

Do impresso ao Snapchat: a efemeridade enquanto característica essencial do jornalismo

VASCONCELOS, Eduardo Leite

Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

E-mail: eduardoleitev@gmail.com

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar como a efemeridade se manifesta nos meios de comunicação jornalísticos, do jornal impresso aos sites de notícia, passando pelo rádio e pela televisão e culminando no jornalismo feito em aplicativos de publicações efêmeras, como o Snapchat e o Instagram Stories. Para isso, esses meios foram analisados a partir de sua relação com o tempo, a partir de uma revisão bibliográfica sobre conceitos atrelados ao jornalismo e sua temporalidade, como a atualidade e a periodicidade, e a partir de conceitos que definem aspectos culturais da sociedade contemporânea. Atrelando esses conceitos, percebeu-se que a efemeridade é uma característica intrínseca ao jornalismo que, nos meios de comunicação digitais atrelados à internet, é potencializada, chegando ao seu auge com os aplicativos Snapchat e Instagram, que apagam o que, neles, é publicado depois de um tempo necessariamente determinado.

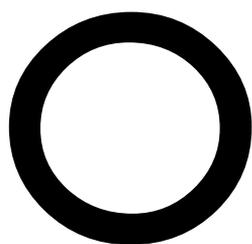
Palavras-chave: jornalismo, efemeridade, temporalidade, atualidade, periodicidade

Abstract

The objective of this article is to analyze how ephemerality is present in journalistic media, from newspapers to news websites, through radio and television, culminating with the journalism made in ephemeral messages apps, like Snapchat and Instagram Stories. So, these media were analyzed from their relation with time through a bibliographic revision about concepts linked to journalism and its temporality – like actuality and periodicity – and concepts that define cultural aspects of contemporary society. Linking these concepts, we realized that ephemerality is an intrinsic characteristic of journalism which is potentialized in online media, reaching its climax with Snapchat and Instagram, which erase what is published in them after a determinate time.

Keywords: journalism, ephemerality, temporality, actuality, periodicity

Introdução



Snapchat é um aplicativo, feito para dispositivos móveis, de compartilhamento de fotos e vídeos efêmeros. O usuário pode compartilhar suas imagens de duas maneiras: enviando diretamente a um destinatário ou publicando em sua *Story* (uma espécie de perfil do usuário no aplicativo). Da primeira forma, o conteúdo some assim que o destinatário o visualiza. Da segunda, a imagem fica disponível durante 24 horas para as

pessoas que seguem o usuário. O formato de compartilhamento de imagens do Snapchat obteve tanto sucessoⁱ que foi apropriado também pelo Instagram, com o lançamento do chamado *Instagram Stories*ⁱⁱ.

Visto primeiramente como plataforma de compartilhamento de imagens íntimas entre usuários (POLTASH, 2015), aos poucos, a plataforma foi incorporando outros tipos de conteúdo, como a aba *Discover*, em que o usuário do Snapchat tem acesso a conteúdos editoriais de alguns veículos de comunicação mundialmente conhecidosⁱⁱⁱ, como Yahoo!, CNN, Vice e outros, o que aproximou o conteúdo jornalístico ao aplicativo. O *Discover* funciona, basicamente, como a *Story*: o veículo disponibiliza ao usuário publicações que, depois de 24 horas, desaparecem e são substituídas por outras, mais recentes. De acordo com os desenvolvedores do Snapchat, essa característica efêmera das publicações no aplicativo é particularmente pertinente ao jornalismo, já que “*what’s news today is history tomorrow*”^{iv} (TEAM SNAPCHAT, 2015).

Além dos jornais presentes no *Discover*, diversos veículos jornalísticos utilizam tanto o Snapchat quanto o *Instagram Stories* para o compartilhamento de conteúdos noticiosos na internet. Jornais como New York Times, USA Today, Washington Post, entre outros, possuem contas nos aplicativos e se utilizam desses recursos, pensados inicialmente para publicação de imagens do cotidiano dos usuários, para informar, uma das funções básicas do jornalismo (SCHUDSON, 2008).

Porém, a efemeridade não é característica apenas da narrativa jornalística nesses aplicativos. De acordo com Robert Park, a notícia, dita matéria prima do jornalismo (ERBOLATO, 1979), diz respeito apenas ao tempo presente e, depois de assimilada pelo público, o que era notícia deixa de sê-lo para se tornar história (PARK, 1955). Ou seja, muito antes de o Snapchat existir, o jornalismo já tinha, em si, a efemeridade como característica essencial.

