

Imagens em redes sociais: uma outra forma de interação

MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA MARTINS
ORIENTAÇÃO: FABIANA HEINRICH

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE LETRAS E ARTES
ESCOLA DE BELAS ARTES
COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN**

Imagens em redes sociais: uma outra forma de interação

**MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA MARTINS
ORIENTAÇÃO: FABIANA HEINRICH**

**RIO DE JANEIRO
2024**

CIP - Catalogação na Publicação

M386i Martins, Marco Antonio de Oliveira
 Imagens em redes sociais: uma outra forma
de interação / Marco Antonio de Oliveira Martins. --
Rio de Janeiro, 2024.
 112 f.

 Orientadora: Fabiana Oliveira Heinrich.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de
Belas Artes, Bacharel em Comunicação Visual Design,
2024.

 1. Imagem. 2. Rede Social. 3. Comunicação. 4.
Atenção. 5. Design Digital. I. Heinrich, Fabiana
Oliveira, orient. II. Título.

MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA MARTINS

Imagens em redes sociais: uma outra forma de interação

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Visual Design.

Aprovado em: 16 de agosto de 2024



Documento assinado digitalmente

FABIANA OLIVEIRA HEINRICH

Data: 18/09/2024 17:56:59-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Fabiana Oliveira Heinrich (orientadora)
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro



Documento assinado digitalmente

CLORISVAL GOMES PEREIRA JUNIOR

Data: 19/09/2024 15:00:32-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Clorisval Gomes Pereira Junior
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro



Documento assinado digitalmente

RAQUEL FERREIRA DA PONTE

Data: 19/09/2024 13:01:16-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Raquel Ferreira da Ponte
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

AGRADECIMENTOS

Minha jornada de quase sete anos na universidade só foi concluída por eu possuir pessoas incríveis à minha volta. Primeiramente, agradeço à minha mãe, Suely Maria, que dedicou grande parte da sua vida, sozinha, à minha criação. Esse trabalho só foi possível graças a ela, que, apesar das dificuldades, não mediu esforços para manter um ambiente bem provido, permitindo que eu crescesse como pessoa. Portanto, me formar é uma conquista que, com ela, divido.

Também gostaria de mencionar todos os meus amigos, que me acompanham desde o ensino fundamental e continuam presentes, mesmo após eu fazer os questionamentos mais absurdos que minha mente é capaz de formular.

Por fim, agradeço a todos os professores que fizeram parte da minha formação acadêmica, especialmente Raquel Pontes, que foi extremamente atenciosa durante meu processo de ingresso no curso de CVD, e Fabiana Heinrich, que me acompanhou durante todo o processo de produção deste trabalho e é uma pessoa que me inspira profissionalmente.

RESUMO

Imagens em redes sociais: uma outra forma de interação é um Trabalho de Conclusão de Curso que busca entender e explorar uma outra forma de interação do usuário com a imagem na contemporaneidade das redes sociais.

A exploração tem como objetivo o desenvolvimento de uma rede social que sirva como espaço para uma “recusa no lugar”, contra a economia da atenção que rege o funcionamento das redes sociais a partir de conceitos estabelecidos por Jenny Odell (2021).

O trabalho parte de uma fundamentação teórica dos conceitos de imagem e redes sociais, cruzando essa base com o entendimento de que as redes sociais contemporâneas priorizam a visualização e o compartilhamento em detrimento à veracidade dos conteúdos postados.

Também produzimos uma análise de plataformas de redes sociais baseadas em imagens e de imagens que circulam nesses meios, com o fim de entender como o modelo se apresenta e o impacto gerado por ele na comunicação online.

Por fim, utilizamos a metodologia de cinco planos de Jesse James Garret (2011) para o desenvolvimento de um ambiente virtual baseado na comunicação por imagens que funcione como um contraponto para o modelo-comum atual.

Palavras-chaves: Imagem, Rede Social, Comunicação, Atenção, Design Digital.

ABSTRACT

Images on social media: another form of interaction is a Graduation Thesis that seeks to understand and explore another form of user interaction with images in the contemporary context of social media.

The exploration aims to develop a social network that serves as a space for a "refusal in place," against the attention economy that governs the functioning of social networks, based on concepts established by Jenny Odell (2021).

The work starts with a theoretical approach of the concepts of image and social networks, combining this basis with the understanding that contemporary social networks prioritize visualization and sharing over the veracity of posted content.

We also produced an analysis of image-based social media platforms and the images circulating in these media, in order to understand how the model presents itself and the impact it generates on online communication.

Finally, we used Jesse James Garret's (2011) five planes methodology to develop a virtual environment based on image communication that serves as a counterpoint to the current common mode.

Keywords: Image, Social Network, Communication, Attention, Digital Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01	Tela de captura de imagem do Instagram	49
Figura 02	Tela de edição do Reel	49
Figura 03	Tela de inserção de informações da publicação.....	50
Figura 04	Tela principal do Instagram.....	51
Figura 05	Tela de exibição de Reels.....	53
Figura 06	Tela da seção Explorar	53
Figura 07	Tela de perfil no Instagram	54
Figura 08	Tela de captura de imagem no TikTok	56
Figura 09	Tela de exibição de publicação no TikTok.....	57
Figura 10	Tela da seção "A seguir"	58
Figura 11	Tela de perfil no TikTok	59
Figura 12	Tela de captura de imagem no Snapchat	61
Figura 13	Tela de publicação no snapchat.....	61
Figura 14	Tela de exibição do mapa no Snapchat	63
Figura 15	Tela de exibição de Holofotes no snapchat.....	63
Figura 16	Tela de produção de uma Remixagem no snapchat.....	64
Figura 17	Captura de tela do vídeo de Xanleurfa.....	66
Figura 18	Captura de tela do vídeo de Corrientes.....	69
Figura 19	Captura de tela do vídeo de Bagé	73
Figura 20	Card sorting do usuário 1	86
Figura 21	Card sorting do usuário 2.....	86
Figura 22	Card sorting do usuário 3.....	87
Figura 23	Card sorting do usuário 4	87
Figura 24	Card sorting do usuário 5.....	88
Figura 25	Card sorting do usuário 6.....	88
Figura 26	Fluxo de publicação.....	90
Figura 27	Fluxo de interação	91
Figura 28	Fluxo de conexão.....	92
Figura 29	Wireframes com grade.....	93
Figura 30	Módulos gerados com a grade.....	93
Figura 31	Wireframe da captura de imagem.....	94
Figura 32	Wireframe da seleção de imagem.....	94
Figura 33	Wireframe da inserção de informações.....	94
Figura 34	Wireframe do mapa	95
Figura 35	Wireframe da publicação	95

Figura 36	Wireframe das informações.....	95
Figura 37	Wireframe de publicações relacionadas.....	95
Figura 38	Wireframe do perfil de usuário	96
Figura 39	Wireframe do gerenciamento de conexões	96
Figura 40	Módulos arredondados	96
Figura 41	Elementos tipográficos.....	97
Figura 42	Relação entre o tamanho da tipografia	97
Figura 43	Iconografia.....	98
Figura 44	Paleta de cores	98
Figura 45	Grafismo da publicação	98
Figura 46	Efeito da sobreposição.....	98
Figura 47	Processo de variação de tamanho	99
Figura 48	Tela de captura de imagem.....	99
Figura 49	Tela de seleção da imagem	100
Figura 50	Tela de arquivo de imagens	100
Figura 51	Tela de informações da publicação	101
Figura 52	Tela de mapa	101
Figura 53	Tela de mapa sem zoom	101
Figura 54	Tela de publicação da imagem	102
Figura 55	Tela de publicação do mapa	102
Figura 56	Tela de publicação no processo de exploração dos comentários	103
Figura 57	Tela de informações da publicação no processo de reação	103
Figura 58	Tela de informações da publicação com seção de recomendado	104
Figura 59	Tela de perfil do usuário.....	104
Figura 60	Tela de conexões	105
Figura 61	Tela de visita de perfil.....	105

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. IMAGENS E CULTURA VISUAL	15
3. REDES SOCIAIS.....	27
4. IMAGENS NA CONTEMPORANEIDADE DAS REDES SOCIAIS	41
5. ANÁLISES	47
5.1. ANÁLISE DE REDES SOCIAIS	48
5.1.1. INSTAGRAM	48
5.1.1.2. PRODUÇÃO.....	49
5.1.1.3. CIRCULAÇÃO	50
5.1.1.4. RECEPÇÃO	54
5.1.2. TIKTOK	55
5.1.2.1. PRODUÇÃO	55
5.1.2.2. CIRCULAÇÃO	56
5.1.2.3. RECEPÇÃO	59
5.1.3. SNAPCHAT	60
5.1.3.1. PRODUÇÃO	60
5.1.3.2. CIRCULAÇÃO	62
5.1.3.3. RECEPÇÃO	63
5.2. ANÁLISE DE IMAGENS: EVENTOS CLIMÁTICOS NO RIO GRANDE DO SUL EM 2024.....	64
5.2.1. CASO DE XANLEURFA.....	65
5.2.1.1. PRODUÇÃO	65
5.2.1.2. CIRCULAÇÃO	66
5.2.1.3. RECEPÇÃO	67
5.2.2. CASO DE CORRIENTES	68
5.2.2.1. PRODUÇÃO	68
5.2.2.2. CIRCULAÇÃO	69
5.2.2.3. RECEPÇÃO	71
5.2.3. CASO DE BAGÉ.....	72
5.2.3.1. PRODUÇÃO	72
5.2.3.2. CIRCULAÇÃO	73
5.2.3.3. RECEPÇÃO	74
5.3. CONCLUSÃO DAS ANÁLISES	75
6. CONTRIBUIÇÃO	77
6.1. METODOLOGIA	78
6.1.1. PLANO DA ESTRATÉGIA.....	79

6.1.2. PLANO DO ESCOPO	81
6.1.3. PLANO DA ESTRUTURA	84
6.1.3.1. CARD SORTING	85
6.1.3.2 FLUXO DE USO.....	89
6.1.4. PLANO DO ESQUELETO	93
6.1.4.1. WIREFRAMES.....	93
6.1.5. PLANO DA SUPERFÍCIE	96
7. CONCLUSÃO	107
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	110

1. INTRODUÇÃO

Esse Trabalho de Conclusão de Curso trata de uma pesquisa que tem por objetivo entender a relação de interação das pessoas com imagens nos ambientes digitais das redes sociais.

A motivação para escolha do tema da pesquisa surgiu da experiência pessoal do autor no contexto da pandemia de Covid-19, causa da reclusão domiciliar desde o início do mês de março de 2020 até o primeiro programa de vacinação contra o vírus, em janeiro de 2021. Durante esse período, como a maioria dos processos sociais nos quais o autor se integrava tornaram-se remotos, notamos um grande aumento no uso de redes sociais, implicando na deterioração da saúde mental como consequência de uma chuva torrencial de informações sobre diversos assuntos ao mesmo tempo. Após esse período, observamos ainda que a retenção de informações a respeito do que era consumido nas redes diminuiu de forma considerável, mesmo com o uso alto. Como apontam os dados disponibilizados pela DataReportal¹, três dos cinco motivos primários para o uso das redes sociais por pessoas de todo o globo de 16 a 64 anos constituem *consumir informações presentes nelas*. Com isso, surgiram indagações a respeito do propósito da comunicação por meios digitais visuais.

Para investigar esse fenômeno, no capítulo 1 abordamos o mundo das imagens, estudando definições do termo imagem a partir de visões filosóficas e como elas exercem função comunicacional a partir de estudos da cultura visual. Além disso, pesquisamos por meio de registros históricos, como as imagens sofreram alterações no modo que são produzidas e vistas.

Já no capítulo 2 abordamos o tema das redes sociais, visando entender as características da sua formação como fenômeno social e, posteriormente, como fenômeno tecnológico. Aqui, também tratamos de questões sobre seus propósitos e funcionamento na contemporaneidade, contemplando seus impactos causados pela suas formas de estruturação.

O terceiro capítulo é escrito com o objetivo de cruzar os temas dos capítulos anteriores, através de uma pesquisa sobre como as imagens são produzidas

¹ DataReportal. **Digital 2024: Global Overview Report**. 31 de jan. de 2024. Disponível em: < <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> > Acesso em: 07 de jun. de 2024.

e inseridas nas redes, como elas circulam dentro dessas estruturas e como nós recebemos as informações imagéticas nas redes sociais.

Com base nisso, no capítulo 4 produzimos uma análise de redes sociais contemporâneas focadas em comunicação por meio de imagens, como Instagram, TikTok e Snapchat, com o objetivo de entender seus processos de produção, circulação e recepção de imagens. Desenvolvemos ainda uma segunda análise, essa mais específica, buscando entender os caminhos da produção, circulação e recepção de imagens que ganharam relevância durante as tragédias ocorridas no Rio Grande do Sul do final do mês de abril de 2024 até o final do mês de maio de 2024, decorrentes de enchentes causadas por eventos climáticos. A partir das análises, entendemos que os modelos de postagem, compartilhamentos e interação apresentados pelas redes sociais investigadas permitem a fragmentação dos significados das imagens postadas.

Por fim, no quinto capítulo propomos uma outra forma de estrutura de interação para redes sociais com imagens. Nessa proposta, almejamos que as imagens tenham suas dimensões comunicacionais preservadas. Para tal proposta projetual, utilizamos o método de Jesse James Garret (2011) de 5 planos do usuário, além de termos como base a ideia de modelo de rede social proposta pela artista e educadora Jenny Odell (2021) e todo conteúdo abordado na pesquisa.

2. IMAGENS E CULTURA VISUAL

Neste capítulo discorreremos sobre a relação da imagem com a sociedade e como ela se modificou com o passar do tempo. Porém, antes de adentrar na discussão propriamente dita, precisamos definir o que entendemos como imagem.

Platão, em a República, traz sua noção sobre o tema: "Chamo imagens, em primeiro lugar, às sombras; em seguida aos reflexos nas águas ou à superfície dos corpos opacos, polidos e brilhantes e todas as representações deste gênero" (Platão, 2006: 509e-510a).

Segundo Ariovaldo Vicentini (2019), esse pensamento teve origem nos embates retóricos de Platão com os Sofistas na Grécia antiga, que via o grupo como algo que "parece ser" (Vicentini, 2019, p. 16) e portanto, possuem a mesma origem que a imagem, como "um segundo objeto igual, copiado do verdadeiro" (Platão, p. 166). Vicentini diz que, com essa afirmação, já é possível notar o foco de Platão nos conceitos de "cópia" e "verdadeiro", que vêm a ser a base do seu pensamento e das discussões sobre o tema imagem nas épocas seguintes. (Vicentini, 2019, p. 12)

A ideia de cópia é abordada por Platão na sua Teoria das Formas, na qual apresenta o mundo sensível como uma imagem do mundo inteligível. Essa relação de mimese é vista com maus olhos pelo filósofo, por nos apresentar apenas fragmentos da essência do objeto e, portanto, nos afastar da verdade. (Vicentini, p.15). Resumindo, podemos dizer que a definição de Platão de imagem reside em um véu, resultado de um objeto ideal, que cobre essa coisa e serve para nos iludir.

Aristóteles (2006), em *De anima*, define a imagem como "sensações percebidas, embora desprovidas de matéria" (Aristóteles, 2006: 432a9) e fruto da imaginação, que se dá a partir da percepção do sensível realizada por meio dos sentidos da visão, audição, paladar, olfato e tato.

O processo de construção da imaginação é feito através de três etapas: primeiro, a percepção dos próprios objetos sensíveis; segundo, a percepção das coisas que são incidentais aos objetos sensíveis e, por fim, a percepção dos sensíveis comuns — "por exemplo, movimento, repouso, formato, magnitude, número e unidade" (Aristóteles, 2006: 425a16) — que acompanham

os incidentes e substituem os sensíveis próprios. No primeiro passo é possível encontrar a verdade, desde que esteja presente a percepção. Já nos seguintes, o falso pode ser admitido em julgamento, principalmente quando há distância do objeto.

Então, a imagem ganha um caráter imaterial, por ser uma organização mental das percepções, podendo ser verdadeira ou falsa, dependendo da concepção da imaginação.

Leonor Areal (2012) traz uma definição de imagem. A autora conceitua o termo como “um processo de mediação: uma representação (imagem) de um referente (a coisa)” (Areal, 2012, p. 59). Além disso, ela classifica essas representações a partir da sua existência, podendo ser ópticas ou mentais.

Segundo Areal (2012), as imagens ópticas são resultados de uma transformação técnica, como fotografias e até as formadas por feixes de luz que entram por nossa retina, ou como as sombras e reflexos citados por Platão.

Já, para a autora, as representações mentais são aquelas formadas a partir de uma “síntese em evolução de memórias, conceitos, imaginações e imagens exteriores captadas e interpretadas” do nosso mundo (Areal, 2012, p. 64). Podemos entender também, de certa forma, como as imagens de Aristóteles.

Exemplos de imagens mentais dados por Leonor são as auto-imagens — obtidas através de uma imagem óptica própria no espelho, mas interpretadas através da ideia que temos de si; imagens literárias — aquelas que são evocadas por meio de palavras escritas que remetem à imaginação do leitor e escritor; e até imagens sonoras — uma representação mental do som que nos permite filtrar o que escutamos.

Com essas definições, Areal (2012) opõe imagem à coisa. A imagem de forma imaterial é o meio de representação da coisa e, com isso, conseguimos utilizar como forma de comunicação, concebendo o que outra pessoa nos mostra ou projetando algo para que outra pessoa interprete.

Essa relação também impede a imagem de coincidir com a coisa real, uma vez que ao vermos uma representação, temos contato no máximo com a superfície

do seu suporte (como uma fotografia analógica — em que temos contato com o suporte gravado — ou digital — em que temos contato com a tela). Além disso, ao sermos apresentados a uma representação feita por outra pessoa, temos também o distanciamento gerado pela interpretação que o autor teve.

Leonor Areal (2012) mostra a pintura de uma coisa como um exemplo no qual o autor dela teve a apresentação, a interpretou e a representou. A partir disso, as pessoas que entrarem em contato com aquela imagem irão interpretá-la de uma outra forma, gerando assim um tipo de véu sobre véu.

Outro ponto que a autora traz são os níveis de representação que coincidem sobre um mesmo objeto. Areal (2012) define 3 níveis de imagem: as imagens diretas, as criadas e as interpretadas. A primeira se refere a uma reprodução direta do referente, que pode ser captada através de um dispositivo como as fotografias. A segunda trata das imagens criadas a partir de memórias, como sonhos e fantasias, representadas em palavras, desenhos etc. Já a terceira não se refere a uma representação física, mas sim como a imagem é absorvida por outra pessoa, sendo uma imagem mental individual e subjetiva.

Tratando desse último ponto, Areal (2012) diz:

Parece-me aqui fulcral diferenciar o conceito imagem em função de quem a vê. Pois há o risco, muito comum, de tomarmos como imagem aquilo que podemos ver, aquilo que os nossos olhos podem ver – seja uma paisagem, ou uma pintura em duas dimensões [...] é claro que eu posso olhar uma coisa e ver uma imagem que não é exactamente a coisa que lá está, ou a imagem que lá está, que por sua vez é um resultado que alguém fabricou e viu de forma também descoincidente. (p.73)

Ainda, é necessário estabelecer e fundar a imagem também como um meio de comunicação. Como dito, Areal (2012) traz a imagem como uma mediação e portanto, um tipo de comunicação que, por mais que seja confusa ou longe do real, visa expressar uma intenção. Devido a isso, "a imagem é sempre semântica, isto é, tem um significado" (Areal, 2012, p. 74). É importante ressaltar também que nenhuma representação "adquire sentido sem que alguém lho confira: aquele que usa o microscópio, aquele que fotografa, aquele que apenas vê." (Areal, 2012, p. 61)

Com isso, a autora aborda a subjetividade com os conceitos de *olhar* e *visão* que, segundo ela, são facilmente confundíveis e relacionados a níveis de atenção, percepção e compreensão. Autores de estudos da chamada *cultura visual* — que pode ser entendida a partir das definições de Mirzoeff (1999), Mitchell (2006) e Sérvio (2014) como campo que trata tanto da dimensão visual de uma cultura como a dimensão cultural da visão — tratam dessa dicotomia enevoadada de olhar e ver com um foco maior.

Pablo Sérvio (2014) diz que por assumir esse caráter comunicativo, não é possível existir a universalidade da experiência visual, visto que, como as línguas faladas, elas mudam seu contexto e estrutura dependendo da cultura inserida (Sérvio, 2014, p. 200). Ou como Mitchell (2006) propôs: “são na verdade construções simbólicas, como que uma linguagem a ser aprendida, um sistema de códigos que lança um véu ideológico entre nós e o mundo real” (Mitchell, 2006, p. 8). Por isso é importante compreender como e porque construímos nosso olhar sobre as coisas.

Sérvio (2014) e Areal (2012), trazem um mesmo ponto sobre os olhos: nós não enxergamos com eles. Os autores defendem o ponto de que a nossa visão é focada no que nos traz interesse, no que é ditado por nossas experiências sociais. Um exemplo trazido por Sérvio (2014) é o experimento do gorila invisível, feito pelos psicólogos Christopher Chabris e Daniel Simons (2011) com estudantes do campus de Harvard. A experiência consistia em um vídeo de duas equipes de 3 pessoas movendo-se por um espaço e realizando passes com bolas de basquete, sendo uma equipe com camisas brancas e a outra de camisas pretas. A tarefa dos voluntários era contar quantos passes eram feitos pelos jogadores com camisas brancas. Após o vídeo, o número de passes era respondido pelos voluntários. Entretanto, no meio do vídeo, uma pessoa vestida em uma fantasia de gorila entra em cena, se posiciona no meio do vídeo entre os jogadores, olha para a câmera, bate no peito e sai de cena, passando um total de segundos na tela. No final, ao serem perguntados sobre a percepção de algo diferente no vídeo, cerca de metade dos voluntários da experiência relataram alguns detalhes do cenário, mas não notaram o gorila.

Sérvio (2014) conclui:

A experiência demonstra que o cérebro não tem a capacidade de processar conscientemente todas as informações visuais que os olhos captam e, diante disso,

dedica-se apenas àquelas informações que presume nos interessarem mais. Esse fenômeno é conhecido como percepção seletiva, processo através do qual enxergamos conscientemente apenas aquilo a que devotamos atenção. (Sérvio, 2014, p.197)

Então é fundamental para o entendimento das imagens a diferenciação e a relação entre o que é enxergado (visão) e o que é percebido (visualidade). A visão, segundo Sérvio (2014), trata da “parcela biológica da experiência visual, o corpo e a psique”, ou seja, o processo físico e mecânico que acontece nas nossas retinas. Já a chamada visualidade traz a “parcela cultural da experiência visual, aquilo que é aprendido social e historicamente” (Sérvio, 2014, p. 197), isto é, o que nos traz o interesse necessário para focar a atenção.

Sérvio (2014) defende que o que predispõe nossa atenção é a dimensão cultural. A seletividade é desenvolvida “de maneira tácita, a partir de rotinas, de preferências e de práticas de olhar que se estruturam e ganham organicidade interna sem que nos demos conta”, ou seja, através do que experienciamos durante a vida mesmo que não tenhamos ciência. Isso mostra que a nossa visão é fundada no nosso contexto social. (Sérvio, 2014, p. 199)

Mirzoeff (1999) contribui com essa ideia quando diz que a nossa experiência visual também depende de como estamos dispostos a experimentar. Assistir um mesmo filme no cinema ou numa televisão em casa nos propicia visões diferentes desse filme. Entretanto, “a maior parte da nossa experiência visual ocorre fora desses momentos de olhar formalmente estruturados” (Mirzoeff, 1999, p. 7, tradução minha).

Sérvio (2014) acrescenta que estudiosos do campo da Cultura visual concordam em dizer que é importante realizar uma busca histórica para além das imagens, pois a história da visão não termina apenas nas práticas de reprodução. As relações de poder exercidas em uma sociedade também contribuem sobre o que ver ou o que não ver, quem pode ver ou quem não deve ser visto.

Devido a essas relações, os autores da cultura visual defendem que para entendermos o que vemos, temos que entender também o contexto cultural. A definição de cultura utilizada aqui considera-a como “prática ou processo de produção, circulação e consumo de significado na vida social” (Canclini, 2005, p. 41 *apud* Sérvio, 2014, p. 209).

Mirzoeff (1999) também afirma que é preciso reconhecer que as imagens não são estáveis no tempo. Segundo o autor, as representações têm sua relação com o exterior alteradas de acordo com o contexto ou época (Mirzoeff, 1999, p. 7) e, com isso, a cultura visual também ganha um caráter dinâmico. Ele ressalta que a cultura visual deve ser entendida como o modelo descrito por Michael J. Powers: "uma rede fractal, permeada com padrões de todo o globo" (Clayson, et al.1995 *apud* Mirzoeff, 1999, p. 25). Com isso, a cultura ganha um caráter heterogêneo que, para ser analisada, precisa ser estudada historicamente. Nesse estudo, encontramos resquícios de influências de diversos contextos e, por isso, a cultura não pode ser "posta em caixas", com fronteiras precisamente delimitadas. Como exemplificado por Mirzoeff (1999), com o caso do artista peruano Kukuli Verlade Barrionuevo, que se considera um "indivíduo ocidentalizado e não como um ocidental, pois ele não criou essa cultura, mas sim foi colonizado por ela." (Miller, 1995:95 *apud* Mirzoeff, 1999, p. 26, tradução minha)

Entretanto, a dimensão social também é construída pela visão, como defendido por Mitchell (2006). Segundo o autor, os arranjos sociais que nos moldam possuem a forma que têm por nós sermos seres que possuem visão. (Mitchell, 2006, p.9)

A cultura de comunicação ganhou importância com o nascimento do conceito de *opinião pública*, que surge no final do século XVIII e, segundo Briggs e Burke (2002, p.11), implica na comunicação e preocupação em massa. Os autores dizem que os jornais cumpriram o papel comunicacional de, no séc XIX, moldar uma consciência coletiva.

Briggs e Burke (2002, p. 45) explicam que o mundo da comunicação em massa por imagens torna-se possível a partir da capacidade de difusão, essa possibilitada pelo surgimento de técnicas de reprodução mecânica por impressão como a xilogravura, que data do final do século XIV.

