saiba seguir atenta a esta retroalimentação.

Estou mais cega do que antes. Vi, sim. Vi, e me assustei com a verdade bruta de um mundo cujo maior horror é que ele é tão vivo que, para admitir que estou tão viva quanto ele – e minha pior descoberta é que estou tão viva quanto ele – terei de alçar minha consciência de vida exterior a um ponto de crime contra a minha vida pessoal. (...) É que um mundo todo vivo tem a força de um inferno.

Clarice Lispector

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar o processo de produção de imagens para a rede social Instagram, considerando e comparando os modos de compartilhamento na “galeria” e no Stories. Interessa entender as principais diferenças nos conteúdos e métodos mais utilizados pelos usuários ativos em ambos os modos de publicação e, particularmente, como o Stories modifica a dinâmica da rede social. Questões como criatividade diante das ferramentas de edição de imagens, expressividade, espontaneidade e efemeridade motivam esta pesquisa. A fim de identificar tendências atuais relativas ao uso da plataforma em questão, foi realizada uma enquete com 173 usuários, contrapondo os dois modos de compartilhamento no Instagram.

**Palavras-chave:** Instagram; Instagram Stories; Compartilhamento; Instantâneo; *internet*; tecnologias móveis; Efêmero.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Apresentação com dados do site do Fotolog.....	15
Figura 2 Página inicial do site do Fotolog para não cadastrados.....	16
Figura 3 Página inicial do site do Flickr para não cadastrados.....	17
Figura 4 Página “Explorar” do site do Flickr.....	17
Figura 5 Câmeras mais populares na comunidade do Flickr.....	18
Figura 6 Demonstração do aplicativo móvel do Flickr.....	19
Figura 7 Página inicial do site do 500px para não cadastrados.....	19
Figura 8 Fotos destacadas na página inicial do site do 500px para não cadastrados.....	20
Figura 9 Página inicial pós-cadastramento e exemplo de publicação no aplicativo 500px.....	20
Figura 10 Sugestão de interesses na página inicial para não cadastrados do site do Pinterest	21
Figura 11 Conteúdos na página inicial (site) para cadastrados no Pinterest.....	22
Figura 12 Publicações no aplicativo Pinterest para dispositivos móveis.....	22
Figura 13 Telas de pós-captura, seção “Popular” e publicação em foto (versão antiga do Instagram).....	23
Figura 14 Telas de pós-captura, seção “Popular” e publicação em foto (versão atual <sup>1</sup> do Instagram).....	24
Figura 15 Ícones inicial e atual do Instagram.....	25
Quadro 1 Principais características das redes sociais imagéticas até o Instagram.....	26
Figura 16 Telas de câmera traseira, seção de Histórias e etapa de direcionamento para “Minha História” no Snapchat.....	28
Figura 17 Telas de câmera frontal do Snapchat em três etapas da função de filtro animado...29	29
Figura 18 Telas da seção “Stories” do Snapchat, com destaque para a função Ao vivo.....	30
Figura 19 Página “Discover” do Snapchat.....	30
Figura 20 Telas da câmera do Instagram Stories em diferentes modos de captura.....	32
Figura 21 Os seis filtros básicos do Instagram Stories sobre uma mesma foto.....	32

---



Figura 22 Telas de adição de texto à imagem no Instagram Stories.....	33
Figura 23 Divulgações de atualizações de <i>stickers</i> no Instagram Stories.....	33
Figura 24 Telas de adição de <i>stickers</i> e indicadores (localização, temperatura, horário); exemplo de <i>selfie</i> sobreposta à imagem; recurso de fixar <i>emoji</i> sobre objeto no vídeo.....	34
Figura 25 Filtros de máscaras do Instagram Stories.....	34
Figura 26 Página inicial do Instagram e de configurações de privacidade do Instagram Stories.....	35
Figura 27 Telas de câmera e edição pós-captura do WhatsApp Status.....	37
Figura 28 Telas de câmera e edição do Facebook Stories.....	38
Figura 29 Telas de câmera e edição do recurso Meu Dia Messenger.....	39
Quadro 2 Principais características das plataformas com área de publicação temporária.....	39
Gráfico 1 Com que frequência, aproximadamente, você faz publicações na galeria do seu perfil no Instagram?.....	43
Gráfico 2 Com que frequência, aproximadamente, você faz publicações no Instagram Stories, no seu perfil do Instagram?.....	43
Quadro 3 Quantidade de publicações feitas na galeria do Instagram dos três perfis acompanhados.....	44
Quadro 4 Quantidade de publicações feitas no Instagram Stories dos três perfis acompanhados.....	44
Figura 30 Capturas de tela publicadas no Instagram Stories.....	45
Gráfico 3 Depois de capturar uma foto ou vídeo, em quanto tempo aproximadamente você costuma publicar no Instagram Stories de seu perfil no Instagram?.....	45
Gráfico 4 Depois de capturar uma foto ou vídeo, em quanto tempo aproximadamente você costuma publicar na galeria de seu perfil no Instagram?.....	46
Figura 31 Imagens com sobreposição de texto no Instagram Stories.....	47
Figura 32 Publicações feitas nas galerias dos perfis acompanhados.....	47
Figura 33 Imagens com uso de pincel para desenhar, pincel “arco-íris” e <i>selfie sticker</i> , publicadas no Instagram Stories.....	48
Figura 34 Imagem modificada no Stories e publicada na galeria de um perfil no Instagram..	49
Figura 35 Apresentação textual de sequência no Instagram Stories (1).....	53
Figura 36 Apresentação textual de sequência no Instagram Stories (2).....	53

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. PRINCIPAIS REDES SOCIAIS PARA PRODUÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE IMAGENS.....</b>	<b>14</b>
2.1 Panorama cronológico das principais redes sociais imagéticas.....	15
2.2 Plataformas com área de armazenamento temporário.....	27
<b>3. ANÁLISE DO USO DA GALERIA E DO STORIES DO INSTAGRAM.....</b>	<b>42</b>
3.1 Sobre o perfil.....	43
3.2 Produção e compartilhamento.....	44
3.3 Questões complementares.....	51
<b>4. CONCLUSÃO.....</b>	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>59</b>
<b>APÊNDICE – Questionário sobre as diferentes práticas no uso do Instagram considerando os modos “galeria” e Stories.....</b>	<b>65</b>

## 1. INTRODUÇÃO

As imagens sempre fizeram parte do mundo, sendo uma maneira de comunicar e representar. Com as câmeras fotográficas se inicia a cultura, através das lentes, de captura de imagens para registro, sendo esta “a primeira forma de produção imagética sem ação direta humana em algum suporte, como o desenho ou pintura” (LEMOS; PASTOR, 2014, p. 1020).

Para pensar a dissolução das noções de complexidade relacionadas ao processo fotográfico, é importante ressaltar a influência da fundação da Kodak, em 1888, acompanhada do *slogan* “Você aperta o botão, nós fazemos o resto.”<sup>2</sup>. Há, neste momento, a intenção de disseminar a ideia de que o ato de fotografar estaria ao alcance de “qualquer pessoa”, mesmo porque a primeira câmera da marca vinha carregada com um filme para 100 registros que, uma vez esgotado, poderia ser revelado pela própria empresa. Depois de fotografar, o consumidor fazia por correio o envio do dispositivo, que retornaria para sua casa, já recarregado com filme. Desde então, se amplia a popularização das câmeras fotográficas, o que deu início a um processo mais prático e instantâneo de produção destes registros por parte do público não profissional. Ainda segundo Lemos e Pastor (2014, p. 1025), “o surgimento e uso desse novo tipo de fotografia gera uma nova composição social, especialmente no âmbito familiar e do amadorismo”.

A primeira câmera digital portátil foi comercializada com sucesso em 1990<sup>3</sup>. Sem o limite do tamanho do filme, presente na configuração analógica, e com a possibilidade de passar as fotos diretamente para o computador, se estabelece uma experiência menos comprometida com o resultado final e, portanto, mais livre para a exploração dos registros, ângulos e enquadramentos. Não precisamos mais economizar para situações “memoráveis”, partindo para um uso mais frequente e informal.

O presente estudo se interessa particularmente pelas transformações trazidas pelo sucesso dos *smartphones* e das redes sociais na prática da fotografia. O telefone celular, por ser um equipamento de uso individual, transforma a relação dos indivíduos com a captura de imagens, sejam elas em fotos ou vídeos.

---

<sup>2</sup> You press the button, we do the rest”

<[https://en.wikipedia.org/wiki/You\\_Press\\_the\\_Button,\\_We\\_Do\\_the\\_Rest](https://en.wikipedia.org/wiki/You_Press_the_Button,_We_Do_the_Rest)> Acesso em ago. 2017.

<sup>3</sup> PASTOR, Leonardo. 2016, p. 110

Para além da relação de absoluta exclusividade, comum entre dispositivo e proprietário, diferente do que acontece com os dispositivos de câmeras fotográficas tradicionalmente, na relação com os telefones celulares com câmera estabelecemos uma outra experiência de mobilidade. Tendo acesso à *internet* móvel, este uso aponta para uma dinâmica com as imagens digitais que envolve, além do registro, as possibilidades de compartilhamento e circulação imediatos. Justamente por não se limitar ao tamanho do filme, embora haja um limite de memória do dispositivo, as práticas de fotografia são reconfiguradas pela possibilidade de, no meio digital, destinar os arquivos para *sites*, *e-mails*, serviços de “nuvem”, ou até mesmo desistir dos registros depois de visualizá-los em tela. Como desenvolve Lucia Santaella apud Gabrielli Pires (2012), as características dos dispositivos digitais com câmera mexem diretamente no hábito de fotografar.

O tamanho e a leveza das câmeras digitais e dos celulares, sua aderência a uma das concavidades mais táteis do nosso corpo, a palma da mão, a facilidade de sua manipulação, a visualização imediata do recorte da realidade visível capturada pelo clique, a conexão com o computador, a possibilidade de envio para quaisquer pontos do planeta, tudo isso junto transformou o ato fotográfico em mania e frenesi (SANTAELLA apud PIRES, 2012, p. 17).

O ato de produzir e compartilhar imagens com apenas alguns cliques faz parte da cultura da efemeridade atual. Há, portanto, uma outra relação com o tempo das imagens fotográficas se comparamos com o processo analógico de produção e compartilhamento. Consideradas as proporções e particularidades, o que hoje se dá, a todo momento, inclusive podendo ser caracterizado como mania, antes se assemelhava, segundo Lemos e Pastor (2014, p. 1021), ao trabalho em uma oficina, em rituais lentos e repetitivos.

Os registros imagéticos passam a fazer parte, no século XXI, do desenvolvimento das redes sociais digitais. Estas redes são áreas de circulação efêmera de conteúdos. Com a chegada do aplicativo Snapchat, em 2011, podemos falar de uma ampliação dessa efemeridade, com a possibilidade de veicular imagens temporárias, isto é, com tempo preciso de duração nas redes.

Estamos vivendo um movimento constante no que diz respeito à instantaneidade do compartilhamento digital de imagens, e essa instantaneidade modifica a ideia da utilidade e do sentido do registro fotográfico. Isso diz muito sobre como as fotografias e vídeos feitos em dispositivos móveis são vetores de comunicação, de sociabilidade, e menos vinculados ao registro formal de momentos específicos.

Desde que esteja conectada, qualquer pessoa pode produzir informação, e essa informação só faz sentido em conexão, compartilhada. Essa emissão, o compartilhamento, tem reconfigurado as práticas sociais e culturais, inclusive a da fotografia, que se apresenta principalmente como um vetor de contato social. Estes pontos (conectividade generalizada, liberação do pólo da emissão e reconfiguração) citados são princípios da cibercultura (LEMOS, 2003), compreendida pelo autor como “a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70” (p.1).

Deste modo, nessa monografia, nos interessa pensar a circulação instantânea de imagens na *internet* com recorte para a lógica do crescente movimento de volatilidade, dessa vez atentando para um fenômeno recente que, além de instantâneo, não deixa “rastros” na rede. Atentando para a característica do compartilhamento como premissa para a captura das imagens, vamos analisar o Instagram, comparando a galeria (área de publicação padrão do aplicativo) e o Stories (área de publicações que se apagam em 24h), sendo este segundo mais aprofundado durante o desenvolvimento.

A seção seguinte do trabalho (capítulo 2) comporta uma apresentação do histórico das principais redes sociais dedicadas ao compartilhamento de imagens. Na sequência, trazemos um panorama das plataformas que, até o presente momento, utilizam o modelo de compartilhamento de conteúdos imagéticos que se apagam em 24h. Em seguida (capítulo 3), desenvolvemos a análise do uso do Instagram a partir dos dados do questionário aplicado. Por fim, apresentamos um capítulo conclusivo, a partir do que entendemos a respeito dos dados colhidos, sobre os usos que os usuários mostraram fazer dos ambientes Stories e galeria do Instagram, bem como suas relações com a efemeridade.

Em sintonia com a temática desta pesquisa, que se interessa pelas transformações produzidas por uma cultura que traz “o gosto pela novidade como um princípio constante e regular” (LIPOVETSKY, 2009, p. 31), é importante dizer que os dados trazidos, relativos ao funcionamento e ao uso das redes sociais, se modificam constantemente.

## 2. PRINCIPAIS REDES SOCIAIS PARA COMPARTILHAMENTO DE IMAGENS

Neste capítulo vamos apresentar um panorama das mais populares redes sociais baseadas no compartilhamento de imagens, em ordem cronológica. Guardadas as particularidades de cada uma, estas redes trazem como principais características a possibilidade de o usuário criar uma galeria com publicações próprias e compartilhá-las de modo que sua circulação possa ser imediata. Algumas delas oferecem ferramentas de modificação de imagens, independente de estas serem ou não acompanhadas de texto através de legendas.

As redes sociais digitais transformam os processos comunicacionais, sociais e informacionais. Estas redes contribuíram e contribuem para que sejam traçados hoje outros caminhos de difusão das informações e outra estrutura das comunidades, obviamente guardadas as proporções de recortes socioeconômicos, culturais, geográficos, geracionais etc. Raquel Recuero (2009, p. 69) define uma rede social como “(...) um conjunto de atores e suas relações”. Já as redes sociais digitais são “espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet” (RECUERO, 2009, p. 102). Nestas redes, “trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço.” (RECUERO, 2009, p. 25). Nos referimos a “rede social”, no decorrer deste trabalho, como redes sociais na *internet*.

A presença do compartilhamento de fotografias na *internet* foi se particularizando, partindo da *web* e tornando-se cada vez mais móvel. As tecnologias móveis implicam em novos usos dos dispositivos e apresentam novos aspectos à sociabilidade e à comunicação mediada por aparelhos eletrônicos conectados pela *internet*.

## 2.1. Panorama cronológico das principais redes sociais imagéticas<sup>4</sup>

**Fotolog** - O Fotolog foi a primeira rede social (por intermédio de um *website*) para compartilhamento de fotografias<sup>5</sup> (figura 1). O lançamento aconteceu em maio de 2002 em sintonia com a popularização das câmeras fotográficas digitais. Seus criadores foram os estadunidenses Scott Heiferman e Adam Seifer. Com o formato de *blog*, tinha como proposta a participação através de diários *online*. Segundo Raquel Recuero (2009, p. 104), o Fotolog não nasce como uma rede social, mas é assim tornado a partir das ações dos usuários que ali começam a estabelecer exposição de suas relações sociais. Este tipo de transformação é o que ela chama de redes sociais apropriadas.



Figura 1: Apresentação com dados do site do Fotolog<sup>6</sup>.

Fonte: [www.fotolog.com](http://www.fotolog.com)

As fotos podem ser acompanhadas de legendas e palavras-chave, conhecidas como *tags* ou etiquetas, facilitando o processo de busca por temas específicos. É disponibilizado o número de visualizações de cada imagem. As interações entre os participantes se dão através de comentários e pelo botão “Flash”, ação representada por um ícone de coração (o usuário pode marcar com coração sinalizando que gostou da foto), sendo possível ter uma conta gratuita ou paga. No início, o Fotolog limitava os usuários da versão gratuita a publicar uma imagem por dia, podendo ter 20 comentários em cada. Membros pagantes podiam publicar até

<sup>4</sup> Sistemas de edição ou armazenamento de fotos como Picasa e Google Photos não foram incluídos neste histórico.

<sup>5</sup> <<http://www.fotolog.com/>> Acesso em mai. 2017.

