

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**

Marco Antonio da Luz Biage

**O USUÁRIO PÓS-EXPERTO:**  
**O PERFIL PRESSUPOSTO PELOS DISPOSITIVOS DE NAVEGAÇÃO.**

**SÃO BORJA, RS**  
**2018**

**MARCO ANTONIO DA LUZ BIAGE**

**O USUÁRIO PÓS-EXPERTO: O PERFIL PRESSUPOSTO PELOS DISPOSITIVOS  
DE NAVEGAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Comunicação Social – Publicidade e  
Propaganda da Universidade Federal do Pampa.

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Sausen Feil

**São Borja**

**2018**

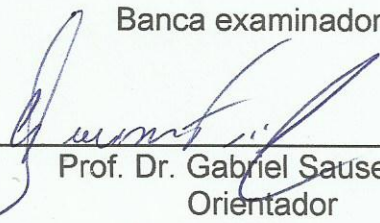
MARCO ANTONIO DA LUZ BIAGE

**O USUÁRIO PÓS-EXPERTO: O PERFIL PRESSUPOSTO PELOS DISPOSITIVOS  
TECNOLÓGICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao componente curricular "TCC II", do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade em Publicidade e Propaganda.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 6 de dezembro de 2018.

Banca examinadora:



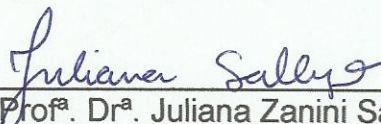
---

Prof. Dr. Gabriel Sausen Feil  
Orientador  
Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA



---

Prof.ª Dr.ª Renata Corrêa Coutinho  
Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA



---

Prof.ª Dr.ª Juliana Zanini Salbego  
Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

“Another round of bullets hits my skin. Well, fire away, ‘cause today I won’t let the shame sink in. We are bursting through the barricades and reaching for the sun. We are warriors, that’s what we’ve become. I won’t let them break me down to dust, I know that there’s a place for us. For we are glorious”

Pasek and Paul

## AGRADECIMENTOS

À minha família, que corajosamente me educou para realizar minhas metas. Em especial, à minha mãe, Marli. Que sacrifica horas de sono, se encarrega dos sermões (tantas vezes necessários) e, acima de tudo, me ama exatamente como eu sou. Ao meu pai, Mario – Biage, Bibi, Sabiá... e tantos outros apelidos que me arrancaram risos durante a infância – muito obrigado por ter sido o maior incentivador da minha educação, por todas as horas nas diretorias de colégios e todas as caronas para a aula. Tua presença foi fundamental e é imensamente triste não poder dividir este momento, de conclusão, contigo.

À Carol e à Andriéli, minhas melhores amigas, numa época onde já não se costuma ter melhores amigos. Agradeço a todas as amizades que fiz antes e no decorrer da graduação, todas as participações nessa jornada foram cruciais para a minha construção, não só enquanto publicitário, mas como ser humano. Aos amigos que, contra todas as chances, tornaram-se parte fundamental dessa etapa: Ítalo, Lorenzo e Leticia. Ao Pablo, que acompanhou de perto todo o processo do trabalho. Como diria Arizona Robins, *“you’re a good man in a storm”*.

Ao orientador do trabalho, Gabriel (alma perdida da geração beat). Um cara que mostra diariamente tamanha criatividade e empenho para impulsionar ideias, principalmente, em prol dos alunos. Obrigado por desafiar os moldes convencionais de ensino, e investir tanto tempo e esforço em nossas jornadas.

À professora Renata, composição fundamental na banca deste trabalho. Obrigado por todos os ensinamentos e, em tantos momentos da graduação, por instigar nosso senso criativo, crítico e lógico, nos fazendo crescer enquanto pessoas e profissionais. Além das inúmeras caronas; por essas, o #euficolá é imensamente grato!

À professora Juliana, por ter desconstruído a barreira convencional entre professor e aluno e, assim, proporcionar um ambiente de liberdade para a troca de ideias, complementações e ensinamentos. Tenho certeza de que todos os alunos que passam por sua sala de aula são agradecidos, não só pelo conteúdo aprendido, mas pelo espaço para desenvolver democracia, senso crítico e empatia.

Por fim, agradeço ao eu de outros tempos, por ter segurado algumas barras difíceis demais para serem constantemente lembradas, porém, necessárias, para que eu seja duplamente grato por tudo o que está acontecendo agora.

## RESUMO

Que as redes sociais são alguns dos ambientes mais populares do ciberespaço não é novidade. Especialmente aquelas que permitem ao indivíduo criar um perfil identitário, tornando a barreira entre o universo virtual e o físico cada vez mais invisível. De 2004 para 2018 muita coisa mudou, mas as informações anteriores podem facilmente ser compartilhadas por ambas as eras. Nessa direção, buscamos entender como uma rede social de 2004 possui um tipo de usuário virtual, já conceituado por Santaella, com base em suas capacidades de navegação. E em 2018, outro perfil de usuário do ciberespaço pode ser encontrado, dessa vez, pressuposto pelos próprios aparelhos de navegação. Diante disso, objetivamos conceituar o perfil do usuário, que chamamos de pós-experto, navegante no cenário de 2018, através de uma análise comparativa entre o Orkut e o Instagram. Visando os intermediários físicos (computador e *smartphone*), a construção identitária através dos recursos oferecidos pelas redes sociais e as técnicas visuais de ambas.

Palavras-chave: Ciberespaço. Redes sociais. Computadores. *Smartphones*.

## **ABSTRACT**

The social networks are one of the most popular spaces of cyberspace, and that is not new. Specially the ones that allow the user to create his own identity profile, making it invisible the barrier between the virtual and the physical universe. From 2004 to 2018 a lot has changed, but the previous informations can be shared by both eras. In this direction, we study how 2004's online user, concepted by Lucia Santaella (2001) in 2004, is diferente than the modern user. In 2018, another type can be found, only this time, dictated by its own gadgets. We objective the conceptualization of the user profile, called post-expert, surfer of 2018's cyberspace, using as base a comparative analysis of Orkut and Instagram. Considering the physical intermediaries (computer and smartphone), the building of an identity with the resources available on the social networks and visuals techniques of them both.

**Key-words:** Cyberspace; Social networks; Computers; Smartphones

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Página inicial com barra de busca do Mozilla Firefox .....	20
Figura 2 – Tela inicial de um celular, com o ícone do Instagram. ....	21
Figura 3 - Página inicial da usuária Mah Polaca .....	23
Figura 4 – Barra medidora do “confiante, legal e sexy” .....	24
Figura 5 - Página inicial do usuário Ricardo Bocchese .....	25
Figura 6 - Feed pessoal da usuária Daniely Gomes.....	26
Figura 7 - Feed pessoal da usuária Daniely Gomes.....	27
Figura 8 – Story disposto na perspectiva do seguidor .....	28
Figura 9 - Página do perfil inicial da usuária Vitória Farinha.....	29
Figura 10 - Página inicial do perfil Dix, de Vitória Farinha .....	30
Figura 11 – Página inicial do usuário Nilo Moraes .....	31
Figura 12 - Página inicial da usuária Isabel Aguiar e Castro .....	33
Figura 13 - Imagem da usuária Zirlene Pereira .....	34
Figura 14 - Página inicial da usuária Andriéli Righi .....	35
Figura 15 - Imagem do perfil da usuária Andriéli Righi.....	36
Figura 16 - Imagem do mosaico de fotografias da usuária Andriéli Righi .....	37
Figura 17 - Fotografia do perfil da usuária Andriéli Righi .....	38
Figura 18 - Taylor anuncia a presença do cantor Troye Sivan, horas antes de seu show .....	42
Figura 19 - “Especial de 1 inscrito”, vídeo do youtuber Renan Pereira da Silva.....	46



## SUMÁRIO

<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....</b>	<b>9</b>
<b>Justificativa .....</b>	<b>10</b>
<b>1. CONCEITOS E CENÁRIO .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Perfis cognitivos.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2 Ciberespaço e seus processos relacionais.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3 Homem-máquina.....</b>	<b>15</b>
<b>2. ANÁLISE .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Modo de proceder .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Sobre as duas redes sociais.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.1 Orkut .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2.2 Instagram.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Intermediários físicos .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.1 Orkut .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.2 Instagram.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4 Recursos e como os usuários os utilizam .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4.1 Orkut .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4.2 Instagram.....</b>	<b>26</b>
<b>2.5 Técnicas visuais .....</b>	<b>30</b>
<b>2.5.1 Orkut .....</b>	<b>30</b>
<b>2.5.2 Instagram.....</b>	<b>34</b>
<b>2.6 Conclusão da análise .....</b>	<b>38</b>
<b>2.6.1 Bônus de análise .....</b>	<b>41</b>
<b>3. SUGESTÃO DE UM NOVO PERFIL .....</b>	<b>43</b>
<b>3.1 Pós-modernidade.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2 O pós-experto .....</b>	<b>44</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>47</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>50</b>

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Na obra *Navegar no ciberespaço: O perfil cognitivo do leitor imersivo*, de Lucia Santaella (2011), deparamo-nos com a categorização de três tipos de usuários das redes, descritos em 2004 como: usuário novato, leigo e experto. Mesmo que entendamos que os três perfis ainda possam ser encontrados, considerando que o ciberespaço é um meio em constante transformação, podemos imaginar que novos perfis talvez já possam coexistir com aqueles. Para isso, propomo-nos a revisar os perfis traçados em 2004 por Santaella (2011) e sugerir um novo perfil, que chamamos de *pós-experto*. “Sugerir um novo” não no sentido de que estamos inventando um novo usuário, mas no sentido de que buscamos definir um novo perfil para um usuário que os próprios dispositivos de navegação do cenário atual parecem pressupor.

Em 2004, a autora utiliza o método de recepção para definir seus três perfis, numa ordem crescente de domínio das plataformas virtuais. Já nós buscamos entender como o perfil do usuário pós-experto é pressuposto pelo modo de funcionar do próprio dispositivo. Não queremos dizer que agora a tecnologia possui domínio sobre o navegante, mas que ela passa a desempenhar o papel de facilitadora da navegação, exigindo menos do usuário.