As representações visuais carregam ideias. Briggs e Burke (2002, p.47) exemplificam como a xilogravura ajudou a difundir conceitos a partir de imagens de santos partilhadas pela Igreja nos dias festivos, as quais auxiliavam no processo de convencimento e devoção da população.

Os autores discorrem ainda sobre como as artes produzidas na Idade Média tinham o papel de educar. Eles citam o historiador de Arte francês Emile Mâle:

tudo o que era necessário saber – a história do mundo desde a criação, os dogmas da religião, os exemplos dos santos, a hierarquia das virtudes, o âmbito das ciências, artes e ofícios: tudo era ensinado pelas janelas das igrejas ou pelas estátuas dos pórticos (Briggs e Burke, 2002, p. 19).

É importante salientar que a comunicação visual não se dá apenas pelas imagens ópticas. Espetáculos, que são constituídos não apenas por imagens ópticas, mas também som e movimento protagonizados por coisas, também eram de extrema importância na difusão de ideias. Briggs e Burke (2002, p. 48) explicam como a exibição pública de execuções impressionava quem as assistia e, também, passava a mensagem de autoridade e punição do Estado.

Segundo Mirzoeff (1999), nós temos uma facilidade em compreender ideias quando as figuramos. Podemos exemplificar tal ideia com a frase do economista François Quesnay, que afirma que “sua ‘figura econômica’ da sociedade trouxe diante de seus olhos certas idéias intimamente entrelaçadas que somente o intelecto teria grande dificuldade em compreender, desvendar e reconciliar pelo método do discurso” (Buck-Morss 1989:166 *apud* Mirzoeff, 1999, p. 6, tradução minha).

Briggs e Burke (2002, p. 85) complementam essa ideia quando escrevem que as imagens impressas ajudaram Lutero a difundir sua doutrina protestante para os analfabetos ou como o monge chamava “povo simples”, que constituíam a maior parte da população da Alemanha no séc. XVI. Os autores também citam o papa Gregório, o Grande (c. 540-604), para quem a escrita constituía, para os alfabetizados, o mesmo que as imagens para os que não sabiam ler. A devoção a estátuas era comum nas igrejas católica e ortodoxa assim como são hoje.

Segundo os autores (Briggs e Burke, 2002, p.105), a destruição de imagens também comunicava. A iconoclastia cumpria o papel de romper com o Antigo Regime da Igreja, trazendo a ideia de mudança, assim como a destruição das estátuas de Luís XIV na França marcaram uma mudança de governo.

Todos esses processos de construção e foco em meios visuais citados por diversos autores reforçam a ideia de que nossa cultura é visual também porque somos animais visuais. Entretanto, o campo da cultura visual não consiste apenas de concordâncias. Mirzoeff (1999) baseia seus estudos de cultura visual na tendência moderna de figurar ou visualizar a existência, dizendo que isso diferencia a contemporaneidade do mundo antigo.

Porém, como mostrado em exemplos anteriores, a visualização sempre esteve presente na sociedade. Mitchel (2002) também traz o exemplo dos israelitas, que lançaram mão da pictorialidade quando tornaram seu Deus, até então invisível, em um ídolo visível.

Mitchell (2006) chama o ponto de Mirzoeff (1999) de falácia da tendência pictórica, opondo-se à ideia de um domínio dos meios do campo visual sobre meios que exploram outros sentidos, como o discurso. Mitchell (2006) diz que essa ideia é apoiada tanto por iconóforos, que culpam as imagens pela decadência da literatura, quanto por iconófilos, que enxergam a imagem como uma evolução.

O autor então propõe que:

Um uso crítico e histórico dessa figura seria como uma ferramenta diagnóstica para se analisar momentos específicos, quando um novo meio, uma invenção tecnológica ou uma prática cultural emerge, em meio a sintomas de pânico ou euforia (normalmente ambos) sobre a visualidade.

[...]

O erro está em se construir um grande modelo binário de história, centrado em apenas um destes momentos de transição e declará-lo como o único e grande divisor entre a era da alfabetização (por exemplo) e a da visualidade. (Mitchell, 2006, p. 11-12)

Outra falácia apontada por Mitchell (2006) como presente no campo da cultura visual é a falácia dos meios visuais que, segundo o autor, promovem a existência de um meio exclusivo ou predominantemente visual. Ele entende o termo como “um artifício de simplificação para determinar as diferenças entre (digamos) fotografias e gravações fonográficas, ou pinturas e romances”, mas se opõe quando o termo é empregado como uma categoria distinta ou quando é tratado como um meio exclusivamente visual. (Mitchell, 2006, p. 12)

O autor propõe então, um contra-axioma no qual todos os meios são híbridos. Segundo Mitchell (2006), essa ideia “nos conduz à especificidade de códigos, materiais, tecnologias, práticas perceptuais, funções sógnicas e condições institucionais de produção e consumo que terminam por constituir um meio.” (Mitchell, 2006, p. 12-13)

Por isso, Mitchell (2006) ressalta a importância da descrição das relações da visão com os outros sentidos da maneira que são feitas em determinadas práticas culturais. Briggs e Burke (2002) dizem que as formas de comunicação mais efetivas são aquelas que apelam para a visão e audição através de “mensagens verbais com não verbais, musicais e visuais, desde tambores e trombetas de paradas militares até os violinos que acompanhavam performances de salão” (Briggs e Burke, 2002, p. 48).

Um exemplo de comunicação multimídia são os rituais no início da era moderna da Europa. Segundo Briggs e Burke (2002, p. 48), além de transmitir informação e mensagens, esses espetáculos serviam como uma forma de criar solidariedade entre os membros que os praticavam.

Os autores mostram um caso prático: o festival florentino de São João Batista, do fim do século XV, que comunicava a riqueza e o poder da cidade através da exibição de produtos de luxo feitos pelos artesãos — que provavelmente atiçavam a visão com o brilho e ornamento das jóias e o tato com a textura dos tecidos — e um banquete de agradecimento aos governantes — enaltecendo visão, olfato e paladar. Esses e outros aspectos do festival eram uma expressão identitária coletiva dos florentinos.

Quando era conveniente, as elites que dominavam a região utilizavam desse senso coletivo e identitário do “povo comum” como uma arma em suas disputas políticas. Segundo Briggs e Burke (2002, p. 45), impressos satíricos do século XVII e XVIII estimularam uma consciência política popular. Além das batalhas campais, que também contavam com o povo como soldados, panfletos que funcionavam como meio de manobra das massas também marcaram o conflito entre Carlos V, imperador do Sacro Império Romano-Germânico, e o rei Francisco I da França em 1520 (Briggs e Burke, 2002, p. 89).

Briggs e Burke (2002, p. 82) ainda afirmam que a mídia era usada tanto como arma para atacar outras mensagens, quanto para fomentar e difundir novas ideias. Um exemplo são as sátiras que os protestantes utilizavam para atacar e enfraquecer a Igreja Católica nas décadas de 1520 e 1530, através da ridicularização pelo repertório tradicional do humor popular.

A Guerra Civil Inglesa, na década de 1640, também é utilizada como exemplo do uso da mídia como arma pelos autores. Discursos, textos e imagens, rituais e procissões eram utilizados pelas elites divididas para conseguir apoio público.

Mitchel (2006) ainda aponta que a ideia de que as imagens, por si só, exercem uma relação de poder sobre os espectadores é também uma falácia. Segundo o autor, as imagens podem, sim, ser um instrumento de dominação, mas assim como qualquer outro meio de comunicação. Ele diz que a ideia dessa relação de persuasão ser exclusiva e autônoma dos meios visuais é um posicionamento reducionista e iconoclasta.

Mitchell (2006) propõe então, uma abordagem balanceada sobre o assunto, com as ideias da imagem como instrumento e como agente. O autor enxerga as representações como "entremeios nas transações sociais, como um repertório de imagens-modelo ou padrões que intermediam nossa convivência com outros seres humanos." (Mitchell, 2006, p. 14)

Mitchell (2006, p. 14) traz então as ideias de Lacan:

Lacan, lembre-se, diagramou a estrutura do campo escópico como uma cama de gatos de intersecções dialéticas tendo a imagem exposta como centro. As duas mãos que sustentam os fios são o sujeito e o objeto, o observador e o observado. Mas entre elas, no jogo entre o olho e o olhar, está este curioso elemento intermediário, a imagem e o suporte ou meio no qual ela aparece. Este ser fantasmático foi descrito pela ótica antiga como sendo o *eidolon*, o padrão projetado arremessado através da superfície pelo olho que investiga e revista, ou o simulacro do objeto visto, propagado ou deixado pelo objeto como uma serpente que abandona sua pele em um sem-número de repetições [...]

A cama de gatos de visão intersubjetiva nos ajuda a ver por que é que objetos e imagens olham de volta para nós; por que é que o *eidolon* tem a tendência de se tornar um ídolo que nos retorna a palavra, nos dá ordens e exige sacrifícios; por que é que a imagem de um objeto difundida é tão eficaz para a propaganda, tão fecunda em reproduzir um número infinito de cópias dela mesma.

Briggs e Burke (2002, p. 85) também apresentam a teoria de comunicação de "dois passos", difundida por Katz e Lazarsfeld (1955). Essa teoria desenvolvida com a eleição presidencial norte-americana de 1940 traz a ideia que as massas não eram diretamente influenciadas pelos meios de comunicação, mas sim através de uma "influência pessoal" dos "líderes de opinião" locais.

Esse movimento ilustra também a ideia de Karl Deutsch (1963) apresentada por pelos autores, na qual Deutsch afirma que uma comunidade é uma rede de canais de comunicação. Briggs e Burke (2002, p. 96-97) exemplificam essa afirmativa com a cultura política inglesa, construída a partir das ligações estreitas entre a população do centro político de Londres e as outras regiões da Inglaterra através da disseminação de notícias.

Assim, concluímos que a imagem se dá a partir de uma realidade, representando-a por diversos meios. Além disso, possui um importante papel na comunicação, expressando conceitos, ideias e fatos tanto pela presença quanto pela ausência, sendo influenciada e influenciando o âmbito social do qual nasce e no qual reproduz valores.

3. REDES SOCIAIS

Redes sociais e de comunicação não são uma coisa nova. Como apontado por Max Fisher (2023), como animais, dependemos de um bom desempenho no manejo das nossas relações para prosperar.

Recuero (2009) ressalta a importância da internet por possibilitar a expressão e sociabilização através de instrumentos de comunicação mediada pelo computador. Segundo a autora, "essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores". (Recuero, 2009, p.24)

Para entendermos essas redes, precisamos primeiro compreender como elas são formadas. A autora utiliza as definições de Wasserman e Faust, (1994) e Degenne e Forse (1999), que definem as redes sociais como uma combinação de atores e suas conexões. Recuero (2009) diz, então, que a rede não passa de "uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores." (Recuero, 2009, p. 24)

Atores, ou nós, como define Recuero (2009), podem ser tanto pessoas como perfis institucionais ou representativos de grupos que fazem parte do sistema e constituem as redes, moldando as estruturas sociais, interagindo entre si e constituindo laços. Devido ao distanciamento na interação possibilitado pela internet, os autores podem não se apresentar de forma clara e, por isso, faz-se necessário entendê-los como representações identitárias de lugares de fala que expressam seus valores e interesses.

A autora continua dizendo que esses autores se apropriam dos espaços na internet, que ao mesmo tempo são públicos e privados, para performar suas expressões individuais. Essa necessidade de expressão vem do que Sibilia (2003) chama de "imperativo da visibilidade", que decorre da valorização da individualidade devido ao mundo globalizado. "É preciso ser 'visto' para existir no ciberespaço. É preciso constituir-se parte dessa sociedade em rede, apropriando-se do ciberespaço e constituindo um 'eu' ali" (Efimova, 2005 *apud* Recuero, 2009, p. 27).

A interação entre esses "eus", esses perfis individuais, é o que cria os laços sociais que conectam os atores entre si, fundados em um *alter* e um *ego*, em

que um baseia sua ação na expectativa do outro (Parsons e Shill, 1975 *apud* Recuero, 2009, p. 30-31). Portanto, a interação não é algo que parte puramente de um indivíduo ou perfil. Conforme Watzlawick, Beavin e Jackson (2000 *apud* Recuero, 2009, p. 31), esse processo de cumprir expectativas do meio que o ator está transformando essa relação em um ato comunicacional.

Como um processo de comunicação, a interação mediada por computador também é um tipo de meio de relações, as quais geram o que Wellman (2001) define como *laços*. Os *laços sociais* consistem na efetivação da conexão. Através deles, fluem operações sociais como controle, cooperação, conflito, suporte etc., ou seja, acontecem as relações. Eles são, portanto, laços relacionais. Essas conexões geradas são os principais focos dos estudos sobre as redes, pois é através delas que as estruturas sociais são moldadas. (Recuero, 2009)

A internet possibilita a análise das interações nela ocorridas devido a capacidade de produzir e armazenar *rastros*, ou seja, as interações que ficam registradas e que podem ser visualizadas, seja por outros atores ou nós, seja pelo próprio sistema de controle. Ela também é caracterizada pela forma de contato, visto que os atores via internet não precisam de um contato prévio ou físico.

Com a adição do fator "limitação" das ferramentas, a autora traz a topologia estabelecida por Primo (2003), que enxerga a interação mediada por computador de duas maneiras: mútua e reativa. A primeira consiste de uma interação na qual os atores participam e cooperam na relação, como uma conversa. Esses seriam os que formariam os laços relacionais, com a construção e troca entre os autores. Já a segunda é uma relação unidirecional, quando a interação já possui uma resposta determinada, como um apontamento de acesso disponibilizado por um autor.

A autora então complementa o entendimento da noção de laço com o trabalho de Breiger (1974), para quem um laço está baseado no sentimento de pertencimento dos autores, não num sistema dialógico. Com isso, temos o *laço associativo*, que seria fruto das relações reativas.

Ademais, os laços também possuem *força*. Para tal, a autora cita Granovetter (1973, p.1361): "a força de um laço é uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade (confiança mútua) e serviços recíprocos que caracterizam um laço". Aqueles que expressam uma intimidade, persistência no tempo e quantidade de troca na conexão entre os autores são os chamados *laços fortes* e, o contrário disso, ou seja, a ausência de intimidade, a baixa quantidade de tempo e quantidade de troca constituem os chamados *laços fracos*. Trazendo para o sistema de redes sociais na internet, os laços relacionais podem ser tanto fortes como fracos, dependendo da conexão entre os relacionados. Já os laços associativos tendem a ser mais fracos devido a sua conexão esparsa. Entretanto, Granovetter (1973 e 1983) traz o foco para a importância dos laços fracos, pois são eles que sustentam a internet, uma vez que propiciam aglomerações de conexões (ou *clusters*) (Recuero, 2009)

Outra característica do laço é sua *simetria*, que deriva da sua *força*. Laços que trazem uma reciprocidade na relação entre os atores são os chamados *simétricos*, já os que exprimem forças nos seus sentidos contrários são os *assimétricos* (Recuero, 2009).

Os laços também podem representar vários tipos de relações sociais entre os mesmos atores (Degenne e Forsé, 1999; Scott, 2000), como dois atores que interagem entre si em redes diferentes. Estes são chamados de *laços multiplexos*. Recuero (2009) diz que, segundo Granovetter (1973, p. 1361), os laços fortes geralmente são também multiplexos. Ela afirma que "laços sociais mediados pelo computador costumam ser mais multiplexos, pois refletem interações acontecendo em diversos espaços e sistemas." (Recuero, 2009. p. 42)

As conexões entre os autores também carregam um valor imaterial, o *capital social*. Recuero (2009) — através dos conceitos cunhados por Coleman (1988), Putnam (2000), Bordieu (1983) e Gyamarti e Kyte (2004); Bertolini e Bravo (2001) — define capital social como:

um conjunto de recursos de um determinado grupo [...] que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade[...] . Ele está embutido nas relações sociais [...] e é determinado pelo conteúdo delas. (*apud* Recuero, 2009, p. 50)

Eles podem ser categorizados de modo *relacional* (soma das características das conexões), *normativo* (normas de comportamento e valores), *cognitivo* (soma de conhecimento e informações), *institucional* (estrutura e regras do grupo) e a respeito da *confiança no ambiente social* (confiança no comportamento de outros)(Recuero, 2009, p. 51). Divididos em primeiro e segundo nível, em que o primeiro é oriundo dos indivíduos (relações, normas e conhecimento), e o segundo é aquele que representa e é acessado pelo coletivo como um todo (confiança no ambiente e presença das instituições). A existência do segundo nível depende da existência do primeiro nível na rede, e a presença do segundo nível promove a produção do primeiro. (Bertolini e Bravo, 2001 *apud* Recuero, 2009, p. 51)

Esses valores também podem ser classificados quanto ao seu papel no grupo: o que Putnam (2000) chama de *bonding* (fortalecedor). Esse está presente em redes mais densas e próximas, também relacionado com os laços fortes. Já o chamado de *bridging* (conector) consiste de achados em conexões distantes, nas ligações entre clusters, também associados aos laços fracos. Há também o *maintained*, ou *capital social de manutenção*, mais encontrados em redes baseadas na internet e que cumprem o papel de manter contato entre os autores.

Além de ser um ponto importante para a análise de redes sociais, o capital social também é imprescindível para o entendimento das conexões, seus padrões e motivos.....

Segundo Recuero (2009), como as redes são baseadas em relações entre atores em um contexto temporal, elas devem ser vistas como uma estrutura dinâmica em que as conexões nascem e morrem. Ela cita Watts (2003) ao dizer que não há redes paradas no tempo e no espaço.

Os processos dinâmicos das redes são de caráter emergente, ou seja, são observados quando vistos em uma totalidade, mas não necessariamente são vistos em atores individualmente. Elas podem ser construídas a partir de um sistema *bottom-up*, em que o padrão é construído de baixo para cima, de forma descentralizada. Então, são capazes de influenciar e modificar a estrutura da rede. (Recuero, 2009, p. 94)

Segundo Recuero (2009), as interações que compõem esses processos dinâmicos são a cooperação, competição e conflito. A cooperação é a base de formação das estruturas sociais e também essencial para a manutenção do grupo a partir de um e agir organizado conforme interesses individuais, capital social ou um objetivo em grupo. Ogburn e Nimkoff (1975, p. 238 *apud* Recuero, 2009, p. 81) entendem a competição como “forma fundamental de luta social”. Recuero (2009) acrescenta a definição de competição como uma luta que pode nutrir uma cooperação entre os indivíduos a fim de superar outros atores ou grupos, mas sem a presença da hostilidade. A característica hostil seria um quesito que só pode existir no conflito, que também pode gerar o desgaste e ruptura de uma estrutura social e só pode existir a partir de um antagonismo concreto.

A autora salienta que esses fenômenos sociais não se dão necessariamente de forma clara e relacionada. Segundo Recuero (2009, p. 82):

O conflito, por exemplo, pode envolver cooperação, pois há a necessidade de reconhecimento dos antagonistas como adversários. Esse reconhecimento implica cooperação. Do mesmo modo, o conflito entre grupos pode gerar cooperação dentro dos mesmos.

Ogburn e Nimkoff (1975, p. 242 *apud* Recuero, 2009, p. 82) também trazem luz sobre a competição como condição para cooperação, pois os atores podem “competir para melhor cooperar”. Então a competição pode também fortalecer um grupo visando um objetivo comum. Contudo, Recuero (2009) também ressalta que ele pode ser o estopim de um conflito, porém, esse último não deve ser visto com maus olhos. Simmel (1950 e 1964 *apud* Recuero, 2009, p. 85) enxerga, ao mesmo tempo, harmonia e dissonância no conflito, pois é capaz de fortalecer uma estrutura social a partir da união gerada pela polarização, quando existe contra um outro sistema. Ele também entende como impossível a existência de uma estrutura nutrida apenas pela cooperação, pois sem ela, não haveria mudança e evolução.

Um exemplo disso é o caso dos grupos antivacina apontados por Max Fisher no livro *A máquina do caos: Como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo* (2023) a partir de uma entrevista com Renée DiResta, analista e pesquisadora. Nesse relato, DiResta (*apud* Fischer, 2023, local. 255-265) conta que notou a recorrência de postagens no Facebook sobre vacinação

que se tornaram um local de conflito entre os usuários da rede. Segundo ela, mesmo que fora da internet a opinião pública fosse favorável à vacinação infantil, nessas postagens o número de pessoas que discordavam, ou seja, que eram contra as vacinas, parecia ser muito alto e isso acabava por transbordar para fora da internet, pois os dados analisados por ela mostravam que a tendência de pais não vacinarem seus filhos vinha crescendo.

Ao pesquisar sobre a origem desse grupo, ela percebeu que não havia nenhum fator externo que encabeçasse o movimento, mas sim o próprio sistema da rede social, isto é, o próprio algoritmo. DiResta (*apud* Fischer, 2023, local. 269-284) relata que ao pesquisar pelo termo “vacinas” no Facebook, o retorno era primária e majoritariamente de postagens e grupos anti-vacinas e, uma vez dentro dos grupos, eram recomendados outros grupos conspiratórios e mostrados conteúdos anti-vacinação que acabavam sendo fortemente atacados pelos atores daquele grupo.

Então, ela concluiu que o que fazia o sistema priorizar esse tipo de conteúdo era o *engajamento*, pois pessoas que se alinhavam aos ideais conspiracionistas passavam mais horas do dia consumindo conteúdo sobre tal, coordenando ataques e buscando mais aliados, ou seja, buscando cooperação, uma vez que outros grupos conspiratórios eram recomendados. Esse tipo de indexação de pesquisa ocorre devido ao algoritmo que rege a rede social, mostrando aos usuários postagens e sugestões que os mantêm engajados por mais tempo. DiResta (*apud* Fisher, 2023, local. 309-310) acreditava que “se estivesse certa, o Facebook não vinha só satisfazendo os extremistas antivacinação. Estava criando os extremistas.”

Como resultados desses processos, Recuero (2009) aponta a *agregação* e *ruptura* como dinâmicas esperadas em grupos sociais. A agregação é notada quando ocorre a chamada *clusterização*, ou seja, quando há mais agregações que rupturas. A autora diz que, como aponta Barabási e Albert (1999, p. 56 *apud* Recuero, 2009, p. 86), a ocorrência de um *cluster* se dá a partir da presença de conectores — atores que possuem um número muito maior de conexões que a média do grupo — pois eles possuem uma capacidade maior de se conectar e comunicar com outros atores.

A formação de um *cluster* também acontece devido à necessidade do sistema social de se adaptar para se manter estável, o que, segundo Parsons (1969 *apud* Recuero, 2009, p. 87-88), resulta na construção de novas formas de estruturas, papéis e comportamentos sociais. Além disso, o autor também ressalta a relação proporcional da capacidade adaptativa do sistema com sua capacidade de evolução. Com isso, Recuero (2009) liga o conceito de adaptação ao de auto-organização apontando o modelo de Barabási e Albert (1999, p. 4 *apud* Recuero, 2009, p. 88), no qual ao relacionar a ideia de auto-organização com o sistema nervoso os autores apresentam um esquema em que as partes se organizam de forma emergente para obter uma ordem, que não pode ser vista quando observada como um todo.

Então, Recuero (2009, p. 89-90) conclui que tanto a adaptação quanto a auto-organização são fenômenos essenciais para a existência de redes, pois a interação e comunicação entre os autores que permite a formação e existência das redes também geram conflitos que precisam ser estabilizados para que não haja ruptura.

Em adição, a forma de interação dos autores também molda a organização da estrutura na qual estão inseridos. Segundo Recuero (2009), as redes sociais podem ser *emergentes* ou de *associação*.

As redes emergentes são definidas pela autora através de Primo (2003), como aquelas que surgem de forma descentralizada ou *bottom-up*, ou seja, a partir da conexão gerada pela interação e conversação entre os nós que a compõem e, devido a isso, elas podem formar *laços fortes* entre os autores, que estruturam um sentimento de pertencimento entre as partes. Isso acaba diminuindo o tamanho dessas redes que demonstram uma distribuição homogênea e grande número de conexões entre os mesmos nós, pois a troca recíproca demanda tempo e investimento entre os nós. Porém, esse investimento é recompensado pelo tipo de capital social envolvidos nas redes emergentes, nutrido "pelo interesse dos atores em fazer amigos e dividir suporte social, confiança e reciprocidade" (Recuero, 2009, p. 95).

Já as redes de associação, ou *filiação*, são vistas de uma forma diferente. Nelas os nós são divididos em atores e grupos e são observadas não apenas as relações entre os nós, mas também os eventos que ocorrem entre eles.

Recuero usa o conceito de Primo (2003) para mostrar as redes associativas como aquelas que surgem através de interações reativas que impactam a rede. Essas redes são notadas através de conexões “estáticas” entre os nós, sem muita troca. Portanto, as redes associativas têm a capacidade de ser maiores e mais estáveis, pois não são alteradas pela quantidade de interações que ocorrem, dependendo apenas de uma conexão que não seja deletada para manter sua estrutura. Nessas redes, pela falta de interação, muitos laços fracos são encontrados e até conexões unilaterais (como apontamentos); entretanto, eles também podem representar um tipo de identificação entre os nós.

Recuero (2009) também traz a existência dos sites de redes sociais (SRS), os quais correspondem a quaisquer espaços virtuais utilizados para a construção de redes sociais digitais. A autora também cita a definição de SRS de Boyd & Ellison (2007), como “aqueles sistemas que permitem: i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator.” (Boyd & Ellison, 2007, *apud* Recuero, 2009, p. 102). Os SRS também são caracterizados por possuírem um foco na visibilidade e articulação das redes, realizando a manutenção dos laços sociais construídos em espaços offline.

Com isso, podemos perceber que independente do tipo de conexão da estrutura social, o quesito *identificação*, seja a ausente ou presente, é o que define uma rede. Esse tipo de sentimento é fortemente explorado pelos sites de redes sociais da atualidade, como mostra Fisher (2023) através do “sociômetro”, um conceito desenvolvido pelo psicólogo Mark Leary que se baseia na autoestima como “medida psicológica do grau com que as pessoas percebem que são valorizadas nas relações e são socialmente aceitas pelos outros” (Leary, 2011 *apud* Fisher, 2023, local. 543-544) para a criação do sociômetro:

(...) a tendência a monitorar, de maneira inconsciente, como outras pessoas da nossa comunidade supostamente nos percebem. Processamos essa informação na forma de autoestima e de emoções afins, como orgulho, vergonha ou insegurança. (Fisher, 2023, local. 552-554).