Essa efemeridade do jornalismo está diretamente ligada a duas de suas propriedades: a atualidade e a periodicidade. De acordo com Groth, “atualidade designa em si a característica e a tarefa do jornal de oferecer, de mediar algo atual, portanto, presente, agora, em voga, novo” (GROTH, 2011, p. 223). E “todo jornal (ou revista tem que ter a ‘qualidade’ de retornar periodicamente. Esta qualidade foi denominada de periodicidade” (GROTH, 2011, pp. 149 e 150). Assim, um jornal trata de acontecimentos do tempo presente que, uma vez assimilados pelo leitor, deixam de ser atuais e, mais adiante, serão substituídos enquanto notícia pelos acontecimentos narrados no próximo

exemplar. Groth analisou a atualidade e a periodicidade dos jornais apenas no jornalismo impresso, porém, essas características também são vistas no jornalismo feito nos outros meios de comunicação.

O presente artigo tem como objetivo analisar como a efemeridade se manifesta nos meios de comunicação jornalísticos, do jornal impresso aos sites de notícia, passando pelo rádio e pela televisão e culminando no jornalismo feito em aplicativos de publicações efêmeras, como o Snapchat e o Instagram Stories. Para isso, esses meios serão analisados à luz dos conceitos de atualidade e periodicidade, propriedades essenciais ao jornalismo (GROTH, 2011). Para tal, fizemos uma revisão de literatura aliando conceitos que relacionem jornalismo e temporalidade e sua relação com a sociedade contemporânea, onde se desenvolvem essas práticas jornalísticas.

Jornalismo, temporalidade e efemeridade

O jornalismo consolidou-se como instituição social, cuja função é informar à população sobre acontecimentos relevantes para a vida em sociedade (SCHUDSON, 2008), entre os séculos XIX e XX, porém sua história começa bem antes, ainda no século XVII, onde formas híbridas de jornalismo (corantos, *newsbooks* e *pamphlets*) eram responsáveis pela divulgação de informações nas Ilhas Britânicas. Desde aquela época, esse material já relatava acontecimentos políticos do momento com certa periodicidade (FRANCISCATO, 2003), que foi se consolidando com o passar do tempo. De fato, a temporalidade está atrelada ao jornalismo desde sua etimologia.

In their etymology, “journalist” and “journalism” appropriately suggest the whole range of preoccupation with contemporaneity, with the daily and the ordinary (...). The French word jour is, of course, the root from which “journalist” and “journalism” spring” (HUNTER, 1988, p. 499).

De acordo com Otto Groth (2011), o jornalismo possui quatro grandes características centrais: a universalidade, a publicidade, a periodicidade e a atualidade. A universalidade diz respeito à capacidade de o jornal poder incorporar à sua linguagem tudo o que há e acontece no mundo. A segunda característica, a publicidade, versa que o jornal só existe enquanto tal se sua mensagem for assimilada por alguém, ou seja, se for publicizada. Ateremo-nos, neste artigo, um pouco mais profundamente, às duas características onde a temporalidade age: a periodicidade e a atualidade.

A terceira característica central do jornalismo é a periodicidade, ou seja, o ato característico do jornalismo de “produzir e disponibilizar notícias com regularidade” (FRANCISCATO, 2003, p. 166). De acordo com Groth, a periodicidade do jornal impresso, meio de comunicação vigente na época em que o autor delimitou as características centrais do jornalismo (década de 1960), “baseia-se nas necessidades vitais das pessoas” (GROTH, 2011, p. 157). Ou seja, somos seres com rotinas bem determinadas. Existem rituais diários na vida de cada pessoa que se repetem diariamente, como horários de refeições, de trabalho, entre outros. O jornal acabou tornando-se um desses hábitos. Por isso a necessidade de retornar todo dia, toda semana ou todo mês, a depender do veículo.