Em um primeiro momento, interessa-nos entender o ciberespaço, definido por Pierre Lévy (2010, p. 94) como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. O ciberespaço desempenha um papel fundamental para nosso trabalho, sendo a esfera que possibilita a existência e atuação desses perfis. Sua amplitude é incontestável, o que torna necessária a delimitação de um ambiente virtual para diagnosticarmos o perfil do pós-experto. De acordo com Reid (1997, p. 171 *apud* SANTAELLA, 2011, p. 57), “organizamos nossa vida sensorialmente [...] e necessitamos transferir essa mesma técnica para a internet se, de fato, queremos usar a rede de acordo com todas as nossas capacidades”. Em 2004, Santaella (2011) já previa que o universo virtual ficaria cada vez mais simultâneo e transmidiático em relação ao universo físico; agora, em 2018, o usuário conta com mais possibilidades para estabelecer um perfil virtual personalizado e potencialmente participativo. Uma das pontes que facilita a conexão entre o universo virtual e o físico, na contemporaneidade, acaba sendo as redes sociais digitais.

Uma vez inseridos na discussão do ciberespaço, buscamos definir o perfil pós-experto a partir de uma análise comparativa entre uma rede social popular no ciberespaço, em 2004 (Orkut), e uma rede social popular em 2018 (Instagram). Interessa-nos entender como o próprio Instagram pressupõe o perfil desse usuário, o que faz com que a definição do nome “pós-experto” não implique, necessariamente, numa expertise sobre o universo virtual,

diferentemente da definição de usuário experto, de Santaella (2011), que apresenta uma série de características que o conceituam como “o usuário tecnológico com maior conhecimento sobre o processo de navegação nas redes” (p. 64).

Diante disso, em termos objetivos, nossa intenção, com este trabalho, é definir o perfil do usuário pós-experto, buscando mostrar que o próprio dispositivo atual, o Instagram, pressupõe o comportamento desses usuários. Em verdade, o WhatsApp expressaria tal pressuposição de modo ainda mais claro, porém, optamos pelo Instagram pelo fato de manter uma similaridade com o Orkut, possibilitando-nos a operação comparativa com a rede social digital de 2004.

Em termos mais procedimentais, podemos assim delinear nosso caminho metodológico: (1) propomos a revisão dos perfis dos usuários de Santaella (2011), para subsidiar a definição de um perfil contemporâneo; (2) analisamos o ambiente em que esse perfil está inserido, tendo como base o estudo sobre redes sociais de Raquel Recuero (2010) e o livro *Cibercultura* de Pierre Lévy (2010); (3) na sequência, elencamos duas redes sociais para uma análise comparativa sobre as plataformas de mídias sociais e seus intermediários físicos, no início dos anos 2000 (Orkut), em comparação a 2018 (Instagram); por fim, (4) justificamos, conceitualmente, o termo “pós-experto” através do entendimento do que significa o “pós” do termo “pós-moderno” em relação à ideia de modernidade, utilizando Hottois (2008).

## **Justificativa**

Apresentamos a relevância desta pesquisa a partir de uma estrutura proposta por Santaella (2010, p. 110). Segundo a autora, um trabalho pode se justificar em três âmbitos: âmbito científico-teórico, científico-prático e de ordem social.

Falar de ciberespaço na atualidade é contemplar uma miríade de possibilidades no que diz respeito aos processos de relação do ser humano. Por si só, o universo virtual é um âmbito que está em constante atualização, assim como o seu usuário, que se adapta diante de suas transformações. Recuero (2010, p. 60) traz que “observando as redes sociais como interdependentes umas das outras, todas as pessoas estariam interligadas umas às outras em algum nível”. Acreditamos que a contribuição científico-teórica do trabalho se dá justamente por preencher as lacunas sobre este perfil de usuário do universo virtual, podendo atualizar a discussão iniciada por Santaella (2011).

Ressalvamos, no entanto, que não queremos, de modo algum, dar a entender que estamos ousando desdizer o que a autora já apresentou; pelo contrário, estamos, em verdade,

incorporando sua contribuição, buscando nos inserir em seu ensejo para possibilitarmos uma reflexão específica, válida para o âmbito deste trabalho.

No que tange às contribuições desta pesquisa no âmbito científico-prático, chamamos a atenção para o fato de este trabalho se voltar ao Instagram, uma rede social que possui um grande número de funcionalidades que possibilita a realização de ações comunicacionais. Muitas marcas (de empresas e de artistas) vêm se apropriando desse meio para se comunicar com seus públicos. Diante disso, justificamos nosso trabalho a partir do argumento, científico-prático, de que o estudo contribui dando elementos para pensar a prática profissional dentro do meio comunicacional virtual.

Toda a ação, de todo o perfil, no universo virtual, é realizada por um ser humano primordialmente habitante do universo físico. Sua atuação no ciberespaço pode ser, ou não, estimulada por algum fator que parte da realidade física. Focamos, aqui, em ações que podem ser consideradas reflexos do cotidiano desse usuário, colocando em questão fatores que motivam os seus comportamentos em ambos universos. Através disso, também justificamos nosso trabalho, agora a partir de um argumento social, com a ideia de que as reflexões propostas podem ajudar – ainda que indiretamente, como efeito colateral – a entendermos um pouco mais sobre como os meios tecnológicos influenciam no cotidiano dos indivíduos e têm efeito sobre seu comportamento.

## 1. CONCEITOS E CENÁRIO

### 1.1 Perfis cognitivos

Os perfis cognitivos, conceituados por Santaella (2011), são usuários categorizados com base nas suas capacidades de uso no universo virtual, elencados do menor ao maior dominador de conteúdos nas redes. Para concluir quais pessoas se encaixavam em determinados perfis, a autora procurou realizar entrevistas com cibernautas, disponibilizando um problema que pudesse ser solucionado virtualmente.

Foi determinado, ao usuário, a ação de entrar em uma página brasileira, a fim de encontrar informações sobre *videoquê* (SANTAELLA, 2011, p. 61): esse usuário encontrou dificuldades para realizar essa tarefa, chegando a acessar *links* que não condiziam com a proposta. Dessa forma, a autora definiu esse usuário como constitutivo do perfil leigo, o de menor capacidade de controle sobre o universo virtual.

O usuário novato, diferente do perfil que citamos anteriormente, recebeu a tarefa de “entrar em um site brasileiro de bate-papo, de um diferente provedor” (SANTAELLA, 2011, p. 62) daquele que vinha utilizando nas últimas seis semanas. Como resultado, a autora constatou que esse perfil não possui nenhuma capacidade para acessar outro *site*, como se o único caminho fosse o já percorrido.

Ao usuário experto foi dado o desafio de “encontrar informação sobre o campeonato paulista de futebol” (SANTAELLA, 2011, p. 60). A avaliação da autora foi a seguinte:

Esse usuário sabe encontrar o que busca com grande velocidade. Não se perdeu, nem hesitou por nenhum momento. Sabe ir e voltar, conhece o uso do clique direito do mouse, utiliza o recurso das janelas com muita presteza. Enfim, navega com muito conhecimento (SANTAELLA, 2011, p. 61).

Detemo-nos a estudar o conceito desse usuário, sendo ele o perfil cognitivo que possui maior domínio sobre o universo virtual. O seu campo de atuação também é conhecido como ciberespaço, onde a palavra “rede” ganha o significado de uma grande teia capaz de englobar o planeta, ultrapassando fronteiras e possibilitando que o conhecimento circule na velocidade da luz (SANTAELLA, 2011, p. 38). Stenger (1993, p. 52 *apud* SANTAELLA, 2011, p. 40) diz que “o Ciberespaço é como OZ – existe, chegamos a ele, mas não tem ubiquação”. Tudo é mutável e transferível nessa miríade de janelas, sendo estas acessadas por qualquer um que fale a linguagem hipermidiática.

De acordo com Santaella (2011), há um perfil – também apresentado em 2004 – que precede os três perfis de navegadores tecnológicos. Denominado como leitor imersivo, é um perfil que se detém ao universo dos livros, descrito como aquele com capacidade para conectar uma abundância de conteúdos ao ponto de construir seu próprio roteiro não linear de uma história. Dentre os perfis cognitivos identificados para o âmbito físico, é perceptível que esse perfil tem relação com o usuário experto. Dessa forma, é possível utilizarmos as semelhanças para o melhor entendimento do usuário tecnológico. A afinidade entre os dois perfis se dá pelas transformações que os levam a possuir maior controle sobre seus universos. As transformações acontecem:

a) em tipos especiais de ações e controles perceptivos que resultam da decodificação ágil de sinais e rotas semióticas; b) em tipos de comportamentos e decisões cognitivas alicerçados em processos inferenciais, métodos de busca e de solução de problemas (SANTAELLA, 2011, p. 37).

Segundo Cavalcante e Leitão (2012), em um estudo sobre a natureza da inferência de predição, o usuário é capaz de prever ou antecipar o conteúdo na medida em que lhe é alcançado o domínio do mesmo. Dessa forma, percebemos que o experto domina de forma natural o âmbito no qual atua, pelo fato de não sentir, durante seu tempo de navegação, uma obrigação ou dever. Usufruindo do universo virtual com prazer, o que pode ser um fator determinante para o levar a dedicar mais tempo às tecnologias, do que os demais perfis.

## **1.2 Ciberespaço e seus processos relacionais**

Denominado a partir do termo que significa o universo das redes digitais, “descrito como campo de batalha entre as multinacionais e palco de conflitos mundiais...” (LÉVY, 2010, p. 94), o ciberespaço detém a atenção de estudiosos da área de tecnologia e indivíduos que o adaptaram para o seu cotidiano. Com vasto alcance ao redor do planeta e fácil acesso a dados e à transferência de arquivos, é inegável sua complexidade e utilidade para o mundo moderno.

Segundo dados do IBGE (2018), “94,2% das pessoas que utilizaram a internet, em 2018, o fizeram para trocar mensagens”. O ciberespaço evoluiu ao ponto de proporcionar uma liberdade criativa às dinâmicas relacionais existentes dentro do universo virtual. Isso reflete no comportamento dos usuários, que se aproxima de práticas comunicacionais, como a fotografia e a produção de conteúdo. Outro sintoma a ser notado em meio à evolução interativa é a migração de marcas, que utilizam do pensamento comunicacional estratégico, para as redes

sociais; antes, utilizadas apenas para o contato pessoal entre usuários. Lévy (2010, p. 97) denomina a função de troca de mensagens como “uma das mais importantes e utilizadas no ciberespaço”.