Fisher (2023) compara o botão de curtir do Facebook e suas variações espalhadas pelas outras plataformas, considerando-o como uma bateria conectada ao sociômetro, em que quem tem o controle das cargas de energia exerce um poder sobre o comportamento humano. Segundo o autor, as curtidas

adicionam o imediatismo e o grande alcance nesse sistema de validação social, no qual discursar e obter a aprovação de centenas de pessoas pode acontecer em instantes e com facilidade, diferente da “vida real”.

Esse artifício ser quantificado e exposto aos usuários também pode impactar a dimensão social das redes, como mostra o neurocientista Dar Meshi (2015 *apud* Fisher, 2023, local. 574-575). Para esse pesquisador, o ato de receber uma curtida ativa a mesma região no cérebro responsável por produzir dopamina — neurotransmissor que atua na regulação de emoções e alívio de dor — o núcleo *accumbens*. Outra pesquisa de Christian Montag (2017 *apud* Fisher, 2023, local. 575-577) mostra que “pessoas com núcleos *accumbens* menores — uma característica associada a tendências ao vício — usam o Facebook por períodos maiores”.

Fisher (2023) mostra esse efeito com o relato de Leah Pearlman, gerente de projetos que trabalhou no botão de “curtir” do Facebook e que após sair da empresa, passou a trabalhar com ilustração de quadrinhos. Ela diz que utilizava a plataforma do Facebook para promover seu trabalho, no qual abordava temas como gratidão e compaixão. No início de 2010, esses temas eram impulsionados pelo sistema. Porém, em 2015, o Facebook passou a reprovar esses temas, pois eram usados por publicações “caça-cliques” e por consequência, parou de impulsionar o trabalho de Pearlman. Em uma entrevista citada por Fisher (2023), Pearlman diz que:

(...) minhas curtidas caíram e foi como se eu não estivesse mais absorvendo todo o oxigênio que preciso [...] Mesmo que eu pudesse culpar o algoritmo, alguma coisa dentro de mim dizia: ‘As pessoas não gostam, eu não sou boa o bastante’. (Vice News, 2017 *apud* Fisher, 2023, local. 584-586)

Segundo Fisher (2023), mesmo que o impacto não seja tão grande como aconteceu com Pearlman, a manipulação do sociômetro pode nos fazer recorrer a uma impulsão “artificial” promovida pela própria plataforma ou até mesmo mudar o jeito como nos comunicamos, visando inconscientemente ser mais validado.

Outro momento no qual nossa dimensão neurológica foi manipulada pelos sites de redes foi em 2013, também pelo Facebook. Fisher (2023) conta que a empresa se encontrava com o problema do “limite de Dunbar”, desenvolvido

em 1990 por Robin Dunbar. Esse antropólogo britânico propôs que o neocórtex de uma pessoa só permite a ela se relacionar efetivamente com no máximo 150 pessoas — número derivado da quantidade de seres nos grupos sociais dos quais evoluímos — e, caso a pessoa ultrapassasse esse número, seu comportamento muda involuntariamente a fim de retornar para dentro do limite. Pesquisas com primatas mostram que a participação em grupos com números que superam esse limite tornam os indivíduos mais agressivos, desconfiados e violentos, além de formar e reforçar hierarquias sociais.

Com o problema de um limite de crescimento na rede, o Facebook passou a trabalhar para contornar o limite de Dunbar. Para isso, passou a promover os *laços fracos* através da impulsão de publicações de outras pessoas que tivessem o mínimo de relação com o usuário, como amigos de amigos. Segundo Fisher (2023), mesmo com essa estratégia funcionando, em 2015 a empresa encontrou outra maneira de extrapolar o limite a partir da criação de grupos que comportam cerca de 1500 usuários. Esses grupos seguem os mesmos moldes relatados por DiResta (*apud* Fischer, 2023, local. 303-304), no quais o conteúdo priorizado e recomendado era o que levava ao conflito, que talvez fosse resultado dessa extrapolação.

Esse fenômeno foi regido por um fator comum dos sites de redes sociais contemporâneas: a utilização de algoritmos próprios para a curadoria do que será mostrado para o usuário. Fisher (2023) aponta que as empresas utilizam esse artifício motivadas pela ânsia da retenção dos usuários nas suas plataformas. Cristos Goodrow, coordenador do projeto da ferramenta de buscas do YouTube, comenta: "Nossa função é manter as pessoas envolvidas e andando com a gente", pois mais tempo assistido "gera mais publicidade, o que incentiva mais criadores de conteúdo, o que atrai mais audiência" (Doerr, 2017 *apud* Fisher, 2023, local. 1977-1979).

Segundo Dora Kaufman e Lucia Santaella (2020), os algoritmos funcionam através do chamado *deep learning*, um subcampo do aprendizado de máquina que foi concebido em 1980. Sua implementação, contudo, só se tornou viável a partir de 2010, com o desenvolvimento de uma maior capacidade computacional. O propósito do deep learning é prever com base em dados a partir de uma rede neural — "funções matemáticas biologicamente inspiradas, formadas por neurônios artificiais que interagem entre si" (Kaufman e Santaella,

2020, p. 4) — treinada através da tentativa e erro, com a exibição de um resultado desejado e ajuste de parâmetros da rede até que ela acerte. Portanto, é de grande importância apontar que os algoritmos não possuem uma vontade própria: eles refletem a vontade da empresa através de seu treinamento.

Pariser (2011 *apud* Kaufman e Santaella, 2020, p. 8) diz que a utilização de algoritmos para personalização do conteúdo leva ao usuário apenas o que lhe é de agrado, evitando a interação com o que é “desconfortável, desafiador, além de pontos de vista contrários e, por isso mesmo, enriquecedores”. Esse efeito ganhou o nome de *filtro-bolha*. Fisher (2023) ressalta que uma filtragem mínima do conteúdo exposto já é capaz de influenciar significativamente os costumes do usuário. O autor cita o experimento realizado pelos psicólogos Robert Epstein e Ronald E. Robertson em 2015, através do qual norte-americanos foram convidados a escolher entre dois candidatos fictícios com base no que era disponibilizado de informação sobre eles.

Cada participante encontrava os mesmos trinta resultados de busca em uma versão armada do Google, mas cada um encontrava esses resultados em ordens distintas. Os participantes deram maior peso psicológico aos resultados com ranking mais alto, mesmo quando liam todos os trinta. O efeito, concluíram os pesquisadores, podia mexer com até 20% das intenções de voto dos participantes indecisos. (Fisher, 2023, local. 2076-2079)

O filtro-bolha pode funcionar como uma câmara de eco, através da qual um discurso simples pode levar à radicalização, como mostra Fisher (2023) com o relato de Guillaume Chaslot, especialista em inteligência artificial (IA) que trabalhou no algoritmo do YouTube. Chaslot notou que o filtro estava influenciando tanto os usuários quanto os criadores da plataforma através de suas recomendações, que iam de conteúdos tolos a conspiratórios e violentos. Um exemplo citado por Fisher (2023) é de Nash Grier, um criador que publicava esquetes de humor e passou a produzir vídeos sobre o papel de subserviência da mulher aos homens.

Segundo Fisher (2023), Chaslot e outros integrantes da equipe se preocupavam com o que seu trabalho estava se tornando e comunicavam aos seus superiores na empresa, visando a construção de um algoritmo que levasse os valores como *moderação* e *generosidade* como parâmetro. Entretanto, isso foi extremamente desestimulado e resultou na demissão de Chaslot, com a

alegação de baixa produtividade. Segundo o especialista, os superiores “só se importaram com a receita publicitária. Eles raciocinavam que, se você se ligar em uma métrica só, que é o tempo assistido, vai servir a todo mundo. Mas isso é falso” (Fisher, 2023, local. 2115-2116).

A preocupação de Chaslot permaneceu mesmo após sua demissão. Fisher (2023) conta sobre o momento em que Guillaume, em uma viagem, reparou que a pessoa ao seu lado fazia o consumo de um grande número de vídeos conspiratórios e. Quando indagado pelo ex-funcionário do YouTube sobre a veracidade das informações apresentadas nos vídeos, essa pessoa disse que acreditava ser verdade, devido à grande quantidade de publicações com o mesmo tema. Segundo Fisher (2023), o YouTube estava contribuindo com o efeito ilusório da verdade, um atalho mental que utilizamos para fazer juízo sobre o que aceitar e recusar diante de uma grande quantidade de informações. O autor diz que uma das formas que esse efeito se dá é através da *familiaridade*, em que tendemos a aceitar algo se ele repetir aproximadamente algo que antes tivemos como verdade. Para isso, Fisher (2023) cita um experimento de Begg, Armour e Kerr (1985 *apud* Fisher, 2023, local. 2332-2333), em que pessoas que receberam constantemente a frase “A temperatura corporal de uma galinha” aceitavam a variação “A temperatura corporal de uma galinha é de 144 graus”. No caso da pessoa ao lado de Chaslot, o consumo repetitivo de uma teoria da conspiração o fez acreditar numa falsa sensação de consenso social.

Outro exemplo apresentado pelo autor foi o do robô Tay, uma inteligência artificial desenvolvida pela Microsoft que visava aprender, ou seja, treinar, a partir de interações com usuários do Twitter. Em 24 horas a IA passou a reproduzir discursos como “Bush cometeu o 11/9 e Hitler teria feito um serviço melhor do que o macaco no poder. Donald Trump é nossa única esperança”. Essa identificação que Tay assumiu ocorreu devido a usuários maliciosos que propositalmente a “alimentaram” com discursos conspiracionistas (Fisher, 2023, local. 2402-2408). A partir desse exemplo, é possível entender que como a IA é baseada em *machine learning*, que faz alusão ao processo biológico de aprendizado humano, os efeitos de uma bolha também estariam evidentes.

.....

Assim, podemos concluir que as redes sociais sempre estiveram presentes na sociedade, se apresentando de diversas formas e carregando consigo capital social produzido pelas conexões entre os atores que as compõem. Podemos também observar a influência que as redes sociais atuais exercem nos seus atores, os manipulando através de suas necessidades psicossociais com o fim de cumprir as metas estipuladas pelo viés do lucro econômico.

4. IMAGENS NA CONTEMPORANEIDADE DAS REDES SOCIAIS

O coração desse trabalho reside na união dos capítulos anteriores: a imagem e a rede. O entendimento dessa junção se dará a partir de uma visão histórica dos meios de comunicação em massa e sua evolução até a contemporaneidade.

Raul Ernesto Pereira, em sua dissertação de mestrado *Imagem-rede: convergência e deslinearidade entre produzir, compartilhar e interagir* (2018), trata da fotografia nas redes atuais. O autor aborda o conceito de *imagem técnica* como aquela “produzida por aparelhos” (Flusser, 2002, p.10 *apud* Pereira, 2018, p.18). Por semelhança, essa ideia é de certa forma equivalente às imagens *ópticas* (Areal, 2012), já apresentadas no texto.

Pereira (2018, p. 28-29) utiliza essa definição para argumentar que os sites de redes sociais contemporâneas — entendidos neste trabalho a partir desse momento apenas como *redes sociais* para fins de simplificação — são baseadas em *imagens digitais*, construídas a partir de dados binários captados por um aparelho. Elas predominam nossa comunicação por sua facilidade de gerenciamento e disseminação devido à ausência de uma dimensão física.

Essas imagens, em sua grande maioria, são apresentadas por meio de dispositivos que permitem tanto sua produção quanto reprodução através de câmeras atreladas a telas, como câmeras digitais e *smartphones*. Segundo Pereira (2018, p. 34), essa integração de funcionalidades “abre um leque de novas possibilidades de interação do usuário com a imagem produzida pelo aparelho” e essa abertura permitiu que as pessoas prestassem cada vez mais atenção nas telas no ato de fotografar.

Pereira complementa com a concepção de Souza e Silva (2016 *apud* Pereira, 2018, 35-36) que com o foco maior nas telas e com o imediatismo que elas proporcionam, passamos a observar o mundo através delas. Com isso, a visualização ganhou maior peso no ato de produção de imagens, permitindo até a alteração dela por meio de “filtros”. Pereira (2018, p. 36), diz:

E se a visualização é a justificativa para a tomada ou não da imagem, ela também o é para seu armazenamento. Uma vez visualizada, assume-se que ela cumpriu seu papel, e já pode ser descartada. É o que reforça a onda de mecanismos e aplicativos que circulam a imagem nas redes por tempo determinado, e que a tiram de circulação assim que o prazo se esgote. São as chamadas mídias efêmeras, tais como o Snapchat e o Stories no Instagram e no Facebook, e mais recentemente o WhatsApp, por meio do Status. Os quatro apps estabeleceram um prazo máximo de 24h de

circulação para a imagem. Após esse período, os arquivos colocados em circulação são extintos.

Segundo o autor, a ideia estabelecida pelas novas redes de que as imagens possuem relevância por pouco tempo trouxe uma noção sobre as imagens serem objetos de consumo rápido, indo contra o senso comum estabelecido pelas redes anteriores. Recuero (2009, p. 88-89) diz que essas mudanças ocorrem nas redes devido a transformação das limitações técnicas da estrutura que ela está inserida, implicando no surgimento de novas formas de estruturação.

Neil Postman, em *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (2005), discorre sobre a perda do sentido na circulação do discurso público nos Estados Unidos da América (EUA). O autor se baseia no aforismo do canadense Marshall McLuhan que traz *o meio como mensagem*, para fazer uma comparação entre as fases da escrita e impressão, telegrafia, fotografia e a transmissão por televisão.

Postman (2005, p. 18) argumenta que os meios de comunicação têm o poder de transmitir as ideias de um contexto para outro totalmente diferente, devido à capacidade de orientar e integrar nossa formação de pensamento, além de afetar de diversas formas nossas instituições sociais, como nossa concepção de verdade. O autor acrescenta que os meios também podem mudar a estrutura da mensagem, possuindo um viés que valoriza certas formas de inteligência (Postman, 2005 p. 27).

Em seu livro, Postman (ano, p. 16) tem a concepção de que quando as mídias impressas e orais possuíam um monopólio da comunicação por serem o único meio de comunicação local, o discurso geralmente era "coerente, sério e racional". Ele usa como exemplo os debates de Abraham Lincoln e Stephen A. Douglas, futuros presidente e senador dos EUA no século XIX. O autor diz que os debates possuíam um total de 7 horas, realizados em palanques com uma plateia, onde as pessoas ouviam pacientemente o que cada representante do partido tinha a dizer. Além disso, a estrutura da mensagem era baseada na racionalidade, uma vez que os ouvintes aplaudiam, murmuravam ou, como Douglas pedia, apenas faziam silêncio, pois ele preferia receber uma reação de julgamento e compreensão ao invés de uma reação passional (Postman, 2005, p. 45).

Com o surgimento do telégrafo com fios a partir da eletricidade, Postman (2005, p. 70) afirma que ocorreu uma fragmentação do conteúdo comunicado, introduzindo uma forma de comunicação baseada em manchetes sensacionalistas e impessoais que eram transmitidas com grande velocidade de uma costa à outra dos EUA, rompendo fronteiras geográficas e unindo o país em uma única rede – como o inventor do telégrafo Samuel Morse previu: “um bairro em todo país”. O autor defende que esse novo modelo de comunicação confrontou a estrutura, fazendo com que a informação perdesse totalmente seu contexto local, tornando-a efêmera e tirando sua importância na tomada de decisão da população. Com esse esvaziamento, Postman (2005, p. 65) afirma que o discurso público adquiriu um aspecto de curiosidade, interesse e novidade por parte da população, sendo transformando em uma mercadoria para ser consumida como entretenimento.

Postman discorre ainda sobre o conceito de ressonância de Northon Frye, para quem uma coisa isolada com um contexto próprio pode ganhar uma significância universal (1981 *apud* Postman, 2005, p. 17.). Ou seja, o autor (2005, p. 17) teme que a comunicação descontextualizada, sem “alma”, não tenha poder para gerar um significado na sociedade e exista apenas como uma coisa vazia.

O que aconteceu com a comunicação devido ao telégrafo pode ser comparado à efemeridade das imagens nas redes sociais hoje. Acrescentamos a visão de Pereira (2018, p. 51-52) que traz a ideia de Guy Debord do tempo pseudocíclico — em que o tempo se torna tanto mercadoria, quanto matéria-prima. Segundo Pereira (2018), as imagens trabalham tanto para o ganho de tempo – pois precisam de pouco tempo para serem assimiladas, quando compostas por códigos inteligíveis a quem as visualiza – quanto também para a perda de tempo, já que a imagem é buscada para entretenimento em momentos de ócio.

A recepção de imagens pelas pessoas vem mudando conforme a transformação na estrutura das redes sociais. Como apontado por Régis Debray (1994 *apud* Pereira, 2018, p. 70-72), podemos pensar uma história das imagens em três grandes eras, com contextos próprios: a *logosfera*, a *grafosfera* e a *videosfera*. Na logosfera, iniciada após a escrita no cenário da Idade Média, as imagens se apresentavam como ídolos que expressavam seu poder não na visualização, mas na presença, como as esculturas de santos no contexto católico. Pereira

(2018, p 70) acrescenta que estas imagens eram experienciadas pelas pessoas com uma relação de submissão, em que as imagens eram apresentadas no alto e, portanto, vistas de baixo. Na grafosfera, com a invenção da imprensa no século XV, as imagens passam a ser apresentadas como arte e são fundamentadas no racionalismo, com a centralização no humano, como as pinturas do Renascimento. Pereira (2018, p. 71) aponta que a experiência dessas imagens era feita com a cabeça reta, em direção ao horizonte, tendo uma relação de materialidade. Na *videosfera*, com a produção e difusão proporcionadas pelos avanços na indústria audiovisual, a imagem se apresenta de forma desmaterializada, sem uma dimensão real, sendo produzida, circulada e recebida através de uma máquina. Nessa era, a imagem sai do contexto individual da grafosfera e se insere em um contexto global, "do ser para o meio" (Debray, 1994, p. 209 *apud* Pereira, 2018, p. 72). Pereira (2018, p. 71) acrescenta que a imagem nessa era é experienciada em um contexto de relaxamento do espectador, quando é levado ou à distração, ou ao espanto.

Em outro ponto, Pereira (2018) cita a instalação desenvolvida por André Parente, em que uma imagem digital apresentada em 360° é disposta através de um binóculo que capta o movimento de um usuário e mostra o ponto de vista dele para o público. Nessa instalação, as pessoas em volta têm a possibilidade de perceber os interesses visuais do usuário, para onde ele está direcionando sua atenção e, a partir disso, começam a mudar seu jeito de observar a imagem, retraindo-se ou mudando de foco (Parente, 2010 *apud* Pereira, 2018, p. 74). O autor relaciona esse fenômeno com o que ocorre nos modelos vigentes de redes sociais, em que as ações podem ser observadas por outros usuários e, portanto, influenciadas por eles.

Podemos então, encontrar uma relação entre o fenômeno pseudocíclico da imagem apontado por Pereira (2018, p. 51-52), a ideia da videosfera de Debray (1994 *apud* Pereira, p.71) e o fenômeno ocorrido na instalação de Parente com as ideias de visão e visualidade dos estudiosos da Cultura Visual. No contexto das imagens em redes, a influência do contexto social no que é visto e o nosso tempo vendo imagens podem remeter à construção social da visão. Já o jeito como reagimos às imagens da videosfera, como isso ressoa em nós e o tempo vendo imagens podem ser resultado da construção visual do social.

Pereira apresenta o conceito de "segundo clique" (Silva Jr., 2015, *apud* Pereira, 2018, p. 86), em que a imagem é incompleta, caso não ocorra o compartilhamento nas redes. O autor completa com a ideia de Jenkins et al. (2014, *apud* Pereira, 2018, p. 87), para quem esse fenômeno implica na configuração da estrutura das redes sociais, em que os atores param de exercer o papel único de receptor e atuam também como compartilhadores e, portanto, configuradores das imagens. Essas estruturas de rede também contribuem, pois "elaboram em torno das imagens um conjunto de funcionalidades destinadas a favorecer a troca e a interação" (Gunthert, 2012, p. 44 *apud* Pereira, 2018, p. 87).

Pereira (2018, p. 96-98), cunha o termo *imagem-rede* para descrever esse tipo de imagem que percorre as redes sociais atuais. O autor apresenta a imagem-rede como um resultado da fotografia inserida no contexto das redes sociais, em que exerce um papel de centralidade na comunicação, tendo uma condição de existência mais próxima da visualidade do que do armazenamento.

Entretanto, Postman (2005, p. 68) utiliza o termo "proporção informação-ação", para explicar que a probabilidade do espectador realizar uma ação mediante a um comunicado se dá de forma proporcional à relevância da informação para o mesmo. Então, imagens que priorizam o compartilhamento ao invés da comunicação com contexto geram qual tipo de ressonância?

Nesse sentido, é possível concluir que as mensagens são influenciadas pelo seu meio de transmissão, tanto na sua estrutura quanto no seu conteúdo. Assim, imagens nas redes sociais acabam sendo manipuladas pela própria lógica das redes e, dessa forma, correm o risco de perder parte de seu poder comunicacional por serem tratadas como um artifício de entretenimento produtor de visualizações.

5. ANÁLISES

Neste capítulo realizamos análises de três redes sociais baseadas em imagens e de três imagens que circularam entre esses meios com fins de entender como as principais redes se comportam e quais seus impactos na mensagem.

5.1. ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

As análises de redes sociais desenvolvidas neste projeto visam descrever como as redes sociais digitais lidam com a *produção*, *circulação* e *recepção* de imagens, através do uso contínuo de seus aplicativos para dispositivo Android na versão mais recente do mês de junho de 2024. Na instância da *produção* analisamos do processo de captura de imagem à publicação da mesma. Já na *circulação*, o foco é o caminho para que a imagem possa chegar ao usuário. Por fim, na *recepção* investigamos as possibilidades de interação que o receptor da imagem possui.

Foram escolhidas as redes sociais Instagram, TikTok e Snapchat. Essas, disponíveis para dispositivos móveis, possuem foco na transmissão de imagens e, através delas, na interação entre usuários. Os dados apresentados nas análises têm origem em relatórios apresentados pela GWI, uma empresa especializada em pesquisa de consumidores, e em documentos oficiais divulgados pelas próprias redes sociais em seus sites.

5.1.1 INSTAGRAM

O Instagram é uma rede social que pertence ao conglomerado Meta, empresa que mantém outras redes grandes como o Facebook e o Whatsapp. A rede social tem o objetivo de “dar às pessoas o poder de criar comunidades e aproximar o mundo”¹, possuindo um potencial de alcance global de 1,65 bilhões² de contas. No Brasil³, em janeiro de 2024 o número de usuários era de cerca de 134,6 milhões, o que a torna a segunda rede social mais usada no país, representando 91,2% de usuários de internet de 16 a 64 anos, e a favorita de 35,9% de usuários ativos em redes sociais. O Instagram tem a quarta maior

1 Sobre o Instagram. Disponível em: < <https://about.instagram.com/pt-br/>> Acesso em: 22 de maio de 2024

2 DataReportal. **Digital 2024: Global Overview Report**. 31 de jan. de 2024. Disponível em: < <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>> Acesso em: 07 de jun. de 2024.

3 DataReportal. **Digital 2024: Brazil**. 23 de fev. de 2024. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>> Acesso em: 07 de jun. de 2024.

média de tempo de uso por seus usuários ativos em dispositivos Android de 1 de julho a 30 de setembro de 2023, totalizando uma média de 22 horas e 7 minutos de uso mensal.

5.1.1.1. PRODUÇÃO

No quesito da produção, uma imagem pode ser capturada tanto a partir da câmera do dispositivo, utilizada pelo aplicativo, quanto pela galeria do dispositivo, sendo acessadas na parte central da barra no lado inferior da tela ou com o gesto de deslize do dedo da esquerda para a direita na tela inicial da aplicação. Durante esse processo é possível realizar a edição da imagem a partir de efeitos de transformação, inserção de outras imagens, sons, texto e recursos interativos (enquetes e links) (Figura 2). Após, o usuário decide em qual seção da plataforma a imagem será publicada, podendo escolher entre uma publicação no Feed, Story, Reel ou Transmissão ao vivo (Figura 1). O Feed comporta a publicação de múltiplas imagens estáticas ou em movimento que possuam até 60 segundos de duração. Já os Reels aceitam imagens estáticas ou em movimento gravadas com até 90 segundos ou, caso tenha origem em um arquivo enviado, 15 minutos de duração. Por fim, as transmissões ao vivo comportam uma gravação diretamente do aplicativo por até 4 horas.

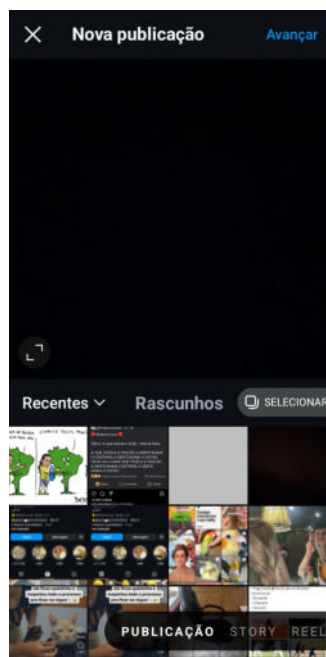


Figura 1 (esquerda)
Tela de captura de
imagem do Instagram.

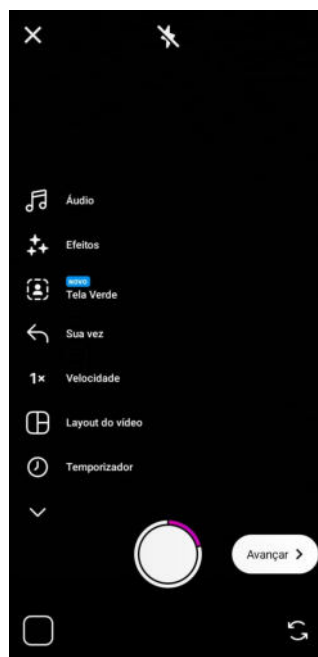


Figura 2 (direita)
Tela de edição do Reel.