A forma de publicação, assim como o grau de sua igualdade bem como o a frequência e o horário da publicação dependem, entre outros fatores, do desenvolvimento técnico e da organização do serviço de notícias, da produção e do transporte (...), seguidos da densidade e da distribuição da população, da estrutura e da situação econômica, da constituição, da legislação e da administração de um país, dos hábitos de vida e das ideias religiosas, do nível e das instituições de formação, dos costumes e das tradições dos moradores, das circunstâncias na própria imprensa, sobretudo da concorrência dominante dentro dela (GROTH, 2011, p. 161)

Essa necessidade de retornar regularmente está presente também nos outros meios. No rádio e na televisão, programas jornalísticos se repetem religiosamente no mesmo horário trazendo as notícias do dia para o espectador. Na internet, além de sites jornalísticos que transpõem a periodicidade de outros meios para si, com atualizações diárias em horários regulares, o que se vê é um outro aspecto da periodicidade descrita por Groth: a busca pela simultaneidade entre o acontecimento e seu relato.

A perfeição da periodicidade do jornal não é sua regularidade estrita, o retorno exato da aparição no mesmo momento, não pode ser o seu ideal, mas sim a maior brevidade possível dos intervalos, a sequência mais rápida possível de sua republicação e (...) com o objetivo – inalcançável na realidade – de concomitância entre acontecimento e publicação (GROTH, 2011, p. 158).

Com a internet, o tempo entre o acontecimento e seu relato caiu drasticamente. Poucos minutos depois de um acontecimento, ele já está relatado, nem que seja através de um alerta ou uma chamada de poucas linhas. A periodicidade no jornalismo online se apresenta, então, justamente na sua característica denominada por Palacios (2003) de instantaneidade/atualização contínua: a sucessão, minuto a minuto, das notícias na internet.

Essa busca pela simultaneidade entre acontecimento e seu relato está ligada diretamente à quarta característica central do jornalismo descrita por Groth: a atualidade. “Atual tem um significado duplo: significa tanto real, de fato, efetivamente acontecido (...)

como também neste momento, agora, em voga, ser uma questão do dia, novo” (GROTH, 2011, p. 223). De fato, só é noticiável pelo jornalismo aquilo que aconteceu na realidade – “para estar no jornal é preciso acontecer” (BERGER, TAVARES, 2010, p. 122) – e que é do tempo presente. Faz-se necessário, aqui, fazer uma diferenciação entre atualidade e novidade, já que nem toda atualidade é, necessariamente, novidade.

Actual significa que algo acontece no tempo presente. Trata-se de uma relação temporal do mundo objectivo, de uma relação entre o momento do acontecimento e o momento presente do sujeito. A novidade, em contrapartida, não é propriamente um conceito temporal, mas apenas significa que o sujeito não sabia disso. É novo tudo o que o sujeito desconhecia e que passa a conhecer. É, pois, uma relação de qualidade entre o sujeito cognoscente e o objecto conhecido (FIDALGO, 2004, p. 7).

Assim, muitas vezes o jornalismo retrata continuidades, seja pelos desdobramentos de casos já noticiados anteriormente ou pela retratação de aspectos do cotidiano da vida em sociedade. Por isso, não é raro nos depararmos com notícias com as quais já nos deparamos anteriormente: datas comemorativas como Natal, Ano Novo e Carnaval, preparativos de jovens para o vestibular e volta às aulas são alguns dos assuntos que se repetem regularmente no jornalismo. Porém, quando são retratados, tais acontecimentos estão em voga, são atuais. Não faz sentido para o jornalismo retratar a volta às aulas no mês de abril, por exemplo, já que não é uma época em que os estudantes costumam viver tal situação.

Porém, há de fazer-se notar que, por mais que, hoje em dia, a velocidade de publicação seja bem maior do que na época do impresso, o que está retratado na notícia é algo necessariamente do passado, que já aconteceu. O tempo não espera o relato noticioso. Os acontecimentos se sucedem sem intervalo e todas as notícias que chegam ao público já se passaram. Por isso, sempre há um esforço do jornalista de trazer para a atualidade aquilo que é, necessariamente passado, trazer o fato acontecido há algum tempo – sejam minutos, no caso da internet, ou até um dia, no caso do jornal impresso diário – para o presente.

Como o tempo nunca para, o que o jornal pode trazer é passado ou aponta para algo futuro. Nós temos, na verdade, sempre que esticar mais ou menos o conceito de presente, basear-se não em um momento, mas sim em um período, idealizar esta realidade em uma “simultaneidade” nunca alcançável (GROTH, 2011, pp. 180 e 181).