É importante pensarmos que, quando falamos em redes sociais, versamos sobre um espaço que possui seus próprios procedimentos de uso, para além de uma maneira funcional, onde os navegantes podem personalizar suas atividades e produzir seus próprios conteúdos, enquanto acessam a produção de outros. Com cenários diretamente influenciados pelo *status quo* de suas eras, tornando-se, em suma, uma forma de consumo cultural.

Na verdade, todo consumo é cultural. [...] Em primeiro lugar, todo consumo é cultural porque sempre envolve significado: para ‘ter uma necessidade’ e agir em função dela precisamos ser capazes de interpretar sensações, experiências e situações e de dar sentido a (bem como de transformar) vários objetos, ações, recursos em relação a essas necessidades (SLATER, 2002, p. 131).

O pensamento de Slater (2002) sugere que o comportamento dos internautas mostre um aprimoramento no que diz respeito à diversidade nas interações. Tratando com naturalidade a ideia de que o usuário busque personalizar cada vez mais sua experiência virtual, seja através do surgimento de fóruns, *sites*, redes sociais e aplicativos, desenvolvidos especialmente para certos nichos. Ao pensarmos no modelo emissor – transmissor – receptor, podemos categorizar cada mensagem emitida como um código, especificamente criado para determinada área do universo virtual. Essa mensagem é mutável e varia de acordo com a linguagem, objeto e comportamento de cada segmento, sendo recebida por um ou mais usuários desse ciclo virtual. Oikawa (2013, p. 100, 101) afirma:

Os sujeitos tendem a construir seus ‘eus’ a partir de performances que sejam aprovadas pelos outros, como, por exemplo, a adoção de práticas cotidianas que contemplam a pauta do bem-estar e da autoestima. Exemplo sintomático dessa situação é a proliferação de *gadgets*, sites e de aplicativos para *smartphones*, voltados para melhorar e visibilizar a performance em atividades físicas e no processo de reeducação alimentar.

Oikawa (2013) se refere a um nicho bastante específico, os usuários *fitness*, como são conhecidos. Esse grupo é composto por pessoas que irão propagar um estilo de vida, envolvendo exercícios e alimentações saudáveis. Vindo a possuir diversos códigos de comunicação, na maioria das vezes, a serem decodificados apenas por participantes ou simpatizantes desse ciclo virtual. Ana Lucia Migowski da Silva (2013, p. 143) defende que a

construção desses comportamentos em rede pode ser vista como um reflexo dos processos sociais, uma vez que o cenário contemporâneo influencia o ciberespaço, desde sua criação.

Oikawa (2013) aponta que a criação de grupos na *web* tenciona interação por parte do indivíduo, podendo incitar a criação de subgrupos que convergem opiniões. De acordo com Aline Campos (2013), grande parte dessa tensão se dá pela recorrente discordância entre conteúdos dispostos para informação pública. A autora traz como exemplo o *site* Wikipedia para falar como a discordância de opiniões sobre o mesmo conteúdo pode gerar uma divergência e, por consequência, um subgrupo dentro de um grupo que primordialmente concordava com o mesmo conteúdo. Uma das saídas, nesse caso, é a utilização do Enciclopédia Livre, servindo como um “concorrente” do *site* anterior (p. 180-181). Aqui, podemos observar como a personificação de espaços virtuais gera a formação de nichos mais particulares.

Essa forma de interação passa a ser alvo de marcas, que utilizam tal segmentação para direcionar seus produtos a consumidores predispostos a consumi-los.

### **1.3 Homem-máquina**

Durante esta seção, abordamos o conceito Homem-máquina de Alex Primo (2007), no qual se discute as diferenças entre os seres vivos e máquinas, assim como a forma com que as interfaces tecnológicas se tornam uma extensão do corpo humano, na medida em que evolui no decorrer dos anos.

A capacidade de adaptação das máquinas é inferior à capacidade de adaptação dos seres humanos, é preciso que haja uma pré-programação para que as máquinas possam executar determinadas funções. Sobre a interação entre seres humanos, Alex Primo (2007, p. 65) traz que “cada comportamento de uma pessoa afeta o comportamento do outro interagente, ao mesmo tempo em que o primeiro é afetado pelo outro”. Tal flexibilidade é extinta do universo das máquinas, uma vez que seu organismo é artificial, o que limita sua capacidade de adaptação. Nesse caso, entendemos que para a utilização de uma plataforma eletrônica, previamente, o usuário deve ter entendimento sobre suas limitações, assim como o segmento para o qual a mesma foi designada.

É preciso haver um programador de informática para que um computador desempenhe sua função, enquanto o corpo humano pode até mesmo se auto regenerar sem intervenções externas. Primo (2007) classifica os seres humanos como dinâmicos, observando que, em sua estrutura, há uma constante variação, “quando se trata de crescimento e evolução, entende-se que alguma coisa continua igual – a organização – enquanto outra se transforma – a estrutura”



(p. 67). A partir dessa citação, trazemos os conceitos de “organização” e “estrutura”, que Primo resgata através de Maturana (1997). Organização apresenta-se como uma fórmula, por exemplo, a fórmula do ser humano é constituída através de organismos vivos, moléculas, órgãos, pele e artérias. Enquanto a estrutura, pode ser representada pela identidade que o indivíduo assume dentro de um meio. Primo (2007, p. 67) aponta que “os sistemas são determinados estruturalmente. Um sistema vivo em interação com seu meio se altera devido a mudanças no meio, e vice-versa”. Nas palavras de Morin (1990, p. 45, 46):

Tudo se passa de maneira muito diferente com a máquina viva (auto-organizada). Os seus competentes são muito pouco fiáveis: são moléculas que degradam muito rapidamente, e todos os órgãos são evidentemente constituídos por estas moléculas; de resto, vê-se que em um organismo as moléculas, como as células, morrem e renovam-se, a tal ponto que um organismo permanece idêntico a ele próprio embora todos os seus constituintes sejam renovados. Há, portanto, ao contrário da máquina artificial, grande fiabilidade do conjunto e fraca segurança dos constituintes.

Os seres que não produzem sua própria matéria prima e mantêm-se com intervenção externa, são considerados alopoiéticos. Podemos enquadrar os *smartphones* e computadores nessa categoria, uma vez que eles precisam de manutenção de acordo com uma pré-programação. Enquanto os seres vivos são considerados autopoiéticos, por conta de sua capacidade de se auto organizar. O organismo produz sua própria matéria prima e, mesmo que exista uma intervenção externa, é capaz de gerar sua própria fonte de criação.

Com o surgimento das tecnologias, percebemos uma nova forma de comunicação e ação, onde a câmera pode funcionar como a extensão do olho humano; um perfil pessoal, numa rede social, pode funcionar como a representação identitária do indivíduo. Isso não quer dizer que, com o passar dos anos, a tecnologia tenha evoluído, necessariamente, para melhor; ela se transformou e adaptou-se, através de outros dispositivos tecnológicos, ao cotidiano dos indivíduos, potencializando a relação de homem e máquina. Se em 2004 uma das principais redes sociais continha um espaço limitado para o armazenamento de fotografias, em 2018, com a predominância de *selfies* em *smarthphones*, temos redes sociais prioritariamente para a prática fotográfica, com recursos flexíveis e com possibilidade de armazenamento praticamente infinito.

## 2. ANÁLISE

### 2.1 Modo de proceder

Com o passar dos anos, as tecnologias deixaram de ser um amontoado de ferramentas, para tornarem-se um espaço virtual onde é possível criar e nutrir uma persona digital tão real quanto o indivíduo e suas *cotidianices* no universo físico. O usuário pode desempenhar uma rotina que se adapta de acordo com as possibilidades de sua plataforma de escolha, podendo compartilhar suas produções musicais em uma rede social e, em outra, cujo foco é diferente, ser um produtor assíduo de conteúdos fotográficos.

Em nossa pesquisa, tratamos de duas redes sociais específicas, sendo elas o Orkut e o Instagram. Interessa-nos elucidar as principais diferenças entre tais redes e, para isso, elencamos três critérios de análise: começamos com (1) os dispositivos tecnológicos que intermediam a experiência do usuário; após, analisamos (2) os recursos disponíveis dentro das redes sociais e como se dá a utilização desses, pelos usuários; e, por fim, (3) a disposição do *layout* e elementos estéticos de ambas as redes.

. Enfatizamos que todas as redes sociais necessitam de um dispositivo físico para existirem, o que influencia de forma direta o método de uso das mesmas; por exemplo, o Orkut foi pensado para se enquadrar ao molde dos computadores de mesa, compostos por uma CPU, monitor, teclado, *mouse* e acessórios; enquanto o Instagram, é originário da era dos *smartphones*, onde o *touch screen* é um recurso básico.

Em geral, acredita-se que uma coisa deve ser real ou virtual, que ela não pode, portanto, possuir as duas qualidades ao mesmo tempo. Contudo, a rigor, em filosofia o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade (LÉVY, 1999, p. 47).

Lévy (1999) traz uma questão importante a ser discutida, não só sobre os processos relacionais dentro do ciberespaço, mas sobre a identidade dos usuários no universo virtual. A busca por tornar invisível a barreira que separa o mundo virtual do físico é incessável. Entretanto, talvez seja negligenciada a barreira que divide a identificação do indivíduo dentro do universo virtual e do físico. Por mais intangível que seja, existe uma distância da persona digital e do usuário como um indivíduo em uma sociedade “real”.

## 2.2 Sobre as duas redes sociais

### 2.2.1 Orkut

De acordo com Recuero (2010, p. 24), as redes sociais se desenvolvem “a partir das interações entre os atores sociais. São redes cujas conexões entre nós emergem através das trocas sociais realizadas pela interação social e pela conversação através da mediação do computador”. Cláudia Ribeiro da Silva (2008) introduz em sua fala uma rede social pensada para trazer praticidade aos campos da Comunicação, em primeiro momento, especificamente na Universidade de Stanford, nos Estados Unidos.

A ideia do Orkut tem origem na criação da Club Nexus, pequena rede social criada por estudantes da Stanford University, em meados de 2001. O objetivo inicial era servir de meio de comunicação entre a população do *campus* e os já graduados. Os estudantes podiam enviar e-mails, divulgar salas de bate papo, localizar pessoas com interesses similares, comprar e vender coisas usadas, expor trabalhos artísticos e postar colunas editoriais (SILVA, 2008, p. 47).