<sup>6</sup> Acesso em jun. 2017.

seis imagens por dia, com até 200 comentários por publicação. Atualmente<sup>7</sup>, o *site* desta rede informa que as diferenças entre os dois tipos de conta são as possibilidades de personalizar página, remover anúncios, aumentar as visitas com *banners* de visibilidade e ver quem “*flasheou*”. Publicações e comentários ilimitados e modificação de fotos são serviços disponíveis hoje para qualquer usuário, pagante ou não.

Em janeiro de 2016, depois de algumas semanas com períodos de inatividade, o Fotolog anunciou<sup>8</sup>, nos cabeçalhos de todas as suas páginas, que possibilitaria aos usuários resgatar suas fotos antes que o *site* expirasse definitivamente. Em julho de 2017 o *site* ainda está no ar e perfis continuam a publicar imagens, além de ser possível criar novas contas. No topo da página inicial (figura 2) há ícones indicando a possibilidade de usar o Fotolog nos dispositivos móveis com sistemas operacionais iOS e Android, mas o aplicativo não está disponível na AppStore nem na PlayStore, que são serviços de *download* de aplicativos para estes sistemas, de acordo com consultas feitas em 03 de julho de 2017.



Figura 2: Página inicial do *site* do Fotolog para não cadastrados.

Fonte: [www.fotolog.com](http://www.fotolog.com)

<sup>7</sup> Consultas de maio de 2017.

<sup>8</sup> <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Fotolog>> Acesso em mai. 2017.



**Flickr** - O Flickr nasceu, em 2004, como um *website* e uma rede social que permitia o compartilhamento fotografias. Foi lançado pela companhia canadense Ludicorp e em 2005 adquirido pelo Yahoo!. Inicialmente havia apenas a possibilidade de publicar fotos. Atualmente (figuras 3 e 4) permite também a publicação de vídeos.

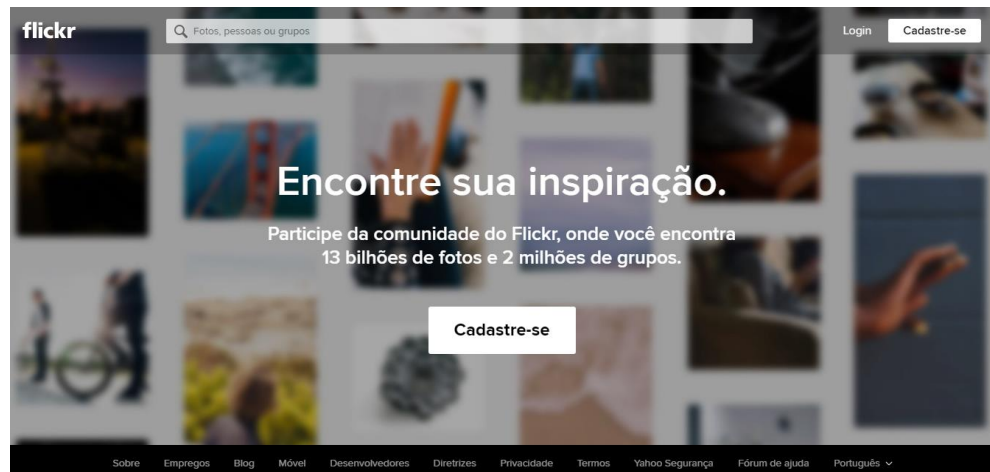


Figura 3: Página inicial do site do Flickr para não cadastrados.

Fonte: [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

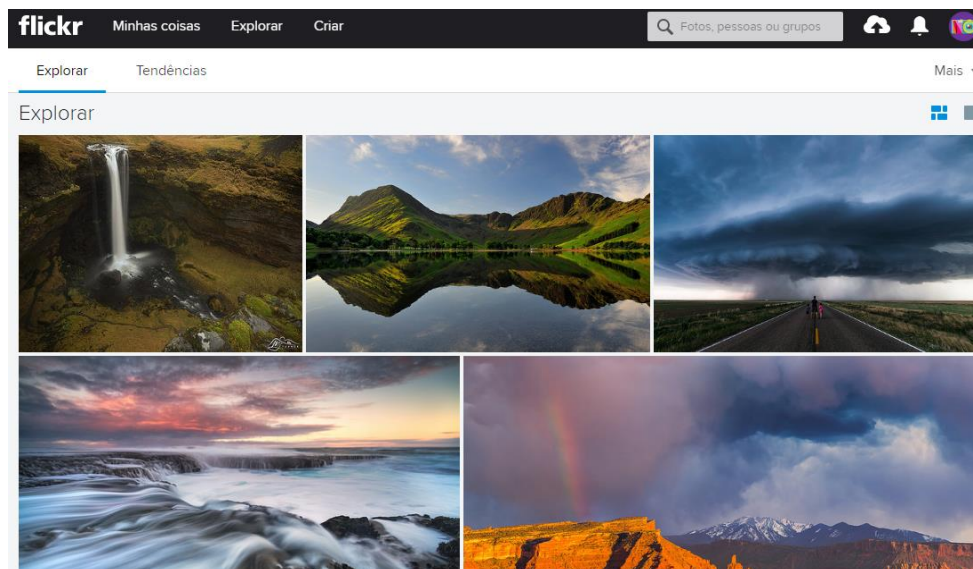


Figura 4: Página "Explorar" do site do Flickr.

Fonte: [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

É possível ter uma conta gratuita ou paga. As principais diferenças entre as opções é a navegação sem anúncios e o oferecimento de informações estatísticas avançadas das fotos publicadas. O espaço de armazenamento em nuvem é o mesmo para ambos os tipos de conta.

Cada imagem publicada no Flickr, além de poder conter uma legenda, é acompanhada de descrição com informações sobre o respectivo dispositivo de câmera utilizado, o que mostra um contexto mais técnico nesta rede social. Um dado relevante é que atualmente<sup>9</sup> as cinco câmeras mais utilizadas para capturar imagens que vão para o Flickr são *smartphones* (figura 5).

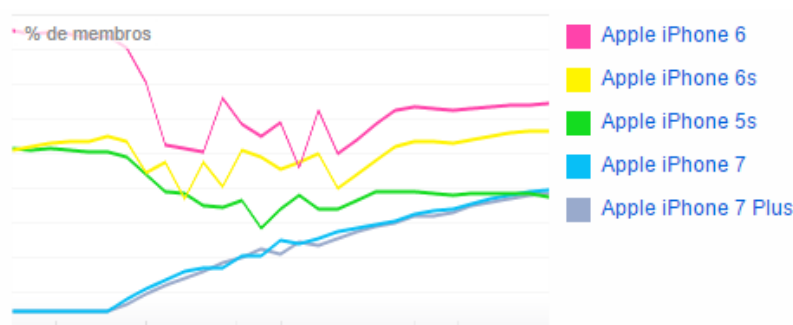


Figura 5: Câmeras mais populares na comunidade do Flickr.

Fonte: <https://www.flickr.com/cameras>

Os usuários podem organizar as publicações por álbuns e categorias, apresentadas como *tags* (etiquetas) e criadas para facilitar os processos de busca por conteúdos específicos. É possível participar de grupos e configurar a privacidade do conteúdo, podendo escolher entre público, privado e disponível para amigos. As interações podem se dar por comentários e através da ação “favoritar”. O Flickr funciona também como “nuvem” digital, disponibilizando 1 *terabyte* (1000 GB) gratuitamente para os usuários que desejam armazenar imagens em álbuns. Seu aplicativo (figura 6)<sup>10</sup> para dispositivos móveis está disponível desde outubro de 2013 e é hoje compatível com os sistemas operacionais iOS, Android e Windows Phone.

<sup>9</sup> Dados do dia 03 de julho de 2017. Atualizados diariamente no site do Flickr. Disponível em <[www.flickr.com/cameras](http://www.flickr.com/cameras)>

<sup>10</sup> As imagens demonstrativas das interfaces dos aplicativos neste trabalho se restringem a capturas de telas de iPhones, de modo que não busca-se, aqui, representar estes aplicativos, mas ilustrar algumas características referentes a estes.



Figura 6: Demonstração do aplicativo móvel do Flickr.

Fonte: <https://goo.gl/7hDCzj>

**500px<sup>11</sup>** - 500px é uma rede social de fotografia (figuras 7 e 8) criada pelo canadense Oleg Gutsol e pelo russo Evgeny Tchebotarev em 2009. Sua proposta é de compartilhamento, compra e venda de fotos criativas de fotógrafos profissionais. São diferentes planos de conta, incluindo um gratuito e três pagos. O plano gratuito é indicado para fotógrafos iniciantes interessados em testar a rede social e os planos pagos dão acesso a aulas de fotografia e *uploads* ilimitados. Dois deles permitem até exibição de *workshops* e listagem de prioridade no diretório da rede. Assim como o Flickr, no 500px o usuário pode informar as especificidades técnicas da câmera utilizada.

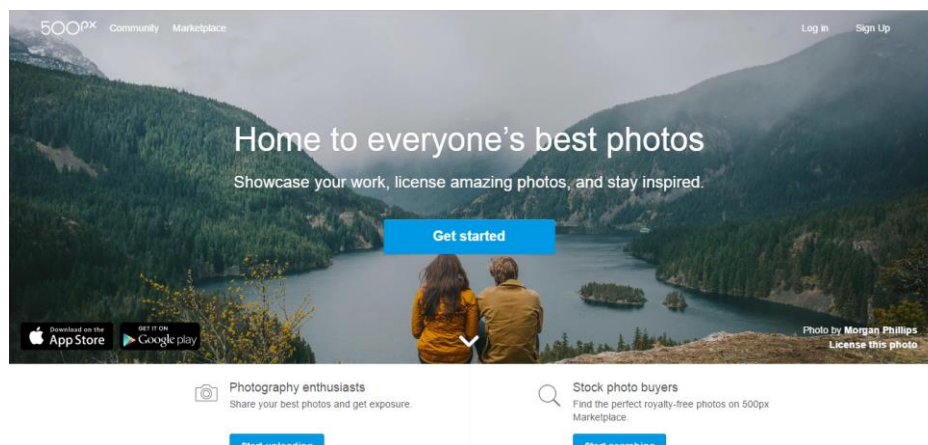


Figura 7: Página inicial do site do 500px para não cadastrados.

Fonte: [www.500px.com](http://www.500px.com)

<sup>11</sup> Consideramos esta rede relevante pelo foco dado à experiência da fotografia e popular pelo número de usuários ativos divulgados, ainda que estes estejam consideravelmente abaixo da média das outras redes.

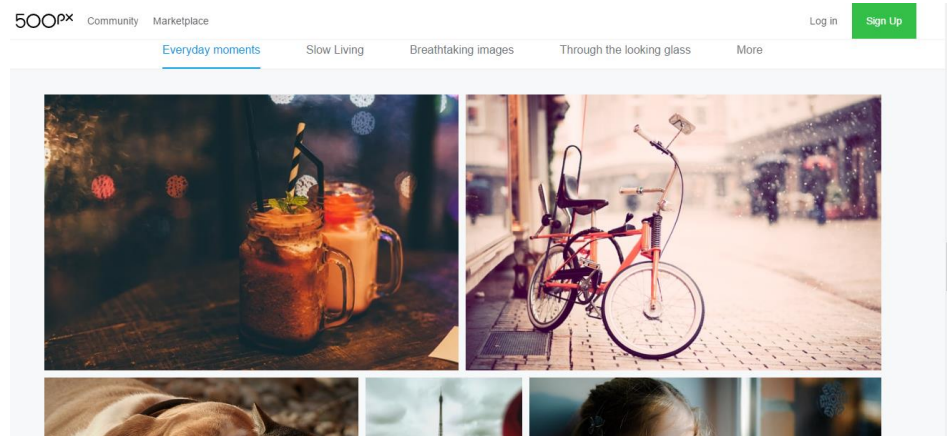


Figura 8: Fotos destacadas na página inicial do site do 500px para não cadastrados.

Fonte: [www.500px.com](http://www.500px.com)

O aplicativo para dispositivos móveis (figura 9) originalmente era disponível apenas para iPad e hoje é compatível também com *smartphones* de sistemas operacionais iOS e Android.

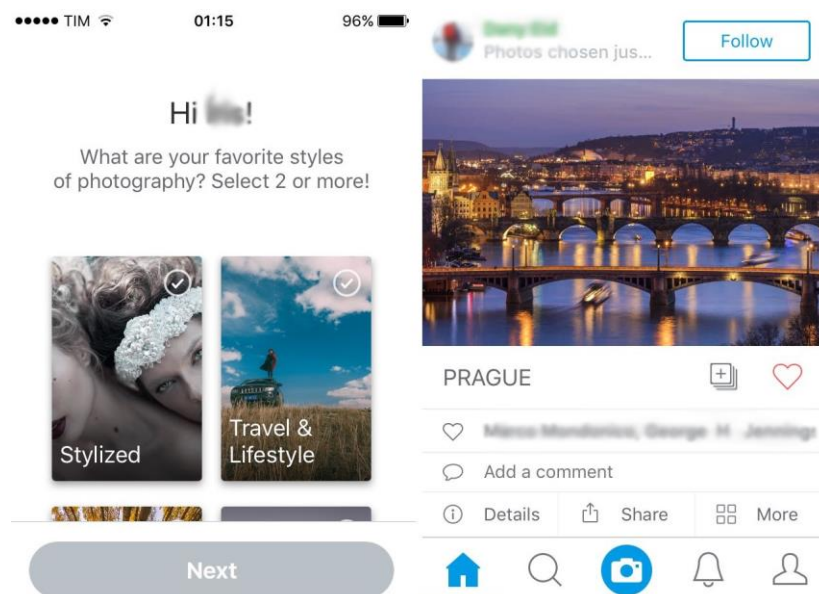


Figura 9: Página inicial pós-cadastramento e exemplo de publicação no aplicativo 500px.

Fonte: <https://goo.gl/gRv6CF>

**Pinterest**<sup>12</sup> - O Pinterest é uma rede social criada pelo estadunidense Ben Silbermann e lançado em março de 2010. A proposta é que cada usuário monte seu universo imagético por álbuns, podendo carregar arquivos próprios e salvar, através da ação “*pin*”, ilustrações, fotografias e demais conteúdos publicados por outros perfis. Diferente da maioria das redes sociais de fotografia, nas quais a proposta principal é compartilhar imagens autorais, esta se apresenta como um painel diverso de inspirações. É definido, pela própria página, como “o catálogo mundial de ideias”<sup>13</sup>. No processo de cadastramento de perfil nesta rede social são sugeridos alguns temas (figura 10). Muitos dos conteúdos disponibilizados e circulados são citações de textos, arquivos de bancos de imagens “profissionais” e passo a passo de confecções artesanais, como tutoriais (figura 11). Funciona tanto na versão *web* quanto pelo aplicativo desenvolvido para dispositivos móveis (figura 12). É possível seguir e ser seguido por usuários e sua interação direta se dá através de comentários e por bate-papo.



Figura 10: Sugestão de interesses na página inicial para não cadastrados do site do Pinterest.

Fonte: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

<sup>12</sup> O Pinterest foi incluído nesta lista pela popularidade em usuários ativos e por basear-se no compartilhamento de imagens, ainda que não apresente como central a atividade de produção autoral das mesmas.

<sup>13</sup> <<https://about.pinterest.com/pt-br>> Acesso em jul. 2017.

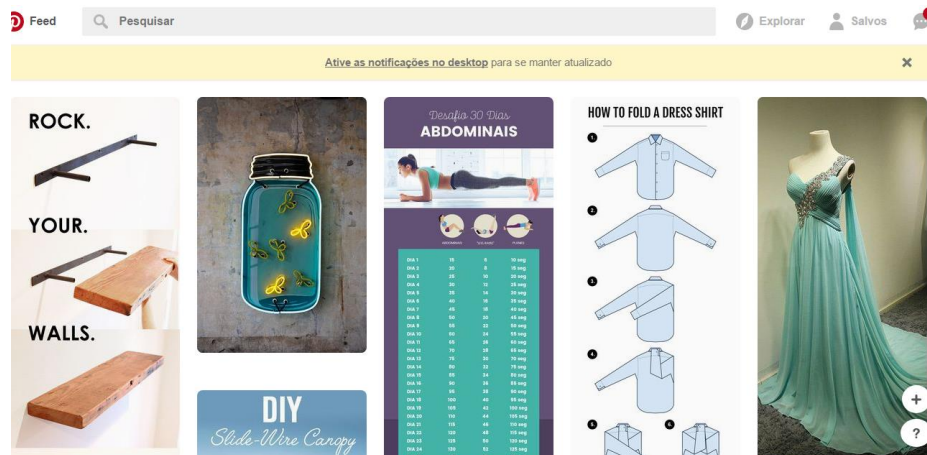


Figura 11: Conteúdos na página inicial (site) para cadastrados no Pinterest.