As publicações no Feed e no Reel também podem receber uma legenda, enquete, localização, marcação de outros usuários e definições de privacidade. No Story, assim como no Feed, é possível escolher quem será capaz de acessar a publicação definindo como pública ou em um grupo privado de melhores amigos selecionados pelo usuário (Figura 3). É importante pontuar que as publicações em Story ficam disponíveis por 24h, salvo quando os usuários as publicam posteriormente em um dos outros formatos, quando ficam disponíveis em seu perfil para acesso posterior.

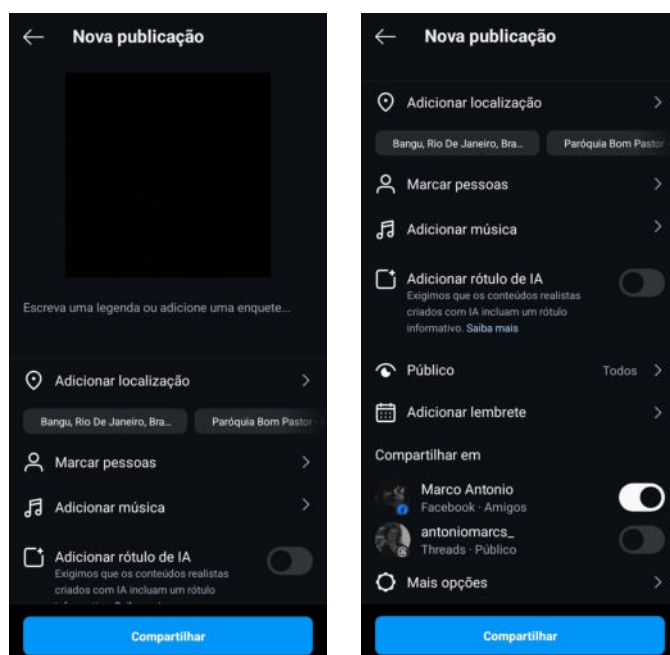


Figura 3
Tela de inserção de informações da publicação.

5.1.1.2. CIRCULAÇÃO

As imagens circulam por sua respectiva seção e formato de publicação, por onde também circulam propagandas que seguem o referido formato específico da seção. Elas são classificadas por um algoritmo próprio⁴ que define a relevância de uma publicação para cada usuário com base em sinais emitidos pelo mesmo, sinais esses consistentes com seu uso da plataforma e os conteúdo que mais costuma acessar.

O Story está localizado na parte superior da tela principal do aplicativo. A seção apresenta a foto de perfil do usuário envolta por um círculo verde caso seja visível para melhores amigos e em um gradiente de amarelo, vermelho e roxo,

⁴ Mais sobre o algoritmo disponível em: <<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/instagram-ranking-explained/>> Acesso em: 22 de maio de 2024

caso seja público (Figura 4). Ao tocar na foto de perfil, as publicações de Story daquele usuário são apresentadas em ordem cronológica, ocupando a tela inteira do dispositivo e navegadas para a próxima e anterior com toques na direita e na esquerda, respectivamente. Ao realizar o gesto de deslize da direita para a esquerda, as publicações do próximo usuário são exibidas, assim como o gesto contrário traz o usuário anterior. Na parte superior dessas imagens aparece o nome de usuário do autor, um tracejado branco que representa os Story já vistos e em cinza claro os não vistos. Já na parte inferior esquerda temos uma caixa de texto e, na inferior direita, um ícone que pode ser tocado. Junto ao Story também são apresentadas as transmissões ao vivo.



Figura 4
Tela principal do Instagram.

Os autores mostrados são aqueles que o usuário segue, apresentados da esquerda para a direita, classificados na frequência em que o usuário visualiza o Story de cada autor, na frequência com que o usuário interage com as publicações dessa conta e na avaliação do relacionamento que o usuário tem com quem publicou. Conforme já mencionado, as imagens publicadas nesta seção são visíveis por apenas 24h. Após esse período elas ainda podem circular no perfil do autor, caso o mesmo escolha tornar a publicação um Destaque.

Ainda na página principal do aplicativo, abaixo da seção de Story, são encontradas as publicações no Feed. Em cada uma é encontrado o nome de usuário do autor na parte direita e na esquerda um ícone que permite realizar

outras ações. Abaixo, a imagem é apresentada, caso possua outras imagens na publicação elas são apresentadas ao realizar o gesto de deslizar da direita para a esquerda para avançar para a próxima e um gesto ao contrário para voltar a imagem anterior. Em linha abaixo da imagem são encontrados 3 ícones de interação à esquerda: um indicador em forma de círculos representando a quantidade de imagens na publicação no centro e um outro ícone interativo na direita. Em seguida temos a foto de perfil e o número de usuários que curtiram aquela publicação, abaixo a legenda e logo depois um texto que permite acessar os comentários. Por último, a data em que foi realizada a publicação.

As publicações são ranqueadas, em ordem de importância, a partir do interesse do usuário que resulta das atividades de interação, das informações sobre a popularidade daquela publicação, data e localização (caso seja inserida), informações sobre a popularidade do autor e, por fim, o histórico de interações do usuário com o autor.

Os Reels, acessados por um ícone encontrado na parte centro-direita da barra inferior, ocupam toda a tela do dispositivo (Figura 5). Na área inferior esquerda da tela são encontradas a foto de perfil e nome do usuário; embaixo, a legenda da publicação e, em seguida, informações textuais de trilha sonora e de doação para o autor. Ao lado direito, ainda na parte inferior, são encontrados em pilha quatro ícones de interação com suas respectivas quantidades em forma de texto sob cada uma e um ícone sobre a trilha sonora do vídeo. As duas informações sobre a trilha sonora direcionam para uma outra tela que disponibiliza em grade outras publicações com o mesmo áudio. Na parte superior direita, um ícone direciona o usuário à tela de captura de imagem. A navegação desta seção acontece com gesto de deslize de baixo para cima para ir à próxima publicação e de cima para baixo para voltar à anterior.

O conteúdo é classificado, em ordem de importância, com base na atividade de interação do usuário com publicações recentes, o histórico de interação com o autor, informações de conteúdo e popularidade da publicação e informações sobre a popularidade do autor. Na parte superior esquerda da tela são encontrados filtros que direcionam para telas com conteúdos baseados em quem o usuário segue e os que são publicados perto do usuário.

Além dessas possibilidades de circulação, as imagens ainda são encontradas na seção Explorar (Figura 6), que permite ao usuário pesquisar em uma caixa de texto na parte superior da tela e encontrar publicações relevantes ao termo da pesquisa. Abaixo, publicações são encontradas em uma grade navegável na vertical: essas são classificadas em ordem de importância pelas informações sobre a popularidade da publicação — aqui, esse sinal tem maior relevância para o algoritmo no processo de recomendação do que tem no processo que ocorre no Feed —, pelas informações de atividade de interação do usuário com outras publicações da mesma seção, pelo histórico de interação do usuário com o autor e por fim, informações sobre a popularidade do autor nas últimas semanas.

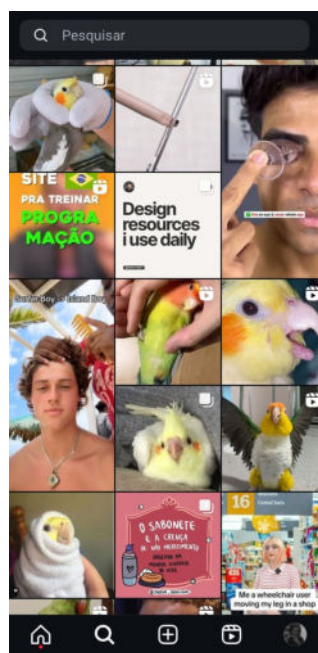


Figura 5 (esquerda)
Tela de exibição de Reels.

Figura 6 (direita)
Tela da seção Explorar.

Ainda, as imagens também são encontradas na seção de perfil do autor (Figura 7), acessada através do toque em qualquer representação do nome ou foto de perfil de um usuário ou, para acessar o próprio perfil, através de um ícone na parte direita da barra inferior da tela. O Story pode ser visualizado pela foto de perfil na parte superior esquerda da tela, à esquerda do nome de usuário ou embaixo das informações de biografia na seção de Destaque – neles, os Stories podem ser categorizados e salvos por tempo indeterminado, ficando a critério do autor. A seção disponibiliza as categorias com moldura circular sobre um texto breve. Sob os destaques estão três ícones distribuídos de forma horizontal que segmentam as publicações apresentadas em grade com navegação vertical. O mais à esquerda, selecionado por padrão, apresenta

todas as imagens publicadas no Feed pelo autor e o ícone ao centro permite a visualização apenas dos Reels daquele usuário. Ainda, o ícone à direita mostra imagens em que o usuário foi marcado por outros autores. Nessas seções, o conteúdo é classificado em ordem cronológica de publicação da esquerda para a direita, porém alguns podem ser fixados no início da grade. Ao tocar nas publicações elas assumem seu respectivo formato e navegação.



Figura 7
Tela de perfil no Instagram.

5.1.1.3. RECEPÇÃO

A interação que o usuário tem com a publicação pode ser dada através dos ícones de curtir, comentar, salvar e compartilhar. Elas ocorrem por padrão em todas as formas de publicação, a não ser que alguma tenha sido retirada pelo autor nas configurações de privacidade. A curtida é um sinal lido pelo algoritmo que é quantificado e exibido na sua seção. Já o ato de comentar permite ao usuário adicionar texto e emojis na seção de comentário, e o ícone de salvar permite que o usuário salve a publicação em uma coleção privada. O compartilhamento tem um destaque especial na sua função, visto que ele funciona como uma ferramenta para enviar a publicação para fora do aplicativo através de um link, mas também para dentro do aplicativo, permitindo que um usuário envie a publicação para outro no chat ou também a republique.

A republicação proporciona ao usuário transportar a publicação de uma seção para outra: por exemplo, trazendo uma imagem publicada no Feed de um outro

autor para seu próprio Stories, em que a imagem é mostrada como uma forma de link imagético com informação do nome do autor da publicação original. Entretanto, a imagem pode ser editada e sobreposta com textos e outras imagens.

Outra interação especial ocorre no Reels com o botão de doação, o qual permite ao usuário enviar uma quantia monetária em forma de item virtual ao autor.

5.1.2. TIKTOK

O TikTok é uma rede social operada pela ByteDance, empresa chinesa. A plataforma tem como missão "inspirar a criatividade e trazer alegria"⁵ através de vídeos curtos, possuindo capacidade de atingir 1,56 bilhões⁶ de usuários ao redor do globo. No Brasil⁷, essa capacidade é de 98,59 milhões, tornando-a a quarta mais usada, com 65,1% dos usuários de internet entre 16 a 64 anos, e a favorita de 8% dos usuários ativos de redes sociais. A rede marca a maior média de tempo de uso por usuários ativos de Android de 1 de julho a 30 de setembro de 2023, com um total de 30 horas e 10 minutos de uso mensal.

5.1.2.1. PRODUÇÃO

A produção de imagens no TikTok ocorre através da câmera do dispositivo gerenciada pelo aplicativo ou pelo acesso à galeria do dispositivo, e o processo pode ser iniciado ao tocar no ícone na parte central na barra inferior da tela. Durante a captura da imagem pela câmera, é possível utilizar uma ferramenta que permite temporizar a gravação em 15 segundos, 60 segundos ou 10 minutos (Figura 8). A produção pode ser interrompida e retomada com interferência do usuário e, nesse momento, efeitos de distorção na imagem podem ser utilizados em tempo real. Após a captura, o aplicativo permite a edição do enquadramento, da velocidade de reprodução e a realização de cortes no vídeo, além da inserção de textos, figuras, outros efeitos e áudio.

5 Sobre o Tiktok. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/about?lang=pt-BR>> Acesso em: 24 de maio de 2024

6 Apenas usuários com 18 anos ou mais são considerados na pesquisa sobre o TikTok. DataReportal. **Digital 2024: Global Overview Report**. 31 de jan. de 2024. Disponível em: < <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>> Acesso em: 07 de jun. de 2024.

7 DataReportal. **Digital 2024: Brazil**. 23 de fev. de 2024. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>> Acesso em: 07 de jun. de 2024. **Overview Report**. 31 de jan. de 2024. Disponível em: < <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>> Acesso em: 07 de jun. de 2024.

Outra opção de captura é o MV, que proporciona uma montagem sequencial a partir da seleção de 4 a 9 imagens da galeria. A produção de transmissões ao vivo não está disponível para todos os usuários, requisitando ao menos 1000 seguidores no perfil e é iniciada no mesmo lugar que uma publicação normal.

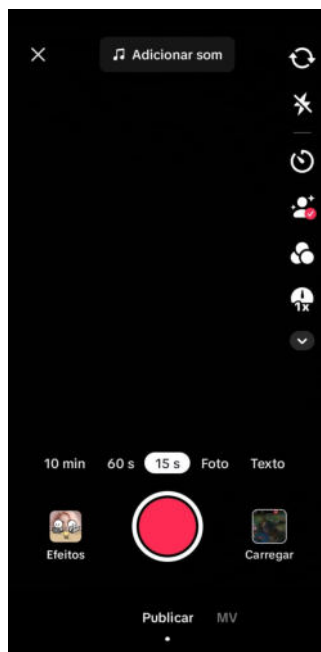


Figura 8
Tela de captura de
imagem no TikTok.

A publicação é finalizada com a possibilidade de inserção de legenda, localização que independe do usuário estar ou não no lugar indicado, links e definições de privacidade e compartilhamento.

5.1.2.2. CIRCULAÇÃO

A imagem no TikTok circula de forma primária ocupando a tela inteira do dispositivo e sendo navegada através de gestos de deslize de baixo para cima para acessar a próxima publicação e, ao contrário, para a anterior (Figura 9).

Na parte inferior direita da publicação estão as informações de local, nome de usuário do autor e em seguida legenda da publicação. Abaixo dessas informações estão a indicação textual da trilha sonora que pode ser acessada e leva a uma grade com outras publicações que possuem o mesmo áudio. Por último, há um controlador deslizante que indica o progresso do vídeo e pode ser alterado arrastando para a esquerda e para a direita. Já na parte esquerda da tela temos uma pilha de ícones que representam a imagem de perfil do autor, o número de curtidas, de comentários, de salvamentos e

compartilhamentos. Transmissões ao vivo estão disponíveis através do ícone no canto superior esquerdo. Nelas, a imagem segue o padrão de tela cheia, com informações de foto de perfil e nome de usuário na parte superior e caixa de texto, lista de comentários e outros ícones de interação na parte inferior.



Figura 9
Tela de exibição de publicação no TikTok.

O conteúdo a ser mostrado para o usuário é filtrado com o uso de um algoritmo que não é aberto, mas a partir do trabalho de Chen & Shi, *Análise do mecanismo do algoritmo de recomendações do TikTok*⁸ (2022 apud Aires, 2024), e de Zhao, *Análise sobre o fenômeno da "loucura de Douyin" fundada em algoritmos de recomendação*⁹ (2021, apud Aires, 2024) entendemos que o mesmo é baseado em filtros de colaboração básica, recomendações precisas e tráfegos de conteúdos. Os filtros de colaboração básica partem da preferência de usuários com características (persona) semelhantes ao alvo para a recomendação ao mesmo (Zhao Y., 2021 apud Aires, 2024 p. 4). Já as recomendações precisas buscam informações em laços fortes e fracos através de permissões concedidas pelo usuário alvo, como a lista de contatos. No caso das relações fortes, é analisada a interação que os usuários que correspondem aos laços mais fortes têm com um determinado conteúdo: caso seja positivo, há um grande aumento na probabilidade daquilo ser recomendado para o usuário-alvo. No caso das relações fracas, a recomendação é montada através da análise do que os usuários que o alvo não tem contato (laços fracos)

8 Tradução nossa para "Analysis of algorithm recommendation mechanism of TikTok"

9 Tradução nossa para "Analysis on the "Douyin (TikTok) mania" phenomenon based on recommendation algorithms"

têm interagido (Chen & Shi, 2022; Zhao Y., 2020 *apud* Aires, 2024, p. 5). Além disso, a filtragem com base no tráfego de conteúdo geral analisa o tempo que o usuário-alvo permanece em uma publicação, a partir do qual interpretamos que quanto maior o tempo, maior o interesse (Chen & Shi, 2022, *apud* Aires, 2024, p. 5).

As publicações são então classificadas a partir de duas opções: a seção "A seguir" e a "Para ti". Na primeira, as publicações disponíveis possuem como autores os perfis que o usuário segue, mas o ranqueamento é baseado no algoritmo. Já no segundo, o algoritmo determina o que é mostrado e em que ordem é mostrado. Além disso, também é possível acessar apenas as publicações de usuários adicionados na lista de amigos. Essa é mostrada na barra inferior da tela, no ícone localizado à centro-esquerda.

Outra forma de publicar é na aba de Stories (Figura 10), localizada na parte superior, após um toque em um ícone abaixo do texto "A seguir". Através dela é possível produzir e acessar publicações que possuem até 15 segundos de duração e permanecem visíveis por 24 horas. A exibição dessas publicações ocorre de forma parecida a do Instagram, com alterações nas cores. Não foram encontradas evidências de influência do algoritmo na classificação dessas publicações.



Figura 10
Tela da seção
"A seguir".

No perfil de um autor (Figura 11) também estão dispostas as suas publicações: a seção é acessada através das representações da sua foto ou nome de usuário, ou deslizando da direita para a esquerda enquanto está em uma publicação. Caso queira acessar o próprio perfil, a interação deve ser feita a partir de um ícone na parte direita da barra inferior do aplicativo. Em um perfil, de cima para baixo estão dispostos o nome do usuário, depois a imagem de perfil, nome do perfil; em linha horizontal os números de perfis seguidos, de seguidores e curtidas; abaixo, botões de interação e depois a biografia. Há ainda dois ícones que representam a origem das publicações, à esquerda os de autoria daquele usuário, selecionados por padrão, e à direita as republicações. Após isso, as imagens são dispostas em grade, ordenada de forma cronológica referente à data de publicação. Algumas podem ser fixadas no topo pelo autor. A visualização em ordem de popularidade também pode ser acessada com um segundo toque no ícone que remete à lista de publicações.



Figura 11
Tela de perfil no TikTok.

5.1.2.3. RECEPÇÃO

Os usuários podem interagir com as publicações curtindo, comentando, salvando e compartilhando, e essas interações são quantificadas e exibidas sob seus respectivos ícones em uma publicação. As curtidas funcionam para a quantificação e produção de sinais para o algoritmo, os comentários são

exibidos e produzidos com uma interação com seu ícone e salvamentos marcam a publicação em uma grade privada que é acessada na seção de perfil. Os compartilhamentos no TikTok podem ser feitos para um meio externo através de um link de acesso ou download da imagem. Além disso, existe a opção de enviar conteúdos para um outro usuário através do chat, republicar ou fazer um Dueto. Esta última opção permite ao usuário fazer uma nova publicação, em que a imagem anterior é exibida ao lado de uma nova gravação, montando uma nova imagem.

Nas transmissões ao vivo alguns ícones de interação permitem a doação de itens comprados e convertidos em uma quantia monetária. Ao realizar essa interação, o autor e todos usuários presentes na transmissão são informados através de uma figura representando o item doado que aparece acima da lista de comentários.

5.1.3. SNAPCHAT

Snapchat, da Snap Inc., surgiu como um aplicativo de mensagens focado em imagens com o objetivo de “empoderar pessoas a se auto-expressarem, viverem no momento, aprenderem sobre o mundo e se divertirem juntos [...] sem a pressão de ser popular, bonita ou perfeita”¹⁰. Seus números no mundo¹¹ mostram uma capacidade de alcance de 677,7 usuários, com uma parcela brasileira¹² de 6,84 milhões. Por ser uma rede de números menos expressivos, ela não se encontra entre as 10 mais usadas, mas aparece como nona maior média de tempo gasto, com 53 minutos mensais em dispositivos Android, conforme dados de 1 de julho a 30 de setembro de 2023.

5.1.3.1. PRODUÇÃO

A produção de uma publicação no Snapchat pode se dar a partir da câmera do dispositivo gerenciada pelo aplicativo ou por um registro já feito na galeria

10 Tradução nossa para “empowers people to express themselves, live in the moment, learn about the world, and have fun together [...] without pressure to be popular, pretty, or perfect”. Sobre o Snapchat. Disponível em: <https://investor.snap.com/about-snap/> Acesso em: 28 de maio de 2024.

11 DataReportal. **Digital 2024: Global Overview Report**. 31 de jan. de 2024. Disponível em: < <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> > Acesso em: 07 de jun. de 2024.

12 DataReportal. **Digital 2024: Brazil**. 23 de fev. de 2024. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>> Acesso em: 07 de jun. de 2024.

do dispositivo. No processo de captura (Figura 12) ou após o processo de seleção, é possível a edição, com a inserção de filtros e configurações de câmera, como alterações na luz. Após a produção da imagem, inicia-se o processo de edição, em que ações mais complexas como ajuste do enquadramento e duração são disponibilizadas. Além disso, inserções de textos, transcrições, figuras, áudio e links interativos e até mesmo a remoção de partes da imagem também se encontram à disposição do usuário. Durante a edição, podemos definir por quanto tempo aquela imagem ficará disponível para visualização, podendo ir de 10 segundos a tempo ilimitado. Então, começamos o processo de publicação, em que são inseridas informações de legendas e definidas se serão publicadas no Chat, Histórias ou SnapMap (Figura 13). As publicações retêm informações referentes à data de produção da foto, que são compartilhadas nas informações.

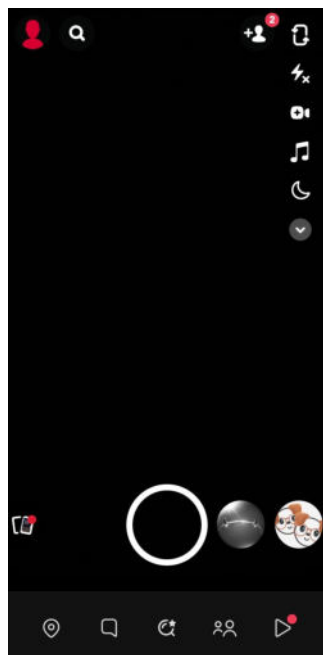


Figura 12 (esquerda)
Tela de captura de
imagem no Snapchat.



Figura 13 (direita)
Tela de publicação no
snapchat.

Publicações no Chat ocorrem através de uma mensagem direta a um usuário do aplicativo. Nelas, as imagens são tratadas como uma mensagem comum, que é apagada do registro após 24h, ou conforme determinado nas configurações da conversa. Já as que vão para as Histórias são publicadas no perfil do próprio usuário de forma pública ou privada a um grupo de usuários definidos pelo autor, ficando visíveis por até uma semana. Ainda, no SnapMap, a publicação é atrelada a um dos locais que o aplicativo disponibiliza baseado nas informações dadas pela localização do dispositivo, podendo ser publicada de forma anônima, caso seja de preferência do autor. Entretanto, para uma

publicação ser realizada no SnapMap é necessário que ela tenha sido produzida pela câmera gerenciada no aplicativo. As formas de publicação não são excludentes, permitindo ao usuário publicar em todas as três seções simultaneamente.

Uma outra forma da imagem ser produzida é através da seção de Holofote, tanto pela câmera quanto carregando uma composição de arquivos. Imagens do Holofote precisam ter uma duração mínima de 5 segundos e ficam visíveis por tempo indeterminado. Holofotes podem ser produzidos através de um ícone presente no canto superior direito, exibindo o mesmo sistema de produção dos outros meios.

5.1.3.2. CIRCULAÇÃO

As publicações enviadas no Chat são encontradas na lista de conversas presentes na sessão do chat, por um ícone localizado à centro-esquerda da barra presente na parte inferior. As conversas são ordenadas de cima para baixo, por cronologia da última mensagem enviada. Já as Histórias estão presentes na seção simbolizada por um ícone na parte centro-direita da barra inferior. Aqui são mostradas atividades de amigos de forma semelhante aos Stories do Instagram, com alterações na cor do círculo que envolve a imagem de perfil dos autores, dessa vez roxo. Abaixo, uma grade de duas colunas representa a função de Descoberta, em que são dispostas publicações de usuários que não são seguidos pelo usuário. Em meio a essas publicações também são encontradas peças publicitárias, que seguem o formato de publicação das que estão em volta. As Histórias, ao serem acessadas por um toque, ocupam toda a tela do dispositivo (Figura 14). Na parte superior são encontradas informações de nome de usuário e fotos do autor da publicação, a data de publicação e uma linha tracejada que representa a quantidade de publicações disponíveis daquele usuário, assim como no Instagram. Na parte inferior há ícones de interação e na inferior direita os de curtir e compartilhar.

No SnapMap as publicações estão disponíveis por meio da localização. Histórias publicadas em locais aproximados são agrupadas através de um mapa de calor que surge pela quantidade de imagens disponíveis naquele lugar (Figura 15). Ao ser acessado por meio de um toque na zona, ele exhibe Histórias publicadas. As publicações em História são navegadas através de

toques no lado direito para a próxima publicação e esquerda para a anterior. Gestos de deslize da direita para a esquerda passam para as publicações do próximo usuário e o gesto ao contrário, ao usuário anterior.

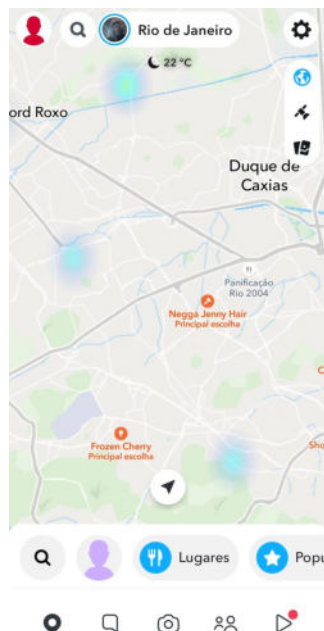


Figura 14 (esquerda)
Tela de exibição do mapa
no Snapchat.

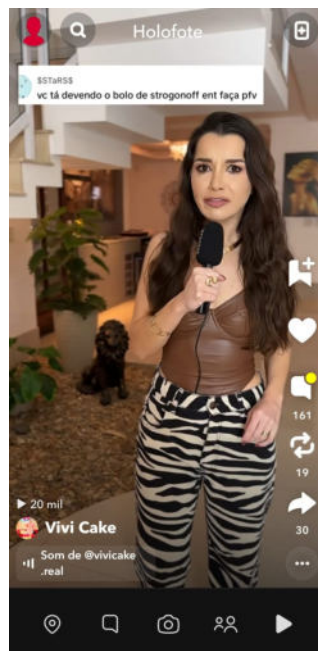


Figura 15 (direita)
Tela de exibição de
Holofotes no snapchat.