Esse período descrito por Groth englobaria os três polos da temporalidade jornalística descritos por Carlos Eduardo Franciscato em sua tese *A atualidade no jornalismo – bases para sua delimitação teórica* (2003): o do objeto noticiado, o da instituição e o

tempo do leitor. O primeiro diz respeito ao momento em que o fato a ser relatado pelo jornalista acontece na realidade. O segundo, ao tempo existente entre a assimilação do fato pelo jornalista designado a relatá-lo, a escrita do texto, sua edição e demais fatores envolvidos a depender do meio e do veículo onde determinado fato será relatado até que chegue ao leitor ou espectador, cujo tempo de leitura do relato jornalístico constitui o terceiro polo.

Mas o que acontece ao relato jornalístico depois que é assimilado pelo leitor? O que acontece depois que a notícia deixa de ser atual? A questão da atualidade no jornalismo é tão marcante que é raro lermos a mesma notícia mais de uma vez. “A informação só tem valor no momento em que é nova. Ela só vive nesse momento, precisa entregar-se inteiramente a ele sem perda de tempo tem que se explicar nele” (BENJAMIN, 1987, p. 220). Depois que é assimilada pelo leitor/espectador, aquele material não tem mais a atualidade da notícia, já foi. Um exemplo disso é o que acontece com o jornal impresso no dia seguinte de sua publicação. Assim que é substituído por um mais novo, aquele jornal não faz mais sentido para o público em geral enquanto material jornalístico e é descartado ou tem sua função modificada. No dia seguinte, um jornal é, como fala o dito popular, “papel de embrulhar peixe”.

Algo similar acontece também com os outros veículos. No rádio e na televisão, depois de o conteúdo ser veiculado, ele só reaparece ao espectador se este for em busca do arquivo da emissora para algum determinado propósito ou em especiais, como retrospectivas de fim de ano, onde tal conteúdo não é mais notícia, mas memória, resquício do que um dia já foi notícia.

Na internet, ocorrem simultaneamente duas características principais com relação à temporalidade da notícia jornalística. Entre as características do jornalismo online estabelecidas por Palacios (2003), destacamos aqui a questão da memória.

(...) a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Acresce-se o fato de que na web a Memória torna-se Coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõem. Desta maneira, o volume de informação anteriormente produzida e diretamente disponível ao Usuário e ao Produtor da notícia cresce exponencialmente no Jornalismo on-line, o que produz efeitos quanto à produção e recepção da informação jornalística (PALACIOS, 2003, p. 20).

Ou seja, na internet, ocorre a convergência dos arquivos tanto de veículos jornalísticos online quanto de outros meios. O usuário pode ter acesso a arquivos de jornais impressos, TVs e rádios de forma facilitada. Ao mesmo tempo, o jornalismo online também

se caracteriza pela instantaneidade de seu conteúdo e pela possibilidade de atualização contínua, que faz com que as notícias se sucedam de forma cada vez mais rápida,

A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse (PALACIOS, 2003, p. 20).

Essa característica faz surgir uma quantidade de notícias à disposição do leitor nunca antes vista, já que, “o Jornalismo on-line, para efeitos práticos, dispõe de espaço virtualmente ilimitado, no que diz respeito à quantidade de informação que pode ser produzida, recuperada, associada e colocada à disposição do seu público alvo” (PALACIOS, 2003, p. 24).

A instantaneidade, a atualização constante e a grande quantidade de conteúdo à disposição do usuário acabam fazendo com que as notícias fiquem obsoletas muito mais rapidamente, já que “‘instantaneidade’ significa realização imediata, ‘no ato’– mas também exaustão e desaparecimento do interesse” (BAUMAN, 2001, p. 137). Se antes, uma notícia de jornal impresso, por exemplo, demorava um dia inteiro para se tornar antiga, hoje, na internet, esse processo ocorre em questão de horas, algumas vezes até de minutos. A notícia perde sua atualidade cada vez mais rapidamente.

De acordo com Robert Park, “*once published and its significance recognized, what was news becomes history. This transient and ephemeral quality is of the very essence of news*” (PARK, 1955, p. 676). Ou seja, depois de ser assimilada pelo leitor e sua duração temporal não mais corresponder ao tempo da realidade, depois de perder a atualidade, a notícia escrita, veiculada, deixa de ser jornalismo. “(...) jornalismo nunca é historiografia. O jornal nunca pode ter a pretensão de escrever ele próprio a história. Ele só é cogitado para isto quando não é mais jornal” (GROTH, 2011, p. 254). Ou seja, o material jornalístico pode até servir de fonte para estudos históricos, porém depois que deixa de ser atual, depois que deixa de ser jornal para virar memória.