Fonte: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

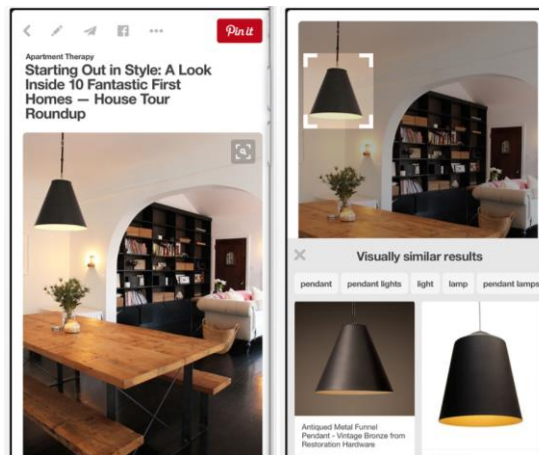


Figura 12: Publicações no aplicativo Pinterest para dispositivos móveis.

Fonte: <https://goo.gl/E4m6Na>

**Instagram** - O Instagram, central neste trabalho, é um aplicativo de compartilhamento de imagens gratuito para dispositivos móveis e hoje a terceira rede social mais popular no mundo, com 700 milhões de usuários mensais<sup>14</sup>, atrás somente do Facebook e do YouTube<sup>15</sup>. Criada pelo brasileiro Mike Krieger e pelo estadunidense Kevin Systrom em 06 outubro de 2010, inicialmente estava disponível apenas para o sistema operacional iOS.

<sup>14</sup> <<https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>> Acesso em ago. 2017.

<sup>15</sup> Não considerando os mensageiros WhatsApp e Messenger.

No primeiro dia de funcionamento registrou 25.000 usuários cadastrados<sup>16</sup>. Em abril de 2012, mesmo mês em que foi adquirido pela Facebook Inc.<sup>17</sup>, passou a funcionar também com o sistema operacional Android. Tendo incluído a função de publicação em vídeo somente em junho de 2013, originalmente o padrão de compartilhamento se restringia a fotos. Em novembro do mesmo ano se torna compatível com aparelhos de sistema operacional Windows Phone e ainda em 2013 lança o Direct, aba de bate-papo privado. Antes disso as interações se davam somente através de *likes* (curtidas) e comentários.

Em junho de 2014, o Instagram, que até então oferecia apenas filtros para a modificação das fotos, anunciou<sup>18</sup> uma atualização que incluiu, através da opção “ferramentas”, diversos ajustes e modificações como brilho e contraste. As publicações se restringiam à forma quadrada (figura 13), o que se modificou em agosto de 2015<sup>19</sup> (figura 14).



Figura 13: Telas de pós-captura, seção “Popular” e publicação em foto (versão antiga<sup>20</sup> do Instagram).

Fonte: <https://goo.gl/BGMqhK>

<sup>16</sup> <<https://instagram-press.com/blog/2010/10/06/instagram-launches-2/>> Acesso jul. 2017.

<sup>17</sup> “De longe, é o mais alto valor pago até o momento pela compra de um sistema/aplicativo dedicado a funcionar em plataformas móveis.” (SILVA JUNIOR, 2014, p. 2)

<sup>18</sup> <<http://blog.instagram.com/post/87703266532/new-creative-tools>> Acesso em jul. 2017.

<sup>19</sup> <https://canaltech.com.br/redes-sociais/adeus-quadrado-instagram-agora-permite-fotos-verticais-e-horizontais-48185/>

<sup>20</sup> Imagens de setembro de 2011, segundo a fonte. Acesso em jul. 2017.

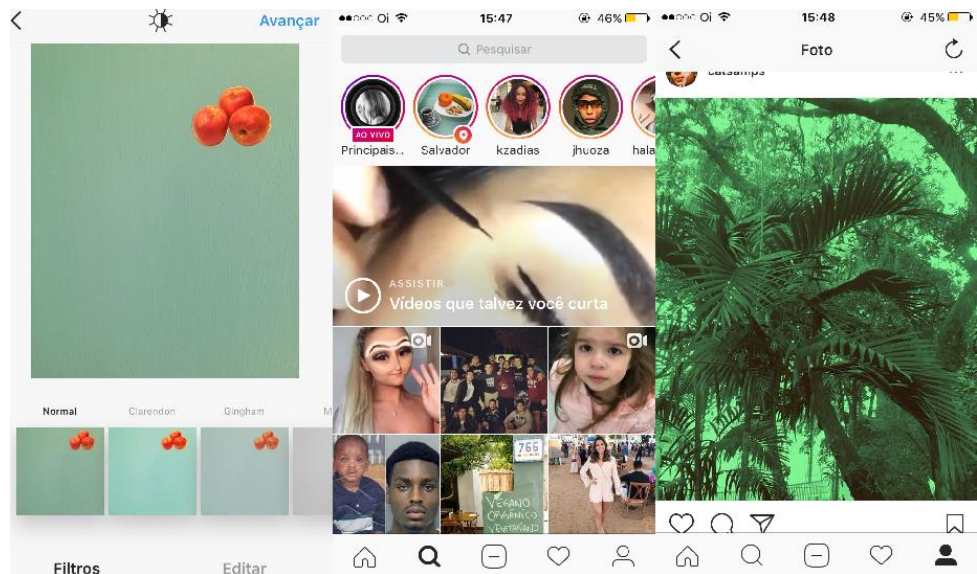


Figura 14: Telas de pós-captura, seção “Popular” e publicação em foto (versão atual<sup>21</sup> do Instagram).

Fonte: Acervo pessoal

Os perfis são compostos por nome do usuário, descrição opcional de até 150 caracteres e álbum das imagens compartilhadas com seus respectivos seguidores. Se o perfil for público, qualquer usuário pode visualizar e interagir com as publicações, ainda que não seja um seguidor. Se for uma conta privada, os conteúdos são disponíveis apenas àqueles que seguem o perfil. As imagens podem ser opcionalmente acompanhadas de legendas em texto e é possível vincular sua publicação a uma localização, contanto que esteja ativado o GPS do dispositivo móvel.

Se comparado às demais redes anteriormente citadas neste capítulo, o Instagram apresenta algumas particularidades. É um espaço digital para publicações que se dão exclusivamente a partir de dispositivos móveis, ainda que em fevereiro de 2013 tenha se tornado possível acessar o *feed*, perfis, curtir e comentar em publicações pela *web*. Publicar imagens nesta rede social continua, até o presente momento, sendo possível apenas através do aplicativo em dispositivo móvel. Outra característica que se destaca é a interação entre usuários centrada na ação de “curtir”.

<sup>21</sup> Imagens de julho de 2017.



Em março de 2016, a rede social anunciou<sup>22</sup> que a página inicial (*feed*) deixaria de exibir por ordem cronológica as imagens publicadas, priorizando conteúdos nos quais cada usuário supostamente estaria mais interessado. A justificativa seria de que as pessoas deixam de ver aproximadamente 70% das imagens compartilhadas pelos perfis que seguem. A nova configuração é, segundo a companhia, baseada em dados de interações entre usuários.

Em agosto de 2016, o Instagram lançou uma atualização que acrescentou à rede social a função Instagram Stories, que consiste na publicação de imagens (fotos e vídeos) que se apagam automaticamente em 24h. Mesmo antes disso, 2016 já anunciava transformações no aplicativo. Em maio do mesmo ano a companhia apresentou a primeira mudança de ícone desde sua criação (figura 15).



Figura 15: Ícones inicial e atual do Instagram.

Fonte: <https://goo.gl/QBgNnA>

---

<sup>22</sup> <http://blog.instagram.com/post/141107034797/160315-news>

NOME	MÉDIA DE USUÁRIOS	FOTO/VÍDEO	PAGO/GRATUITO	WEB/MÓVEL	INTERAÇÃO	ÁREAS TEMPORÁREAS
Fotolog	33 milhões <sup>23</sup>	Foto	Pago/gratuito	Web	Comentários, sinalizar que gostou	Não
Flickr	122 milhões <sup>24</sup>	Foto e vídeo	Pago/gratuito	Web/móvel	Grupos, comentários, favoritar	Não
500px	12 milhões <sup>25</sup>	Foto	Pago/Gratuito	Web/móvel	Compra, venda de fotos profissionais	Não
Pinterest	175 milhões <sup>26</sup>	Foto	Gratuito	Web/móvel	“Pinar” (salvar imagem), bate-papo	Não
Instagram	700 milhões <sup>27</sup>	Foto e vídeo	Gratuito	Móvel	Curtir, comentar, bate-papo	Sim

Quadro 1: Principais características das redes sociais imagéticas até o Instagram.

Fonte: Produção individual.

Partindo deste histórico<sup>28</sup>, e buscando observar elementos nas diferenças entre as redes, para além das propostas e questões técnicas, é possível entender que as transformações funcionais nestas plataformas acompanham não somente as alterações dos dispositivos

<sup>23</sup> [www.fotolog.com](http://www.fotolog.com)

<sup>24</sup> <<http://expandedramblings.com/index.php/how-many-people-use-social-media/>> Acesso em ago. 2017.

<sup>25</sup> <<https://about.500px.com>> Acesso em ago. 2017.

<sup>26</sup> <<http://expandedramblings.com/index.php/how-many-people-use-social-media/>> Acesso em ago. 2017.

<sup>27</sup> <<https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>> Acesso em ago. 2017.

<sup>28</sup> É importante citar algumas redes sociais populares nas quais imagens são constantemente compartilhadas, embora não sejam baseadas exclusivamente na circulação de mídias imagéticas. Alguns exemplos são Facebook, MySpace, Orkut, Tumblr, YouTube e Twitter.

eletrônicos, mas também a propagação das formas de acesso à *internet*. As transformações das redes sociais se relacionam com o desenvolvimento das formas de sociabilidade, e nos oito anos que separam o surgimento da primeira rede de compartilhamento de imagens (Fotolog) do Instagram, a *internet* se tornou mais presente na vida cotidiana das pessoas. Assim, a prática de compartilhamento de fotografia se ampliou, de modo que hoje as experiências e relações estão mais imbricadas entre os ambientes “*online*” e “*off-line*”.

## 2.2 Plataformas com área de armazenamento temporário

Imagens que se apagam automaticamente 24h depois de publicadas. Esse é o formato que tem sido tendência entre as maiores redes sociais do mundo. Embora possamos dizer que a circulação das fotografias e vídeos em redes sociais já esteja sob o signo da efemeridade, nesse novo formato as fotos passam a ser disponíveis temporariamente, ampliando ainda mais sua volatilidade. Esse fenômeno foi popularizado pelo aplicativo Snapchat, que descreveremos a seguir. Hoje, tem espaço também nos aplicativos para dispositivos móveis WhatsApp, Facebook e Messenger, cujo funcionamento temporário apresentaremos brevemente, e Instagram, central neste trabalho.

**Snapchat** - O Snapchat é um aplicativo gratuito para dispositivos móveis. Pertence à empresa multinacional de câmeras Snap Inc e foi lançado em setembro de 2011, propondo a troca de mensagens por imagens instantâneas e temporárias. Do inglês, “*snap*” quer dizer “estalo”<sup>29</sup>, enquanto “*chat*” significa bate-papo.

Criada por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, à época estudantes da Universidade Stanford, Califórnia, a plataforma inovou no sentido de ser a primeira na qual é possível tirar fotos, gravar vídeos e desenhar na tela do dispositivo móvel - tudo isso com tempo contado para desaparecer. A dinâmica de interação começou da seguinte forma: o usuário direcionava o conteúdo em imagem, texto ou chamada de vídeo para um ou mais contatos específicos. Depois de visualizado pelo destinatário e com tempo de duração escolhido pelo usuário remetente, podendo ter entre 1 e 10 segundos, o conteúdo não podia ser aberto novamente, fosse imagético ou textual. Este funcionamento inicial estava

---

<sup>29</sup> Tradução de < <https://translate.google.com.br/> Acesso em ago. 2017.

popularmente atrelado à ideia de privacidade diante do compartilhamento de conteúdo mais íntimo. Hoje, o usuário remetente pode escolher de 1 segundo até a opção “infinito” para tempo de visualização permitido.

Na função “Minha História”, lançada somente em outubro de 2013, fotos e vídeos compõem uma sequência de cenas que supostamente contam a história do dia de cada perfil. As imagens publicadas neste recurso se apagam em 24h. Não é necessário destinar o conteúdo a alguém ou a um grupo específico, o que transforma a proposta inicial do aplicativo. Essa modalidade de compartilhamento vem para compor, ainda que temporariamente, a página do perfil construído pelo usuário, o que traz ao Snapchat a característica de rede social (figura 16).

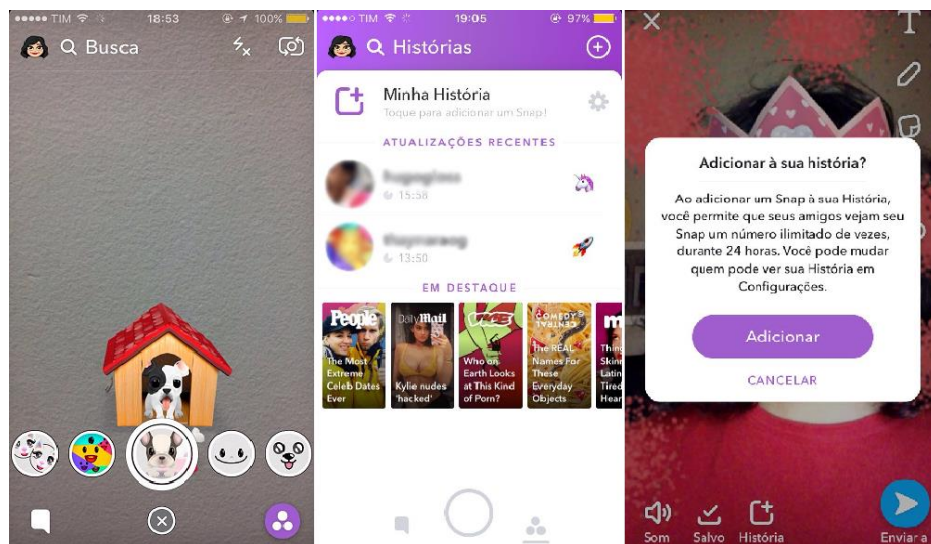


Figura 16: Telas de câmera traseira, seção de Histórias e etapa de direcionamento para “Minha História” no Snapchat.

Fonte: Acervo pessoal.

Hoje, o acesso ao rolo da câmera do dispositivo móvel para a publicação de um arquivo que não seja criado em tempo real é permitido, mas no topo de cada imagem publicada são anexadas informações de data e horário exatos em que foi gerada. Atualmente há também a opção de enviar seu conteúdo para “Nossa História”, sendo este um compartilhamento público que pode chegar até todos os usuários da rede, e não só aos seguidores de cada perfil. Da aba de notícias do *site*<sup>30</sup> da companhia, a definição desta função: *O melhor das Histórias é poder ver o mundo pelos olhos da nossa comunidade. É fácil mostrar seu ponto de vista, (...) Seu Snap pode ser incluído nas Histórias relevantes, dependendo do assunto.*

<sup>30</sup> <<https://www.snap.com/pt-BR/news/post/a-story-for-everything/>> Acesso em jun. 2017.

Vomitir arco-íris, alterar a voz, ganhar orelhas de bichinhos e máscaras tipo caveira mexicana e estilo *drag queen* são algumas das formas de manipulação da imagem permitidas pelo aplicativo e que atestam sua popularidade (figura 17). Elas devem ser escolhidas antes da captura. Para gerar essas imagens, em 3D, que acompanham o rosto do usuário é preciso que o dispositivo possua câmera frontal e que a face esteja posicionada de forma centralizada. Há alguns filtros básicos, com variações de cores e contrastes, outros personalizados de acordo com o momento (o aplicativo solicita acesso à localização e oferece indicadores para sobrepor à imagem, como hora em que foi feita, temperatura do local e velocidade em que dispositivo e usuário se encontram). É possível, no caso dos vídeos, deixar a cena mais lenta, acelerá-la ou ainda inverter sua ordem, rebobinando-a.



Figura 17: Telas de câmera frontal do Snapchat em três etapas da função de filtro animado.

Fonte: <https://goo.gl/tqD2rf>

Há também a função “Histórias ao Vivo” (figura 18), que permite o acesso a vídeos enviados por usuários e selecionados pela companhia, sempre a respeito de algum assunto ou evento específico, para exibição durante 24 horas. Aniversários de cidades, campeonatos esportivos e manifestações políticas são alguns exemplos dos conteúdos. Outra seção é a “Discover” (figura 19), na qual se pode ver conteúdos disponibilizados por instituições, empresas e veículos comunicacionais.