No Holofote são encontrados ícones em uma disposição semelhante ao Reels do Instagram e às publicações do TikTok. Entretanto, a ordem dos ícones de interação no canto inferior direito seguem a ordem de salvar, curtir, comentar, publicar e compartilhar, tendo somente as três últimas quantificação exibida.

As publicações de História e Holofote são recomendadas e classificadas conforme determinado pelo algoritmo, que não é aberto, mas é explicado brevemente no site¹³ da Snap Inc., em que recomenda com "base nos interesses individuais e aplicados em uma seleção de conteúdos limitada e examinada"¹⁴.

5.1.3.3. RECEPÇÃO

No Snapchat as interações seguem o padrão de curtir, salvar, comentar, republicar e compartilhar para fora do aplicativo através de um link e para dentro encaminhando para um chat. Histórias e Holofotes podem ser "remixados": essa função consiste na possibilidade do usuário fazer uma nova publicação. No caso das Histórias, uma nova publicação é produzida e uma

13 Disponível em: <https://snap.com/en-GB/content-recommendation-guidelines>> Acesso em: 28 de maio de 2024

14 Tradução nossa para "based on individual interests, they are applied to a limited and vetted pool of content"

imagem em forma de link interativo, referente à publicação remixada, é atrelada a uma parte da nova publicação. Já nos Holofotes, a remixagem é feita produzindo uma imagem em que o assunto principal (pessoa ou objeto) é automaticamente recortado e sobreposto à imagem remixada (Figura 16).



Figura 16
Tela de produção de uma
Remixagem no snapchat.

5.2. ANÁLISE DE IMAGENS: EVENTOS CLIMÁTICOS NO RIO GRANDE DO SUL EM 2024

As análises desenvolvidas neste projeto visam entender como as imagens são utilizadas no contexto das redes sociais contemporâneas, considerando as instâncias de *produção*, *circulação* e *recepção*, abordando o tempo, o espaço e os contextos culturais e políticos da época. A instância da *produção* consiste do que, por quem e através do que a imagem foi produzida. Já a *circulação* traz o meio em que ela circulou e as alterações que sofreu. Ainda, a *recepção* trata do público que recebeu essa imagem e quais impactos ela gerou.

Foram escolhidas imagens-rede que, como descrito por Pereira (2018, p. 96-98) existem para serem visualizadas e compartilhadas, com um recorte em imagens amplamente compartilhadas no cenário da tragédia climática que ocorreu no estado do Rio Grande do Sul nos meses de abril e maio de 2024. Segundo o Relatório de Perdas referente às chuvas e cheias extremas no Rio Grande do Sul, as chuvas e cheias que atingiram o estado gaúcho e impactaram

em inundações, torrents e deslizamentos foram originadas por uma série de eventos climáticos que culminaram em um acúmulo de chuva de até 700 milímetros sobre o estado de 30 de abril a 10 de maio de 2024. Durante o período de 30 de abril a 24 de maio de 2024, as chuvas e cheias extremas atingiram 456 municípios, deixando 78 em estado de calamidade pública e 340 em situação de emergência. O relatório aponta ainda o impacto na infraestrutura do estado, com números de 14.029 casas afetadas e 34.519 famílias sem acesso à água devido à contaminação de 4.570 fontes de água. Além disso, as chuvas também afetaram a produção primária, resultando na perda das culturas de verão, produtos armazenados e plantios iniciais de inverno. Diversas campanhas públicas ou privadas de ajuda foram criadas, como a campanha oficial do Estado SOS Rio Grande do Sul, que arrecadou cerca de 129 milhões de reais para serem distribuídos à população por meio de programas de reconstrução, adaptação e resiliência climática.

As imagens para essa análise ganharam tamanha visibilidade que tiveram que ser investigadas e recontextualizadas por jornais. Apesar de trabalhar com as três supracitadas instâncias, acabamos damos ênfase à circulação e à recepção das imagens, visto que a identificação do contexto de produção das imagens pode ser um pouco turvo.

5.2.1. CASO DE XANLEURFA

Em 15 de março de 2023, na província turca de Xanleurfa, ocorreram inundações causadas por fortes chuvas decorrentes de eventos de mudança climática. Num período de 24 horas, um nível de 136 milímetros de chuva atingiu a cidade, registrando cerca de um terço do esperado da média anual. A província contava com 2,7 milhões de habitantes que sofreram uma baixa de pelo menos 16 pessoas. Na ocasião das cheias, a população vinha se recuperando em abrigos temporários devido a um evento sísmico de 6 de fevereiro de 2023, que atingiu também as províncias de Malatya e de Adeiamane, outra vítima da inundação.

5.2.1.1. PRODUÇÃO

Um registro gravado nesse contexto, com 15 segundos de duração, mostra a ação do movimento da água, de cor barrosa na altura dos joelhos, que preenche

toda a avenida e arrasta duas pessoas que se esforçam para se estabilizar. Pela parte de baixo da imagem, surgem duas outras pessoas, uma blusa branca e outra com um colete azul, correndo em direção às outras que estão em perigo. A pessoa de branco consegue segurar uma vítima e em seguida a pessoa de azul agarra a outra. No vídeo, é possível identificar o vozerio de pessoas que estão perto da câmera que, pela resolução e enquadramento da imagem, parecem ser de um dispositivo de *smartphone* (Figura 17).



Figura 17

Captura de tela do vídeo de Xanleurfa.

Fonte:

<<https://x.com/TheInsiderPaper/status/1636393636198752256>>
Acesso em: 10 de ago. de 2024.

5.2.1.2. CIRCULAÇÃO

A imagem circulou em redes sociais, como no perfil jornalístico do X “@TheInsiderPaper” que cobre notícias do mundo, e também foi vinculada em sites de jornais turcos e internacionais, como a BBC. Nesse caso, a imagem estava relacionada tanto por descrição quanto por tempo, ao seu contexto real. Posteriormente, no dia 17 de março, a Demirören News Agency produziu uma matéria em seu jornal mostrando os afetados e identificando Mustafa Casim, uma das pessoas que correm para salvar as vítimas no vídeo, as quais eram sua esposa Döne e sua filha de 12 anos Bahar. Na matéria são adicionadas informações não presentes no vídeo, contando que após ele segurar sua filha e seu vizinho salvar sua esposa, Casim permaneceu agarrado a uma árvore à espera de resgate. Então, uma máquina de construção foi operada para lançar uma corda para o resgate e, quando estavam sendo puxados, sua filha escorregou de sua mão. Naquele momento, Casim perdeu seu equilíbrio e desmaiou, acordando depois no hospital. Ele e sua família estavam em um dos abrigos feitos para vítimas do evento sísmico.

..... Entretanto, mesmo após toda repercussão, o vídeo voltou a circular em 2024, dessa vez atrelado ao contexto da tragédia ocorrida no Rio Grande do Sul. A imagem sofreu alterações, recebendo inserções textuais e circulando em perfis que publicaram outras imagens relacionadas ao estado brasileiro. A frase "Resgate de duas crianças", disposta em caixa alta, e emojis que podem representar um suspiro de lamento, aparecem respectivamente na área central inferior e superior do vídeo publicado por @avillalena, com 25,2 mil seguidores. Um remix feito pelo perfil @fabianocsbrasil, com 4,2 mil seguidores, adiciona um vídeo do usuário sobre a parte superior da imagem em que comenta que o estado (governo) está presente, mas quem está agindo no Rio Grande do Sul é a população. Há ainda uma outra variação, dessa vez com a frase "Ore e ajude nossos irmãos do Sul", com um contorno branco na parte superior da imagem, publicado no perfil do Instagram de @cle.berjorge, com 2,4 mil seguidores. Segundo o jornal G1, a imagem foi encontrada no Instagram e no Facebook junto a frases como "homem salva duas crianças no Rio Grande do Sul"; "duas crianças sendo levadas pela enchente são resgatadas"; "impossível não chorar!"; e "nem todo herói usa capa". A agência Lupa também fez uma matéria de verificação que trouxe a imagem com a inserção textual "E ai Globels!? Isso é Fake News Ou IA??". Com uma pesquisa com o termo "Resgate de crianças no Rio Grande do Sul" na seção Explorar do Instagram ainda é possível encontrar o vídeo circulando entre outras imagens que retratam um cenário parecido com o que a imagem mostra.

5.2.1.3. RECEPÇÃO

Na primeira circulação, o público médio pode ser entendido primeiramente como as pessoas que estavam inseridas totalmente no contexto das enchentes na Turquia, como uma forma de comunicar o que estava acontecendo para residentes de áreas próximas ao ocorrido. Ao circularem em meios internacionais, o público médio é ampliado a pessoas que se interessam de forma indireta com o assunto, seja por meio do tema de eventos climáticos ou por possuírem laços com o local afetado.

.Pessoas que foram diretamente atingidas pela tragédia reagiram em revolta ao ocorrido, realizando vaia contra o governador local Zeynel Abidin Beyazgül durante uma aparição do mesmo em um dos locais inundados, em que segundo o jornal BBC Türkçe, foi possível ouvir a frase "Você aponta uma arma aos

cidadãos. Você não é útil a eles” vinda de um dos manifestantes. Na publicação do The Insider Paper, com 72,4 mil visualizações, 1 mil curtidas e 26 comentários, é possível observar mensagens de compaixão e solidariedade à população turca como “Meu coração se derrama pela Turquia.” e “😭😭”. Também são encontradas mensagens que exaltam a masculinidade e a coragem do ato realizado pelos homens no vídeo, como “Homens são essenciais para sobrevivência. Ponto.”; “Vamos apreciar esse vídeo com homens corajosos resgatando mãe e filha, porque em um futuro próximo homens corajosos vão estar apenas no livro de história”.

Na circulação que ocorreu no Brasil, o público médio pode ser entendido como qualquer pessoa residente no país com acesso a redes sociais e à internet, dado o impacto que a tragédia ocorrida no RS teve na mídia e na infraestrutura. A publicação de @avillalena conta com aproximadamente 1 mil curtidas, 125 comentários e 175 compartilhamentos. Mensagens de apoio e de apelo religioso são encontradas nos comentários das publicações, assim como algumas exaltando ações populares espontâneas, como o comentário de @salaomalufestas “Povo pelo povo”.

5.2.2. CASO DE CORRIENTES

Em 3 de março de 2024, chuvas intensas com um volume de 200 milímetros em um período de 4 horas atingiram a província de Corrientes, na Argentina. Foram estimadas que mais de 400 mil pessoas foram afetadas, sendo 17 mil afetadas diretamente pelas inundações das ruas. Autoridades do governo da cidade consideram essa a pior catástrofe climática da história após o registro oficial de 300 milímetros de chuva, levando à inundação de casas e devastação de famílias.

5.2.2.1. PRODUÇÃO

Um registro em vídeo foi realizado nesse período com duração de 22 segundos. Nele, uma idosa usando um vestido claro e uma camisa de manga longa e estampa xadrez é mostrada no centro da tela e, ao lado dela sobre um móvel de madeira, um cachorro de pelagem clara e molhada coberto por um pano rosa. A idosa permanece sentada observando o ambiente ao seu redor, que

aparenta ser um cômodo de uma casa com paredes esverdeadas. O cômodo está alagado na altura dos joelhos com uma água de cor barrosa e, quando a câmera gira no próprio eixo, também é possível enxergar outros cômodos que se encontram na mesma situação. Além disso, uma televisão com fios emaranhados e um fogão aparecem no fundo. Durante toda sua duração o vídeo não reproduz áudio ambiente, trazendo apenas uma música de ritmo lento com o tom melódico de um instrumento de som semelhante ao de um piano.

A filmagem é realizada por uma outra pessoa que movimenta a câmera com formato vertical pelo ambiente e, após um corte seco, uma outra pessoa está parada em frente a idosa. Então, é possível entender que foi produzida por um dispositivo *smartphone* e editada por algum aplicativo, nativo ou não às redes sociais (Figura 18).



Figura 18

Captura de tela do vídeo de Corrientes.

Fonte:

<<https://www.instagram.com/reel/C4G3HwVxSwU/>> Acesso em: 10 de ago. de 2024.

5.2.2.2. CIRCULAÇÃO

No dia 4 de março, a imagem circulou nas redes sociais e, então, ganhou mais visibilidade no perfil do Instagram do radialista argentino Carlos Alberto Simon (@carlosaberto.simon). Posteriormente, a imagem passou a ser veiculada em sites de jornais locais como o Diário El Libertador e a Rádio Dos. Nas matérias dos jornais a história foi contextualizada de forma mais ampla: a idosa foi identificada como Floriana Rodas, de 85 anos, e as imagens foram creditadas ao seu filho. As reportagens situavam ainda a gravação no bairro Laguna Seca,

de Corrientes. As legendas e manchetes atreladas a essas circulações dão à imagem seu contexto original.

No mês de maio de 2024, no Brasil, a imagem voltou a circular no Instagram e TikTok. Dessa vez, o contexto atribuído ao vídeo foi o das chuvas no Rio Grande do Sul. No dia 1 de maio, o Jornal Imigrantes, que publica notícias do extremo sul catarinense, fez uma publicação no seu perfil do Instagram em que a imagem sofreu a inserção do logo do jornal no canto superior direito e, na área central inferior, um bloco de texto que diz:

É de cortar o coração a situação desta vovó, dona Floriana, de 85 anos, da cidade de Corrientes/RS. Não tem como, nós, não nos solidarizamos em ver nossos vizinhos do Rio Grande terem que abandonar, seus lares, seus pets, seus sonhos, suas recordações e lembranças da onde cresceram..... é de correr lágrimas dos nossos olhos, diante tanta tragédia 🥲

Na legenda da publicação também foi reforçado o contexto gaúcho, repetindo que a cidade pertence ao Rio Grande do Sul, atribuindo obras não adaptadas ou planejadas para eventos climáticos extremos como causa da tragédia e trazendo números de 800 pessoas evacuadas e mais de 1000 assistidas durante o ocorrido.

No dia 2 de maio, a imagem também foi publicada no perfil do Instagram (@carla.zambelli) e do TikTok (@carlazambelli22) da Deputada Federal Carla Zambelli, em que possui aproximadamente 3,6 milhões e 480 mil seguidores respectivamente. Nessa ocasião, ela sofreu a inserção da frase "Minha solidariedade a todos os irmãos do Rio Grande do Sul" na parte central inferior, "dra.mayra.official" no rodapé da imagem e, no final do vídeo, na área central sobre um fundo roxo. Essas publicações são acompanhadas da legenda "Que cena linda e impactante! Pena o nosso DESgoverno não ter a mesma empatia com quem tem sofrido com a tragédia no Rio Grande do Sul" e a adição de "#SOSRS" na publicação do TikTok. Nas duas redes, a imagem é encontrada entre publicações que falam sobre a situação no estado do Sul brasileiro.

Outro perfil que promoveu a circulação da imagem foi o da cantora gaúcha Luísa Sonza que, em meio a tragédia utilizava sua visibilidade para buscar ajuda para as vítimas. O perfil com cerca de 31,7 milhões de seguidores realizou uma publicação em seu feed com imagens que associava aos acontecimentos

no estado, entre elas, o vídeo de Floriana. A publicação foi posteriormente compartilhada na seção de Story do perfil da cantora junto à frase “@lulaoficial @janjalula ajuda o RS”, que pode ser associada a um tom de cobrança, dadas algumas interações em outras publicações anteriores em que Luísa cobrava por explicações sobre o destino das doações. A imagem dos Stories estava em meio a registros de viagem da cantora, que estava de férias na Itália.

5.2.2.3. RECEPÇÃO

Na primeira circulação, o público médio pode ser entendido como as pessoas próximas ao local do ocorrido, visto que os perfis que primeiro publicaram comunicavam para aquela região. Na publicação de Carlos, com mais de 2,3 mil comentários e mais de 200 curtidas, é possível encontrar mensagens que lamentam a situação e exaltam um sentimento de companheirismo por parte do animal. Na matéria produzida no dia 5 de março, foi divulgada uma campanha de doação de alimentos e também ração para os cachorros.

Já na circulação brasileira, o público passa a ser de caráter nacional. Na publicação do Jornal Imigrantes, com cerca de 700 curtidas e mais de 50 comentários, também é possível encontrar mensagens de lamento, dessa vez pelo público brasileiro. Mas, na publicação de Carla Zambelli, com aproximadamente 193,6 mil curtidas e mais de 20,8 mil comentários no Instagram e em números aproximados de 2 milhões de visualizações, 98 mil curtidas, 200 comentários e 3,5 mil salvamentos e 12,1 mil compartilhamentos no TikTok, são encontradas também mensagens com tema políticos, como o comentário de @ge_silveira_:

Q cena triste meu Deus do céu, será q o dinheiro do governo não pode ajudar essas pessoas? O tal presidente gasta milhões em viagens e paga milhões pra shows pelo país e o povo necessitado sofrendo pelo Brasil a fora. Descaso, desumano.

Segundo a matéria de Juliana Barbosa no jornal BNews, após Luísa Sonza ser alertada por seus seguidores sobre a publicação, a mesma deletou a postagem de seu perfil e em seguida, fez uma outra publicação que chamava ajuda ao estado.

5.2.3. CASO DE BAGÉ

Em fevereiro de 2023, a prefeitura de Bagé — município do Rio Grande do Sul — fez um decreto de emergência devido à estiagem que datou de setembro de 2022. Em março de 2023, o Governo Federal reconheceu o decreto e, em julho do mesmo ano, autorizou a aquisição de cestas básicas para serem distribuídas para a população afetada pelas estiagens em agosto de 2023 com prazo para janeiro de 2024. No mês de agosto, a prefeitura fez um novo decreto de emergência devido ao impacto de chuvas de granizo, o qual foi reconhecido federalmente no mês seguinte, suspendendo a entrega de cestas básicas. Com isso, a prefeitura e o dono do Atacado Araújo firmaram termo de fiel depositário, mantendo cerca de 7,8 mil cestas básicas.

Um vídeo foi gravado em 31 de outubro por vereadores, alegando que mais de 8 mil cestas estariam sendo estocadas em más condições. Então, uma denúncia foi realizada à Polícia Federal pelos vereadores. A prefeitura alegou à PF que isso seria uma disseminação de notícias falsas e, assim, tanto as denúncias da prefeitura quanto a dos vereadores são encaminhadas ao Ministério Público Federal.

5.2.3.1. PRODUÇÃO

Uma outra imagem foi produzida com 48 segundos, divididos em uma cena de 12 segundos e outra de 36. Na primeira cena, Flavius Dajulia — vereador de Bagé — mostra um pacote de farinha retirado de uma sacola com outros produtos. Enquanto isso, um som grave de impacto toca no fundo e a palavra “absurdo” em caixa alta e entre duas figuras de luzes de emergência está presente na parte superior da tela. A câmera se aproxima do pacote, mostrando informações de validade impressas em um dos lados da embalagem. Durante a cena, o vereador fala com a câmera, relatando ser um pacote de farinha que deveria ser distribuído e estava com validade vencida. Sua fala é legendada em um texto branco com contorno vermelho na parte inferior do vídeo, sobre um logotipo do vereador.

Ocorre um corte na imagem e entra a segunda cena, novamente com um áudio grave de fundo. Dessa vez, contudo, junto a um som de respiração ofegante que cresce e se torna uma batida ritmada que dura o restante do vídeo. Nessa

segunda cena, Flavius aparece no centro da imagem gesticulando e alegando que aqueles alimentos eram destinados pelo Governo Lula, mas a Prefeitura alegava que eles não existiam. O vereador relata que aqueles alimentos deveriam ter sido distribuídos para a população carente do município de Bagé e estavam estocados há mais de 6 meses pela Defesa Civil. Durante o vídeo, Flavius põe a mão sobre uma pilha de pacotes que estão embalados e sua fala é transcrita igualmente na parte inferior da imagem. Ao finalizar a fala, a câmera gira no ambiente, onde é possível localizar outras pilhas de alimentos.

O vídeo foi produzido pela equipe do vereador com o que aparenta ser a câmera de um dispositivo *smartphone* pela proporção da imagem e mobilidade dos movimentos. Não é preciso dizer onde o vídeo foi editado, mas todos os recursos empregados na imagem podem ter sido produzidos através das próprias redes sociais no celular (Figura 19).



Figura 19

Captura de tela do vídeo de Bagé.

Fonte:

<<https://www.instagram.com/reel/C3aDk9qO37U/>> Acesso em: 10 de ago. de 2024.

5.2.3.2. CIRCULAÇÃO

A publicação foi realizada no perfil do vereador Flavius Dajulia no TikTok (@flaviusdajulia), com 13,7 mil seguidores, e também no Instagram (@flaviusdajulia), com 5,2 mil seguidores, o segundo feito em conjunto com o perfil de Lucas Mello (@lucasmellojr) e do PT-Bagé (@pt.bage). No Instagram, a publicação se encontra em ordem cronológica de publicação, já no TikTok ela é encontrada fixada em primeiro da grade, ambas possuindo a legenda "ABSURDO! DESRESPEITOSO! Alimentos que dizem não terem sido enviados

pelo Governo Lula estão lá, estocados, mal armazenados, vencidos. Até onde o Governo Lara é capaz de chegar?"

Durante o contexto das enchentes no Rio Grande do Sul, foi apurado pelo jornal G1 que a imagem circulou novamente. Dessa vez, como uma publicação falsa composta por trechos do vídeo original, acompanhado da legenda "Governo Lula envia mantimentos vencidos há mais de 6 meses para o Rio Grande do Sul". Entretanto, pela frequência de novas interações durante a segunda circulação é possível afirmar que o vídeo original também circulou novamente.

5.2.3.3. RECEPÇÃO

O público médio da primeira circulação pode ser entendido como os residentes ou pessoas que mantinham laços com Bagé e pessoas com interesse político. Já o segundo entra em um âmbito nacional atingindo também pessoas que estavam compadecidas da situação.

Não é possível identificar uma diferença clara nos números entre uma circulação e outra, pois estas se acumulam em apenas uma publicação em cada rede. De todo modo, temos cerca de 380 curtidas e 45 comentários no Instagram e em números arredondados, 24,1 mil curtidas, 1,9 mil comentários, 1,8 mil salvamentos e 6,7 mil compartilhamentos no TikTok. Porém, é possível identificar a recepção do público nas duas publicações. Através de uma observação dos comentários no Reels que datam da época de publicação, identificamos o tom de denúncia contra o governo local, como as palavras de @carmenberdet "Que absurdo!!!!" e de @ximends_pedrino_js "Ministério Público já 🔥 ⚠️". Já os comentários no TikTok, em grande parte, datam da segunda circulação. Neles, pessoas vão contra as campanhas de arrecadação oficiais do governo, como o comentário de @xangoyllada "NÃO FAÇA PIX PRO GOVERNO" e @fatimaribeiro803 "PESSOAL NAO FAÇAM PIX, PORQUE O PREFEITO E AUTORIDADES VÃO COLOCAR NO BOLSO.". Pessoas interpretam que o vídeo se trata de um ataque ao Governo Lula, como os comentários de @maria.paula.de.so87 "Lula vc vai pagar caro" e @liliansales020 "FAKE FAKE FAKE. E SO O QUE ESSA EXTREMA DIREITA FAZ..POVO ORDINÁRIO".

O impacto da primeira circulação pode ser observado através da pressão e cobrança realizadas sobre o governo local, implicando em uma nota da Defesa

Civil à imprensa alegando que os alimentos expirados seriam trocados junto aos fornecedores antes da entrega. Na segunda, uma notícia falsa de que o Governo Federal estaria enviando alimentos expirados pairou sobre as comunicações por um tempo, implicando em campanhas contra a doação para canais oficiais do governo. Além disso, uma nota em forma de vídeo foi publicada por Flavius Dajulia nas suas redes sociais e também uma série de comentários do próprio vereador na publicação no TikTok, anunciando que o vídeo tinha sido tirado do seu contexto de publicação.

5.3. CONCLUSÃO DAS ANÁLISES

Pelas análises, e em adição aos capítulos 2 e 3, é possível concluir que as redes sociais de grande alcance que têm imagens como meio principal de comunicação – como o TikTok e o Instagram – possuem uma fragilidade em relação à manutenção do contexto de circulação das publicações de seus usuários. A causa disso pode ser atribuída a um sistema que é projetado para que as imagens circulem facilmente através de algoritmos de recomendação que se baseiam principalmente nas *reações* ao invés das *informações*. Além disso, recursos como a seleção da imagem através da galeria e inúmeras ferramentas de edição presentes nas aplicações das redes permitem que a imagem seja alterada visando uma recepção que cause mais impacto e, por consequência, sejam mais favorecidas na classificação do algoritmo. Isso corrobora com a relação das emoções envolvidas na experiência das imagens da grafosfera, abordada no capítulo 3, que podem ser observadas principalmente na recepção das imagens em que tanto mensagens com tom solidário quanto com tom hostil estão presentes nos comentários.

Recursos como a Remixagem do Instagram e Snapchat e o Dueto do TikTok também contribuem para uma circulação menos contextualizada, visto que ao produzir uma nova imagem com base em outra, poucas informações importantes — como as informações de interação, em que um contexto maior é apresentado — sobre a segunda são levadas para a nova publicação, em comparação às outras formas de compartilhamento interno e externo às redes sociais.

Os mecanismos de produção, circulação e compartilhamento observados podem contribuir tanto para o esvaziamento quanto para a construção de

significados. O primeiro caso é observado quando a imagem tem todo seu contexto perdido na sua produção e circulação, já o segundo quando é reforçado através da repetição na circulação.

6. CONTRIBUIÇÃO

A artista e educadora Jenny Odell escreve em seu livro *Resista: não faça nada: A batalha pela economia da atenção* (2021), sobre sua relação com os modelos de redes sociais atuais. Odell (2021) funda seu trabalho em questionamentos sobre a concepção de produtividade e utiliza a *Jack London Tree*¹⁶, ou Velho Sobrevivente, como figura que representa a sobrevivência pela improdutividade.