Sabemos que, em seus primórdios, outras redes sociais percorreram o mesmo caminho, por exemplo, o Facebook, de Mark Zuckerberg. O Orkut é uma rede social primordialmente pensada como uma ferramenta a ser usada pelos alunos da universidade, a fim de obter informações sobre pessoas do mesmo campus de forma acessível, porém, na medida em que foi reajustada para um grande número de usuários, obteve uma complexidade em suas relações. Não somente no que se refere às interações sociais entre indivíduos, mas também na relação consigo mesmo.

O Orkut se apresenta como uma das pioneiras quando se refere à disposição imagética dos indivíduos. Em 2004, o que estava em alta eram as salas de bate-papo, o MSN e outras redes que priorizam as mensagens de texto. Ainda assim, o Orkut conquistava cerca de 800 mil usuários, com uma presença considerável de brasileiros (MACEDO, 2004, p. 6-10). Fazendo-se justa a comparação ao Instagram que, em outra época, também prioriza a imagem do usuário e se destaca pelo seu grande número de usuários.

### 2.2.2 Instagram

Bruna Ramssen (CANALTECH, 2018) apresenta o Instagram como um aplicativo em ascensão. Definindo-o como uma rede social que prioriza o compartilhamento de fotos entre

usuários, feita para Androids e iPhones. Podemos perceber que, apesar do objetivo dessa rede social ser o compartilhamento de fotos, outras ferramentas possibilitam inúmeras atividades na plataforma, como o envio de mensagens, comentários e compartilhamentos de vídeos em tempo real. O conteúdo postado na rede pode ser compartilhado em outras redes sociais, como no Facebook e Twitter, sendo alvo de muitas estratégias de ação *crossmedia*, que se baseia na veiculação do mesmo conteúdo em várias plataformas, podendo ampliar o alcance de uma ação/ideia.

De acordo com a pesquisa de Pietro Giuliboni Nembr Coelho (2016), *Fotos, fachadas e personas: a construção identitária do uso do aplicativo Instagram*, o aplicativo contribui para a relação do usuário com a projeção de uma imagem de si, ligada não somente ao contexto físico, mas também relativa à identidade do indivíduo.

## **2.3 Intermediários físicos**

### **2.3.1 Orkut**

Desde a criação do ciberespaço, os dispositivos caminham para a direção de tornar invisíveis as “barreiras” entre o universo virtual e o mundo físico. Essas podem ser entendidas como a utilização do *mouse* para direcionar o *click*, o teclado para incorporar a mensagem de texto ou o *touch screen* para facilitar o percurso do navegante. Dessa forma, notamos a necessidade de entendermos o dispositivo tecnológico que subsidia a existência do âmbito virtual, para, então, definir como esse pressupõe o seu usuário.

Para acessar o Orkut, em 2004, era necessário digitar o endereço de navegação [www.orkut.com.br](http://www.orkut.com.br) na aba de procura, que, aqui, trazemos através do Firefox. Após, o usuário seria direcionado à página de cadastro ou *login*, caso possuísse uma conta.

Figura 1 - Página inicial com barra de busca do Mozilla Firefox



Fonte: *Print* do site BABOO (2018).

Para a digitação, o intermediário físico comumente utilizado era o teclado para computador de mesa, conectado a uma unidade central de processamento – ou *central processing unit* –, também conhecida como CPU. Para controlar a seta que correspondia aos cliques e seleções dos *links* e *hiperlinks*, contava-se com o *mouse*. Assim como o dispositivo de interface, chamado de monitor. Todos esses elementos intermediam uma experiência entre universo físico e virtual, vivida pelo navegante do ciberespaço de 2004.

Era inviável para a época acessar qualquer *site* sem antes percorrer um caminho. Isso pode ser elucidado, inclusive, através da técnica de análise de Santaella (2011), presente anteriormente neste trabalho. Constatando uma certa limitação entre a extensão física do corpo humano e o desempenho tecnológico, proporcionando uma experiência menos sensorial, quando em comparação com o que temos hoje.

### 2.3.2 Instagram

O Instagram é originário de um período que está à mercê das tecnologias que priorizam uma experiência sensorial. Onde o toque, o comando de voz e a leitura de códigos, através de

imagens, ganham popularidade. Os *smartphones* são o carro chefe dessa geração de aparelhos tecnológicos, vindo em formatos para Android, iOS e Windows Phone.

Atualmente, o Android é um dos sistemas operacionais de *smartphones* mais populares do mundo; detemo-nos a analisar os recursos que estão disponíveis, tanto no sistema operacional quanto no dispositivo tecnológico, levando em consideração sua utilização mediante o Instagram.

Todos os *smartphones* são providos de *touch screen*, mesmo que a nível opcional; por conta disso, o acesso ao aplicativo está a um toque com a ponta do dedo. É possível baixar o *software* através da *Play Store*, uma espécie de loja que conta com jogos, filmes, livros, músicas e aplicativos para Android, sejam eles gratuitos ou não. Uma vez instalado, o Instagram passa a ocupar a tela de início do *smartphone*, representado por um ícone com sua logo, como é mostrado na Figura 2.

Figura 2 – Tela inicial de um celular, com o ícone do Instagram.



Fonte: *Print* do celular do autor.

O cadastro ou *login* ao programa são requeridos somente uma vez, após, o usuário fica conectado durante um longo período de tempo. Com somente um clique, ele inicia seu processo de navegação.

## **2.4 Recursos e como os usuários os utilizam**

### **2.4.1 Orkut**

A possibilidade de projetar uma figura de si mesmo em uma plataforma digital, podendo ou não ser coerente à realidade, dá aos usuários permissão para transgredir os moldes do universo físico, em âmbito digital. Não nos interessa aqui refletir sobre a moralidade de tal prática, interessam-nos as motivações do indivíduo que se deixa enredar pela teia cibernética.

Ao contrário do que possa parecer, cada possibilidade, dentro de uma rede social, vai além do que a mesma sugere em primeiro momento. Afinal, ninguém espera que detalhemos nossas verdadeiras histórias de vida na biografia do Instagram (até pela limitação de caracteres). É, em verdade, um convite para o usuário construir sua persona e aproximá-la, talvez não da realidade do universo físico, porém, da realidade que aquele deseja para si em âmbito virtual.

O espaço que se encarrega de apresentar o dono do perfil do Orkut traz ao visitante uma breve introdução sobre o indivíduo em sua existência virtual. Tomamos como exemplo o perfil da usuária Mah Polaca e como essa utiliza das viabilidades da rede social para construir sua persona digital.

Figura 3 - Página inicial da usuária Mah Polaca

**Mah Polaca**  
 108 fãs 1.786 recados 12 fotos 0 vídeos

social profissional pessoal

quem sou eu: Sou uma pessoa sussi...  
 adoro dar altas risadas... com mitos amigos... e festa...  
 sou mto timida as vezes, e gosto de pessoas alto astral...  
 fujo do q me fal triste e tento lembrar apenas do q me faz sorrir...  
 faço facul de Bio Marinha e sou realmente feliz...

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=19367492>

relacionamento: **casado(a)**  
 aniversário: **Março 18**  
 idade: **19**  
 interesses no orkut: **amigos, companheiros para atividades**  
 filhos: **não**  
 etnia: **caucasiano (branco)**  
 idiomas: **Português**  
 religião: **Cristão/católico**  
 visão política: **apolítico**  
 humor: **extrovertido/extravagante, simpático**  
 orientação sexual: **heterossexual**  
 estilo: **alternativo, casual, elegante, urbano**  
 fumo: **não**  
 bebo: **socialmente**  
 animais de estimação: **adoro meu(s) animal(is) de estimação**  
 moro: **só, com meus pais**  
 cidade natal: **Bal. Camboriu**  
 página web: **http://www.fotolog.net/maahpolaca**

paixões: **familia, bichos(em especial a Mel)...**  
 esportes: **volei**  
 livros: **todos da Lya Luft, codigo da vinci**  
 música: **de tdo um pouco... cada estilo tem seu momento... o fundamental eh sempre haver musica... nao existe um momento em minha vida q nao haja uma musica q descreva o q sinto**  
 programas de tv: **Jo soares... novelas...**  
 cinema: **vixi nem sei.. pq sao variosssss**  
 cozinhas: **amo amo massas, comida japonesa, e tdas gororobas mais q eu tenho feito ultimamente**

Fonte: Imagem retirada da pesquisa *Imagem e identidade no ciberespaço* (SILVA, 2008).

Nossa atenção é primeiramente direcionada à parte esquerda superior da tela, onde nos é apresentado o primeiro contato imagético com a persona da usuária virtual. Logo em seguida, nossa visão é atraída para o título – ou nome – do perfil. Então, finalmente podemos nos aprofundar nas características e história desse indivíduo com uma série de informações básicas para nos familiarizarmos com o mesmo. É crucial apontar que, nesse âmbito virtual, é comum que as informações dispostas na página possuam um caráter subjetivo, dando margem a um conteúdo mais figurativo do que propriamente literal.

No perfil, logo abaixo do nome do usuário, podemos observar uma avaliação sobre suas características que, possivelmente, podem interessar a alguns de seus visitantes, espectadores,



através de seus próprios perfis virtuais. De acordo com a hierarquia visual disposta no *layout*, somos direcionados às informações que revelam, agora, sobre suas relações interpessoais. As avaliações de seus “amigos” nos mostram o quão legal, simpático e atraente, Figura 4, o indivíduo supostamente é.

Figura 4 – Barra medidora do “confiante, legal e *sexy*”



Fonte: Imagem retirada da pesquisa *Imagem e identidade no ciberespaço* (SILVA, 2008)

Os 108 fãs representam o número de pessoas que curtiram o perfil que estamos analisando. Os 1.786 recados escritos por outros perfis são especificamente para Mah, mas também é comum, nessa rede, que haja um grande número de mensagens consideradas como *spam*. Por fim, as possibilidades de fotos e vídeos convidam o visitante a conhecer um pouco mais sobre a realidade dessa usuária, alimentando, cada vez mais, a existência de um laço invisível que a conecta com o espectador. É possível adquirir simpatia, reagir negativamente ou reagir de qualquer outra forma, variando de visitante para visitante, sobre um mesmo conteúdo que representa uma pessoa, sem sequer conhecê-la no universo físico.