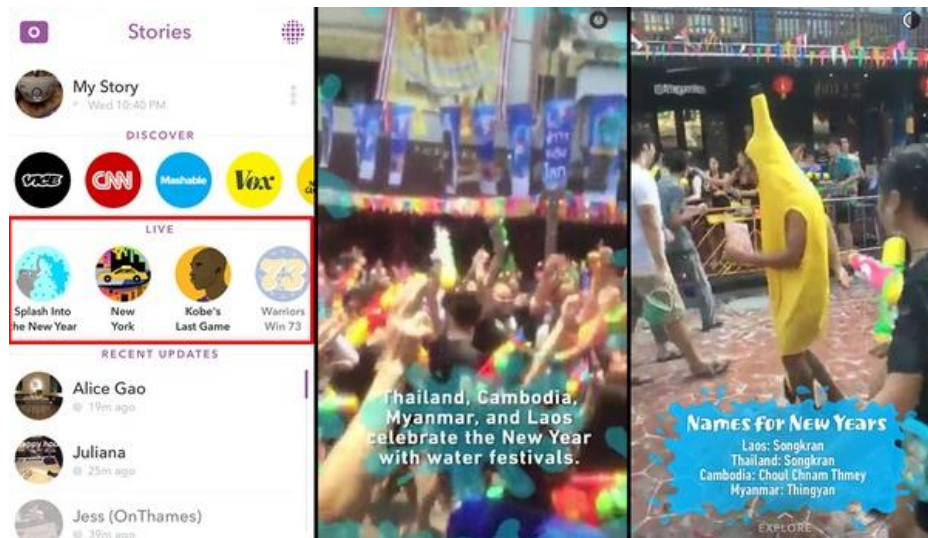


Figura 18: Telas da seção “Stories” do Snapchat, com destaque para a função Ao vivo.

Fonte: <https://goo.gl/tqD2rf>

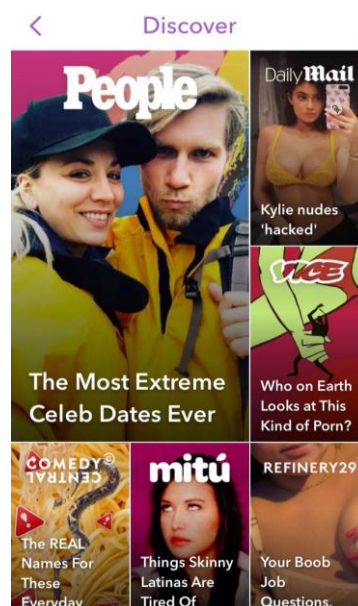


Figura 19: Página “Discover” do Snapchat.

Fonte: Acervo pessoal.

Embora a proposta inicial do Snapchat tenha sido o envio de imagens privadas com visualização por tempo limitado, em julho de 2016 foi disponibilizada a função “Memórias”, espécie de galeria para a qual o usuário manda seus *snaps* “preferidos”, a fim de salvá-los. Uma das justificativas que o aplicativo apresenta ao sugerir o uso do recurso é que assim é possível guardar seus registros sem ocupar espaço no dispositivo.

**Instagram Stories** - O Instagram Stories, assim como o modo “Minha História” do Snapchat, permite ao usuário do Instagram compartilhar imagens que se apagarão automaticamente 24h depois de publicadas. Segundo o brasileiro Mike Krieger, que em 2010 criou a rede junto ao estadunidense Kevin Systrom, muito se alterou desde a primeira versão, não perdendo, contudo, o essencial: *“Apesar das transformações, a ideia do feed não mudou: proporcionar contato com quem compartilha as mesmas paixões.”*<sup>31</sup>. A ideia é que se forme, no espaço de tempo de 24h, uma narrativa do que está sendo ou foi o seu dia.

Além das imagens produzidas diretamente a partir da tela de captura, é permitido ao usuário publicar quaisquer imagens do rolo da câmera de seu dispositivo móvel, contanto que ocupem o intervalo de 24h desde criadas na memória do dispositivo - as que foram capturadas ou salvas há mais tempo não podem ser abertas. Há a possibilidade de salvar as imagens de “Sua História” no dispositivo. O salvamento pode ser feito por arquivo, com as opções “Salvar foto” ou “Salvar vídeo”, ou juntando muitos em um só, num compilado das imagens publicadas através da opção “Salvar história”. No caso desta, as imagens que compõem a sequência são armazenadas como vídeo. Outra opção é configurar o salvamento automático de todo o conteúdo publicado.

As capturas de imagem em tempo real através da câmera do Instagram Stories (figura 20) podem ser feitas nos seguintes modos: "Normal", em que ao tocar o botão de captura da tela se faz uma foto e segurando se faz um vídeo de até 16 segundos; "Boomerang", recurso que cria uma sequência de fotos em formato de vídeo animado, cujo movimento se repete quatro vezes, com efeito semelhante a um GIF; "Mãos livres", que é a possibilidade de fazer um vídeo sem que o botão de comando precise estar pressionado, de modo que o usuário pode apenas deixar o dispositivo posicionado para que o vídeo seja feito. Nesse caso, as imagens são registradas até que o botão seja acionado novamente ou que se complete 16 segundos, tempo máximo; "Ao vivo", com cenas transmitidas aos seguidores em tempo real e que podem ser salvas, por quem grava, em arquivo de vídeo ao fim da transmissão, quando o aplicativo inclusive informa a quantidade de espectadores do conteúdo. Além desses modos, em maio de 2017 foi incluída a opção “rebobinagem”, que captura vídeo e imediatamente o disponibiliza de trás pra frente, sem som.

---

<sup>31</sup> <<http://veja.abril.com.br/tecnologia/a-nacao-do-instagram-governada-por-um-brasileiro/>> Acesso em mai. 2017.

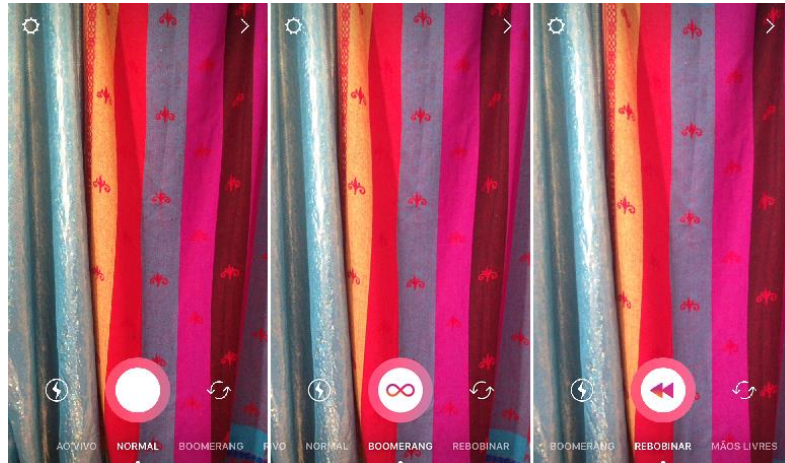


Figura 20: Páginas da câmera do Instagram Stories em diferentes modos de captura.

Fonte: Acervo pessoal

As possibilidades de edição também contribuem para fazer do ambiente do Stories algo diferente da proposta inicial do Instagram. São seis possibilidades de filtro (figura 21) que, assim como no Snapchat, podem ser testados ao deslizar o dedo horizontalmente pela tela. Diferentemente do aplicativo precursor, no Instagram Stories as alterações de filtro só podem ser feitas após o registro e não durante a captura.



Figura 21: Os seis filtros básicos do Instagram Stories sobre uma mesma foto.

Fonte: Acervo pessoal



Ainda sobre as possibilidades de edição do conteúdo imagético no Instagram Stories, além da opção de inserir sobre a imagem textos e quaisquer figuras do teclado de *emojis* (figura 22) do dispositivo usado, há adesivos que o aplicativo oferece. Estes vão de figuras de chapéus, óculos e outros acessórios até os pacotes de “*stickers*” temáticos, pautados em feriados e datas comemorativas, a exemplo de imagens para Páscoa e Dia das Mães (figura 23). Há também as ilustrações com marcação de temperatura, horário e localização geográfica do dispositivo.

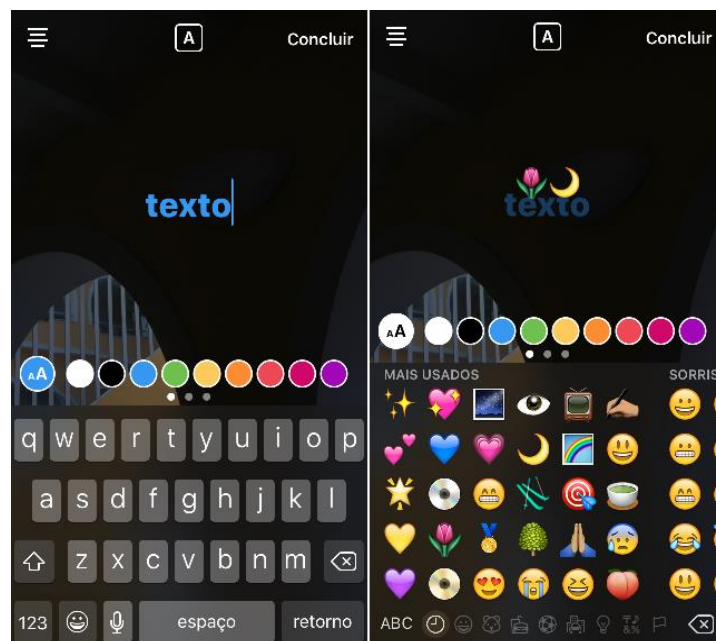


Figura 22: Telas de adição de texto à imagem no Instagram Stories.

Fonte: Acervo pessoal.



Figura 23: Divulgações de atualizações de *stickers* no Instagram Stories.

Fonte: Acervo pessoal.

Uma função “original” do Instagram Stories é a *selfie* sobreposta à imagem (“*selfie sticker*”), que chegou ao aplicativo em abril de 2017, junto com a possibilidade de fixar figuras e adesivos sobre objetos e superfícies, no caso dos vídeos (figura 24). O processo para fixar funciona da seguinte maneira: depois de escolher as figuras gráficas que serão sobrepostas ao vídeo, é possível, pressionando cada uma delas, mantê-las sobre os respectivos lugares da cena onde se quer. Por exemplo, um braço que no vídeo se movimenta, uma vez enfeitado com um *emoji*, será acompanhado desta figura até o fim do movimento. Em maio de 2017, o Instagram incluiu à câmera do Stories as opções de filtros animados com máscaras para foto e vídeo (figura 25).

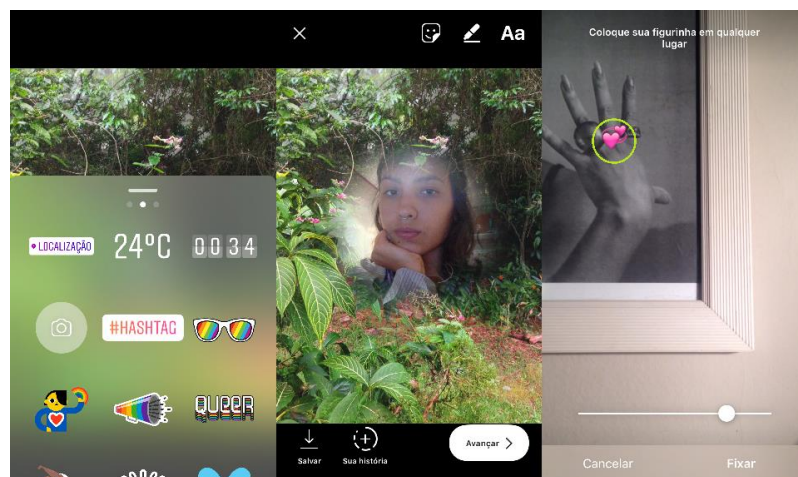


Figura 24: Telas de adição de *stickers* e indicadores (localização, temperatura, horário); exemplo de *selfie* sobreposta à imagem; recurso de fixar *emoji* sobre objeto no vídeo<sup>32</sup>.

Fonte: Acervo pessoal.



Figura 25: Filtros de máscaras do Instagram Stories.

Fonte: <https://goo.gl/a5ahG7>

<sup>32</sup> O círculo verde é sinalização nossa.

O Stories inaugura uma nova dinâmica com o espaço de bate-papo do Instagram, uma vez que há a opção "Escreva uma mensagem..." sobre cada conteúdo publicado na história - a menos que o usuário desative essa função, como é recorrente em perfis de pessoas famosas. A notificação diz, por exemplo, "Ana respondeu à sua história". Abri-la leva o usuário direto para a seção de mensagens, estabelecendo a ideia de que ali há uma conversa iniciada.

Entre Snapchat e Instagram, no que diz respeito ao uso do bate-papo, há uma curiosidade. Enquanto o primeiro começa com a proposta de ser um bate-papo imagético e aos poucos lança funções de publicação menos direcionadas a usuários e grupos específicos, o outro nasce como uma galeria onde apenas se publicava, curtiava e comentava fotos e posteriormente apresenta um ambiente com possibilidades de interação direta e privada entre usuários.

Quando publicadas na opção "Sua história", as fotos e vídeos do Instagram Stories são disponibilizados para todos que seguem o perfil ou, a depender das configurações de privacidade, somente para aqueles que o usuário segue de volta. As atualizações de publicação são expostas no topo da página inicial (figura 26). É possível ocultar o conteúdo de usuários específicos - tendo que fazê-lo selecionando perfil por perfil. Além disso, há a possibilidade de enviar diretamente uma imagem ou vídeo somente para uma ou algumas pessoas. Nesse caso, o usuário destinatário pode visualizar o conteúdo duas vezes, durante até quatro segundos por vez.



Figura 26: Página inicial do Instagram e de configurações de privacidade do Instagram Stories.

Fonte: Acervo pessoal

Em abril de 2017, o Instagram Stories ultrapassou o Snapchat<sup>33</sup>, com o número de 200 milhões de usuários ativos por dia - em janeiro eram 150 milhões. O Snapchat informou<sup>34</sup> em fevereiro deste mesmo ano ter 158 milhões de usuários diários nas publicações de fotos e vídeos, número que, segundo a própria rede social, teria se mantido até o mês de abril. Desde o lançamento do Instagram Stories, o Snapchat segue investindo em novidades. Em maio de 2017, por exemplo, uma atualização veio oferecendo recurso de vídeo animado em *looping*, semelhante ao Boomerang, além de pincel para desenhar com *emojis* e ferramenta de borracha para desfazer desenhos, tendo esta última já sido reproduzida pelo Instagram no mesmo mês.

**Whatsapp Status** - O Whatsapp é um aplicativo de mensagens para *smartphones* cujo funcionamento e cadastro são necessariamente vinculados a um número de telefone. Permite troca de mensagem de texto, envio de imagens, vídeos, áudio e ligação gratuita, desde que conectado à *internet*. É o maior mensageiro *online* do mundo, acessado por mais de 1bilhão de pessoas mensalmente<sup>35</sup>.

O Whatsapp ganhou a função das publicações com validade de 24h em fevereiro de 2017. A etapa de edição de imagem permite apenas girar, cortar e adicionar legenda (figura 27). O recurso, chamado "Whatsapp Status", traz a apresentação visual mais básica dentre os demais aplicativos que utilizam o modelo de publicação temporária. Assim como no Snapchat, é possível ver com exatidão hora e minuto em que a imagem foi publicada, enquanto nas demais plataformas observadas essa informação não é tão precisa.

---

<sup>33</sup> <<http://www.tudocelular.com/android/noticias/n91491/instagram-stories-ultrapassa-usuarios-snapchat.html>> Acesso em mai. 2017.

<sup>34</sup> <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,snapchat-tem-158-milhoes-de-usuarios-ativos-diariamente,70001651159>> Acesso em mai. 2017.

<sup>35</sup> <<http://expandedramblings.com/index.php/downloads/whatsapp-statistic-report/>> Acesso em ago. 2017.