A autora apresenta o conto "A árvore inútil" de Chuang-Tzu (2013 *apud* Odell, 2021, local 141), filósofo chinês do século 4. Nesse conto, um carpinteiro encontra uma árvore grande e antiga, mas resolve não trabalhar nela, por considerá-la inútil devido seus troncos retorcidos. Então, a árvore conversa com o carpinteiro através de um sonho do homem. No sonho, argumenta que só está viva e daquele tamanho por possuir aquelas características "inúteis", enquanto o homem envelhece e está perto da morte mesmo sendo produtivo, transformando os valores de destruição como produtividade para manutenção como a verdadeira utilidade. Com isso, Odell (2021, local 150) faz um paralelo da árvore símbolo de Oakland com a árvore de Chuang-Tzu, atribuindo os prováveis motivos da permanência do Velho Sobrevivente aos mesmos da outra árvore.

A partir disso, a autora estabelece a ação da árvore como a ideia de "resistência no lugar", que consiste em "dar uma forma a si que não possa ser facilmente apropriada por um sistema de valores capitalistas" (Odell, 2021, local 157). Então, relaciona essa resistência à ação de abraçar e habitar ideias que abordem a manutenção como produtividade.

Portanto, esse trabalho visa explorar uma outra forma de interação com a imagem, visando a manutenção ao invés do consumo predatório atual. Utilizando como base os princípios estabelecidos por Odell (2021).

6.1. METODOLOGIA

Para cumprir o objetivo do trabalho, foi utilizado o método desenvolvido por Jesse James Garret em seu livro *The elements of User Experience* (2011), que aborda o processo de projeto de produtos digitais com foco nos fluxos de uso desses produtos. . A metodologia de Garret (2011, p.19-21) orienta o projeto

com base em cinco planos: o plano da estratégia, o plano do escopo, o plano da estrutura, o plano do esqueleto e o plano da superfície.

Começando no plano da estratégia, definimos a mesma a partir do modelo de interação da proposta fundamentada por Odell. Já o plano escopo foi definido também com base na proposta de Odell, considerando as funcionalidades principais da aplicação. Ainda, no plano da estrutura, abordamos como as funcionalidades e a informação serão organizadas no produto, através de pesquisas de *card sorting* e fluxo de uso. Em seguida, no plano do esqueleto, definimos a disposição das funcionalidades para interação do usuário através de *wireframes* e mapas de navegação. Por fim, no plano da superfície, estabelecemos as estratégias visuais para a comunicação com o usuário, reunindo o resultado de todas as etapas anteriores.

6.1.1. PLANO DA ESTRATÉGIA

Trazendo de volta o ponto da recusa, Odell (2021) aborda no segundo capítulo de seu livro algumas tentativas de recusa durante a história. A autora se põe como exemplo a partir do ocorrido com ela em 2016, em um retiro acidental de desintoxicação digital que foi a trabalho para Sierra Nevada, realizando um estudo sobre o rio Mokelumne. Nessa ocasião, a autora relatou ter reservado uma cabana para sua hospedagem e, ao chegar no local, viu-se sem sinal telefônico nem rede de internet, permanecendo completamente offline durante dias. Nesse período, observou que sua relação com seu dispositivo celular havia mudado. Odell afirma que seu telefone parecia inerte, como um objeto qualquer, não representando mais “um portal para milhares de outros lugares, uma máquina cheia de pavor e potencialidades, ou mesmo um dispositivo de comunicação” (Odell, 2021, local. 745). Assim, passou a ser apenas uma ferramenta de lanterna e cronômetro, deixando a autora em um estado de grande paz de espírito sem os distúrbios de atenção causados pelo celular. Entretanto, Odell sabia que esse seu estado era temporário, pois vivia em sociedade e deveria retornar a ela.

Esse movimento de escapar completamente do “mundo” não é o que a autora propõe, trazendo como exemplo a comunidade de Drop City descrita por Peter Rabbit no seu livro de mesmo nome, em que ao tentarem escapar desesperadamente de sua sociedade para fundar um novo ambiente econômico

e social, ruíram, pois “nenhuma dessas pessoas tinha a menor ideia de que era isso que estavam fazendo [...] Apenas achávamos que estávamos caindo fora” (Rabbit, 1971 *apud* Odell, local 892).

. Em contraponto, ela incentiva uma recusa no lugar — ir contra o paradigma de um sistema sem sair de dentro do mesmo — trazendo como exemplo Diógenes de Sinope e Bartleby, personagem do conto de Herman Melville. O primeiro vivia em um barril e desprezava bens materiais, exceto um pedaço de pau que utilizava para se apoiar. Diógenes andava pelas ruas de Atenas, e posteriormente Corinto, em busca de um “homem que fosse honesto”, pois em sua concepção, todos viviam em uma sociedade corrupta de valores e tradições. O método de Diógenes era de causar impacto nas pessoas através da estranheza, agarrando estátuas cobertas de neve e deitando na areia quente, enquanto a reação comum a essas circunstâncias seria totalmente oposta. Ao se conformar que seu objetivo não seria concluído, passou a agir com uma recusa disfarçada de conformidade. Navia (1998, *apud* Odell, 2021, local. 1378-1382) explica o caso, quando a Grécia estava prestes a sofrer ataques de Felipe e os macedônios e a população começou a agir em esforço para se proteger. Quando Diógenes percebeu, começou a rolar seu barril pela cidade e, quando foi questionado, respondeu que fazia aquilo apenas para parecer tão ocupado quanto o resto. Assim, Diógenes agia contra o senso comum, mas continuava vivendo em sociedade.

Segundo Odell (2021, local 1420), Bartleby ficou famoso pela frase “Prefiro não”, usada para invalidar as ordens de seu chefe, o narrador do conto. Na história, o narrador é um advogado de Wall Street que contrata um escriturário chamado Bartleby, o qual realiza seu trabalho normalmente até que lhe é pedido que compare sua escrita com um original. A simples resposta “Prefiro não” dada pelo escrivão deixou seu chefe sem reação e, dali pra frente, passou a ser a resposta para todas as outras perguntas que recebia. Odell diz que a situação levou Bartleby a um estado não apenas de negação aos pedidos do chefe, mas também uma recusa aos próprios termos da pergunta, o que repele um possível embate com seu chefe, que deseja ao menos uma negação aberta para que possa discutir com seu empregado. Com isso, a autora cita Deleuze, que afirma que a estrutura linguística da resposta de Bartleby “esculpe uma espécie de língua estrangeira dentro da língua, para fazer com que todo o confronto silencie e o faça cair no silêncio” (Cooke, 2016 *apud* Odell, 2021,

local 1460), encontrando um novo espaço em um sistema que até então estava fechado.

Odell (2021, local 1479) também aponta *voluntate* (vontade), *studio* (foco) e *disciplina* (disciplina), solução que Cícero deu para a construção de um caráter diferente da inclinação natural do homem (Henry, 1927, *apud* Odell, 2021, local 1469), como caminho para o encontro e a habitação desse novo terceiro espaço, pois através disso, a pessoa teria esforço e vontade para encontrar uma outra saída para um sistema, uma disciplina para manter-se neles.

A autora traz o exemplo de um jardim que frequentava em sua cidade, o Rose Garden, como um lugar de recusa, onde as pessoas poderiam “não fazer nada” — ir contra a lógica da produtividade capitalista. Acrescenta que o espaço foi ameaçado de ser transformado em condomínios privados nos anos 1970, porém essa ação foi impedida por um esforço popular dos residentes locais (Odell, 2021, local 465). Com isso, Odell (2021, local 590) afirma faltar no mundo digital um lugar onde essa recusa possa acontecer, dada a quantidade imensa de informações que circulam nas redes. Então, a estratégia definida neste trabalho é aproveitar a falta de ambiente de recusa de uma interação para projetar uma rede social com foco em imagens que seja uma recusa contra a forma de comunicação estabelecida nas redes contemporâneas assumindo um papel crítico ao modelo-comum presente, funcionando como uma fonte geradora de questionamentos aos usuários sobre a forma de interatividade com as redes sociais já presentes, a partir da apresentação de uma maneira diferente de conexão e interação.

6.1.2. PLANO DO ESCOPO

Para a construção desse espaço digital, Odell (2021, local 3080) propõe uma rede social baseada em espaço e tempo, funcionando lentamente, em que seja necessário se deslocar para sua utilização. A autora (2021, local 3306) acrescenta que a rede deve ser trabalhada de forma híbrida, utilizando tanto o espaço físico como o digital nas interações entre os usuários, e que também utilize tecnologias descentralizadas e não corporativas, para que seu crescimento seja mais horizontalizado, criando pontos de apoio em várias cidades.

Outro ponto de interesse da autora é uma rede social não projetada para manter os usuários online o tempo inteiro. Isso vem da preocupação com a questão da atenção empregada no uso das redes sociais contemporâneas. Odell cita a publicação de James Willians no blog “Ética Prática”:

Sentimos as consequências indiretas da indústria da atenção em um grau pequeno, por isso costumamos descrevê-las usando palavras brandas como “irritantes” ou “distrativas”. Mas essa é uma leitura equivocada sobre o que de fato são. A curto prazo, essas distrações nos impedem de fazer o que queremos. A longo prazo, porém, elas se acumulam e nos impedem de viver a vida que desejamos ou, pior, sabotam nossa capacidade de reflexão e autocontrole, dificultando o que Harry Frankfurt chama de “querermos o que queremos.” (Odell, 2021, local 2220)

Nesse âmbito, a autora cita o estudo de Devangi Vivrekar, Técnicas de Design persuasivo na indústria da atenção: conscientização do usuário, teoria e ética (2021). Nele, Vivrekar propõe o sistema *Nudget*, como uma forma de conscientização sobre as técnicas de Design persuasivo — área do Design que foca em meios de influenciar o comportamento humano com produtos ou serviços, baseada em teorias sociais e psicológicas. Assim, trabalha com sobreposições que fornecem informações para o usuário, identificando e destacando esses elementos persuasivos durante o uso, por exemplo, do Facebook (Vivrekar, 2018, p. 16).

Segundo Odell (2021), ela e Vivrekar discordam na conclusão do trabalho. Vivrekar apresenta um contra argumento à proposta que, em vez de tentar tornar a persuasão mais ética, deveríamos nos concentrar em empoderar pessoas para que tenham mais autocontrole, o que Odell concorda. Porém, como contra argumento, Vivrekar aponta que:

Retratar o problema apenas como a necessidade de sermos mais atentos em nossas interações nos aplicativos é como dizer que precisamos ser mais atentos ao interagir com algoritmos de inteligência artificial programados para nos vencer no xadrez. Algoritmos igualmente sofisticados nos vencem no jogo da atenção o tempo todo. (Vivrekar, 2018, p.46, *apud* Odell, 2021, local 2268)

Então, segundo Odell (2021, local 2275), Vivrekar defende que a persuasão já está pressuposta no uso, sobrando como escapatória o redirecionamento para uma persuasão ética. Odell discorda dessa visão, pois a persuasão ética implica em um “bom uso” para o usuário, esbarrando nos questionamentos sobre produtividade de Odell.

Neste trabalho, entendemos que a visão de Vivrekar se encaixa melhor na proposta. Então, o uso de uma interface que vise a mínima influência é também estabelecido no escopo do projeto. Para isso, a tabela de elementos persuasivos identificados na plataforma do Facebook, presente em anexo no estudo de Vivrekar (2018), foi utilizada como um guia do que evitar na estruturação das funcionalidades. Dentre elas, as principais para o projeto são: início automático da reprodução das imagens, anúncios direcionados, quantificação das interações, notificação de novidades, exposição de usuários que interagiram e rolamento infinito do *feed*.

Um último ponto destacado por Odell (2021, local 3306) é a preocupação da autora com a reconstrução do contexto na circulação de informação. A autora mostra isso com o artigo de Veronica Barassi, “Mídias sociais, imediatismo e a hora da democracia” (2015), em que dá como exemplo a complicação que ativistas “têm de se adaptar ao fluxo de informações e à constante produção de conteúdo” (Barassi, 2015, *apud* Odell, 2021, local 3041). Isso teria causa na forma de comunicação que privilegia o imediatismo, prejudicando a visibilidade e compreensão devido à sobrecarga de informações que circulam. Com isso, Odell reivindica um tempo-espço de incubação da informação, em que permitiria a reflexão solitária e/ou uma definição de contexto.

Portanto, utilizando como base as ideias do modelo de rede social de Odell, o escopo pode ser resumido a uma rede social que utilize o contexto de localização e tempo na produção, circulação e recepção da informação. Ao mesmo tempo, que permita uma interação híbrida entre os usuários e que funcione de forma descentralizada a partir de conexões ponto-a-ponto — também conhecidas como P2P (peer-to-peer), são um tipo de conexão em que um usuário se conecta e troca dados diretamente com outro, sem a necessidade de um servidor central.

6.1.3. PLANO DA ESTRUTURA

Visando a formação de um espaço para “fazer nada”, Odell (2021) propõe algumas ferramentas que precisam existir para que a recusa exista, sendo elas o reparo, a escuta, e um antídoto para a retórica do crescimento. A autora (Odell, 2021, local 606) relaciona o reparo a períodos e espaços próprios para “fazer nada” e, então, realizar uma espécie de autocuidado como forma de preservação, como a reflexão e a cura. Na aplicação, isso foi traduzido como a possibilidade da construção e existência de um perfil que não suscite a necessidade de uma manutenção contínua.

Já a escuta é associada pela autora (Odell, 2021, local 619) com o “ficar quieto”, para que possa ser percebido seu entorno. Com isso, Odell cita a diferenciação entre conectividade e sensibilidade realizada por Franco “Bifo” Berardi (2011), em que a primeira é relacionada a uma rápida circulação de informações entre usuários compatíveis, como, por exemplo, a interação que temos nas redes sociais contemporâneas. A segunda é referente a uma troca que necessita o esforço das pessoas relacionadas, requisitando tempo e proporcionando que saiam diferentes de como entraram. No trabalho, a função que permite uma escuta sensível foi adaptada a uma forma de acesso à informação, em que as informações referentes ao contexto da imagem sejam acessadas e priorizadas antes que as interações sejam realizadas.

Por último, o antídoto para a retórica do crescimento está associado à produtividade. Odell (2021, local 650) explica que coisas que crescem sem controle são consideradas parasitas ou cancerosas e traz isso para a nossa própria ideia de produtividade, que geralmente está relacionada a criação de algo novo, ao mesmo tempo em que fechamos os olhos para a manutenção como elemento produtivo. No trabalho, além da produção, a permanência da imagem é uma das peças-chave para o funcionamento do novo modelo. Assim, ferramentas que permitam o armazenamento do que já foi produzido, para uma posterior edição ou publicação, também são de extrema necessidade, funcionando como forma de manutenção do que existe.

6.1.3.1. CARD SORTING

Com o objetivo de entender melhor como a estrutura das informações é entendida pelos usuários, foi aplicada a técnica de *card sorting*. Garret (2011, p.49) explica o *card sorting* como uma técnica aplicada a um usuário, através da qual o mesmo recebe uma pilha de cartas que podem conter nome, descrição ou imagem. Então, o usuário realiza a ordenação e agrupamento das cartas com base no que lhe parece mais natural. Segundo o autor, a análise dos resultados pode fornecer informações sobre como os usuários entendem a organização do sistema. O *card sorting* pode ser aberto, quando é solicitado que os usuários categorizam os cartões e nomeiem cada seção; pode ser fechado, quando os grupos são pré-estabelecidos pelo aplicador e os usuários apenas organizam os cartões nos grupos existentes, e pode ser híbrido, quando as categorias são propostas pelo aplicador, mas os usuários têm a possibilidade de criar novas.

No trabalho, a técnica foi aplicada através da plataforma online *UXTweak*, de forma híbrida, com 6 usuários de redes sociais contemporâneas. Foi fornecida uma descrição básica de forma prévia, em que os usuários foram informados que o produto se trataria de uma rede social para dispositivos móveis com foco em imagens, baseada em geolocalização e no tempo. As categorias propostas seguem as ferramentas indicadas por Odell (2021), sendo elas produzir, interagir e conectar, que foram dispostas em ordem aleatória para cada usuário. Um total de 16 cartões também foi disponibilizado em ordem aleatória para a categorização, sendo eles: abrir câmera; capturar imagem; inserir legenda; inserir *tags*; explorar mapa de publicações; filtrar mapa de publicações; buscar por local; buscar por *tags*; acessar publicação; reagir; comentar; compartilhar; adicionar informações de biografia; adicionar usuário; acessar mapa de atividades do usuário; enviar mensagem.

Abaixo, apresentamos os resultados dos usuários através de imagens (Figuras 20, 21, 22, 23, 24 e 25) e, posteriormente, comentamos esses resultados brevemente.

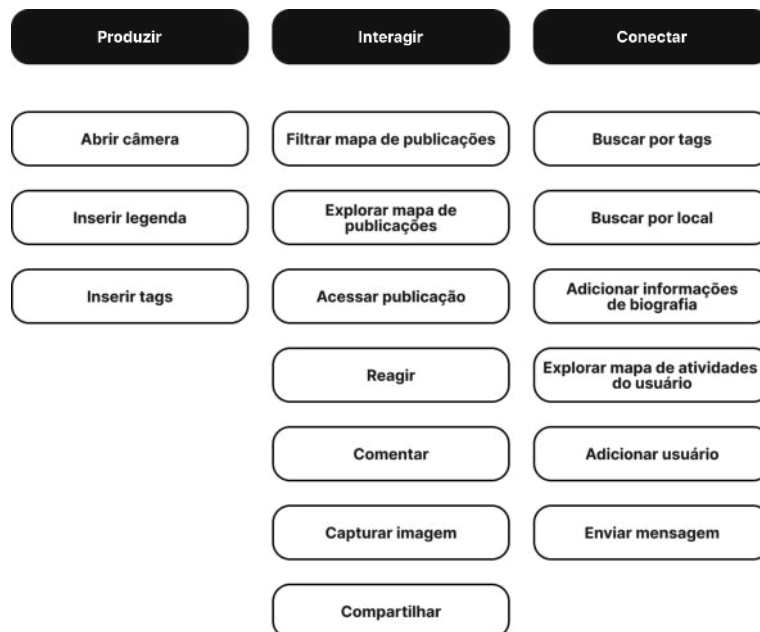


Figura 20 - Card sorting do usuário 1.

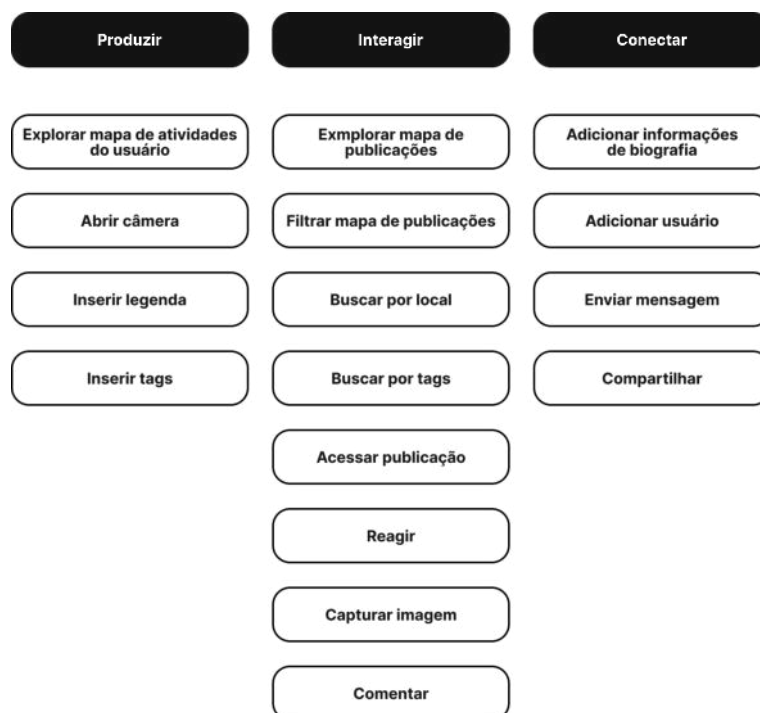


Figura 21 - Card sorting do usuário 2.

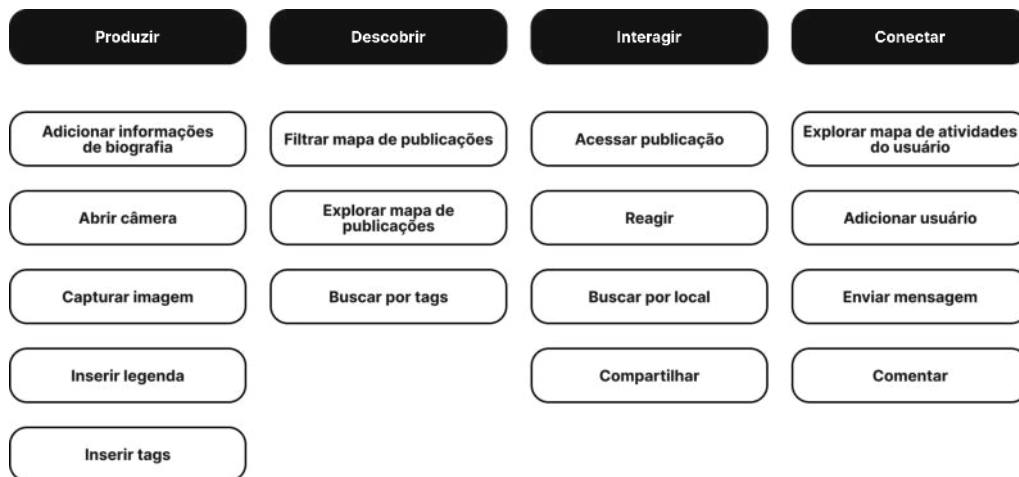


Figura 22 - Card sorting do usuário 3.

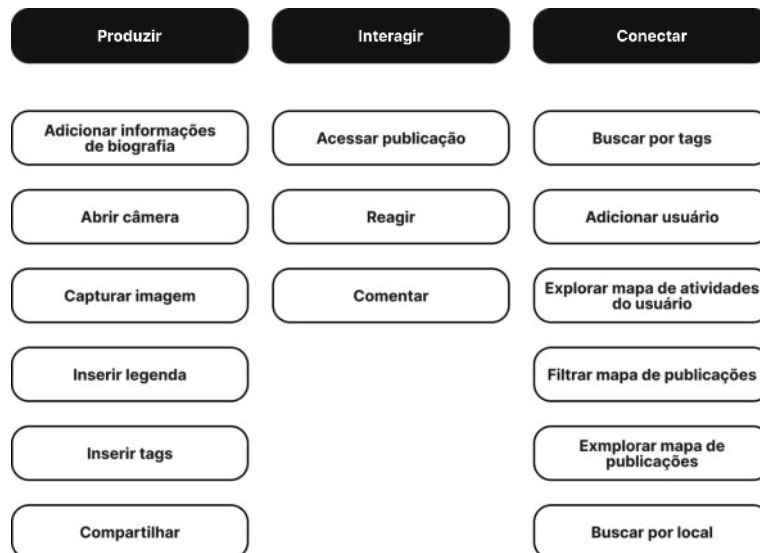


Figura 23 - Card sorting do usuário 4.

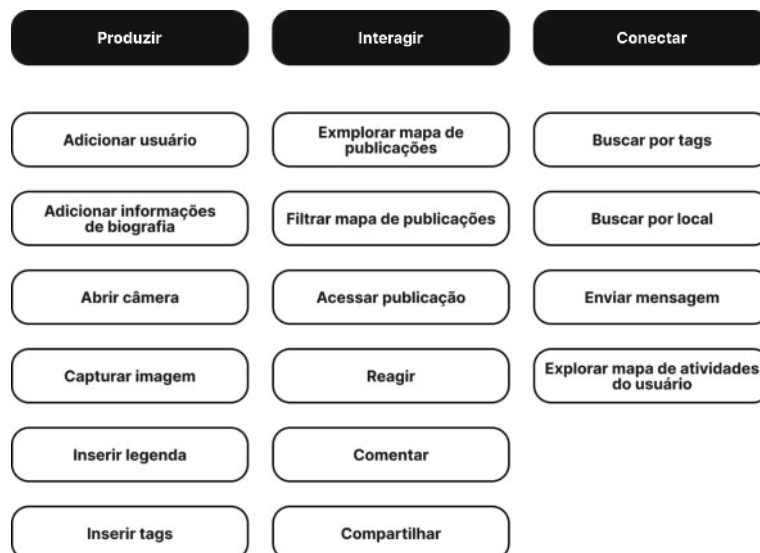


Figura 24 - Card sorting do usuário 5.



Figura 25 - Card sorting do usuário 6.

Em termos gerais, ao analisar as imagens com os resultados da aplicação da técnica de *card sorting*, observamos que, para os usuários, os processos de produção de uma publicação seguem um padrão quando consideramos as funções de *abrir câmera*, *capturar imagem* e *inserir legendas e tags*. Em alguns casos, as funções de busca e exploração também foram associadas pelos usuários ao processo de se conectar com outros usuários. Além disso, identificamos que os usuários consideram a busca como um processo não relacionado com a interação com a publicação.

Identificamos ainda uma confusão no que tange à função *capturar imagem*, sendo essa entendida como a ferramenta de captura de tela ou uma função de salvamento e arquivamento de imagem pelos usuários 1 e 2, por exemplo.

A partir disso, entendemos que as funções de pesquisa no processo de conexão são de grande importância para a funcionalidade. Ademais, funções de *descoberta* a partir de uma recomendação filtrada também se mostram de grande utilidade no processo de interação. Outro destaque no processo foi a função de manter a imagem sem a publicação. Desse modo, levamos essas três funções adiante no trabalho.

6.1.3.2. FLUXO DE USO

O fluxo de uso visa representar, através de diagramas, as relações entre as funções presentes no projeto.

Para tal, pensamos em três fluxos-base: produzir, interagir e conectar. O primeiro contempla o processo de produção da imagem com o fim da publicação. Já o segundo, compreende os caminhos que o usuário percorre para o acesso e interação com uma publicação. Por fim, o terceiro traz como objetivo a conexão entre dois usuários, representados nas imagens abaixo (Figuras 26, 27 e 28).