No campo de preenchimento intitulado “quem sou eu”, a usuária se refere a si mesma como uma pessoa muito *sussi* (uma gíria para a palavra sossegada) e constrói um cenário plurívoco em que dá altas risadas, com muitos amigos em festas, mas também é tímida “às vezes”. É possível que o visitante desse perfil detalhe seu conhecimento acerca de Mah Polaca através desse campo informacional. Mais abaixo, encontramos os campos de preenchimento com respostas pré-propostas, onde o indivíduo seleciona algumas opções já estipuladas pelo Orkut. Nesse caso, ao se referir do humor, Mah Polaca é descrita como uma pessoa “extravagante/extrovertida e simpática” Suas definições, de acordo com as barras de medição “legal, confiável e *sexy*”, estão todas completas no nível máximo, assim como a alta quantidade de fãs e recados.

Numa atualização que dá sequência ao *layout* anterior, podemos perceber certas variações, principalmente no que diz respeito às possibilidades informativas do usuário. Enquanto o número máximo de fotos, no modelo antigo, era de doze, agora há possibilidade de se colocar mais fotografias. É adicionada uma pequena barra de texto, que permite ao usuário atualizar o seu *status*, representado pelo campo a ser preenchido com a seguinte introdução: “quem sou eu”. O preenchimento desse campo é um dos poucos que permite o uso de um grande

número de caracteres, a ser escrito pelos próprio usuários; e se mostrou como um dos espaços onde mais haviam alterações por conta dos mesmos. Outra adição no *layout* é a possibilidade de compartilhar as fotos que outras pessoas postaram com os usuários, aumentando as possibilidades de interações virtuais.

Figura 5 - Página inicial do usuário Ricardo Bocchese

**Ricardo Bocchese**

ocupado, vivendo. 😊

recados: 20   fotos: 25   vídeos: 9   fzs: 74   fotos com ale: 2   confiável   legal   sexy

social   profissional   pessoal

relacionamento: namorando  
 aniversário: 20 outubro  
 idade: 25

quem sou eu: Reino: Animalia  
 Filo: Chordata  
 Sub-filo: Vertebrata  
 Classe: mammalia  
 Ordem: Primata  
 Família: Hominidae  
 Gênero: Homo  
 Espécie: Homo sapiens

Distribuição e modo de vida: Proveniente da região Sul do Brasil, é um indivíduo adaptado a diversos ambientes, especialmente os mais rústicos (simples). Geralmente encontra-se inserido em diferentes grupos sociais, mas resguarda boa parte do tempo em seu próprio individualismo. Alimentação: tem preferência pela culinária italiana, mas comumente sua dieta é variada. Tem fortes alergias quando ingere organismos marinhos (frutos do mar). Apresenta forte afinidade com destilados. Reprodução: sexuada, claro. Características gerais: Não é adaptado a longos períodos de hibernação (mais de 10 horas de sono), mas troca facilmente a noite pelo dia em determinados períodos do ano. Tem certa habilidade com idiomas de outras tribos nativas (inglês); fica confuso quando quer se expressar com muita rapidez. Torna-se zangado quando não o compreendem. Apresenta comportamento estranho de fúria quando exposto em ambientes com batuques, cavaquinhos e pandeiros (pagode). Busca novos conhecimentos sobre a vida, dedica-se à pesquisa e estudo sobre outras espécies (biólogo).

Fonte: Imagem retirada da pesquisa *Imagem e identidade no Ciberespaço*. (SILVA, 2008)

A página inicial dos usuários do Orkut é fortemente dominada pela escrita, seja ela pré-determinada ou não pela rede; é inegável a quantidade de texto apresentada em primeiro momento ao espectador. O espaço ainda se divide entre social, profissional e pessoal, tendo o social como um compilado de informações sobre os gostos e lazeres pessoais do indivíduo, o

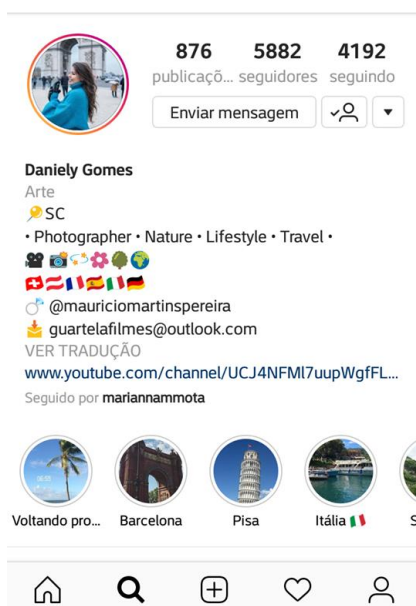
profissional traz informações específicas sobre as ocupações profissionais do indivíduo e o pessoal informações referentes à família e relacionamentos íntimos do mesmo.

No perfil de Ricardo Bochesse, podemos notar um grande acervo informativo, tal qual a organização disponibilizada pelo Orkut, porém, com outro conteúdo questionador e informativo, por exemplo, a qual reino, classe e ordem animal ele pertence. Seguido de um texto corrido sobre si, com um teor criativo na descrição, que dá a entender que a descrição é feita por um biólogo, ao analisar uma espécie de animal.

## 2.4.2 Instagram

Os espaços do Instagram têm nome de origem inglesa, embora seja uma rede tão americana quanto o Orkut. Não houve popularização na tradução para o português, em suas denominações. Como exemplo disso, o *Feed* pessoal ou *home*, nomes dados para a disposição de publicações de uma determinada conta no Instagram. Sua função é apresentar o usuário para os demais espectadores, mostrando-se como o principal local para a construção identitária desse usuário, organizado para quem visita seu perfil.

Figura 6 - *Feed* pessoal da usuária Daniely Gomes



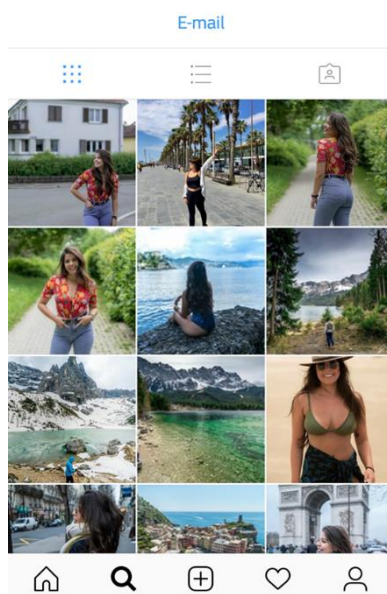
Fonte: *Screenshot* retirado do perfil do autor.

Fica ao lado de informações como o número de publicações, seguidores e as contas que o usuário segue. Embaixo, estão os destaques, que servem como um compilado dos *stories* –

ou histórias, em português –, uma ferramenta que permite a gravação de foto ou vídeo que possui a duração de até quinze segundos. Esse recurso permite que o registro fique disponível no perfil durante vinte e quatro horas, a não ser que seja acionado o modo “destacar”, que o faz permanecer no perfil pelo tempo que o usuário desejar. Após esse “cabeçalho” de informações, podemos ver as fotos e/ou vídeos postados no perfil. Existem algumas formas de apresentar tais postagens: a utilização de uma paleta de cores é uma tendência de organização, assim como outras técnicas adotadas para personalizar o mosaico.

Percebemos uma tendência comumente usada no Instagram: a definição das características do usuário através de pequenas sentenças, seja uma frase ou um conjunto de palavras-chave que poderão delimitar, não somente o conceito da persona virtual, mas o tipo de conteúdo que veremos. No exemplo de Daniely, notamos o conjunto de palavras em inglês, traduzidas aqui como “fotógrafa; natureza; estilo de vida; viagem”.

Figura 7 - *Feed* pessoal da usuária Daniely Gomes.



Fonte: *Screenshot* retirado do perfil do autor.

No *Feed* deste aplicativo, é possível encontrar somente fotos ou vídeos, não havendo, em primeiro momento, espaço para nenhum tipo de produção textual. Confirmando o que diz em sua “bio”, podemos perceber o grande número de fotos relativas a viagens, natureza, técnicas fotográficas bem utilizadas e fotos de Daniely, fazendo referência ao estilo de vida levado por essa usuária.

O círculo em volta do ícone da usuária está colorido. Isso significa que há uma atualização em seu *story*. Percebemos como tal recurso não interfere na disposição da página

inicial da usuária. Seja um vídeo ou fotografia, a atualização nesse recurso ficará oculta até que seja de vontade do espectador, visitante, visualizá-la.

Figura 8 – *Story* disposto na perspectiva do seguidor



Fonte: *Screenshot* do *story* do Instagram de Daniely Gomes

Na Figura 7, podemos ver os destaques da usuária, que uma vez foram *stories*. Todos eles fazem relação ao que é proposto por Daniely em sua biografia, talvez por isso ocupem o posto de estarem fixados em seu *Feed* pessoal. Enquanto uma *selfie*, que não tem referência com qualquer um dos temas propostos para o início do perfil, pode, ainda assim, ser livremente compartilhada através de um recurso que permite uma estadia menos duradoura no aplicativo.

Ao falar do aspecto temático de cada perfil, não podemos ignorar uma tendência entre os usuários do aplicativo: a conta Dix. Segundo Melissa Cruz Cossetti (TECHTUDO, 2018), as contas Dix funcionam como contas secundárias, onde os usuários se sentem encorajados a compartilhar fotos que normalmente não compartilhariam em sua conta primária, isto é, porque as Dix, ao contrário, na maioria das vezes, das contas oficiais, são fechadas ao público. Somente quem é escolhido pelo dono do perfil pode ver as publicações. É comum que contas oficiais também sejam fechadas ao público, mas, diferentes desse segmento, são contas que mantêm os padrões, implicitamente, estipulados pela rede social. Podemos ver na Figura 9 um perfil oficial de uma usuária, em que as fotos, liberadas, seguem o padrão convencional descrito no exemplo de perfil anterior, o de Daniely.

Figura 9 - Página do perfil inicial da usuária Vitória Farinha.