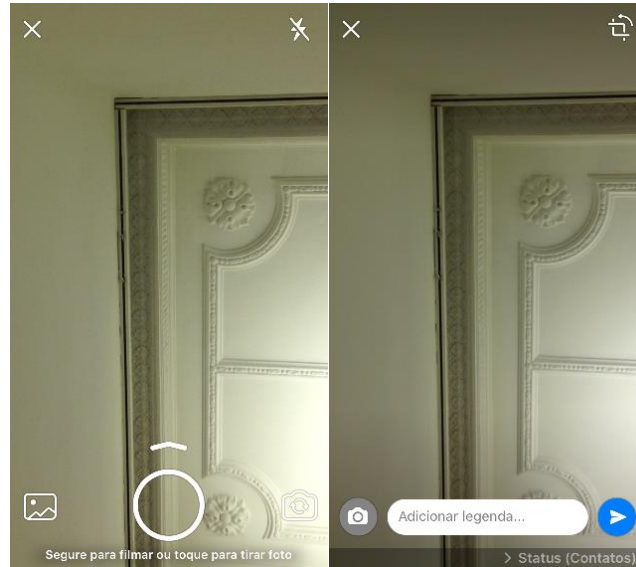


Figura 27: Telas de câmera e edição pós-captura do WhatsApp Status.

Fonte: Acervo pessoal.

É interessante lembrar que este aplicativo, lançado em 2009 e vendido à Facebook Inc. em 2014, inicialmente tinha como proposta o compartilhamento de *status* entre os usuários. No próprio *blog* do Whatsapp<sup>36</sup> é possível ler que a ideia original do projeto foi desenvolver um aplicativo no qual o usuário pudesse dizer aos amigos e outros contatos o que estivesse fazendo naquele momento. Alguns exemplos das opções eram “Ocupado”, “Na escola” e “No cinema”. Essa configuração inicial durou alguns meses e no mesmo ano o aplicativo apresentou sua função permanente.

**Facebook Stories** - O Facebook é uma rede social digital lançada em 2004 por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. Nesta rede é possível criar perfil pessoal ou página relativa a serviço, marca ou projeto. Os usuários compartilham informações pessoais e conteúdos de diversos interesses, podendo fazer publicações por meio de texto, fotos, vídeos e *links*. É a maior rede social do mundo, tendo registrado 1,94 bilhão de usuários mensais em março de 2017, segundo a própria companhia Facebook Inc<sup>37</sup>. Em março de 2017, foi a vez de seu aplicativo, disponível desde 2008, lançar a versão adaptada do modelo criado pelo Snapchat.

<sup>36</sup><<https://blog.whatsapp.com/10000630/Status-do-WhatsApp>> Acesso em mai. 2017.

<sup>37</sup> <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.ghtml>> Acesso em jun. 2017.

O recurso de publicações que se apagam em 24h no Facebook só é disponível para dispositivos móveis que tenham o aplicativo baixado, não sendo uma opção o uso através de navegadores *web*. Na página inicial da nova função apresenta-se uma câmera (figura 28) com possibilidades de efeitos, algumas máscaras e cenários temáticos, inclusive com base na localização geográfica. O acesso à galeria do dispositivo não se restringe às últimas 24 horas. Ao lado das histórias dos amigos do usuário, acrescentou-se ao *feed* de notícias, página inicial do Facebook, o botão “Direct”. Através desta opção, é possível enviar registros em fotos ou vídeos para um ou mais amigos.

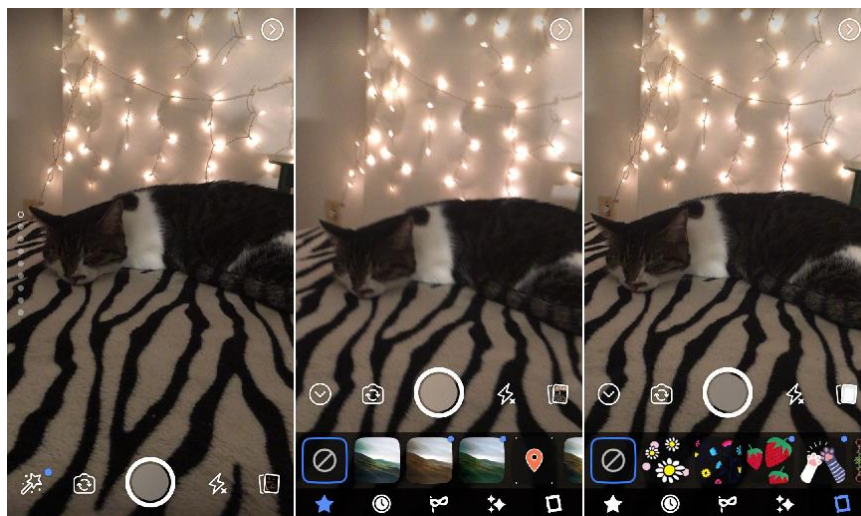


Figura 28: Telas de câmera e edição do Facebook Stories.

Fonte: Acervo pessoal

**Meu Dia (Messenger)** - No Messenger, aplicativo de troca de mensagens vinculado à conta do Facebook desde 2011, o formato de publicação de conteúdo temporário é lançado em março de 2017 e tem como nome “Meu Dia”. O acesso ao rolo da câmera não é limitado - o usuário pode carregar nesta função quaisquer arquivos da memória do dispositivo móvel, não importando a data de captura ou criação. No caso de não ser uma imagem feita em tempo real, é sinalizado, ao lado do tempo de publicação: “Rolo da câmera”.

Nesta plataforma não só é possível saber quem visualizou seu conteúdo, como às vezes o próprio aplicativo notifica o usuário sobre seu ritmo de: “*Seu dia está começando a receber visualizações*”. Há máscaras e desenhos e filtros oferecidos pelo próprio Messenger (figura 29). As figuras para sobrepor às fotos e vídeos são separadas por categorias, sendo elas “Sentindo”, “Fazendo”, “Quem Topa?”, “Diversão” e “Disfarces”. Ao responder a uma publicação, além de poder escrever mensagem o usuário pode reagir com os botões padrões

“Haha”, “Uau”, “Aww” e “Oh Não!”.

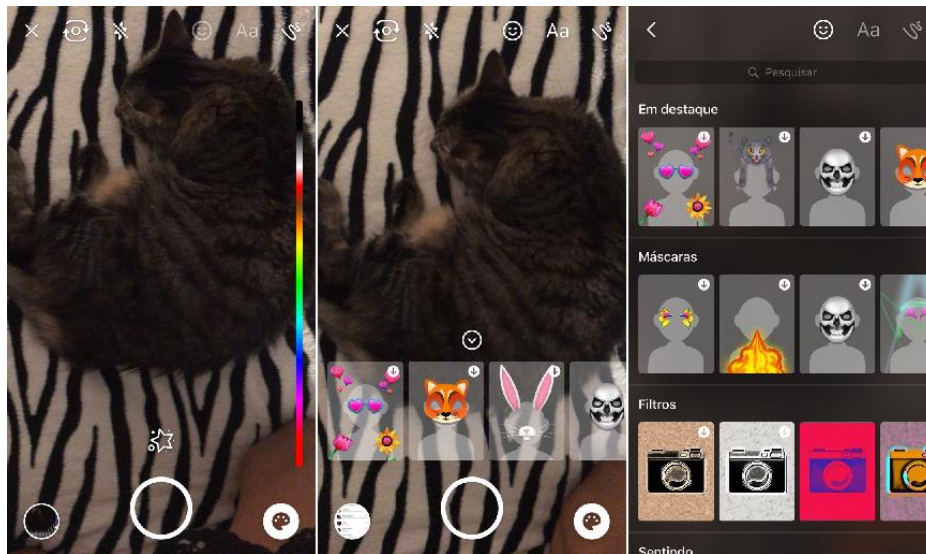


Figura 29: Telas de câmera e edição do recurso Meu Dia Messenger

Fonte: Acervo pessoal.

NOME	MÉDIA DE USUÁRIOS <sup>38</sup>	FOTO/VÍDEO	PAGO/GRATUITO	WEB/MÓVEL	INTERAÇÃO	ÁREAS TEMPORÁREAS
Snapchat	166 milhões <sup>39</sup>	Foto	Gratuito	Móvel	Resposta às imagens; enviar diretamente;	Sim
Instagram Stories	250 milhões <sup>40</sup>	Foto e vídeo	Gratuito	Móvel	Resposta às imagens; enviar diretamente; marcar perfis	Sim
WhatsApp Status	175 milhões <sup>41</sup>	Foto e vídeo	Gratuito	Móvel	Resposta às imagens	Sim

<sup>38</sup> Reforçamos que tratam-se de informações aproximadas, devido à dificuldade em encontrar medidas padronizadas.

<sup>39</sup> <<http://istoe.com.br/com-prejuizo-bilionario-snapchat-luta-para-competir-com-facebook/>>. Acesso em jul. 2017.

<sup>40</sup> <<https://techcrunch.com/2017/06/20/instagram-live-video-replays/>> Acesso em jul. 2017.

<sup>41</sup> <<https://www.theverge.com/2017/5/3/15537000/whatsapp-stories-status-users-175-million>> Acesso em jul. 2017.

Facebook Stories	250 milhões <sup>42</sup>	Foto e vídeo	Gratuito	Móvel	Resposta às imagens; enviar diretamente	Sim
Meu Dia Messenger	não informado pelo aplicativo <sup>43</sup>	Foto e vídeo	Gratuito	Móvel	Resposta às imagens; enviar diretamente	Sim

Quadro 2: Principais características das plataformas com área de publicação temporária.

Fonte: Produção própria.

Uma vez observado o funcionamento deste modelo de conteúdo temporário nas diferentes plataformas que hoje o disponibilizam ao público, nota-se que as principais diferenças entre eles estão nas interfaces e possibilidades de modificação de imagens. Em todos os aplicativos analisados é possível sobrepor texto e figuras do teclado de *emoji* do dispositivo utilizado.

Diferente do Snapchat e do Instagram Stories, nos quais se pode, por exemplo, fazer uma transmissão ao vivo ou criar vídeos rebobinados, as modalidades de captura em tempo real no Meu Dia (Messenger), Facebook Stories WhatsApp Status são simplesmente foto e vídeo. Há uma variação no que diz respeito ao acesso ao rolo da câmera do dispositivo utilizado e à apresentação da passagem de tempo desde que as imagens foram publicadas.

As opções de configuração de privacidade são semelhantes, podendo o usuário sempre ocultar seu conteúdo de perfis específicos. Em todos os aplicativos citados é possível ter acesso a quem visualizou seu conteúdo imagético, informação sempre sinalizada por um ícone de olho, e interagir respondendo às imagens dos contatos. Nota-se que todos têm em comum o fato de estarem disponíveis apenas em aplicativos para dispositivos móveis, reforçando a constatação de que estes representam a principal câmera da atualidade. Como diz André Gunthert apud Leonardo Pastor (2016, p. 157) o *smartphone* torna-se um “aparelho fotográfico universal”.

<sup>42</sup> <<https://techcrunch.com/2017/07/30/facebook-stories-public/>> Acesso em jul. 2017.

<sup>43</sup> <<http://uk.businessinsider.com/facebook-messenger-david-marcus-bloat-snapchat-copying-bots-2017-7>>. Acesso em jul. 2017.



Considerando que Instagram, Messenger, Facebook e Whatsapp são aplicativos que hoje pertencem à companhia Facebook Inc., é notório que o modelo de sucesso criado por uma concorrente para retratar a ênfase no presente de forma “divertida” e desapegada foi visto pela empresa de Mark Zuckerberg como tendência inevitável.

Ainda que não seja possível afirmar seguramente, a reposta do público, em uso, a este formato no qual há espaço para o lúdico por meio de publicações de caráter passageiro e descomprometido pode confirmar novas demandas de expressividade dos usuários, bem como de interação entre eles.

Podemos notar que uma das principais diferenças estabelecidas entre as redes sociais imagéticas iniciais e as plataformas mais recentes dedicadas à circulação de imagens é a importância dada ao armazenamento. Enquanto o Flickr, por exemplo, oferece espaço digital para que os usuários guardem as imagens que desejarem, nas redes com área de publicação de duração determinada há o descarte, ainda na proposta, da própria ideia de armazenar.

No espaço digital, a fotografia e o vídeo fazem parte de um regime de utilidade, significado e representação que se renova constantemente. Há agora uma outra relação com o tempo e com o registro. É a efemeridade da imagem. Enquanto participantes da *internet*, vemos não só uma maior produção “amadora” de fotos e vídeos através das lentes, sejam elas quais forem, como uma circulação que indica que o objetivo maior pode ser tocar o outro rapidamente. Como aponta André Gunthert apud Leonardo Pastor (2016, p. 12), “hoje em dia, o verdadeiro valor de uma imagem é de ser compartilhada”.

### 3. ANÁLISE DO USO DA GALERIA E DO STORIES DO INSTAGRAM

Buscando entender o uso que as pessoas fazem das áreas permanentes e temporárias das redes sociais, escolhemos o Instagram e investigamos comparativamente o uso da galeria e do Stories. Para tanto foi realizada uma pesquisa com 173 usuários (e 19 comentários abertos) através de um questionário *online*<sup>44</sup> (APÊNDICE) que ficou disponível entre 29 de junho e 09 de julho de 2017.

Ao acessar o link, o respondente encontra uma página inicial com uma breve apresentação do objetivo do estudo, bem como a informação de que sua contribuição seria anônima. Para dar seguimento às etapas seguintes, é obrigatório sinalizar estar de acordo com a participação. As questões estão divididas entre três seções: 1. “Perfil”, seção obrigatória que solicita informações de idade, sexo, escolaridade e região de residência; 2. “Produção e compartilhamento de conteúdo no aplicativo Instagram”, que traz perguntas sobre frequência de uso, processo de edição de imagens e tipos de conteúdo mais publicados e se divide entre as partes “Sobre o uso da galeria” e “Sobre o uso do Stories”. Para construir a análise comparativa, todas as perguntas da parte “Sobre o uso da galeria” se repetem em “Sobre o uso do Stories”; e 3. “Questões complementares. Ao fim das perguntas há um espaço para comentário opcional.

Após a interpretação do questionário, buscando ilustrar algumas diferenças entre as publicações feitas nos dois modos e demonstrar resultados trazidos pelas respostas, acompanhamos e armazenamos com capturas de tela, no período de sete dias, os conteúdos compartilhados por três pessoas que demonstraram, nos comentários, interesse em participar mais profundamente da pesquisa.

O principal critério de escolha dessas usuárias<sup>45</sup> foi a frequência<sup>46</sup> de publicação nos perfis, já que trata-se de um estudo comparativo e que para esta demonstração é importante acompanhar um bom número de imagens. Depois, foi feito contato por e-mail para convidar a

---

<sup>44</sup> Divulgado por páginas pessoais no Facebook.

<sup>45</sup> Mulheres entre 22 e 31 anos, condizendo com o perfil mais ativo nas respostas ao questionário.

<sup>46</sup> As interessadas em continuar participando da pesquisa deixaram no questionário seus respectivos nomes e contatos, tornando possível a busca por seus perfis no Instagram.

uma conversa<sup>47</sup> via WhatsApp e assim compreender um pouco mais, com exemplos opinativos, o uso da plataforma. As informações trazidas pela participação destas três pessoas tem aqui uma função ilustrativa e não representativa<sup>48</sup>.

### **3.1 Sobre o perfil**

A maioria dos respondentes, 74,6%, disse residir na região nordeste do Brasil. 75,7% declarou-se do sexo feminino. A expressiva maioria, 63,3%, tem entre 22 e 31 anos de idade, e são portadores de diplomas de ensino superior (58,5%). Metade diz estar há 4 ou 5 anos no Instagram.

---

<sup>47</sup> Foi feita a pergunta padrão “Como você costuma diferenciar os conteúdos que vão para cada um dos ambientes? Há critérios que você identifica nesse processo?”. Além disso, foi pedido que falassem um pouco mais sobre opiniões próprias deixadas nos comentários no questionário.

<sup>48</sup> Ao longo deste capítulo algumas das imagens são utilizadas, com devida autorização das participantes, que são aqui representadas pelos nomes fictícios Ana, Joana e Maria.

### 3.2 Produção e compartilhamento

18,5% dos participantes disseram não utilizar o Stories, de modo que as questões específicas sobre esta ferramenta foram respondidas por menos pessoas. A frequência de publicação teve, nos dois espaços do Instagram, respostas bem diversas (gráficos 1 e 2). No entanto, pode-se notar que o compartilhamento no Stories tende a ser mais frequente. Enquanto “algumas vezes no mês” lidera o ritmo sobre o uso da galeria, “de duas a três vezes na semana” foi a opção mais escolhida entre os que usam o Stories.

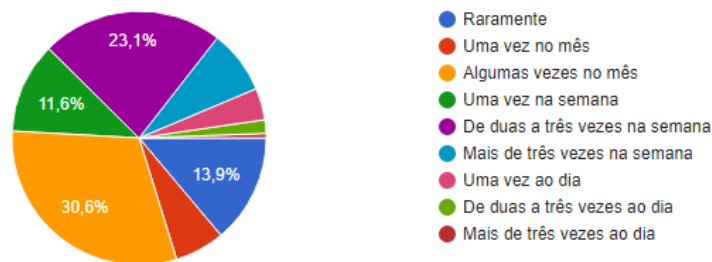


Gráfico 1: Com que frequência, aproximadamente, você faz publicações na galeria do seu perfil no Instagram?