O que se percebe, assim, é o efêmero enquanto característica do jornalismo como consequência de sua relação com a temporalidade. A atualidade – o jornalismo diz respeito, necessariamente, a um acontecimento do tempo presente – e a periodicidade – uma edição, uma notícia sucede a outra, fazendo com que a primeira deixe de ser atual e perca a relevância enquanto material jornalístico –, aliadas, resultam na efemeridade do conteúdo jornalístico.

A efemeridade do jornalismo nas redes sociais da internet

De acordo com Castells, “a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 1999, p. 43). Ou seja, para entender a sociedade e suas características, é necessário que sejam analisadas as tecnologias vigentes de cada época. Como “a internet, em suas diversas encarnações e manifestações evolutivas, já é o meio de comunicação interativo universal” (CASTELLS, 1999, p. 433), é de se esperar que o jornalismo tenha sido incorporado a ela em suas mais diversas manifestações: desde sites jornalísticos até a circulação de informação noticiosa nas redes sociais da internet.

O jornalismo encontrou, nas redes sociais da internet, um espaço propício para reverberação da informação jornalística (REQUERO, 2009), para o compartilhamento de notícias e materiais jornalísticos. De fato, a penetração do jornalismo nas redes sociais da internet já é tão grande que há quem se informe apenas a partir delas, apenas a partir do que seus contatos e páginas de interesse compartilham. O consumo de notícias seria secundário, o usuário se informa apenas com o que aparece em sua rede, de modo muitas vezes incidental (BOCZKOWSKI, MITCHELSTEIN, 2016).

Nas redes sociais da internet, a efemeridade do conteúdo jornalístico pode ser potencializada ainda mais. Nessas redes, a notícia compete pela atenção do leitor juntamente com outros tipos de conteúdo, como publicações pessoais e publicidade, o que aumenta consideravelmente a quantidade de conteúdo à disposição do usuário. Isso faz com que o tempo de relevância de um conteúdo caia de modo gritante, já que inúmeras publicações são divulgadas nessas redes a todo momento. No Twitter, as mensagens são publicadas seguidamente e, à medida em que o tempo vai passando, vão sendo sobrepostas novas publicações, sempre com a mais recente aparecendo no topo da linha do tempo do usuário. No Facebook, além de priorizar o que é recente, uma mudança recente no algoritmo fez com que as publicações de usuários comuns fossem priorizadas^{vii}, o que impacta no alcance das notícias e no tempo em que elas ficam à disposição do usuário em sua linha do tempo.

A partir da observação da pouca durabilidade da relevância das publicações em redes sociais online, em setembro de 2011^{viii} foi lançado o aplicativo para *smartphones* de nome Snapchat, que, hoje, já tem mais de 150 milhões de usuários ativos por todo o planeta, que compartilham diariamente de quase 700 milhões de imagens na plataforma.

A proposta inicial do aplicativo era ser uma ferramenta de comunicação visual – através de fotografias e vídeos curtos – rápida e facilitada e que contava com o auxílio de pequenas legendas que poderiam ser incorporadas à mensagem. Até aí, nenhuma novidade propriamente dita, já que outros aplicativos, como o Whatsapp, já possuíam essa ferramenta de compartilhamento de imagens e vídeos. O diferencial do novo aplicativo era o fato de a foto enviada se autodestruir depois de visualizada pelo destinatário sem que este tivesse acesso a ela posteriormente.

Ephemeral messaging with disappearing data enables users to capture and share temporary moments rather than posting more permanent images. There appears to be a proliferation of these disappearing data applications that rely on data self-destruct mechanisms. Information becomes both disposable and short term^{ix}. (CHARTERIS, GREGORY, MASTERS, 2014, p. 389)

De acordo com Lipovestky, “à medida que o efêmero invade o cotidiano, as novidades são cada vez mais rapidamente e cada vez mais bem aceitas” (LIPOVETSKY, 2009, p. 176). É por conta disso que aplicativos tão recentes como o Snapchat e a atualização que incorpora o Stories ao Instagram conseguem grande respaldo tão rapidamente. Além disso, o aspecto autodestrutivo das mensagens do Snapchat remete diretamente a algumas características da sociedade contemporânea, como a busca incessante pela novidade e pela grande volatilidade dessas novidades, que se tornam obsoletas cada vez mais rapidamente. Essa sociedade onde nada é feito para durar foi denominada por Bauman de “modernidade líquida”: uma sociedade onde a mensagem relevante é apenas a novidade, que, depois de assimilada, perde seu valor e não tem mais motivo para continuar existindo.