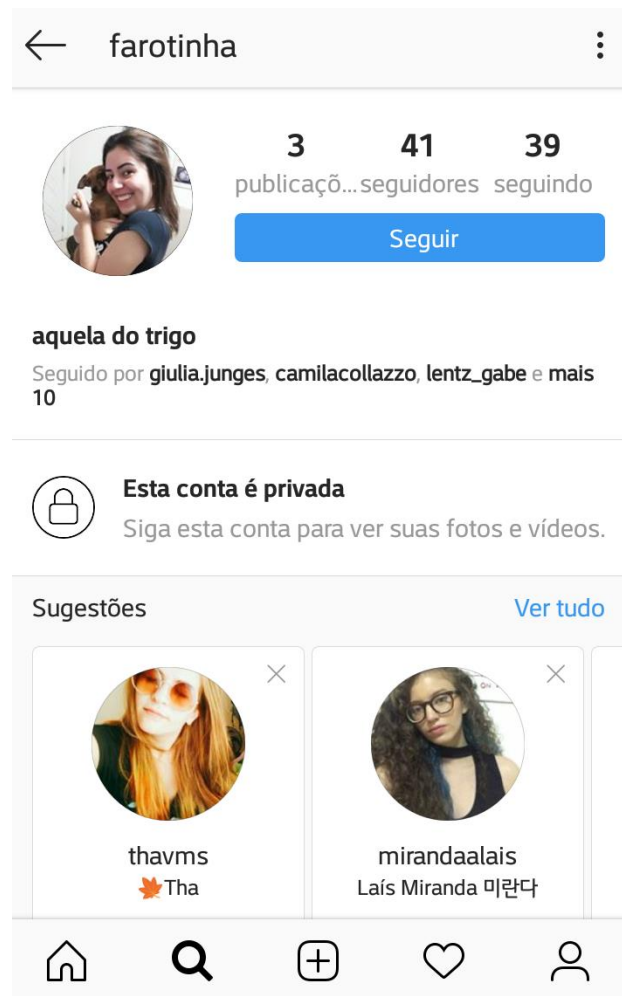


Fonte: *Print* retirado da conta pessoal do autor.

Podemos visualizar, na Figura 10, a conta Dix, e as diferenças, assim como, a liberdade de expressão e criativa, que a usuária parece desempenhar neste momento. Com o nome como “Farotinha”, uma foto relativamente mais natural e espontânea que a do perfil anterior. Um número menor de seguidores, e pessoas que está seguindo, em comparação ao seu perfil oficial e, como já dito antes, o recurso de privacidade ativo.



Figura 10 - Página inicial do perfil Dix, de Vitória Farinha



Fonte: *Print* retirado da conta pessoal do autor.

## 2.5 Técnicas visuais

### 2.5.1 Orkut

Baseamo-nos no livro *Sintaxe da linguagem visual*, de Donis A. Dondis (1997), para analisar os aspectos estéticos de ambas redes. Consideramos as técnicas visuais como cruciais para compor a individualidade desses espaços, assim como são influências diretas na experiência dos usuários.

O *layout* do Orkut, quando comparado à contemporaneidade, pode parecer ousado. Atualmente, acostumamo-nos com ambientes virtuais que utilizam a sutileza e a predominância do branco, no entanto, acessar uma rede social e se deparar com uma grande tabela de cor azul, agregada a um quadro de informações textuais e figuras representativas sobre o quão “*sexy*, *confiante* e *legal*” o usuário é, pode causar estranheza. Essa questão nos leva ao nível

representacional de inteligência disponibilizado por essa rede, a representação visual pode apresentar “uma natureza direta, onde não se faz necessária a intervenção de nenhum sistema de códigos para facilitar a compreensão” (DONDIS,1997, p. 20). Entendemos que alguns aspectos, individuais e subjetivos, tal como a denominação “confiável” e “legal”, são retratados de forma unívoca, excluindo qualquer ideia de perspectivismo individual e acumulando uma porcentagem para medir características, que em âmbito real, são características que não podem ser medidas com a mesma clareza que é retratada no Orkut.

Figura 11 – Página inicial do usuário Nilo Moraes

**n.i.l.o. .m.o.r.a.e.s.**  
 57 fãs 35 recados 12 fotos 13 vídeos  
 social | profissional | pessoal

quem sou eu: ?ΔΡε ΙΕΙΘ ΘΑΝΙΕΘ ΙΑΞ Ι?ΧΗΤΘ ΕΣ ?ΘΡΑΕ?

Um homem que ama o viver, a natureza, a terra, a água, o ar, a vida e tudo o que existe de bom e agradável... que acredita em Deus, mas de um jeito diferente... que ama a esposa, os pais e a família... que não procura ser feliz, pois já encontrou a felicidade... que procura ser especialmente bom, sem ligar pro que os outros pensam, nem sempre consegue, às vezes dá mancada, não é perfeito (e quem é?), mas nunca desiste... que tem, defeitos, mas também qualidades, que só convivendo se descobrem... que acredita que um passo à frente é sempre melhor que ficar parado, mas que ficar parado é sempre melhor que um passo atrás... Enfim, um homem que procura melhorar a cada dia,...

Pra me conhecer melhor, dá uma olhada nas comunidades que participo... ou então só me conhecendo mesmo...

SE FOR ME ADICIONAR... POR FAVOR, DEIXE UM RECADO.

"Um mundo maravilhoso me rodeia e me é"  
 (Clarice Lispector)

relacionamento: casado(a)  
 aniversário: Dezembro 2  
 idade: 21  
 interesses no orkut: amigos, companheiros para atividades, contatos profissionais  
 filhos: não  
 etnia: caucasiano (branco)  
 religião: Tenho um lado espiritual independente de religiões  
 visão política: libertário  
 humor: extrovertido/extravagante, inteligente/sagaz, simpático, misterioso  
 orientação sexual: heterossexual  
 estilo: alternativo, casual, contemporâneo  
 fumo: não  
 bebo: não  
 animais de estimação: gosto de animais de estimação  
 moro: com companheiro(a)  
 cidade natal: Santa Rita/PB

Fonte: Imagem retirada da pesquisa *Imagem e identidade no ciberespaço* (SILVA, 2008).



Outras informações referentes às personalidades do usuário são dispostas em campos de preenchimento, percebidas de forma padronizada, tanto em relação às cores quanto ao nivelamento. Categorizadas com o uso da técnica de previsibilidade, sendo um método visual que sugere “alguma ordem ou plano extremamente convencional. Seja através da experiência, da observação ou da razão, é preciso ser capaz de prever a mensagem visual” (DONDIS, 1997, p. 148). Isso significa que as informações estão dispostas numa ordem, de cima para baixo, objetivando guiar o visitante sem muitos truques. Tendo apenas um breve aguçamento – técnica que visa retirar a atenção do ponto central da tela – para o ângulo superior esquerdo, onde se encontra a foto de perfil e outros atalhos para recursos já presentes, no perfil do usuário (mensagens, fotos...). A sequencialidade dos campos informativos, no entanto, retoma a atenção do navegante para o ponto central da tela.

Não há espaço, no Orkut, para a própria construção estética do usuário, senão através do texto. Tal impedimento pode ser a causa de um dos sintomas mais comuns dessa rede social: uso de textos decorativos (textos formados através do uso de ícones, fontes e espaçamentos inusitados).

Figura 12 - Página inicial da usuária Isabel Aguiar e Castro

**\*\* ?? isabel aguiar ?e castro \*\*??\*\***

217 fãs 4.845 recados 12 fotos 25 vídeos

social profissional pessoal

quem sou eu:

?? ? isabel aguiar ?e castro ???  
feminino,  
relacionamento  
aberto  
rio de janeiro, rio de  
janeiro  
Brasil

recados  
álbum  
vídeos

flogão: bellinh ..

+ amigo  
enviar mensagem  
enviar cantada

+ favoritos  
+ gatos & gatas  
+ paqueras

ignorar usuário  
denunciar abuso

?? ? isabel aguiar ?e castro ???  
UMA MULHER A procura de um grande Amor.  
Um grande Amor tem que ter:  
Calor,Fantasia,Sonhos,Beijos,Risos,  
Sutileza,Cafunê,Sintonia,Tentação,Olhar,  
Palavras,Suavidade,Fogo,Cheiro,Afago,  
Chamego,Prazer,Sabor,Carinho,Palpitação,  
Aventura,Graça,Alegria,Sexo,Desejo,  
Comédia,Romance,Sorriso,Coração,  
Sentimento,suor,sedução...  
tamente a deus em primeiro lugar;;;;;A PROCURA DA  
FELICIDADE

?? ? ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ? ? ?  
Perguntei a um sábio,  
a diferença que havia  
entre amor e amizade,  
ele me disse essa verdade...

O Amor é mais sensível,  
a Amizade mais segura.

O Amor nos dá asas ,  
a Amizade o chão.

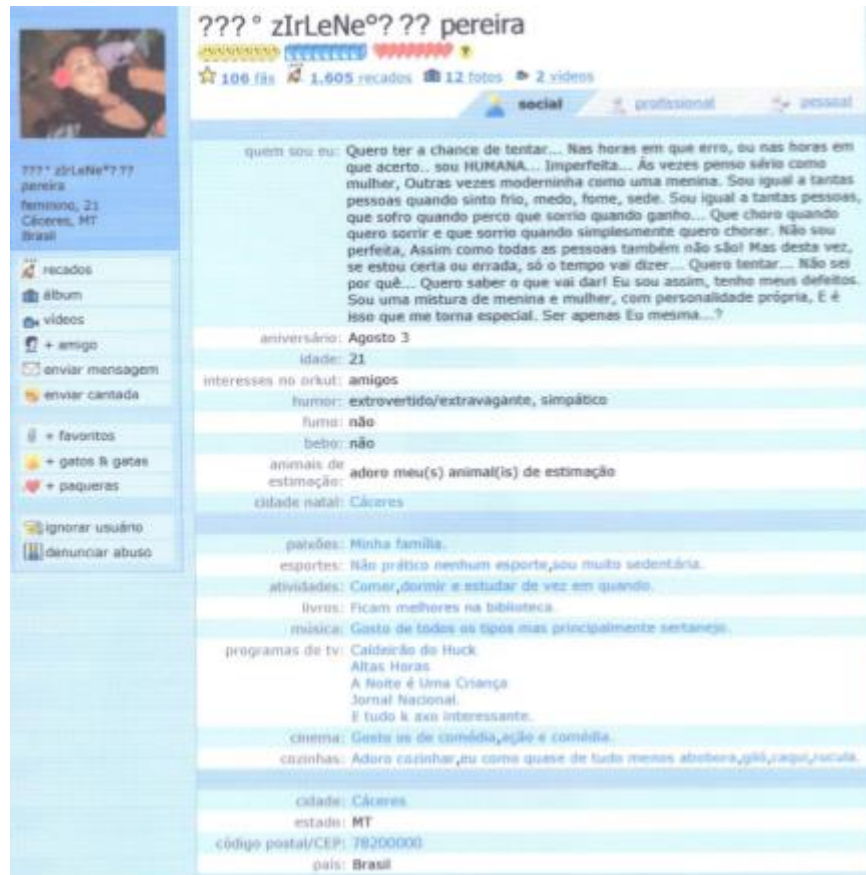
No Amor há mais carinho,  
na Amizade compreensão.