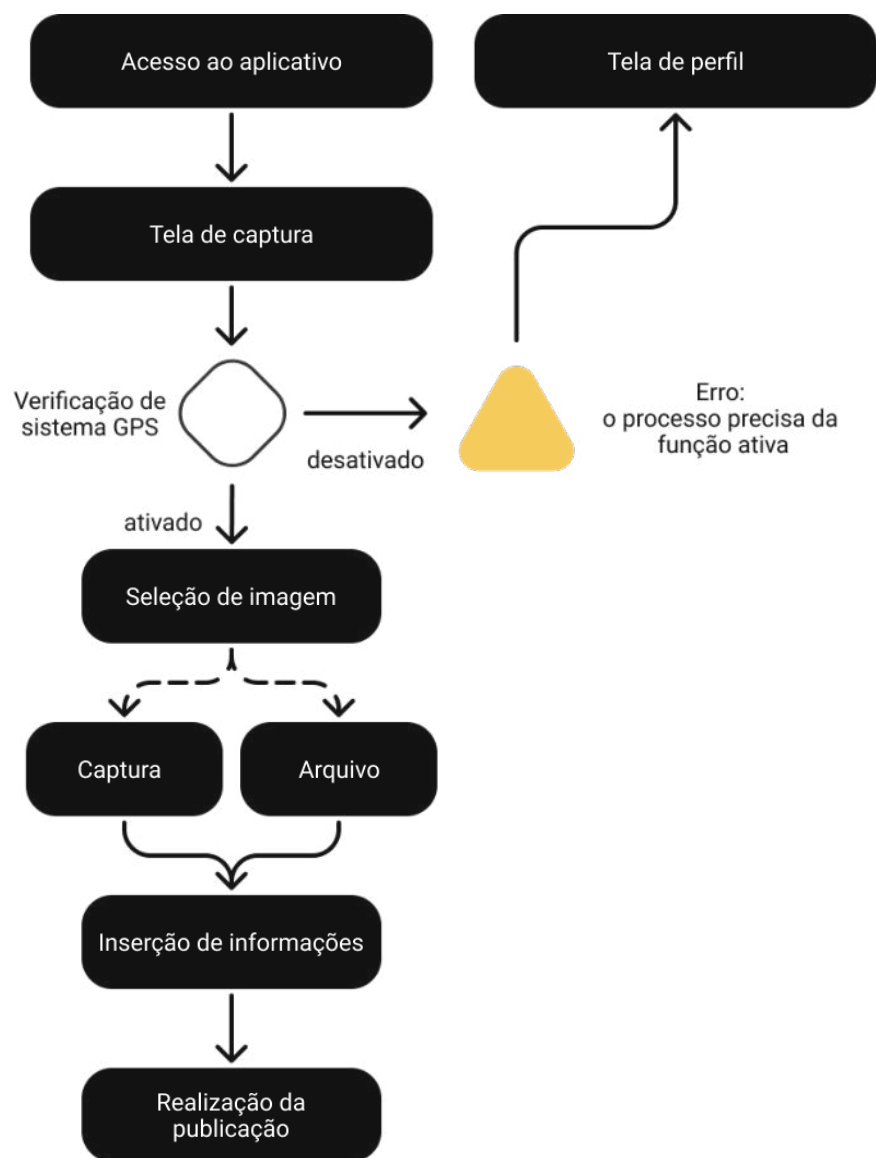


Figura 26 - Fluxo de publicação.

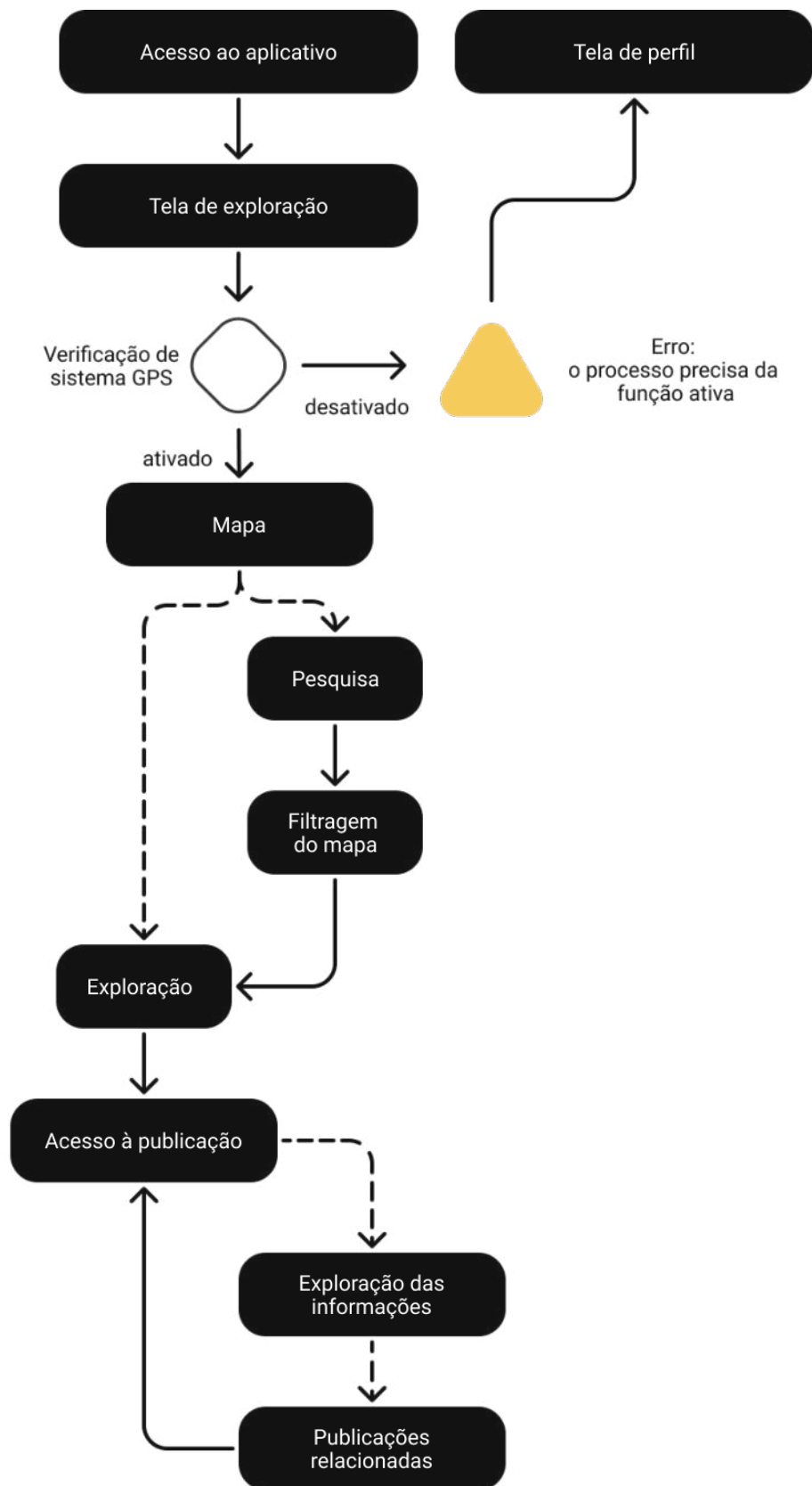


Figura 27 - Fluxo de interação.

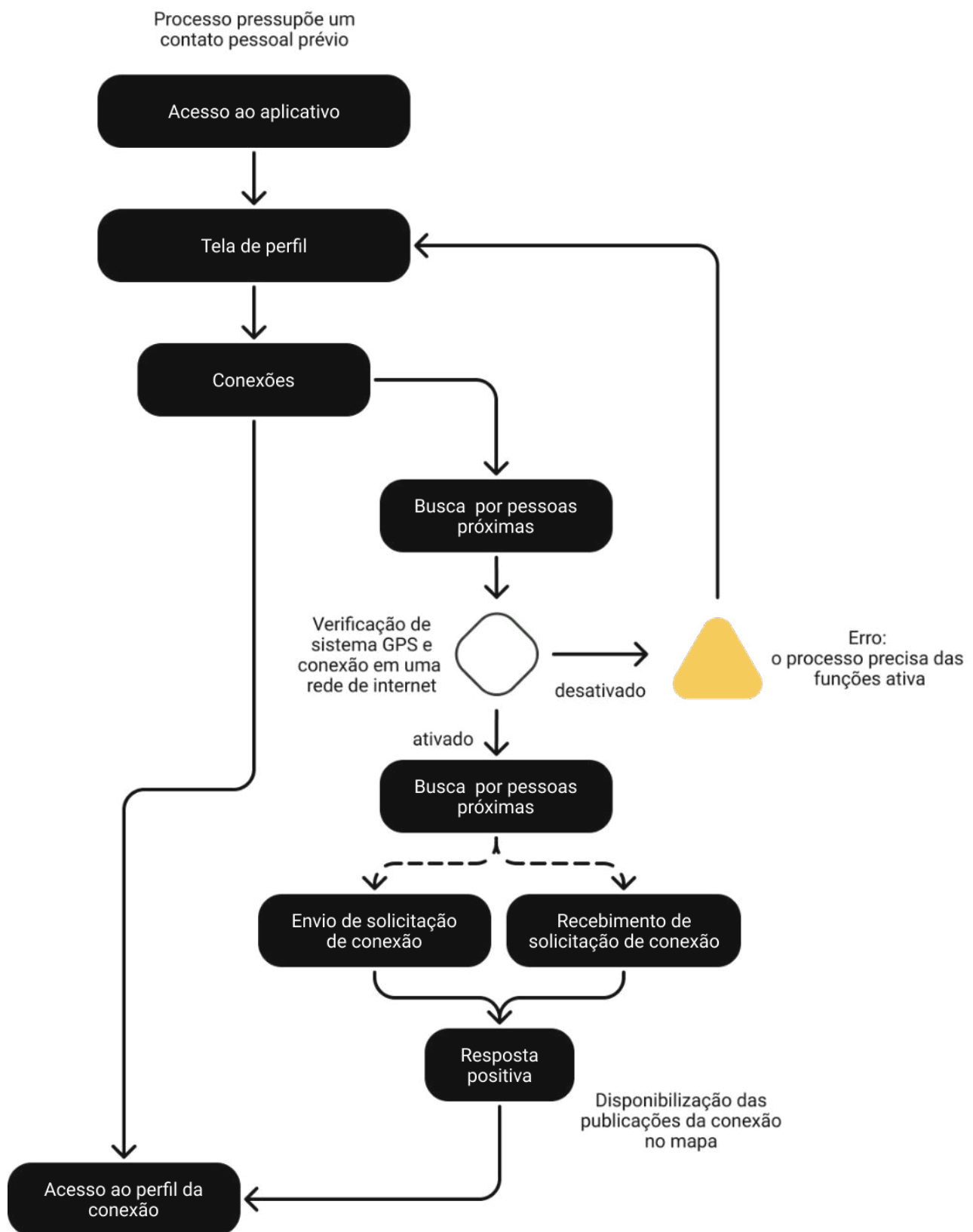


Figura 28 - Fluxo de conexão .

6.1.4. PLANO DO ESQUELETO

Para estruturar as funcionalidades estabelecidas no fluxo de navegação, organizamos wireframes. Segundo Garret (2011, p. 128), essa ferramenta atua na captação das decisões estruturais para guiar o plano da superfície através de uma representação básica do produto. O autor também afirma que, “para produtos menores, um único wireframe consegue cumprir o papel de modelo” (Garret, 2011, p. 129) para a etapa seguinte.

6.1.4.1. WIREFRAMES

No trabalho, projetamos wireframes básicos para as funções de produção de imagem, interação com a imagem e construção de perfil.

Os wireframes foram estruturados em formato de um dispositivo Android de 412px (pixels) de largura e 892px de altura, através de uma grade modular com quatro colunas e espaçamentos verticais com 8px de base, que permitiu uma flexibilização do conteúdo em um módulo único de quatro colunas de largura, duas de duas colunas, quatro de uma coluna e, também, um conjunto de uma de três e uma de uma coluna (Figura 29).

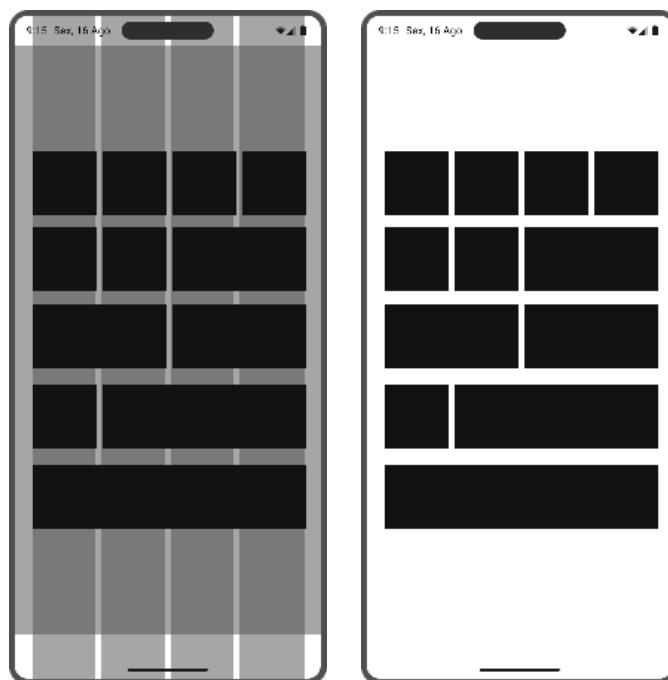


Figura 29 (esquerda)
Wireframes com grade.

Figura 30 (direita)
Módulos gerados com
a grade.

Todos os wireframes devem permitir a navegação do usuário por uma barra de navegação com identificador da página que o usuário está no topo da tela e uma barra de ferramentas na parte com botões de referentes às funções na parte inferior.

Os wireframes que correspondem à produção da imagem devem conter um meio visual para que o usuário capture a foto ou vídeo que será publicado (Figura 31) e, além disso, deverá dar a possibilidade do usuário armazenar aquela imagem para uma ser publicada posteriormente, mantendo as informações referentes à captura (Figura 32). Por fim, consiga inserir e editar informações textuais que serão atreladas a publicação (Figura 33).

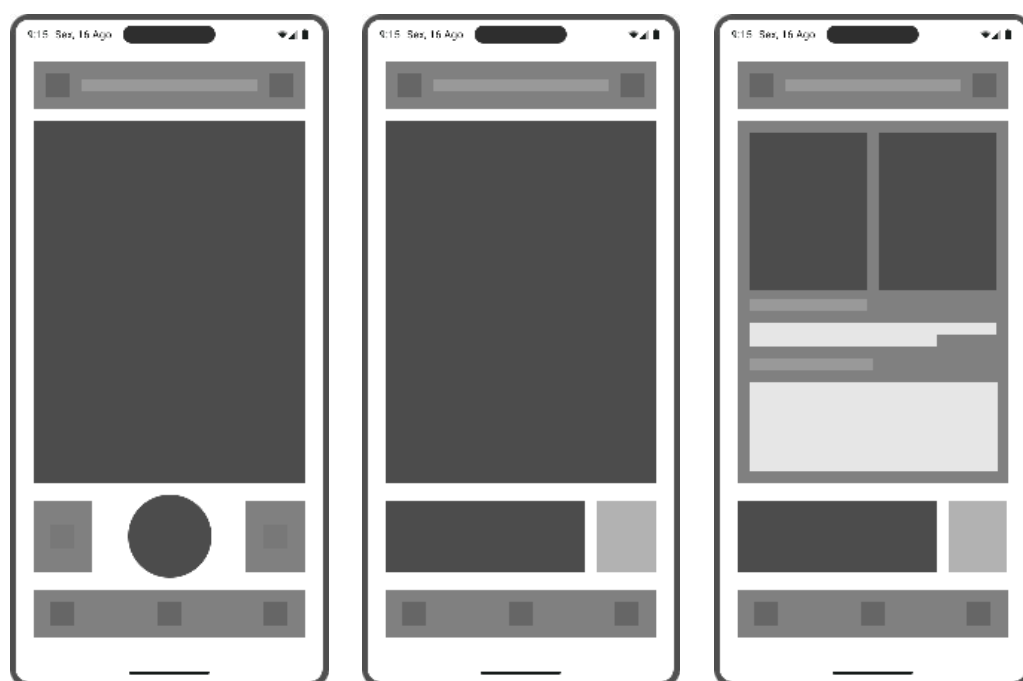
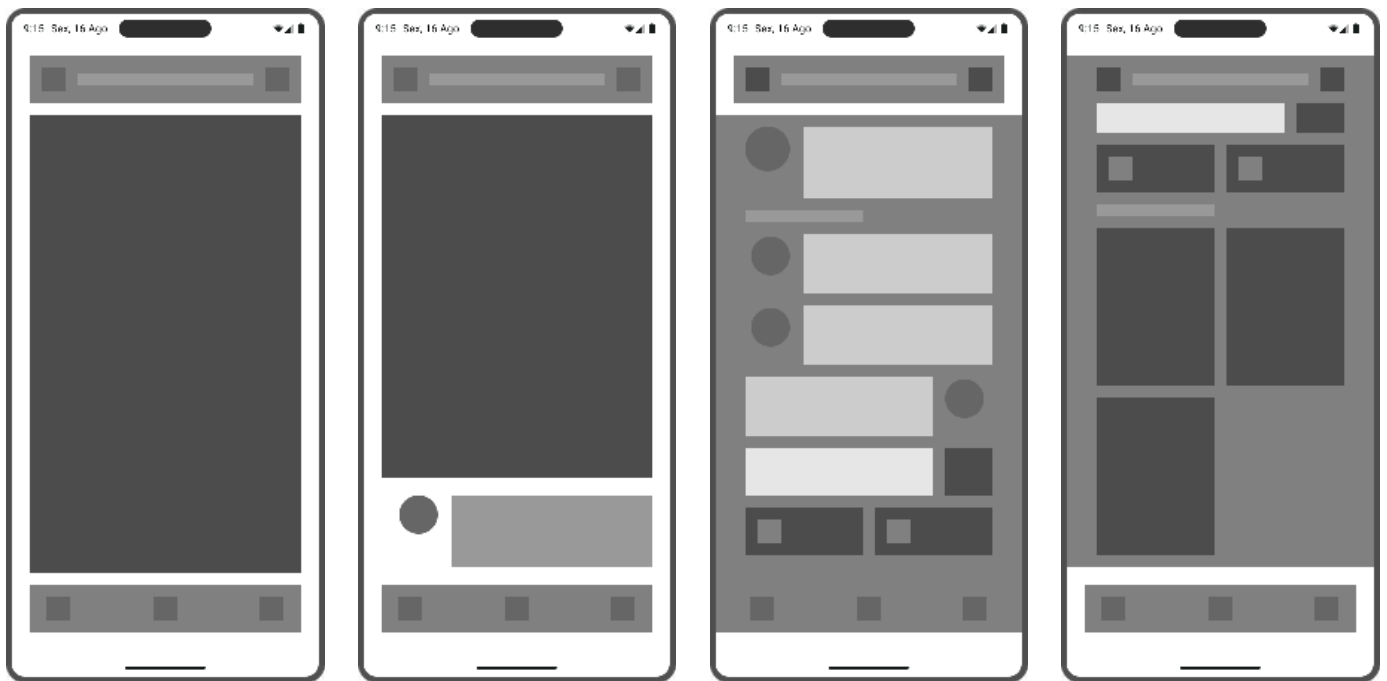


Figura 31 (esquerda)
Wireframe da captura
de imagem.

Figura 32 (centro)
Wireframe da seleção
de imagem.

Figura 33 (direita)
Wireframe da inserção
de informações.

Já os que compreendem a interação e circulação da imagem devem permitir ao usuário a navegação pelo principal meio de acesso às publicações, o mapa (Figura 34). Nele, o usuário pode explorar mapas alterando a distância e local de observação. Acessando uma publicação (Figura 35) o usuário deve poder interagir com as informações de imagem e legenda, que devem levar às informações detalhadas de texto da publicação e as possibilidade de reagir e comentar a mesma (Figura 36) e acessar publicações relacionadas (Figura 37).



Figuras 34, 35, 36 e 37 - Da esquerda para a direita: Wireframe do mapa, Wireframe da publicação, Wireframe das informações e Wireframe de publicações relacionadas.

Os wireframes que remetem ao perfil do usuário mostram as informações textuais de biografia inseridas por ele no momento da construção do seu perfil, possibilitando também sua edição. Além disso, deve fornecer através de uma lista em ordem cronológica, suas publicações legendas, trazendo também como meio de visualização a exploração do mapa de publicações daquele usuário (Figura 38).

Outra função que as telas de perfil devem contemplar é a de realizar uma conexão, que é dada através de um sistema de proximidade mediado por uma rede de internet. Por último, também deve oferecer a capacidade de gerenciamento dessas conexões (Figura 39).

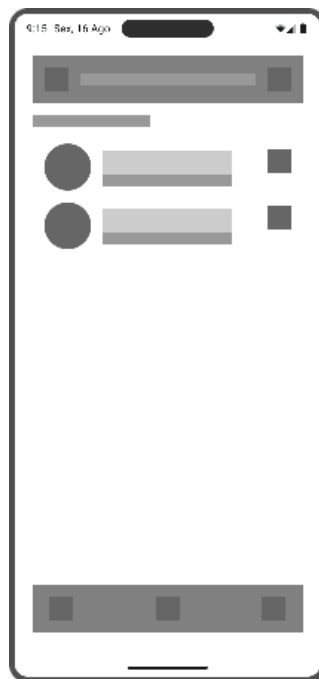


Figura 39
Wireframe do
gerenciamento de
conexões.

6.1.5 PLANO DA SUPERFÍCIE

Para cumprir o objetivo de propiciar um ambiente com contexto para as imagens, a elaboração de elementos visuais que apoiassem suas informações se fez necessária para a concretização do projeto.

De início, precisamos definir uma estrutura básica para suportar os módulos dos wireframes. Para tal, uma caixa de cor sólida e borda arredondada dos blocos foi implementada, com o intuito de fornecer um conforto visual ao usuário ao serem postas lado a lado (Figura 40).



Figura 40
Módulos arredondados.

Visando preencher esses módulos, as informações sobre as imagens foram dispostas a partir da tipografia Inter, uma família tipográfica construída para ser vista em telas. Inter é uma família tipográfica com 9 variações de peso, em eixo itálico e romano, possuindo como característica uma grande altura-x que permite uma melhor diferenciação entre caracteres de caixa alta e baixa. Além disso, ela possui licença aberta, sendo permitido o seu uso e alteração em qualquer tipo de projeto. A apresentação da tipografia nas telas foi dada com

base nas recomendações do *Material 3*, a terceira versão de um guia de bons usos para a construção de aplicações em dispositivos Android feito pela Google, atual desenvolvedora do sistema. No guia, Roboto é reconhecida como tipografia padrão, entretanto, como ela e Inter compartilham características de construção semelhantes, as medidas sugeridas pelo *Material 3* também se mostraram úteis para o desenvolvimento.

Categorizamos os textos em tamanho grande, médio e pequeno. O primeiro utilizado nos títulos que encabeçam as telas com 24px de tamanho e 32pt de entrelinha. Já o segundo, está presente em títulos em negrito com tamanho de 22pt e 28pt de entrelinha. Por fim, o terceiro aparece em detalhes como o nome de usuário e hora dos comentários, com tamanho de 16pt, 0.5pt de tracking e 24pt de entrelinha (Figuras 41 e 42).

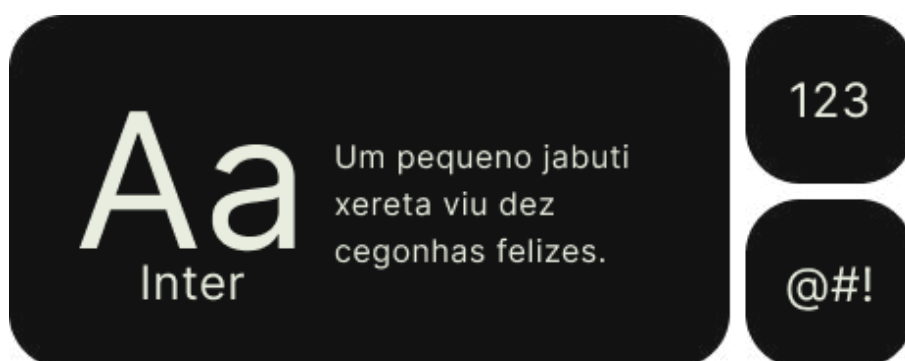


Figura 41
Elementos tipográficos.

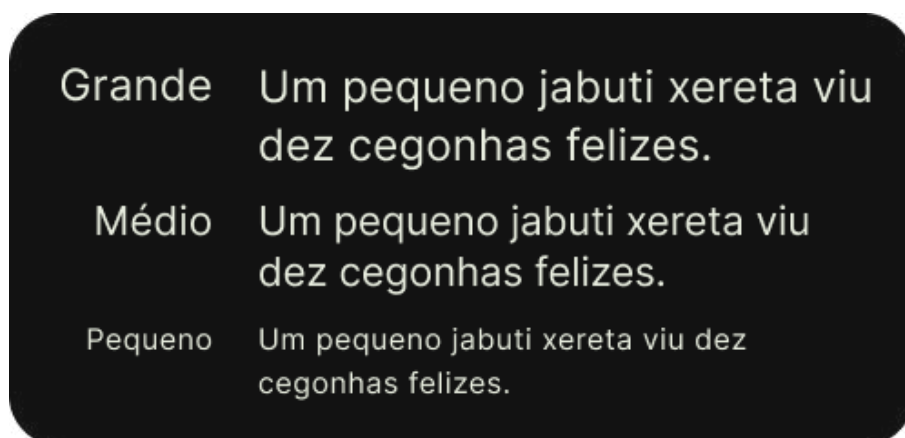


Figura 42
Relação entre o tamanho da tipografia.

Nos módulos interativos utilizamos a iconografia desenvolvida e ofertada de forma gratuita pelo *Material*, disponibilizada de forma arredondada ou pontiaguda. Optamos pela versão arredondada devido a harmonia com as bordas também arredondadas dos módulos, mantendo a harmonia. Além disso, fizemos o uso da versão em contorno e sólida para representar a tela que o usuário está (Figura 43).



Figura 43
Iconografia.

Escolhemos as cores com base na simplicidade, visando deixar o mapa ser colorido pelas imagens produzidas pelos usuários e, com isso facilitando a identificação no mapa. Com isso, definimos uma cor escura como fundo uma clara como destaque e duas cores intermediária auxiliar (Figura 44). Ainda no mapa, desenvolvemos uma representação gráfica para as publicações. A figura consiste em um círculo que, através da variação do tamanho de pontos, termina em um centro sólido (Figura 45). Além disso, uma sobreposição semi transparente permite que o usuário tenha uma ideia da imagem que está interagindo mesmo quando navega pelas suas informações (Figura 46).