Líquidos mudam de forma muito rapidamente, sob a menor pressão. Na verdade, são incapazes de manter a mesma forma por muito tempo. No atual estágio “líquido” da modernidade, os líquidos são deliberadamente impedidos de se solidificarem. A temperatura elevada – ou seja, o impulso de transgredir, de substituir, de acelerar a circulação de mercadorias rentáveis – não dá ao fluxo uma oportunidade de abrandar, nem o tempo necessário para solidificar-se em formas estáveis, com uma maior expectativa de vida (BAUMAN, 2010).

Por já possuir a efemeridade enquanto característica de suas manifestações, não é de espantar que o jornalismo tenha se apropriado de plataformas mais voláteis de compartilhamento de conteúdo, como as redes sociais digitais, incluindo-se, aqui, os aplicativos como o Snapchat e o Instagram Stories, que possuem a característica de desaparecer com o conteúdo publicado neles depois de um tempo determinado. Além disso, o sucesso desses aplicativos faz com que o jornalismo se aproxime de uma audiência

específica, principalmente entre o público mais jovem, que é o que mais utiliza e mais está familiarizado com o funcionamento desses aplicativos^x.

Conclusão

No presente artigo, fez-se uma pequena análise do conteúdo jornalístico a partir de duas principais perspectivas: a sua relação com a temporalidade e com o contexto tecnológico e cultural em que vivemos hoje em dia.

A partir dos escritos de Groth e Franciscato, localizaram-se, principalmente, duas grandes instâncias de temporalidade atuando sobre o jornalismo: a atualidade e a periodicidade. A primeira diz respeito ao fato de o conteúdo jornalístico, enquanto tal, precisa sempre estar atrelado a um fato real e atual, do tempo presente, em voga no momento de sua publicação. A segunda, por sua vez, mostra que, para ser atual, o conteúdo jornalístico precisa ser continuamente renovado, já que a atualidade acaba por se perder uma vez que o leitor/espectador assimila aquele conteúdo. Ou seja, após certo tempo, o conteúdo jornalístico deixa de ser atual e precisa de algum outro que o suceda.

Assim, fala-se em uma efemeridade do conteúdo jornalístico desde suas primeiras aparições na sociedade. Um jornal impresso diário ganha, no dia seguinte de sua publicação, quando já há um exemplar mais recente, usos diversos do jornalístico, a maioria das vezes indo parar na lixeira. Um noticiário na televisão e no rádio é assistido durante determinado momento e depois não costuma ser repetido na programação, as notícias serão substituídas por outras, mais recentes, mais atuais, em uma edição subsequente.

Na internet, apesar de sua grande capacidade de armazenamento de dados, que faz com que arquivos jornalísticos sejam acessados mais facilmente pelo consumidor comum de notícias, há também uma aproximação ainda mais forte com a atualidade. Na rede, as notícias são publicadas continuamente, de modo até instantâneo. O acontecimento ocorre e, pouco tempo depois, geralmente em questão de minutos, o internauta já tem a possibilidade de acesso a essa informação. As notícias precisam ser constantemente atualizadas na busca de uma atualidade que exige cada vez menos tempo entre o acontecimento e sua disponibilização na internet.

Essa atualização contínua e a instantaneidade, aliadas ao desprendimento de uma limitação “espacial” característica de meios anteriores (no impresso, o espaço; no

rádio e na televisão, o tempo de transmissão) – já que o ciberespaço, com seus bancos de dados cada vez com maior capacidade de armazenamento, liberou o jornalismo dessas amarras espaciais – e o barateamento de custos para se fazer jornalismo resultaram em uma grande quantidade de sites jornalísticos que publicam notícias a cada segundo. Uma proliferação de conteúdo jornalístico ao mesmo tempo inalcançável de ser assimilada em sua totalidade pelo público e com uma atualidade cada vez mais curta, já que a atualização se torna uma constante. As notícias deixam de ser atuais em períodos cada vez mais curtos de tempo.

Essa constante atualização e aumento do número de notícias à disposição do usuário rememora diretamente os estudos de Bauman sobre a sociedade atual, que o sociólogo denomina “modernidade líquida”, onde há uma imensa gama de conteúdos e possibilidades à disposição do cidadão e este, na busca por conseguir consumir o máximo possível, acaba por se desinteressar rapidamente dessas novidades. Tais fatos são vistos não apenas na comunicação via internet, mas em diversos setores da sociedade, já que, de acordo com Castells, a tecnologia e a cultura se influenciam mutuamente.