O Amor é plantado e  
com carinho cultivado,  
a Amizade vem feita,  
e com troca de alegria e tristeza,  
torna-se uma grande  
e querida companheira.

Mas quando o Amor é sincero

Fonte: Imagem retirada da pesquisa *Imagem e identidade no ciberespaço* (SILVA, 2018).

Figura 13 - Imagem da usuária Zirlene Pereira



Fonte: Imagem retirada da pesquisa *Imagem e identidade no ciberespaço*. (SILVA, 2008)

### 2.5.2 Instagram

O Instagram possui um visual minimalista: “procura obter do observador a máxima resposta a partir de elementos mínimos” (DONDIS, 1997 p147). A cor predominante é branca, o que torna o Instagram uma rede social que utiliza da simplicidade, descrita por Dondis (1997, p. 144) como “uma técnica visual que envolve a imediatez e a uniformidade da forma elementar, livre de complicações ou elaborações secundárias”. Percebemos que esta rede esclarece seus propósitos de forma direta e descomplicada, fazendo jus à técnica escolhida. A matéria prima do Instagram é a fotografia, qualquer informação que venha a dividir a atenção do espectador é claramente secundária e perde o espaço com apenas uma “percorrida” para baixo, no mosaico.

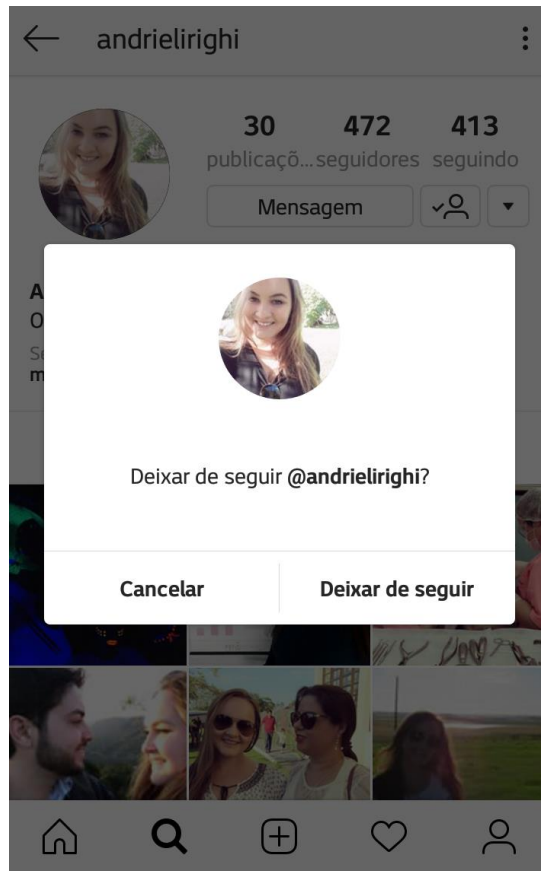
Figura 14 - Página inicial da usuária Andriéli Righi



Fonte: *Print* do perfil pessoal do autor.

Podemos perceber, na Figura 14, o perfil inicial que apresenta informações resumidas sobre a usuária, como já afirmamos anteriormente. Existe uma fragmentação de ícones, que, individualmente, direciona o espectador para questões específicas do perfil. Por exemplo, o ícone de um busto com um símbolo semelhante à letra “v” – de correto ou confirmado – simboliza o aspecto relacional das contas. Precisamente, esse sinal está confirmando o fato de que eu sigo tal perfil, mas, ao clicar nele, uma nova aba é aberta, onde sou capaz de ver as opções da Figura 15.

Figura 15 - Imagem do perfil da usuária Andriéli Righi

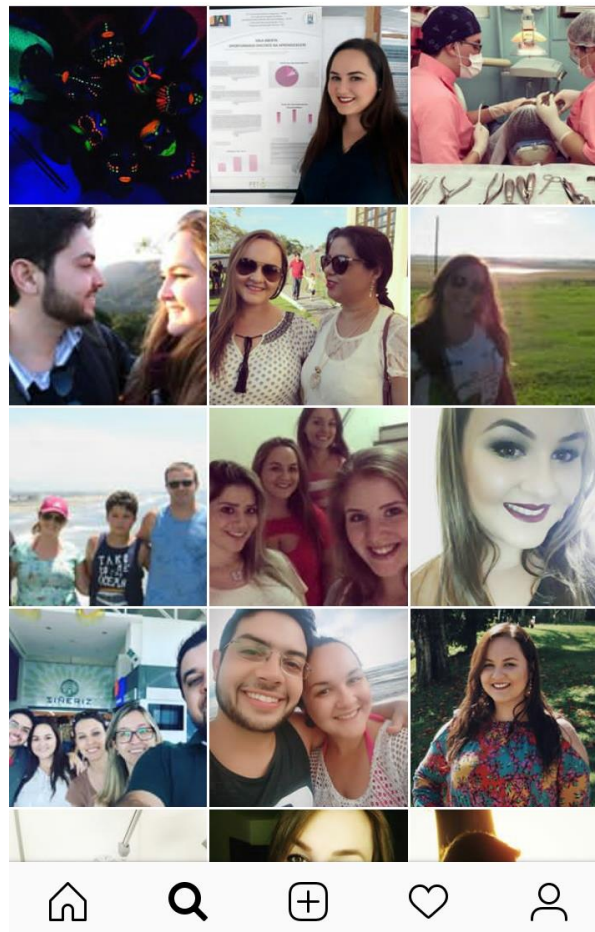


Fonte: *Print* da conta do perfil do autor.

A aba relacionada à amizade entre os usuários dialoga com as duas propostas de técnicas visuais, ao formar uma simbiose entre simplicidade e fragmentação em rede. Além disso, não é, necessariamente, preciso que os usuários sigam um ao outro para haver essa interação. Ao contrário do Orkut, onde é necessário que, para haver um vínculo, é necessário a aceitação de ambos os usuários.

O cabeçalho do aplicativo perde protagonismo rapidamente, com a atenção voltada ao mosaico, como podemos ver na Figura 16.

Figura 16 - Imagem do mosaico de fotografias da usuária Andriéli Righi



Fonte: *Print* da conta pessoal do autor.

A neutralidade do aplicativo pode gerar questionamentos acerca da retenção de interesse sobre o usuário, afinal, a provocação de percorrer a rede social fica por conta dos conteúdos publicados pelo próprio autor do perfil. Dondis (1997, p. 150) afirma que essa pode ser a chave “para vencer a resistência do observador”. As fotografias não revelam nada, além das próprias imagens, isto é, numa rede social que é posterior a era do Orkut, a ausência de textos é uma curiosidade. A câmera, torna-se extensão do olho humano, e a tela sensível ao toque, a extensão dos dedos. Isso se dá através da redução dos comandos, e o que parece acompanhar essa adaptação dentro das próprias formas de representação do usuário, como as palavras chaves ou frases comprimidas na biografia do perfil, a escolha de um nome, sucinto quando comparado ao Orkut, para encabeçar a página inicial, assim como para as legendas das fotografias, podendo ou não serem acompanhadas de *hashtags*.



Figura 17 - Fotografia do perfil da usuária Andriéli Righi



Fonte: *Print* da conta pessoal do autor.

## 2.6 Conclusão da análise

São duas redes sociais que não somente possuem diferença temporal, mas que também apresentam distinções acerca de inúmeros aspectos, exceto por um: são plataformas comumente usadas para trocar experiências, culturas e construir um perfil virtual.

O Orkut e o Instagram começam sua desconformidade a partir dos aparelhos que subsidiam ambas. De um lado, temos os computadores de mesa, que exigem procedimento mais complexos para realizar a navegação *online*; do outro, os *smartphones* e sua fácil acessibilidade. O aparelho que mantém o ciberespaço, literalmente, na palma da mão. Por conta das precariedades tecnológicas enfrentadas por uma rede social, popularizada num período em que se tinha apenas um computador para o uso de toda a família. As fotos, que enfrentam o percurso de saírem das máquinas digitais, ou as impressas e *escaneadas*, ganham um espaço menor na rede. Dando lugar ao mais acessível: o texto. Texto esse que é pré-estipulado e desenha a persona desejada pelo usuário. Em primeiro momento, apenas com a ajuda de uma foto de

perfil. Enquanto o Instagram delimita um percurso contrário, com atualizações rápidas devido à facilidade de registrar uma *selfie* com a câmera do celular, facilitando uma alteração mais ágil na figura disposta em âmbito virtual. A persona da era Instagram é flexível, não se atém a palavras, pois existem, para além das fotografias, uma seleção de *emojis* disponíveis para complementar toda e qualquer publicação.

O que é retratado de forma objetiva no Orkut, tem sua subjetividade respeitada no Instagram. Cabe ao espectador conferir, através da sua própria perspectiva, os aspectos estéticos e moralistas do usuário, com base apenas na produção de conteúdos proferida pelo mesmo. Ao contrário do Orkut, não existem barras – fora do controle do usuário – para espelhar as características físicas e intelectuais do autor do perfil. O conteúdo, da rede dos *smartphones*, está primordialmente na mão do usuário, proporcionando uma liberdade maior na construção de sua identidade virtual.

A liberdade se dá pela forma como a rede social dispõe um espaço que está muito mais ligado às atualizações do cotidiano, podendo ser excluídas ou publicadas, entre um período de tempo mais curto (*stories*). Esse é, possivelmente, a maior contribuição dos celulares para as redes sociais. O fato de poder registrar acontecimentos na mesma hora em que estão acontecendo, é uma ação que se difere dos acontecimentos do Orkut.

No entanto, o Orkut permite a construção de um caráter menos mutável, talvez por sua restrição em relação às postagens e definições do perfil do usuário em rede, assim como, a complicação em registrar momentos através de fotos e vídeos. Acontece uma menor regularidade na atualização de informações, fotografias e vídeos do usuário.