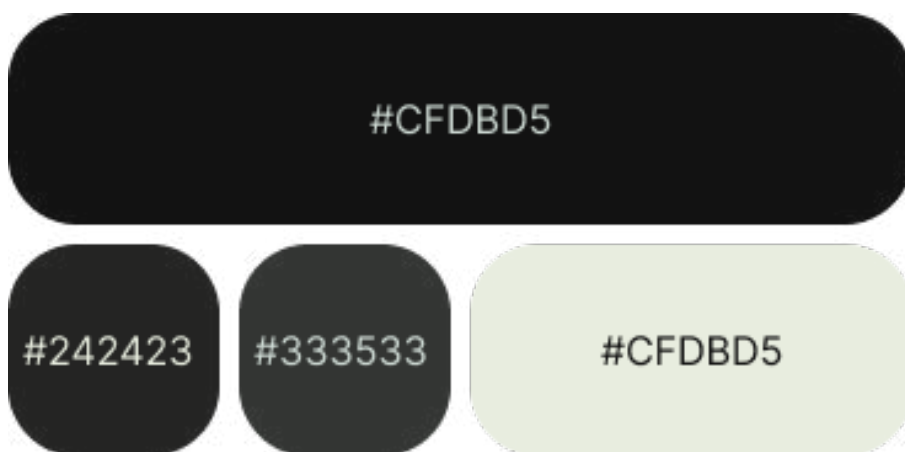


Figura 44
Paleta de cores.

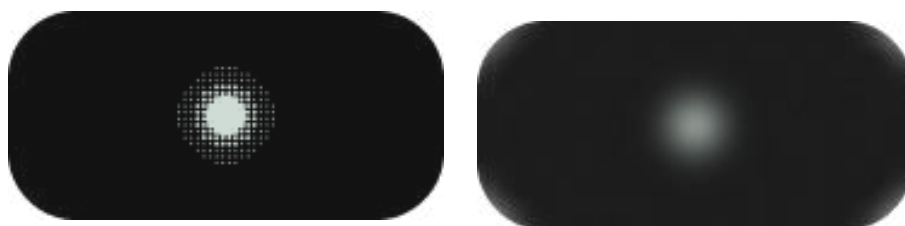


Figura 45 (esquerda)
Grafismo da publicação.

Figura 46 (direita)
Efeito da sobreposição.

Também definimos que a disposição dos módulos deve acontecer de forma dinâmica para que as informações dispostas não se encontrem engessadas e não sejam facilmente ignoradas. Para isso, utilizamos a dinâmica de exposição por carrossel presentes no *Material 3*. A disposição nesse carrossel é feita através da mudança de foco pela variação do tamanho dos módulos conforme a navegação do usuário (Figura 47).



Figura 47
Processo de variação
de tamanho.

Se tratando das funções da rede, na etapa de captura de imagem acessada pelo ícone central da barra de navegação inferior, o usuário consegue visualizar a imagem que será obtida (Figura 48). Além disso, ele pode também fazer alterações básicas que precedem a captura, como ajustes de luz e também escolher a câmera que será usada.

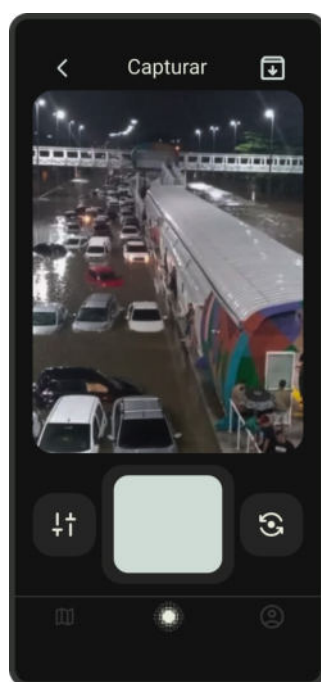


Figura 48
Tela de captura
de imagem.

Após a captura, o usuário escolhe entre prosseguir com a publicação ou arquivar a imagem. O primeiro é escolhido com o botão que ocupa a maior parte da tela (Figura 49). Já o processo de arquivamento é realizado com a interação com o menor botão, localizado à direita da tela. Ao publicar uma imagem arquivada, os dados produzidos na captação da imagem serão mantidos e publicados. O arquivo (Figura 50) é acessado pelo ícone na parte superior direita da tela.

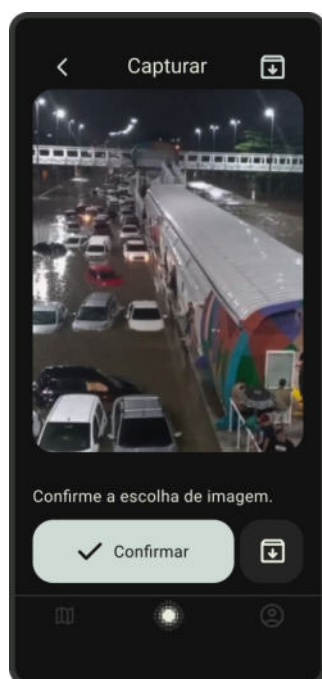


Figura 49 (esquerda)
Tela de seleção
da imagem.

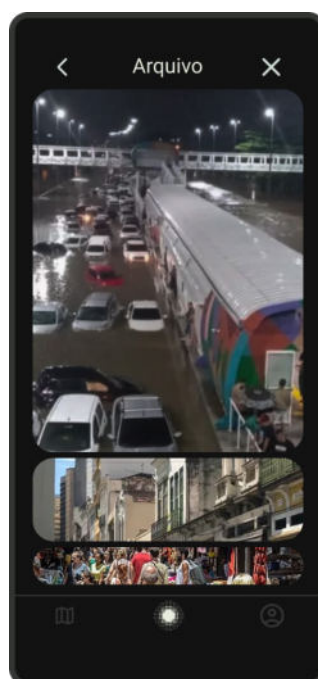


Figura 50 (direita)
Tela de arquivo
de imagens.

Após a seleção da imagem, inicia-se o processo de publicação através da tela de informações da publicação (Figura 51). Nela, o usuário consegue ter uma pré-visualização da imagem e do mapa que será publicado. Além disso, pode escolher os marcadores de localização que serão anexados à publicação, inserir uma legenda e atrelar a publicação a usuários que estejam próximos. A publicação é finalizada com uma interação que segue o mesmo método do processo anterior, através do botão de confirmação.

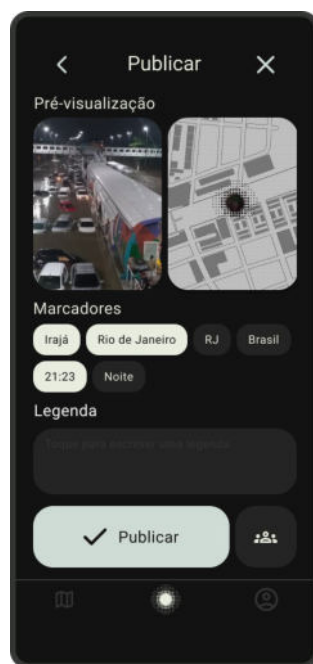


Figura 51
Tela de informações da publicação.

A circulação e interação com a imagem é iniciada com a tela do mapa de publicações (Figuras 52 e 53), acessado pelo ícone na parte inferior esquerda da barra de navegação. Neste momento, as publicações disponíveis são acessadas pela navegação do usuário a partir da interação com o mapa na parte central. As publicações que forem realizadas de locais próximos são aglutinadas quando o zoom é tirado do mapa, formando um *Hub* espontâneo de publicações. Os *Hubs* também podem ser criados de forma artificial através de um usuário que sirva como centralizador das publicações. O usuário também tem a possibilidade de realizar buscas por marcadores, funcionando como um filtro para as publicações no mapa, através do ícone na parte superior direita.

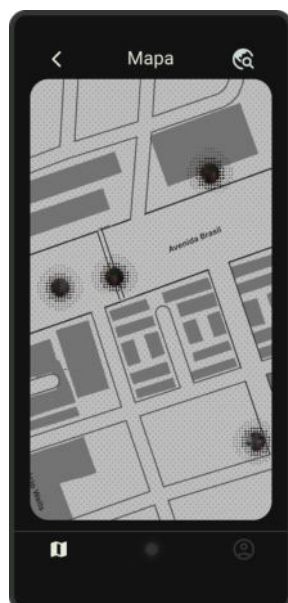


Figura 52 (esquerda)
Tela de mapa.



Figura 53 (direita)
Tela de mapa sem zoom.

Ao tocar em uma publicação, é mostrada a imagem (Figura 54) e, caso o usuário realize o gesto de deslize na tela para a esquerda, é mostrado o local preciso (Figura 55). Em seguida, a legenda inserida pelo autor é mostrada, assim como seu nome de perfil e hora da publicação.

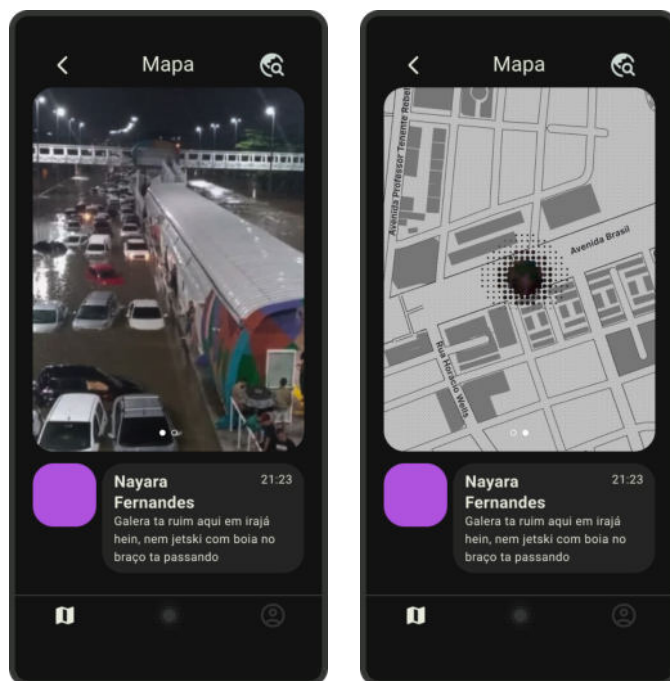


Figura 54 (esquerda)
Tela de publicação
da imagem.

Figura 55 (direita)
Tela de publicação
do mapa.

Interagindo com um toque em qualquer uma das informações mostradas sobre a publicação, surge um painel com os detalhes da publicação, mostrando a legenda e, em seguida, os comentários realizados por outros usuários a partir da parte esquerda da tela. A partir da direita, estão dispostos os comentários realizados pelo usuário. Ainda, após o último comentário, é encontrado o campo para inserir um texto para ser anexado na publicação como comentário (Figura 56) e, após, os ícones interativos de reação (positiva ou negativa) e o de republicação (Figura 57). Essa disposição faz com que o usuário passe por todo o contexto gerado naquela publicação para que ele possa realizar uma ação sobre.

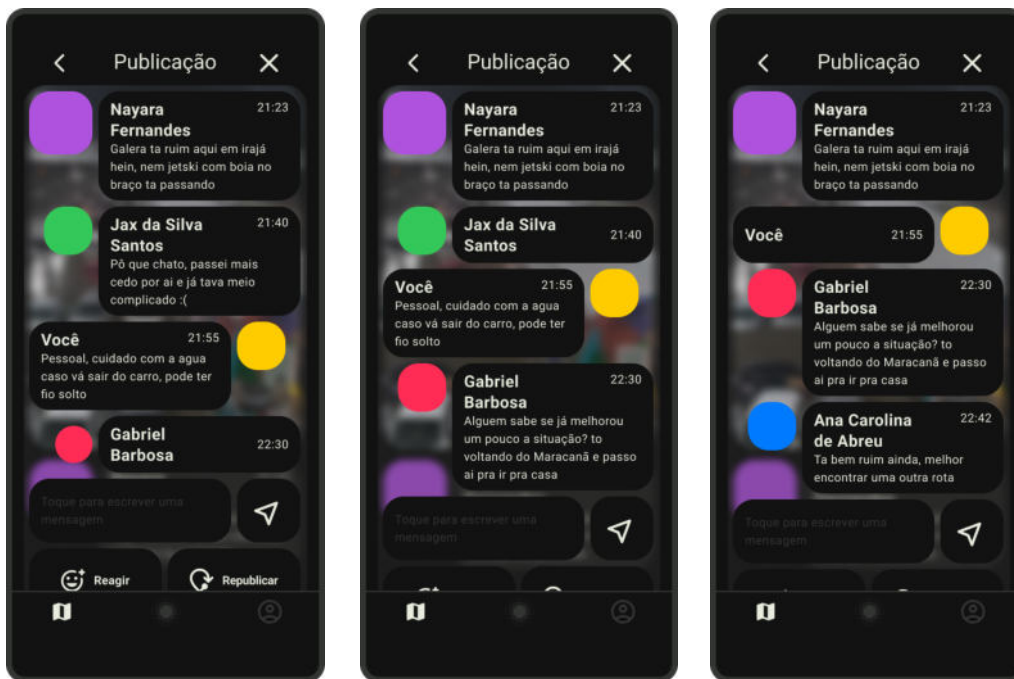


Figura 56
Tela de publicação no processo de exploração dos comentários.

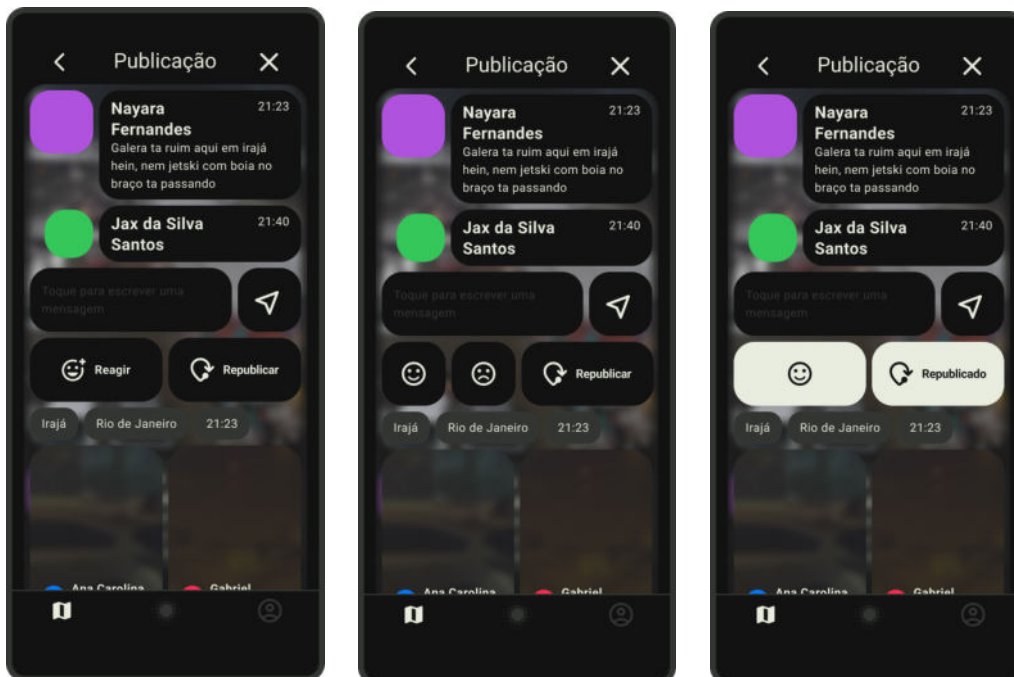


Figura 57
Tela de informações da publicação no processo de reação.

Abaixo também é encontrada a seção de publicações relacionadas, em que são exibidas publicações de outros usuários que possuem um ponto mínimo de conexão (conexão direta ou através de *Hubs*), com o que está visualizando e que sigam os mesmos marcadores escolhidos pelo autor da publicação. Essas publicações se encontram com seu conteúdo borrado, visando evitar que o conteúdo de outras publicações possam instigar o usuário a acessar as mesmas, fornecendo apenas os pontos de relação com a publicação anterior.

Ao tocar em uma publicação relacionada, uma nova imagem surge na parte inferior, dando início a um novo ciclo de interação, formando uma trilha. A trilha de publicações pode ser observada ao rolar a tela para cima (Figura 58).

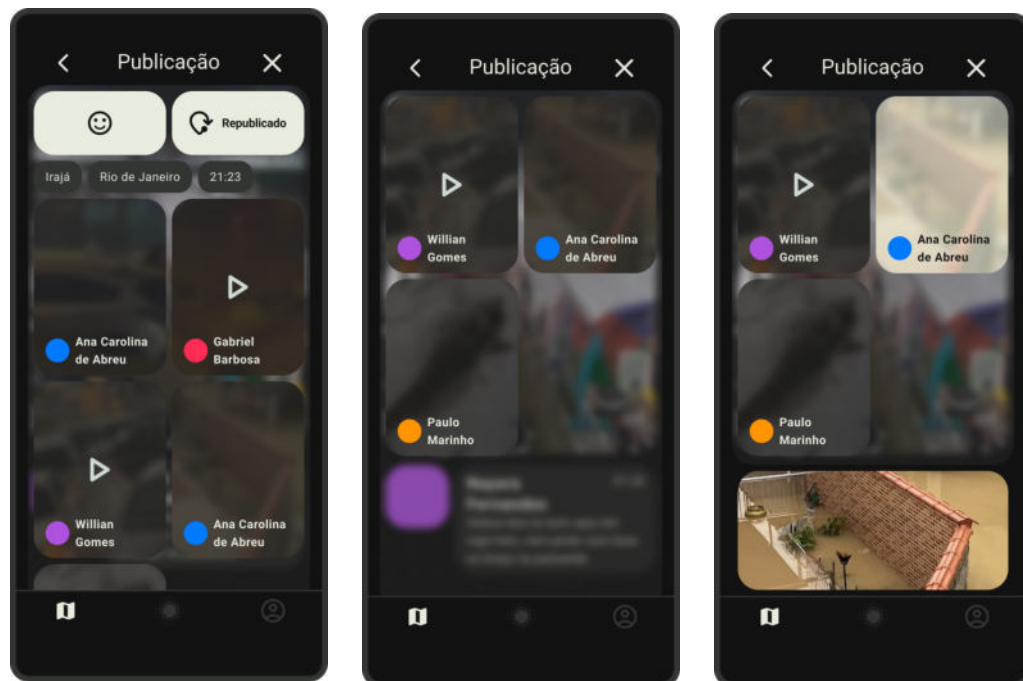


Figura 58

Tela de informações da publicação com seção de recomendados.

No que tange a criação de perfis, a tela de perfil (Figura 59) permite que o usuário edite suas informações através do ícone de edição localizado ao lado direito do nome do perfil, e visualize e gerencie suas publicações com os ícones referentes ao mapa, após a informação de biografia. Além disso, no ícone superior direito é possível acessar a tela de conexões.

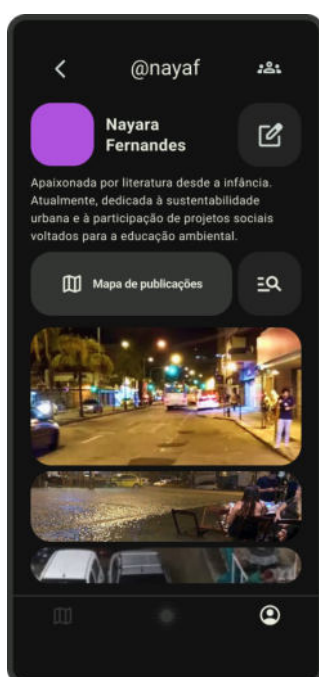


Figura 59

Tela de perfil do usuário.

Na tela de conexões (Figura 60), são exibidas as solicitações de conexão pendentes podendo ser respondidas com a interação com o ícone a direita. Nessa tela, ainda são encontrados usuários próximos que estão na mesma rede que o usuário e podem ser convidados a se conectar e também as outras conexões do usuário, que permitem acessar seu respectivo perfil.

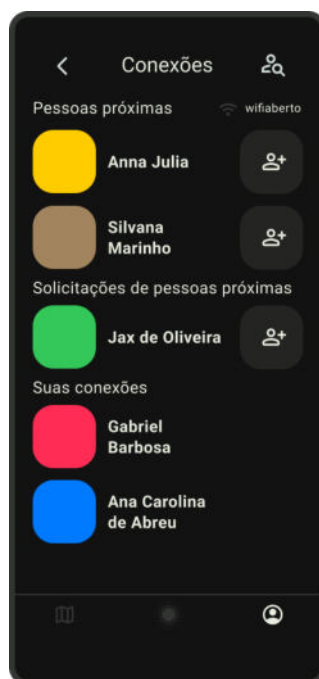


Figura 60
Tela de conexões.

Na tela de perfil de uma conexão (Figura 61), o usuário pode encontrar as informações de perfil desse usuário, assim como gerenciar sua conexão a partir do ícone na parte superior direita.

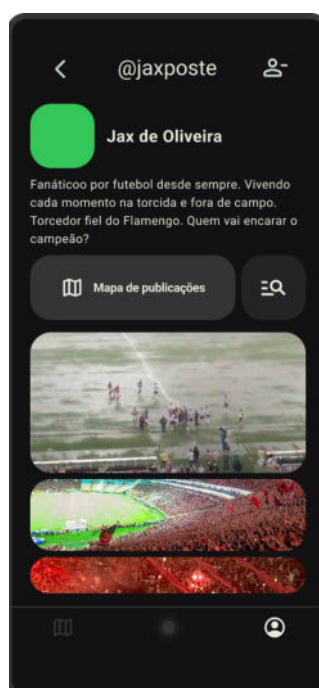


Figura 61
Tela de visita de perfil.

Com isso, consideramos que o projeto abrange os requisitos que uma rede social precisa ter para ser um espaço de resistência, como estabelecido por Odell (2021): contemplando as ferramentas de antídoto para a retórica do crescimento com as telas de produção pelo arquivamento, permitindo o gerenciamento e a publicação assíncrona, a de escuta com as telas que mostram as informações pela sobreposição dos detalhes em uma publicação e a ferramenta de reparo com as telas de perfil e seu gerenciamento.

7. CONCLUSÃO

A pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso teve como objetivo entender os processos de interação humana com imagens que circulam em redes sociais.

No primeiro capítulo, as imagens foram entendidas como uma forma de representar a realidade, exercendo uma relação de influência em via dupla para com o âmbito social, desempenhando um importante papel comunicacional na história.

No capítulo 2, foi abordada a estrutura fundamental das redes sociais, composta por atores e suas relações, que se apresentam de diversas formas pela história carregando capital social consigo. Ainda, foi observado o poder de influência que as redes sociais contemporâneas exercem sobre seus componentes, prevendo e manipulando suas ações por meio de aspectos psicossociais, visando a lógica do lucro do capitalismo.

Com o cruzamento de temas no capítulo 3, foi entendido que os usuários, dentro do contexto das redes sociais contemporâneas, são influenciados por algoritmos que acabam impactando tanto na estrutura quanto nas informações que circulam nesse meio. Além disso, foi possível compreender como a lógica algorítmica de compartilhamento atua na quebra do contexto das imagens e, por consequência, no seu poder comunicacional

Nas análises presentes no quarto capítulo do trabalho foi possível observar o fenômeno do capítulo anterior na prática. A análise descritiva das funções que englobam produção, circulação e recepção do Instagram, TikTok e Snapchat permitiu que fosse localizada uma fragilidade no âmbito da circulação, causada pela lógica algorítmica própria de cada rede e também pela facilidade na seleção e edição implícita de informações na produção de imagem. Também foi observado que processos permitiram que imagens produzidas em outro contexto espacial e temporal fossem atribuídas ao contexto dos eventos adversos no estado do Rio Grande do Sul, impactando de forma direta na opinião pública.

No capítulo 5, foi proposto um modelo de rede social que permite a interação com a imagem a partir do seu contexto espacial e temporal de publicação, a

partir de conceitos propostos por Jenny Odell (2021) e utilizando a metodologia de 5 planos desenvolvida por Jesse James Garret (2011).

Por fim, é possível vislumbrar um próximo passo para o um desdobramento desse Trabalho de Conclusão de Curso a partir da implementação do modelo nele proposto.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aires, Tatiana Filipa Costa Aires. **TikTok: escolhemos o que vemos ou o algoritmo escolhe por nós?**. The Trends Hub, n. 4, 2024. Disponível em: <<https://doi.org/10.34630/tth.vi4.5701>> Acesso em: 10 de ago. de 2024.

Areal, Leonor. **O que é uma imagem?**. Cadernos PAR. N.º 5 (Mai. 2012), p. 59-80. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.8/566>> Acesso em: 10 de ago. de 2024

Briggs, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: De Gutenberg à internet**. Madrid: Zahar, 2004.

Emater. **Boletim Adverso: Impactos das chuvas e cheias extremas no Rio Grande do Sul em maio de 2024**. 1. ed. Porto Alegre, maio de 2024. Disponível em:<<https://www.estado.rs.gov.br/upload/arquivos/202406/relatorio-sisperdas-evento-enchentes-em-maio-2024.pdf>> Acesso em: 10 de ago. de 2024

Fisher, Max. **A máquina do caos: Como as redes sociais reprogramaram a nossa mente e nosso mundo**. Todavia. 2023. Edição Kindle

Garrett, Jesse James. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond**. Berkeley, CA: New Riders, 2011.

Odell, Jenny. **Resista: não faça nada: A batalha pela economia da atenção**. Latitude, 2021.

Pereira, Raul Ernesto. **Imagem-rede: convergência e deslinearidade entre produzir, compartilhar e interagir**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

Postman, Neil. **Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business**. Penguin, 2005.

Recuero, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Sérvio, Pablo Petit Passos. **O que estudam os estudos de cultura visual?** In: Revista Digital do LAV, v. 7, p. 196-215, 2014.

Vicentini, Ariovaldo. **A imagem em Platão. Conversando com a imagem**, p. 11. 2019

Vivrekar, Devangi. **Persuasive design techniques in the attention economy: User awareness, theory, and ethics**. Disponível em:<<https://purl.stanford.edu/rq188wb9000>> Acesso em: 10 de ago. de 2024.