A partir dessas características da sociedade, surgem os aplicativos de mensagens efêmeras com a característica de apagar o conteúdo publicado pelo usuário depois de determinado tempo, já que, uma vez visualizado e assimilado, tal conteúdo se tornaria irrelevante e não teria mais motivos para continuar à disposição do público. Ao assimilar conteúdos jornalísticos, pode-se concluir que esses aplicativos potencializam ainda mais a efemeridade já característica do jornalismo.

Em outros meios, depois de não ser mais atual, o conteúdo jornalístico teria a capacidade de ser guardado e se tornar memória, arquivo de um momento pelo qual a sociedade passou. No Snapchat e no Instagram Stories, essa capacidade de se tornar história é suplantada pela volatilidade do conteúdo, que, uma vez passado o tempo em que está à disposição do usuário, não tem mais como ser rememorado.

Cabe aqui fazer, também, alguns apontamentos que vão além dos objetivos do presente artigo, mas que também devem ser levados em consideração. Não se pode ignorar que, por contar com possibilidade de espaço praticamente infinita, vê-se, na contramão da grande quantidade de notícias instantâneas e voláteis que já foram citadas anteriormente neste artigo, certa tendência à produção de conteúdo com tratamento mais longo e aprofundado na internet (LONGHI, WINQUES, 2015). No chamado jornalismo *longform*, há um desenvolvimento maior do tema retratado, com mais desdobramentos e

interpretações que a notícia. Já presente em meios anteriores, esse formato possui, agora, a possibilidade de agregar em si texto, imagem, vídeo e áudio, o que torna o conteúdo mais atrativo, além da possibilidade de se moldar aos comportamentos táteis característicos dos celulares e *tablets*, já responsáveis por grande parte do acesso a conteúdo jornalístico na internet.

No mais, o presente artigo mostra apenas alguns aspectos de um tema a ser aprofundado em pesquisas futuras e que permitam uma compreensão ainda maior sobre a efemeridade e sua presença no jornalismo e outros aspectos da comunicação da sociedade contemporânea.

Referências

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2001.

BAUMAN, Z. **Zygmunt Bauman: “Vivemos em tempos líquidos. Nada é para durar”**: depoimento. [24 de setembro, 2010]. São Paulo: Istoé Online. Entrevista concedida a Adriana Prado. Disponível em: <[http://istoe.com.br/102755_VIVEMOS+TEMPOS+LIQUIDOS+NADA+E+PARA+DURAR+ />](http://istoe.com.br/102755_VIVEMOS+TEMPOS+LIQUIDOS+NADA+E+PARA+DURAR+/). Acesso em 26 de julho de 2017.

BENJAMIN, W. **O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov**. In: _____. Obras escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1987,

BERGER, C.; TAVARES, F. **Tipologias do acontecimento jornalístico**. In: BENETI, M.; FONSECA, V. P. S. *Jornalismo e acontecimento. Mapeamentos críticos*. Florianópolis: Insular, 2010.

BOCZKOWSKI, P.; MITCHELSTEIN, E. **El medio ya no es medio ni mensaje**. San Martín: Anfibia, 2016. Ensaio. Disponível em: <<http://www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARTERIS, J., GREGORY, S., MASTERS, Y. **Snapchat ‘selfies’: the case of disappearing data**. In: HEGARTY, B., MOC DONALD, J., LOKE, S. (Org.), *Rhetoric and reality: critical perspectives on educational technology*. Dunedin: Ascilite, 2014, p. 389 – 393. Disponível em: <<http://ascilite2014.otago.ac.nz/files/concisepapers/47-Charteris.pdf>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

ERBOLATO, M. L. **Técnica de codificação em jornalismo: redação, captação e edição do jornal diário**. Petrópolis: Vozes, 1979.

FIDALGO, A. **Jornalismo on-line segundo o modelo de Otto Groth**. PAUTA GERAL, v. 11, n. 6, p. 1-13, 2004. Salvador, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

FRANCISCATO, J.C. **A atualidade no jornalismo. Bases para sua delimitação teórica.** 2003, 336 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

GROTH, O. **O Poder Cultural Desconhecido.** Fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

HUNTER, P. **'News, and new Things': Contemporaneity and the Early English Novel.** CRITICAL INQUIRY, Chicago, v. 14, n. 3, p. 493-515, 1988. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1343701?seq=7#page_scan_tab_contents>. Acesso em 26 de julho de 2017.