Fonte: Google Forms

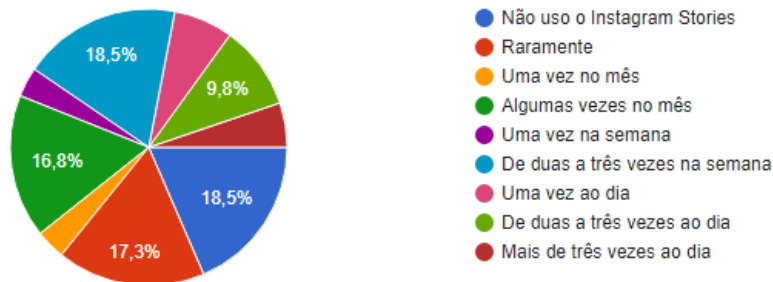


Gráfico 2: Com que frequência, aproximadamente, você faz publicações no Instagram Stories, no seu perfil do Instagram?

Fonte: Google Forms

Para exemplificar variações de frequência entre publicações feitas na galeria (quadro 3) e no Stories (quadro 4), apresentamos os números abaixo, relativos aos três perfis acompanhados.

	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA
Ana	2	1	2	1	1	1	2
Maria	1	0	1	0	0	2	1
Joana	0	0	0	1	0	0	0

Quadro 3: Quantidade de publicações feitas na galeria do Instagram dos três perfis acompanhados.

Fonte: Produção própria.

	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA
Ana	15	5	4	5	2	1	23
Maria	6	2	5	4	1	2	4
Joana	1	22	0	0	0	3	21

Quadro 4: Quantidade de publicações feitas no Instagram Stories dos três perfis acompanhados.

Fonte: Produção própria.

Ainda que não possamos apontar padrões com base nos quadros acima, nota-se que mesmo a nível ilustrativo as publicações no Stories foram mais frequentes do que na galeria.

Sobre os tipos de imagem mais compartilhados, os resultados do questionário demonstram que em ambos os modos estes são fotografias feitas pelos próprios usuários, seguidas por vídeos também autorais. No caso destes, são expressivamente mais publicados no Stories (76,6%) do que na galeria (37%). Esse uso sugere uma nova relação do usuário do Instagram com a linguagem do vídeo, sendo este pensado para uma circulação temporária. Ana, 26, diz que o uso do vídeo nesta ferramenta acabou influenciando-a a não ter tanta vergonha. “*Eu mesma me assistindo no Stories e vendo que não “doeu”, acabei ficando menos preciosista e postando também na galeria.*”, conta.

Destacou-se no Stories (34.8%) publicações de capturas de telas (*print screens*) de conteúdos publicados por outros perfis. Na galeria somente 8,1% dos respondentes dizem fazer este uso. Podemos concluir que na área de publicações que se apagam há maior tendência de reproduzir conteúdos de outras páginas e pessoas, podendo estes ser relativos por

exemplo a divulgações de informações ou até reclamações de serviços, como encontramos nas imagens (figura 30) seguintes.

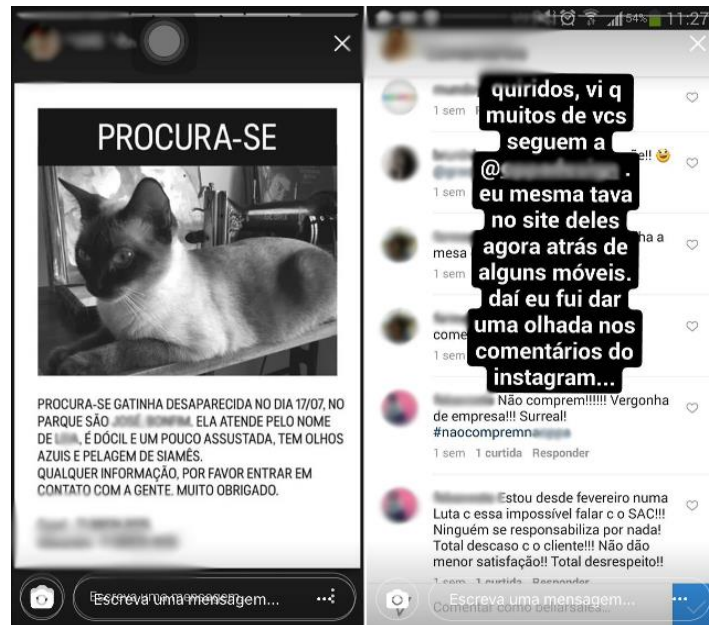


Figura 30: Capturas de tela publicadas no Instagram Stories.

Fonte: Acervo pessoal.

O compartilhamento no Stories tende a ser mais instantâneo do que o da galeria. 59,6% dos respondentes costumam fazer a captura das imagens usando a tela de câmera do próprio Stories, enquanto somente 9,9% usam a tela de câmera do Instagram para as imagens que vão para a galeria. Estas são geralmente capturadas através do aplicativo de câmera do dispositivo móvel (80,9%), e depois publicadas na rede social. O compartilhamento no Stories costuma ser feito imediatamente (67,4%) (gráfico 3), enquanto que na galeria apenas 11,6% publicam o conteúdo assim que o registro é feito (gráfico 4). Isso mostra que as imagens mais impulsivas tendem a ser direcionadas ao Stories. No processo entre a captura e o compartilhamento, nota-se que as imagens expostas permanentemente passam por um processo mais lento de edição, diferentemente do que acontece com as imagens temporárias do Stories.

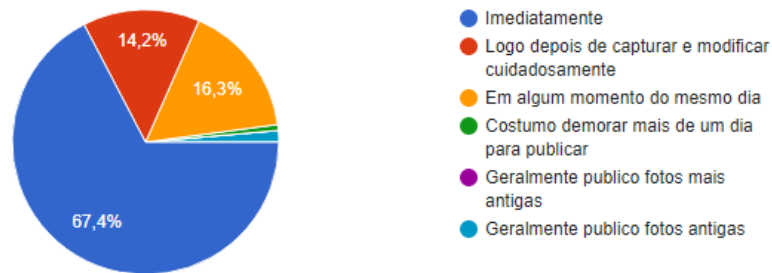


Gráfico 3: Depois de capturar uma foto ou vídeo, em quanto tempo aproximadamente você costuma publicar no Instagram Stories de seu perfil no Instagram?

Fonte: Google Forms.

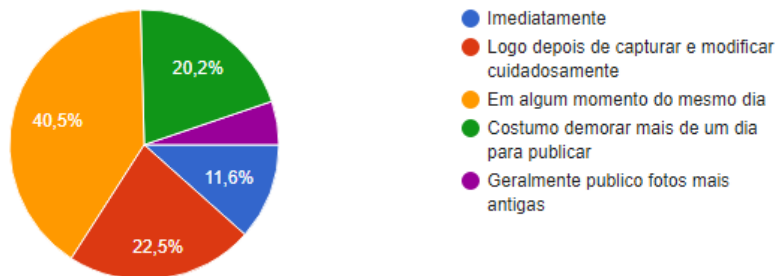


Gráfico 4: Depois de capturar uma foto ou vídeo, em quanto tempo aproximadamente você costuma publicar na galeria de seu perfil no Instagram?

Fonte: Google Forms.

As opções de edição oferecidas pelo próprio aplicativo são, por si só, fatores que determinam muitas diferenças entre os conteúdos finais publicados. Tanto na galeria quanto no Stories, a maioria dos participantes disse fazer uso desses recursos. No Stories, 48,2% disseram que usam em algumas publicações e 31,9% sempre. Na galeria 36,4% utilizam em algumas publicações e 34,1% sempre.

No modelo de publicação permanente, o usuário pode escolher entre 23 filtros e diversas modificações como brilho, saturação, contraste, nitidez e cor. Este espaço sugere uma edição mais elaborada e cuidadosa em termos de tratamento de imagem. Já as opções trazidas pelo Stories se baseiam no ato de sobrepor. Além dos seis filtros disponíveis, toda e qualquer alteração se dá dessa maneira, seja por meio de figuras e *emojis*, seja a partir do uso dos três tipos de pincéis – o que envolve invariavelmente a expressividade individual, realizada através do contato entre dedo e tela. Ao contrapor os dois modos de publicação,

percebe-se caminhos estéticos diferentes. No Stories, a sobreposição de texto sobre a imagem é a opção de edição mais comum (87,7%).

Trata-se, talvez, para os usuários, de uma forma de ampliar a capacidade informacional da imagem, incluindo "explicações", "mensagens", "expressões" textuais sobrepostas (figura 31) às fotos e vídeos. Essa prática parece reforçar a hipótese de que as fotografias efêmeras da era das redes sociais são mais importantes como vetor de sociabilidade do que como objeto imagético de "qualidade". Uma vez que tornam-se parte da imagem, podendo ter diversas variações de tamanho e cor e ser fragmentados em blocos e posicionados livremente, os textos apresentam de fato outras possibilidades comunicativas. Já na área de publicação permanente, fotográfico e textual são conectados, pelo aplicativo, apenas por correspondência, através de legenda (figura 32).



Figura 31: Imagens com sobreposição de texto no Instagram Stories.

Fonte: Acervo pessoal.





Figura 32: Publicações feitas nas galerias dos perfis acompanhados.

Fonte: Acervo pessoal.

Ainda sobre as possibilidades de modificar a imagem no Stories, Joana, 23, explica que faz um uso lúdico e artístico, explorando as ferramentas do próprio aplicativo, seja um vídeo de trás pra frente, uma *selfie* com *stickers* ou desenhos com os pincéis (figura 33). Ana diz, no comentário deixado no questionário, que o Stories foi essencial para ela e trouxe experimentação. Ao desenvolver essa questão durante a entrevista, ela afirma que isso se dá justamente por ser uma coisa efêmera na qual se pode editar de forma “totalmente diferencial”. “Uma coisa é tirar foto do mar com o pôr-do-sol, o que seria um clichê. Outra coisa é colocar na mesma foto um golfinho desenhado ou um emoji de passarinho.”, exemplifica.

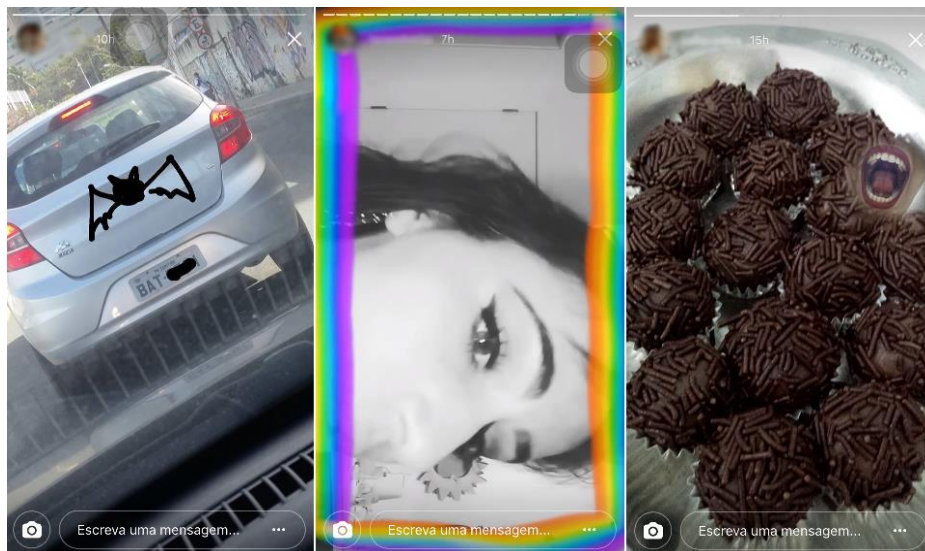


Figura 33: Imagens com uso de pincel para desenhar, pincel “arco-íris” e *selfie sticker*, publicadas no Instagram Stories.

Fonte: Acervo pessoal.

Notamos também a possibilidade de uso do Stories estritamente como ferramenta de modificação de imagem. A publicação abaixo foi feita na galeria do perfil de Ana, que disse ter usado um dos pincéis do Stories para desenhar os traços em branco e posteriormente salvado a imagem (figura 34) no *smartphone*.



Figura 34: Imagem modificada no Stories e publicada na galeria de um perfil no Instagram.

Fonte: Acervo pessoal.

Sobre os tipos de conteúdo mais compartilhados, quase todas as opções foram mais marcadas no Stories do que na galeria, indicando maior diversidade de conteúdo na área de exposição temporária. Se destacam, com expressiva diferença (de pelo menos 20%) entre Stories e galeria os conteúdos “comidas/bebidas”, “*shows*/espetáculos” e “cenas de filme/TV”. Todas essas opções foram mais selecionadas no uso do Stories.

Enquanto “paisagens” foi a opção mais selecionada na galeria, as *selfies* lideraram o Stories. Se relacionado aos comentários deixados no questionário sobre “relevância” e “importância”<sup>49</sup> suficientes para ocupar o espaço que permanece, o fato de as *selfies* serem o principal conteúdo no Stories pode revelar certo conforto entre a associação da exposição da

<sup>49</sup> Disponíveis na página 51.

própria figura e um conteúdo mais “banal”, que se apaga. O autorretrato é, para Simonetta Persichetti (2013), uma imagem que brinca com a banalidade. No entanto, esse não parece ser de fato um diferencial entre os dois ambientes do Instagram, pois as *selfies* foram o segundo conteúdo mais selecionado sobre o uso da galeria. O que podemos afirmar é que estas imagens apresentam uma circulação frequente nesta rede social, presente tanto na galeria quanto no Stories.

PERSICHETTI (2013) aponta ainda que, assim como em toda fotografia, o fascínio do retrato e do autorretrato está no seu caráter ficcional, na possibilidade de criação, de pose e de construir inúmeros personagens encenados em cada fotografia. (p. 160).

A apresentação de si mesmo, ou a construção pessoalizada (RECUERO, 2009), na *internet* é uma tônica nas redes sociais, não apenas naquelas dedicadas à fotografia. Segundo a autora, toda e qualquer interação é sempre vinculada a alguém, até mesmo porque nestes espaços onde construímos perfis para nos representar é imprescindível criar um *login* e senha que automaticamente vinculem um ator a seu perfil.

No caso do Instagram, particularmente do Stories, o “eu” como conteúdo imagético e até sonoro se fez presente ainda nas opções adicionadas ao questionário pelos respondentes, como “*eu cantando*” e “*eu, mas não selfie*”. Como diz Paula Sibilia, relacionando a exibição da intimidade nas redes a um tipo de autobiografia, “o eu que fala e se mostra incansavelmente na *web* costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo, autor, narrador e personagem” (2008, p. 31).

Outra questão relacionada ao uso do Stories é que a maior produção de conteúdo imagético se dá na própria casa do usuário. Já na galeria a opção mais selecionada é rua/espço público. Uma respondente do questionário diz que saber que as imagens se apagarão em 24h deixa-a menos preocupada com sua privacidade ou com o que as pessoas vão pensar. Por mais que as noções de “público” e “privado” apresentem constantes transformações, podemos inferir que o conteúdo mais íntimo é escolhido para ser o mais volátil, justamente por expor elementos do ambiente doméstico do indivíduo.

### 3.3 Questões complementares

A incorporação do Stories pelo Instagram levou a um abandono dos usuários da plataforma Snapchat. Antes do Instagram Stories 32,2% dos respondentes usavam o Snapchat.

Agora, são apenas 8,8%. Podemos concluir que a chegada do Stories ao Instagram e a tendência desse tipo de compartilhamento temporário de imagens pode representar, em termos práticos, a absorção do que era característica apenas do Snapchat por todas as outras plataformas já citadas. Uma vez que a maior parte dos participantes respondeu estar no Instagram há uma média de 4 a 5 anos, é provável que acumulem neste tempo um volume de seguidores e conexões envolvendo interesses e relações já estabelecidas, e por isso evitem usar dois sistemas/aplicativos. Outro fator é a possibilidade de vinculação da conta do Instagram à do Facebook, o que torna ainda mais vasta a probabilidade de manutenção, por parte dos usuários, de um único sistema para contato com sua rede de pessoas conhecidas.

Ana conta que, antes de o Stories surgir no Instagram, conhecia o Snapchat mas não via sentido em utilizar, porque nenhum amigo dela usava. *“Mas sendo no Instagram, uma ferramenta que meus amigos usam, acho legal ver o dia-a-dia deles e registrar coisas interessantes.”*, completa. Essas questões ajudam a entender a tendência ao desuso do Snapchat, já sinalizada no capítulo anterior, confirmada pela queda do número de usuários ativos nesta aplicação.