LEÃO, I., **Reflexões sobre O império do efêmero, de Gilles Lipovetsky.** ECONOMIA & TECNOLOGIA, Curitiba, v. 7, ano 7, 2011. Disponível em: <<http://www.economiaetecnologia.ufpr.br/revista/25%20Capa/Igor%20Zanoni%20Consant%20Carneiro%20Leao.pdf>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Cia das Letras, 2009.

LONGHI, R. R.; WINQUES, K. **O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo.** Anais do 24º Encontro Anual da Compós, Brasília, v.1, p. 1-19, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-3c242f70-9168-4dfd-ba4c-0b444ac7347b_2852.pdf>. Acesso em 26 de julho de 2017.

PALACIOS, M. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória.** In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Org.). Modelos de jornalismo digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

PARK, R. E. **News as a Form of Knowledge. Society– Collective Behavior, News and Opinion, Sociology and Modern Society.** AMERICAN JOURNAL OF SOCIOLOGY, Chicago, v. 45, n. 5, p. 669-686, 1940. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2770043?origin=JSTOR-pdf>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

POLTASH, N. A. **Snapchat and sexting: a snapshot of baring your bare essentials.** JOLT, Richmond, v. 19, n. 4, p. 1-24, 2013. Disponível em: <<http://jolt.richmond.edu/jolt-archive/v19i4/article14.pdf>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão.** In: SOSTER, D.; FIRMINO, F. (Org.). Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>> Acesso em 26 de julho de 2017.

SCHUDSON, M. **News and Democratic Society: past, present, and future.** In: _____. *Why Democracies Need an Unlovable Press.* Cambridge: Polity, 2008. Disponível em: <http://www.iasc-culture.org/eNews/2009_10/Schudson_LO.pdf>. Acesso em 26 de julho de 2017.

TEAM SNAPCHAT. **Introducing Discover.** BLOG SNAPCHAT, 27 jan. 2015. Disponível em: <<https://www.snap.com/en-US/news/post/introducing-discover/>>. Acesso em 26 de julho de 2017.

ⁱ Em junho de 2016, o aplicativo possuía cerca de 150 milhões de usuários ativos diariamente e um fluxo de mais de oito mil imagens compartilhadas no aplicativo por segundo.

Fontes: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/snapchat-ultrapassa-twitter-em-numero-de-usuarios-ativos-por-dia.html> e <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/06/snapchat-supera-whatsapp-instagram-e-facebook-em-volume-de-fotos.html>.

ⁱⁱ Em agosto de 2016, o Instagram lançou o Instagram Stories, formato de compartilhamento idêntico ao My Story do Snapchat. Da mesma forma que no Snapchat, o conteúdo publicado pelo usuário fica disponível em seu perfil durante 24 horas e, em seguida, some. Fonte: <http://blog.instagram.com/post/148348940287/160802-stories>.

ⁱⁱⁱ Fonte: <https://www.snap.com/en-US/news/post/introducing-discover/>.

^{iv} Tradução livre: O que, hoje, é notícia, amanhã, é história.

^v Tradução livre: Em sua etimologia, “journalist” e “journalism” sugerem apropriadamente toda uma gama de preocupações com a contemporaneidade, com o cotidiano e com o ordinário (...). A palavra francesa *jour* [dia] é, obviamente, a raiz da qual *journalist* e *journalism* brotam.

^{vi} Tradução livre: Uma vez publicada e que tem seu significado decodificado, o que era notícia torna-se história. Essa característica passageira e efêmera está na própria essência das notícias.

^{vii} Fonte: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/06/30/o-impacto-da-mudanca-de-algoritmo-do-facebook.html>.

^{viii} Fonte: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/11/conheca-o-fundador-do-snapchat-app-que-destroi-mensagens.html>.

^{ix} Tradução livre: Mensagens efêmeras com desaparecimento de dados permitem que usuários capturem e compartilhem momentos temporários em vez de publicarem imagens mais permanentes. Parece haver uma proliferação desses aplicativos com dados que desaparecem que contam com mecanismos autodestrutivos. A informação torna-se ao mesmo tempo descartável e de curto prazo.

^x Fonte: <http://www.adweek.com/socialtimes/which-apps-are-the-class-of-2015-using-infographic/622614>.