Com a exposição temporária das imagens, mais da metade dos participantes sentem-se “mais à vontade para experimentar (Ex.: ângulos, enquadramentos, *zoom*, ferramentas de edição)” (54,7%) e “menos apegada(o) ao cuidado com a qualidade (luz, resolução etc) das imagens” (53,2%), reforçando mais uma vez o caráter de contato social das imagens fotográficas em redes sociais hoje. Maria, 25, diz postar no Stories situações momentâneas e sem muita relevância. *“Quando eu tô entediada, na fila de espera do SAC, coisas assim. (...) gosto de ter o registro de momentos importantes guardados. Não vejo sentido em registrar um momento bacana e jogar o registro dele fora em 24h”*, exemplifica.

Opiniões deixadas nesta parte do questionário relacionam o uso do Stories a um método de publicação menos “preocupado”, tanto em termos de “relevância” de conteúdo como de “qualidade” de imagem. Vejamos alguns depoimentos deixados no questionário:

*“Costumo usar o Stories pra postar coisas de rotina sem muita preocupação estética”*

*“Menos preocupada com minha privacidade ou com o que as pessoas vão pensar”*

*“Mais livre para publicar coisas corriqueiras que não são relevantes o suficiente para estar no meu feed, mas que de alguma forma mostram quem eu sou e o que eu gosto.”*

*“É algo que eu quero compartilhar, mas não acho "importante" o suficiente para publicar na minha galeria”*

*“À vontade para postar algo de caráter passageiro ou "menos interessante" do que aquilo que posto na galeria”*

Há ainda outros elementos de diferenciação na forma como o usuário se sente ao publicar uma imagem na galeria ou no Stories. A expectativa pelo “like” e a relação direta do Stories com as mensagens privadas no Instagram são alguns deles. Enquanto as publicações da galeria podem ser curtidas e comentadas publicamente, no Stories a única possibilidade de reação às imagens é “Escreva uma mensagem...”, ação que direciona a interação para o Direct, seção de bate-papo. Essa questão mostra o Stories como um novo lugar de impulsionamento para interação direta e privada entre usuários. Segundo alguns respondentes:

*“(...) me sinto à vontade pra responder as histórias das pessoas, o que gera conversas até substanciais! Adoro receber também. São ótimas formas de puxar assunto com alguém q c quer conversar mas nao sabe como. Ou ate mesmo de lembrar de um amigo e mostrar q se importa ♡”*

*“Criar assunto e abertura para conversar com os seguidores, conhecer pessoas novas que tenham o mesmo interesse cotidiano que o meu.”*

*“A opção de stories no instagram possibilitou uma aproximação dos profissionais que eu sigo, bem como conhecer pessoas novas e que tenham interesse parecido comigo. Já conheci um rapaz com quem me relacionei, já fiz amizades e contatos profissionais também usando a ferramenta de mensagem "direct".*

Ana diz que no Stories as pessoas acabam interagindo de forma diferente do que seria um comentário numa foto, justamente por ser uma coisa privada. Segundo Joana, a melhor parte de publicar um Stories é o depois da postagem, quando os seguidores respondem e opinam sobre o conteúdo. *“Normalmente são interações que elevam minha autoestima ou que desencadeiam discussões construtivas. Seja quando a pessoa responde meu Stories com alguma pergunta e questionamento ou compartilhando de um sentimento que eu expus. São pequenas interações que sustentam muitos relacionamentos modernos...”*, relata

Em dois dos perfis acompanhados notamos que em dias em que os números (23 e 22) de publicações no Stories foi muito alto em relação aos demais, as imagens foram apresentadas textualmente como uma narrativa. Não buscamos representar as situações compartilhadas mas

exemplificar (figuras 35 e 36)<sup>50</sup> como as noções de início e até mesmo fim de uma sequência de muitas imagens podem ser temporalizadas, a partir do que dizem os usuários, nesta ferramenta.



Figura 35: Apresentação textual de sequência no Instagram Stories (1).

Fonte: Acervo pessoal.



Figura 36: Apresentação textual de sequência no Instagram Stories (2).

Fonte: Acervo pessoal.

<sup>50</sup> Em amarelo, sinalização nossa.

A apresentação literal dos conteúdos interligados por uma sequência indica certa sintonia com a proposta do Stories de contar a história de um dia. Nestes casos que trouxemos como exemplo, os registros parecem girar em torno da ação de mostrar uma situação, desenvolver uma “documentação” de trajetória em tempo real e até “comemorar” uma data. Em alguns casos as fotos capturadas podem inclusive ser lidas como meros “planos de fundo” para os textos.

#### 4. CONCLUSÃO

No Instagram desde seu nome a proposta é colocada: o instantâneo em evidência. A presença e o uso do Stories são hoje uma comprovação de que as noções de instantaneidade no compartilhamento de imagens estão em constante movimento. Entendemos que as redes sociais com área de armazenamento temporário, por aliarem mobilidade, simplicidade na modificação das imagens e circulação imediata destas, são uma manifestação expressiva da cultura da efemeridade, marcada pelas acelerações nas trocas de informação.

Segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky<sup>51</sup>,

toda a cultura mass-midiática tornou-se uma formidável máquina comandada pela lei da renovação acelerada, do sucesso efêmero, da sedução (...) A uma indústria cultural que se organiza sob o princípio soberano da novidade corresponde um consumo excepcionalmente instável; mais que em toda parte reina aí a inconstância e a imprevisibilidade dos gostos: nos anos 1950, o tempo médio de exploração de um longa-metragem era de cerca de cinco anos, agora é de um ano; o ciclo de vida médio de um sucesso musical oscila hoje entre três e seis meses; raros são os best-sellers cuja duração de vida ultrapassa um ano, e muitos sebos já nem mesmo recomparam as obras cuja data de publicação excede os seis meses. (LIPOVETSKY, 2009, p. 238)

Há uma urgência em produzir conteúdo novo e atrativo. Uma vez equipados e conectados, isso faz de todos, na atual cultura digital, não só consumidores “comuns”, mas potenciais produtores e emissores de informação. SILVA J.J. A. (2014) entende, no eixo entre o modelo de instantaneidade Kodak e o Instagram, que a distribuição enfatiza o consumo, enquanto a circulação faz apologia da participação<sup>52</sup>. Nesta cultura contemporânea, marcada pela popularização dos *smartphones* e pela conexão móvel à *internet*, aumenta-se de forma mundial a produção e a circulação de informação sob a forma de textos, fotografias e vídeos. Tais mídias, cuja circulação faz parte do atual regime do instantâneo, são componentes da lógica de efemeridade nas redes, confirmando o que Lipovetsky (2009, p. 32) apontava: o fugidío vai funcionar como uma das estruturas constitutivas da vida mundana.

Além do movimento amplo da instantaneidade na prática do compartilhamento de imagens digitais, temos como destaque na conclusão deste estudo a intensa atuação destas

<sup>51</sup> O ano ao lado da indicação de página se refere à publicação de onde os trechos foram retirados, mas a obra foi escrita em 1987.

<sup>52</sup> “Um sistema de distribuição opera de forma centralizada, mantém uma hierarquia rígida entre os participantes e tem como objetivo principal a entrega de produtos acabados e uniformes ao consumidor. Um sistema de circulação flexibiliza e coloca em crise a concepção de hierarquia, assimila a lógica descentralizada da própria rede e gera a disseminação das informações como elemento necessário à experiência. (SILVA J.J. A., 2014, p. 99)



como vetores de comunicação e sociabilidade. Foram observadas, a partir dos dados do questionário, tendências de como os usuários se comportam, inclusive interativamente, diante das diferenças dos dois ambientes *online* postos pelo Instagram. Mostramos como um recurso que acaba de completar um ano, o Stories, modifica as práticas de uso do Instagram (antes baseadas na circulação de imagens que somente vão compor "galerias") e mexe na ecologia das redes sociais imagéticas, com o iminente ocaso do Snapchat.

O Stories, pela finitude temporal programada das imagens, funciona como um espaço para exposição de “qualquer coisa”. Já a galeria é predominante usada para imagens de maior destaque e importância, ainda que nem mesmo aqui elas tenham necessariamente importância em termos de “qualidade” imagética.

Como exemplo, podemos sintetizar com os olhares das três participantes, Maria, Ana e Joana. Maria afirma que o Stories simboliza o espaço para veicular imagens de momentos fugazes, coisas engraçadas. Já a galeria é o lugar para onde vão “os registros do coração”. Para Ana o Stories acaba sendo um diário, um espaço para registrar coisas interessantes que vemos ao longo do dia. “*No Stories eu posto sem tanto cuidado, coisas efêmeras mesmo, na galeria quero guardar o melhor do melhor*”, conta. Para Joana o Stories é dedicado a ocasiões efêmeras mais superficiais e instantâneas, com uma frequência quase que diária de postagens. Sua relação com a galeria é muito mais esporádica e as publicações raramente se dão imediatamente após o registro. Ela dedica mais tempo trabalhando essas imagens, às vezes usando mais de um aplicativo. Todas confirmam o resultado desse estudo.

Guardadas as devidas proporções, e tendo em vista o novo registro temporal das fotografias, podemos dizer, com base nos achados desta pesquisa, que a galeria é uma espécie de “reserva” de tempo, de manutenção das imagens mais cuidadosamente “selecionadas” pelo usuário. É o espaço do Instagram no qual pode-se encontrar ainda resquícios dos “álbuns de fotografia” da era analógica. Certamente, não vemos mais rituais cerimoniais necessariamente associados à prática do registro e da memória, mas nesta área de publicações permanentes persiste a possibilidade de revisitar a qualquer momento imagens que, juntas e com o passar dos dias, podem contar uma história.

Já o Stories é o lugar do efêmero porque lá as publicações são temporárias. A dimensão deste modelo de publicação ganha em potência quando o aplicativo que mais cresce no mundo<sup>53</sup> incorpora esse recurso. Aqui as informações imagéticas são postas em sequência,

---

<sup>53</sup> <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/tecnologia/1501658806\\_683191.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/tecnologia/1501658806_683191.html)> . Acesso em ago. 2017

durante um dia, – temporalizadas a partir de uma lógica de início, meio e fim – sob a ótica do apagamento. A pesquisa mostrou que o Stories pode ser o lugar de veicular conteúdos menos associados à “aprovação” manifestada pelos usuários seguidores. Essa relação de aparente menor dependência, que não inclui a interação total mas sim a pública (*likes* e comentários), tende a diluir critérios de seleção dos conteúdos publicados, podendo gerar compartilhamentos de cenas “mais espontâneas”. A exposição baseada na expiração das imagens, aliada à ênfase na veiculação de cenas capturadas no momento presente, constrói um contexto focado na transmissão do que está acontecendo exatamente agora, e a ideia do conteúdo ao vivo remete à própria vida acontecendo. Logo, no Stories não estariam os momentos necessariamente “especiais”, mas “únicos” no sentido de simbolizar o aqui e o agora.

A galeria, como ambiente, não se caracteriza como efêmera, ainda que o *feed* (página inicial para onde as imagens permanentes vão assim que publicadas) traga um pouco dessa efemeridade como circulação e fluxo.

O princípio da prática fotográfica em redes sociais, independente do ambiente, continua o mesmo: estar em contato com o outro, compartilhar o que se está vendo ou fazendo. Simonetta Persichetti (2013), ao dizer que estamos o tempo todo ritualizando e recriando boa parte da vida cotidiana, explica:

Os papéis se alternam, e a fotografia acaba por se tomar um dos meios utilizados para firmar essa ideia e dar concretude ao que estamos vendo. A visão é mediada pelo nosso conhecimento, pela nossa construção de mundo a partir das representações. E as representações refletem ou imitam a realidade social. (PERSICHETTI, 2013, p. 160)

No caso da galeria, o compartilhamento do que vemos pode significar "guardar momentos especiais", visto que são imagens “feitas para durar”. No caso do Stories, são comumente capturadas cenas “banais”, às vezes meros meios para expressar mensagens em texto ou áudio. São imagens que, embora possam ser salvas, são “feitas para sumir”, ao menos a nível de exposição.

A incessante circulação de fotos e vídeos digitais nas redes e a ampliação da instantaneidade na produção e no compartilhamento destas mídias desafiam nosso entendimento à respeito da experiência de registro e memória, criando uma outra prática fotográfica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGRELA, Lucas. **WhatsApp ganha recursos do Snapchat e Instagram Stories**. 2017. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/whatsapp-ganha-recursos-do-snapchat-e-instagram-stories/>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

BICUDO, Lucas. **Nova atualização do Snapchat traz polêmica (há quem diga que destruiu aplicativo)**. 2016. Disponível em: <<https://conteudo.startse.com.br/tecnologia-inovacao/lucas-bicudo/nova-atualizacao-do-snapchat-traz-polemica-ha-quem-diga-que-destruiu-aplicativo/>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

CALABAZA, Michael. **Origin Stories of six Social Media Giants**. 2015. Disponível em: <<https://www.mightycall.com/blog/adapting-to-change/>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

CARRERA, Fernanda. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. **Animus Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, v. 11, n. 22, p.148-164, 21 dez. 2012. Universidad Federal de Santa Maria. <http://dx.doi.org/10.5902/217549776850>.

CIRIACO, Douglas. **8 redes sociais para amantes de fotografia**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/8-redes-sociais-para-amantes-de-fotografia/>>. Acesso em: 17 jun. 2017.

CONSTINE, Josh. **Instagram launches selfie filters, copying the last big Snapchat feature**. 2017. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2017/05/16/instagram-face-filters/>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. Novas formas de comunicação: história do Facebook - Uma história necessariamente breve. **Alceu**, [s.i.], v. 14, n. 28, p.168-187, abr. 2014.

COSSETTI, Melissa Cruz. **Facebook lança Messenger Day, após WhatsApp Status e Instagram Stories**. 2017. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2017/03/facebook-libera-messenger-day-para-todos-um-novo-rival-para-o-snapchat.html>>. Acesso em: 07 jun. 2017.

COSSETTI, Melissa Cruz. **Facebook vs Snapchat: um resumo da guerra entre Stories e Snaps.** 2017. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/2017/05/facebook-vs-snapchat-um-resumo-da-guerra-entre-stories-e-snaps.ghtml>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

DUVALL, Scott. **Why You Should Be Excited About Snapchat in 2016.** 2016. Disponível em: <<http://www.jawavifilms.com/2016/01/11/why-you-should-be-excited-about-snapchat-in-2016/>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

FELIX, Vinicius. **Feed do Instagram agora pode ser acessado online.** 2013. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral/feed-do-instagram-agora-pode-ser-acessado-online,10000034193>>. Acesso em: 24 maio 2017.

GIANTOMASO, Isabela. **Snapchat lança quatro novidades contra Instagram Stories e outros rivais.** 2017. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/listas/2017/05/snapchat-lanca-4-novidades-contr-instagram-stories-e-outros-rivais.ghtml>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

HEATH, Alex. **The inside story behind Instagram's original app icon, which was designed in 45 minutes.** 2016. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/the-inside-story-behind-instagrams-original-app-icon-which-was-designed-in-45-minutes-2016-5>>. Acesso em: 03 jul. 2017.

HENDRICKS, Drew. **Complete History of Social Media: Then And Now.** 2013. Disponível em: <<https://smallbiztrends.com/2013/05/the-complete-history-of-social-media-infographic.html>>. Acesso em: 11 maio 2017.

KÜNZLER, J. Glenn. **Instagram 2.0 Out Now, With A Plethora Of New Features.** 2011. Disponível em: <<http://www.mactrast.com/2011/09/instagram-2-0-out-now-with-a-plethora-of-new-features/>>. Acesso em: 07 jul. 2017.

KURTZ, João. **Instagram cria ordem de relevância no feed de fotos, igual ao Facebook.** 2016. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/03/instagram-adota-ordem-de-relevancia-no-feed-estilo-facebook.html>>. Acesso em: 04 maio 2017.

LEMOS, André. "Cibercultura: alguns pontos para compreender nossa época". Em: Lemos, André & Cunha, Paulo (org.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23.

LEMOS, André Luiz Martins; RODRIGUES, Leonardo Pastor Bernardes. Internet das coisas, automatismo e fotografia: uma análise pela Teoria Ator-Rede. **Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p.1016-1040, set. 2014. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18114/12574>>

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 1987.

MANNARA, Barbara. **Stories no Instagram, Facebook e WhatsApp: tudo sobre as fotos que somem**. 2017. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/listas/2017/05/instagram-stories-vs-whatsapp-status-tudo-sobre-as-fotos-que-desaparecem.ghtml>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

MONTEIRO, Roberta de Oliveira; MAZZILLI, Paola. LIVE STORIES O Snapchat como uma pasta compartilhada de registros da vida. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Salto, v. , n. , p.1-15, jun. 2016.

MÜLLER, Leonardo. **Fotolog volta ao ar temporariamente para você resgatar suas fotos antigas**. 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/94776-fotolog-volta-ar-temporariamente-voce-resgatar-fotos-antigas.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

NEWTON, Casey. **WhatsApp's Status feature now has more daily users than Snapchat**. 2017. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2017/5/3/15537000/whatsapp-stories-status-users-175-million>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

NOVAES, Rafael. **Mini-CV Evan Spiegel**. 2014. Disponível em: <<http://www.psaf.com/blog/mini-cv-evan-spiegel/>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

PASTOR, Leonardo. **Processo fotográfico: automatismo e retorno ao manual na prática da fotografia através do smartphone**. 2016

PAYÃO, Felipe. **<https://www.tecmundo.com.br/facebook/115338-stories-chega->**

**facebook-nova-camera-efeitos.htm**. 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/facebook/115338-stories-chega-facebook-nova-camera-efeitos.htm>>. Acesso em: 14 jun. 2017.

PERES, Camila. **Instagram: rede social para compartilhar fotos e vídeos**. 2017. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/instagram.html>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

PERSICHETTI, Simonetta; KÜNSCH, Dimas A.. **Comunicação: entretenimento e imagem**. São Paulo: Plêiade, 2013. 245 p. (Comunicação na contemporaneidade).

PIRES, Gabrielli Tiburi Soares. FOTOGRAFIA ATRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVEIS Estudo de caso sobre o Instagram. **Revista da Graduação**, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p.1-76, maio 2013.

REBOUÇAS, Cauê de Souza; MENEZES, José Eugenio de O.. Snapchat: o imediatismo imagético e os laços afetivos. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, São Paulo, v. , n. , p.1-12, set. 2016.

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

REDAÇÃO. **Brasil é um dos destaques no primeiro aniversário do recurso Instagram Stories**. 2017. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/apps/brasil-e-um-dos-destaques-no-primeiro-aniversario-do-recurso-instagram-stories-98220/>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

REUTERS. **Ações da Snap chegam a cair mais de 10% e atingem nível mais baixo desde estreia na bolsa**. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/acoes-da-snap-chegam-a-cair-mais-de-10-e-atingem-nivel-mais-baixo-desde-estreia-na-bolsa.ghtml>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

REUTERS. **Facebook chega a 1,94 bilhão de usuários em todo o mundo no 1º trimestre de 2017**. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.ghtml>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

RIBEIRO, Gabriel. **Odiou o novo feed do Instagram? Sete opções para trocar a rede social.** 2016. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2016/06/odiou-o-novo-feed-do-instagram-sete-opcoes-para-trocar-rede-social.html>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

SANTAELLA, Lúcia. Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas. **Revista Famecos**, [s.l.], v. 15, n. 35, p.95-101, 13 set. 2008. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2008.35.4099>.

SANTINO, Renato. **Snapchat estreia na bolsa de valores e chega a valer US\$ 28,3 bilhões.** 2017. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/pro/noticia/snapchat-estrela-na-bolsa-de-valores-e-chega-a-valer-us-28-33-bilhoes/66547>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

SILVA JUNIOR, José Afonso da. Entre o Instagram e a Kodak. Expansões e ultrapassagens na cultura fotográfica contemporânea. **Esferas**, Brasília, v. 5, n. 3, jul. 2014, p.97-104. Semestral.

SILVA, Wilton C. L.. O show do eu: a intimidade como espetáculo. **Horizontes Antropológicos**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 33, p.277-280, jun. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-71832010000100015>.

SMAAL, Beatriz. **Flickr anuncia aplicativo oficial para Windows 7 e Windows Phone 7.** 2011. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/windows-phone-7/7639-flickr-anuncia-aplicativo-oficial-para-windows-7-e-windows-phone-7.htm>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

SMITH, Craig. **How many people use social media?** 2017. Disponível em: <<http://expandedramblings.com/index.php/how-many-people-use-social-media/>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

VENTURA, Felipe. **Instagram Stories enfim copia as máscaras do Snapchat.** 2017. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/214745/instagram-stories-mascaras/>>. Acesso em: 19

jul. 2017.

VILICIC, Filipe. **A nação do Instagram (governada por um brasileiro)**. 2017. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/tecnologia/a-nacao-do-instagram-governada-por-um-brasileiro/#>. Acesso em: 24 mai. 2017.



## **APÊNDICE**

Questionário sobre as diferentes práticas no uso do Instagram considerando os modos “galeria” e Stories

# Pesquisa - Instagram: processos de criação, edição e compartilhamento nos modos “galeria” e Instagram Stories

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Julho de 2017

Pesquisadora: Catarina de Senna R. Sampaio  
Orientador: Prof. Dr. André Lemos

Respondendo a este questionário você contribuirá para o desenvolvimento de uma pesquisa de trabalho de conclusão do Curso de Comunicação com habilitação em Produção Cultural da Universidade Federal da Bahia.

O objetivo desta pesquisa é investigar as diferentes práticas, experiências e hábitos no uso do Instagram para produção e compartilhamento de imagens. Busca-se entender os processos de criação e edição de imagens no Instagram em cada um dos seus modos de compartilhamento: “galeria” (formato de publicação padrão) e Stories (imagens efêmeras que se apagam em 24h).

**\*Obrigatório**

*Ir para a pergunta 1.*

## Termo de consentimento

**1. Sua participação nesta etapa da pesquisa é anônima e consistirá apenas no preenchimento deste questionário, respondendo às questões a seguir. \***

*Marcar apenas uma oval.*

Estou ciente e de acordo

## .: Perfil .:

**2. 1. Idade \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos de 10 anos  
 10 - 15 anos  
 16 - 21 anos  
 22 - 31 anos  
 32 - 40 anos  
 41 - 50 anos  
 51 - 60 anos  
 Mais de 60 anos

**3. 2. Sexo \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Feminino  
 Masculino  
 Não informado

**4. 3. Escolaridade \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Ensino fundamental
- Ensino médio
- Ensino superior
- Pós-graduação

**5. 4. Onde você mora? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Norte
- Nordeste
- Centro-Oeste
- Sudeste
- Sul
- Fora do Brasil

**.: Produção e compartilhamento de conteúdo no aplicativo Instagram .:****6. 5. Há quanto tempo aproximadamente você está no Instagram? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos de um ano
- 1 ano
- 2 anos
- 3 anos
- 4 anos
- 5 anos
- 6 anos
- 7 anos

**◆ Sobre o uso da Galeria ◆**

---

7. **6. Com que frequência, aproximadamente, você faz publicações na galeria do seu perfil no Instagram? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Raramente
- Uma vez no mês
- Algumas vezes no mês
- Uma vez na semana
- De duas a três vezes na semana
- Mais de três vezes na semana
- Uma vez ao dia
- De duas a três vezes ao dia
- Mais de três vezes ao dia

8. **7. As imagens mais compartilhadas por você na galeria do seu perfil no Instagram são: \***

*Marque todas que se aplicam.*

- Fotografias feitas por mim
- Fotografias feitas por outras pessoas
- Vídeos feitos por mim
- Vídeos feitos por outras pessoas
- Ilustrações feitas por mim
- Ilustrações feitas por outras pessoas
- Capturas de tela (print screen) de outros perfis/aplicativos
- Outro: \_\_\_\_\_

9. **8. Para capturar as imagens (fotos ou vídeos) que você publica na sua galeria do Instagram, você costuma utilizar mais: \***

*Marcar apenas uma oval.*

- A tela de captura (câmera) do próprio Instagram (celular ou tablet)
- O aplicativo de câmera do dispositivo móvel (celular ou tablet)
- Outros aplicativos de fotografia e/ou vídeo em dispositivo móvel (celular ou tablet)
- Câmera fotográfica

10. **9. Você usa as possibilidades de edição do Instagram nas imagens que publica em sua galeria? (Ex.: filtros, contraste, brilho, cor, nitidez etc) \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim, sempre
- Sim, em algumas publicações
- Raramente
- Não, mas utilizo outros aplicativos de edição
- Não, costumo publicar as imagens originais

15. 14. Com que frequência, aproximadamente, você faz publicações no Instagram Stories, no seu perfil do Instagram? \*

Marcar apenas uma oval.

- Não uso o Instagram Stories
- Raramente
- Uma vez no mês
- Algumas vezes no mês
- Uma vez na semana
- De duas a três vezes na semana
- Uma vez ao dia
- De duas a três vezes ao dia
- Mais de três vezes ao dia

**Caso você tenha marcado "Não uso o Instagram Stories", vá para a próxima página e responda à seção .: Questões complementares .:**

---

16. 15. As imagens mais compartilhadas por você no Instagram Stories são:

Marque todas que se aplicam.

- Fotografias feitas por mim
- Fotografias feitas por outras pessoas
- Vídeos feitos por mim
- Vídeos feitos por outras pessoas
- Ilustrações feitas por mim
- Ilustrações feitas por outras pessoas
- Capturas de tela (print screen) de outros perfis/aplicativos
- Outro: \_\_\_\_\_

17. 16. Para capturar as imagens (fotos ou vídeos) que você publica no Instagram Stories, você costuma utilizar mais:

Marcar apenas uma oval.

- A tela de captura (câmera) do Instagram Stories (celular ou tablet)
- O aplicativo de câmera do dispositivo móvel (celular ou tablet)
- Outros aplicativos de fotografia e/ou vídeo (celular ou tablet)
- Câmera fotográfica

18. 17. Você usa as possibilidades de edição que o Instagram Stories oferece? (Ex.: adicionar texto, filtros, pincéis para desenho, "stickers" etc)

Marcar apenas uma oval.

- Sim, sempre
- Sim, em algumas publicações
- Raramente
- Não, mas utilizo outros aplicativos de edição
- Não, costumo publicar as imagens originais

**13. 12. Quais tipos de conteúdo você mais compartilha na galeria de seu perfil no Instagram?**

\*

*Marque todas que se aplicam.*

- Paisagens
- Animais
- Fotos em grupo
- Selfies
- Comidas/bebidas
- Crianças
- Partes do corpo
- Espaço urbano
- Looks (roupas, maquiagens, moda etc)
- Shows/espetáculos
- Divulgação de eventos
- Livros
- Trechos de textos
- Cenas de filme/TV
- Objetos
- Outro: \_\_\_\_\_

**14. 13. Em quais cenários/ambientes você costuma fazer registros com mais frequência para publicá-los na galeria do seu perfil no Instagram? \****Marque todas que se aplicam.*

- Minha própria casa
- Casas de amigas (os)
- Rua/espço público
- Shows/espetáculos
- Festas em geral
- Trabalho
- Escola/Universidade
- Academias
- Praias
- Carro/durante o trânsito
- Estradas
- Pontos turísticos
- Bares/Restaurantes
- Outro: \_\_\_\_\_

**◆ Sobre o uso do Instagram Stories ◆**

---

19. **18. Se usa, quais das opções abaixo você mais utiliza neste processo de edição?**

*Marque todas que se aplicam.*

- Filtros
- Pincéis para desenho
- Texto
- Emojis do teclado de seu dispositivo móvel
- Adesivos (stickers)
- Indicadores de temperatura
- Indicadores de horário
- Indicadores de localização
- Hashtags
- Selfie sobreposta à imagem (selfie sticker)
- Filtros animados com máscaras

20. **19. Depois de capturar uma foto ou vídeo, em quanto tempo aproximadamente você costuma publicar no Instagram Stories de seu perfil no Instagram?**

*Marcar apenas uma oval.*

- Imediatamente
- Logo depois de capturar e modificar cuidadosamente
- Em algum momento do mesmo dia
- Costumo demorar mais de um dia para publicar
- Geralmente publico fotos mais antigas

21. **20. Quais tipos de conteúdo você mais compartilha no Instagram Stories de seu perfil no Instagram?**

*Marque todas que se aplicam.*

- Paisagens
- Animais
- Fotos em grupo
- Selfies
- Comidas/bebidas
- Crianças
- Partes do corpo
- Espaço urbano
- Looks (roupas, maquiagens, moda etc)
- Shows/espetáculos
- Divulgação de eventos
- Livros
- Trechos de textos
- Cenas de filmes/TV
- Objetos
- Outro: \_\_\_\_\_

22. **21. Em quais cenários/ambientes você costuma fazer registros com mais frequência para publicá-los no Instagram Stories de seu perfil no Instagram?**

*Marque todas que se aplicam.*

- Minha própria casa
- Casas de amigas(os)
- Rua/espço público
- Shows/Espectáculos
- Festas em geral
- Trabalho
- Escola/Universidade
- Academias
- Praias
- Carro/durante o trânsito
- Estradas
- Pontos turísticos
- Bares/restaurantes
- Lojas
- Outro: \_\_\_\_\_

23. **22. Qual função ou quais funções de compartilhamento você mais utiliza no Instagram Stories?**

*Marque todas que se aplicam.*

- Ao vivo
- Normal
- Boomerang
- Rebobinar
- Mãos livres

24. **23. No Instagram Stories, você costuma:**

*Marcar apenas uma oval.*

- Somente enviar seus conteúdos para contatos específicos
- Somente publicar os conteúdos em "Sua História"
- Ambos

25. **24. Se você respondeu "Ambos" na questão anterior, qual direcionamento você geralmente prefere e mais utiliza?**

*Marcar apenas uma oval.*

- "Enviar diretamente"
- "Sua história"



26. **25. A possibilidade de compartilhar um conteúdo que se apagará automaticamente em 24h te deixa:**

*Marque todas que se aplicam.*

- Mais à vontade para experimentar (Ex.: ângulos, enquadramentos, zoom, ferramentas de edição)
- Menos apegada(o) ao cuidado com a qualidade (luz, resolução etc) das imagens
- Interessada(o) em criar uma sequência de imagens que contam a história de um dia
- Não vejo sentido em compartilhar um conteúdo que vai sumir
- Indiferente
- Outro: \_\_\_\_\_

27. **26. Você costuma salvar, no rolo da câmera de seu dispositivo móvel, as imagens (fotos e vídeos) que compartilha no Instagram Stories, depois da publicação?**

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim, sempre
- Sim, aquelas de que mais gosto
- Raramente
- Nunca

28. **27. Se você respondeu "Sim" à questão anterior, sinalize qual opção de salvamento mais utiliza:**

*Marcar apenas uma oval.*

- Salvar foto
- Salvar vídeo
- Salvar história (sequência completa de imagens publicadas no intervalo de 24h)

## **.: Questões Complementares .:**

29. **28. Você publica vídeos no Instagram? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

30. **29. Se sim, sinalize em que modo(s) de compartilhamento**

*Marcar apenas uma oval.*

- Na galeria
- No Instagram Stories
- Em ambos

31. **30. Se você respondeu "Em ambos" na questão anterior, sinalize em qual modo você mais compartilha vídeos:**

*Marcar apenas uma oval.*

- Na galeria
- No Instagram Stories
- Publico vídeos com a mesma frequência na galeria e no Instagram Stories

32. **31. Você usa o aplicativo da rede social digital Snapchat? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Sim, usava antes do Instagram Stories e continuo usando
- Não, usava antes do Instagram Stories e não uso mais

33. **32. Se sim, com que frequência?**

*Marcar apenas uma oval.*

- Raramente
- Uma vez no mês
- Algumas vezes no mês
- Uma vez na semana
- De duas a três vezes na semana
- Mais de três vezes na semana
- Uma vez ao dia
- De duas a três vezes ao dia
- Mais de três vezes ao dia

34. **33. Qual a importância da captura da imagem para você? Selecione, de 1 a 6, da maior para menor importância. \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	1	2	3	4	5	6
Registrar um momento importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guardar cenas bonitas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contar uma história	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicar algo imediatamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Causar reações em quem vê	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilustrar acontecimentos e conversas enviando para amigas/os	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Comentários

Obrigada pela participação. Este espaço serve para comentários adicionais sobre os processos de produção das publicações que você faz no Instagram. Gostaríamos de saber como você se sente utilizando esta rede social, considerando os diferentes modos de compartilhamento abordados. Observações relativas a exposição, expressão, criatividade e interação entre usuários são bem vindas.

Se você estiver disposta(o) a participar de entrevista em profundidade sobre o tema, por favor deixe seu nome e e-mail para contato. Seus dados serão utilizados de forma anônima.

35.

---



---



---



---



---