Os usuários do Orkut são submetidos a uma rede que disponibiliza um amontoado de informações de forma objetiva e, em sua maioria, avaliadas de forma quantitativa. É uma rede onde, não somente se encontra o número de amigos virtuais do perfil, mas também, de forma numérica, quantas pessoas prestigiam determinado usuário. Desde o número de “fãs” até a porcentagem do quão “confiável”. No Instagram, existem os seguidores, assim como, os perfis que o usuário está seguindo, dispostos logo na página inicial. Porém, o que podemos notar, além disso, são apenas as curtidas que os visitantes deixam nas publicações do perfil. E essas, podem ser interpretadas de várias formas, afinal, não existe uma nomenclatura como “fã” à pessoa que reagiu a determinada publicação. Ela não recebe nenhuma definição, e a mesma, pode ter qualquer outra interpretação de sua própria ação.

No Instagram, ao contrário do Orkut, como já citamos, não é comum a ideia de nomear as funções dentro do aplicativo. Podemos ver que além de seguidores, não temos nenhuma outra identificação explícita do que seriam os papéis desempenhados por aqueles que interagem nessa



rede. Os próprios ícones do Instagram são sucintos ao trazerem identificações comumente conhecidas, sem sequer serem apoiadas por palavras. Utilizando da minimização ao seu favor, para contribuir uma estética mais limpa e menos pré-definida, como ocorre no Orkut. Suas cores não chamam a atenção, é fácil de imaginar alguém acessando em seu aparelho móbil essa rede, enquanto se relaciona com demais amigos presentes em um mesmo ambiente físico. Afinal, as imagens não exigem tanta atenção quanto um amontoado de textos. Ainda existe a opção de silenciar todos os vídeos pelo qual o usuário se depara no decorrer de sua navegação, favorecendo o manuseio em meio a outras pessoas, não exigindo tamanho foco direcionado somente a este âmbito virtual.

Enquanto o Orkut e as dinâmicas relacionais das redes sociais dos anos 2000 não nos apresentam mais do que relações entre indivíduos, as redes sociais contemporâneas trazem, ainda que não como uma novidade para 2018, um grande espaço para as presenças digitais de marcas, artistas e formadores de opiniões – também conhecidos como *digital influencers*. Sendo essa mais uma diferença entre as redes sociais em análise.

Ao refletirmos sobre o ciberespaço do usuário pós-experto, deparamo-nos com o compartilhamento das redes sociais entre indivíduos e marcas, algo que se apresenta como um fator comum e nada inovador para o cenário de 2018. Porém, é uma ação não realizada de forma oficial pelas marcas no Orkut. A ação de utilizar redes sociais para realizar comunicação estratégica em benefício de uma marca é uma estratégia de Marketing de Mídia Social. De acordo com Tamar Weinberg (2010, p. 3), esse conceito configura-se como:

Um processo que permite aos indivíduos promoverem suas páginas web, produtos ou serviços por meio de canais sociais online, se comunicarem e explorarem uma comunidade muito mais ampla que pode não estar disponível nos canais de publicidade tradicionais. [...] As comunidades existem em diferentes formas e tamanhos. É papel dos profissionais de mídia social alavancar devidamente essas comunidades, a fim de se comunicar eficazmente.

Uma estratégia que envolve mídias sociais deve ser pensada a longo prazo, afinal, a intenção não deve ser apenas vender um produto, mas construir uma relação mais íntima com o consumidor. Weinberg (2010, p. 8) traz que, “em muitos casos, a mídia social é também sobre ouvir e comprometer-se. Em longo prazo, se você vê mais coisas sendo escritas sobre sua empresa, isso deve ser uma vitória em si”. Além de uma vitória, significa também perder o controle sobre a comunicação, levando ao questionamento: estariam as empresas preparadas para isso?

O monitoramento das mensagens é algo que pode retomar a sensação de controle por parte das empresas; atualmente, podemos encontrar algumas ferramentas específicas para isso, tais como o Google Alerts e o Trackur. Esses recursos são desenvolvidos por empresas, geralmente, atuantes na área do *marketing* e consultoria – como a *ExactTarget*. Essas empresas servem como um auxílio para as marcas monitorarem tudo o que está sendo dito sobre elas ou vinculado a elas no ciberespaço. Existem diversas ferramentas a fim de abranger o maior número de áreas virtuais possíveis, a amplitude da pesquisa pode abranger mundialmente, regionalmente ou realizar buscas em um nicho específico do universo virtual, como, por exemplo, a *blogsfera*.

Acreditamos que caiba uma elucidação sobre o que se refere nosso trabalho, sendo assim, trazemos exemplos de pessoas públicas, que possuem um *branding* em torno de seu nome profissional. Reconhecemos que a *antropomorfização* não seja uma novidade, pois trata-se de uma estratégia comumente utilizada na atuação de marcas em redes sociais.

### 2.6.1 Bônus de análise

Em seu artigo *Snapshot Aesthetics and the Strategic Imagination*, Jonathan Schroeder (2013) definiu o conceito de *strategic imagery* (imagens estratégicas) como “*images intended to persuade, promote, or otherwise perform strategic intentions. Encompassing advertising [...], strategic imagery comprises a large portion of contemporary visual culture*<sup>1</sup>”. A fim de elucidar esse conceito, com base do que concluímos através da análise comparativa entre as redes, trouxemos um exemplo de *antropomorfização* no Instagram.

A equipe da cantora Taylor Swift – que, atualmente, é um dos maiores nomes do cenário musical mundial, reunindo cerca de 109 milhões de seguidores em sua conta no Instagram – disponibiliza informações sobre datas de lançamento, locais de shows e colaborações, através dos recursos disponibilizados na rede social. Entretanto, a faz parecer uma usuária comum, ou seja, como qualquer outro usuário regular e não famoso. Não acreditamos que isso seja uma novidade para o ano de 2018, mas, em comparação ao ano de 2004, sim. Uma das ações que podemos identificar como imagem estratégica é o anúncio através dos *stories* do Instagram, de uma das atrações principais em seu show, *Reputation Stadium Tour*.

---

<sup>1</sup> Tradução livre: “Imagens com a intenção de persuadir, promover, ou, de outra forma, atuar com o intuito estratégico. Abrangendo a publicidade [...], imagens estratégicas incorporam uma grande porção da cultura visual contemporânea”.

Figura 18 - Taylor anuncia a presença do cantor Troye Sivan, horas antes de seu show



Fonte: YouTube, 2018.

A artista anuncia, através de um vídeo no *story*, a participação do cantor Troye Sivan em seu show, utilizando inclusive *emoji* de coração entre seus nomes. Essa foi a primeira e única plataforma para efetuar o anúncio, dando a sensação de intimidade ao seu público, que recebe informações sobre o dia a dia da cantora através de seus próprios veículos de comunicação, ao invés de mídias tradicionais como jornais, blogs de notícias, etc.

### 3. SUGESTÃO DE UM NOVO PERFIL

#### 3.1 Pós-modernidade

A variabilidade é algo que faz parte do usuário pressuposto por dispositivos de navegação e redes sociais que cada vez exigem menos e proporcionam mais. Que fogem da ideia de que, para se construir um perfil em uma rede social, é preciso assegurar uma identidade imutável, sem muitas atualizações e com espaço limitado para expor suas próprias ideias. Com o rompimento desse padrão, deparamo-nos com um tipo de perfil que, além de possuir mais vias de expor seus pensamentos, com a mesma facilidade que encontra ao excluí-los ou atualizá-los, possui mais recursos (*selfies*, vídeos, etc.) para isso.

Para o pensamento pós-moderno, permitir-se sofrer tais transformações é um ato natural. Mesmo que isso vá contra o molde criado pelas filosofias primordiais da sociedade ocidental, padronizadas através de conceitos que dizem respeito à construção de uma identidade, provida de um caráter imutável, privilegiando que o indivíduo permaneça o mesmo, para que, assim, emita uma sensação de confiança aos seus semelhantes. O indivíduo lúcido seria aquele que não apresenta mudanças bruscas, que mantém suas características invariáveis durante um longo período de tempo. Tornando o indivíduo imprevisível, em alguém que oferece riscos à sociedade, que não possui controle de si, que nada pode ser confiável.

A pós-modernidade não é um conceito linear e pragmático. É uma concepção *plurívoca*, que opõe-se à hierarquização de ideias e encontra espaço na valorização da atualização e adaptação de conceitos. Os grandes nomes desse movimento não se consideram como tais; por exemplo, Deleuze que, em suas obras, apresenta um viés pós-moderno sem, no entanto, mencionar o termo ou buscar nele encaixar-se.

As *tecnociências* e outras formas de saber questionam a verdade absoluta das coisas, o que as fizeram grandes contribuintes da pós-modernidade, uma vez que, através dessas concepções, paradigmas são desconstruídos, o que não acontece no período moderno, com conceitos como a razão totalitária, que desvaloriza qualquer pensamento que não se alinhe aos seus.

Como citamos anteriormente, as *tecnociências* partem da física, das tecnologias e de outros pensamentos científicos. Se existe algum problema com o uso de tais instrumentos a favor do pensamento pós-moderno, é a presença mascarada de características modernista. Se o pensamento pós-moderno faz um movimento contra a hierarquização das ideias, as tecnologias utilizam dessa estrutura comparativa para medir seus avanços. Esse pensamento não só nos

alerta ao cuidado para que não caiamos nos paradigmas modernos, como também revela uma veia autocrítica do pensamento pós-moderno. Desprendendo-se dos moldes que colocam pensamentos em vias unilaterais e retratados como verdades absolutas.

A pós-modernidade, no entanto, não é necessariamente mais moderna, ou, positivamente evoluída, do que o período da modernidade. Ao contrário, pelo fato de haver grande flexibilidade de ideias e pensamentos, é possível que, eventualmente, uma evolução possa ser considerada “pior” do que seu produto anterior. Pior não no sentido de ser ruim, mas, por exemplo, para a tecnologia, pode ser algo menos suficiente para executar determinada tarefa que um aparelho, mais atualizado, poderá. Daí surge a relação com o nome pós-moderno, que indica a ideia de posterioridade, algo que vem após outra ordem. Dessa forma, fundamentamos a nomenclatura do nosso perfil a partir dessa referência, o pós-experto não é um pós-moderno, porém, o mesmo possui a característica plurívoca de agir, assim como, se diferencia em seu próprio âmbito, das criações anteriores.

### 3.2 O pós-experto

É com base na constipação de que o Orkut, além de exigir mais recursos e dificultar a atualização de informações de seus usuários, proporciona um espaço menor para a construção de uma identidade virtual. Enquanto o Instagram faz um movimento contrário, de onde parte a pressuposição do usuário pós-experto. Ao reconhecer as capacidades do intermediário físico que o subsidia, o celular, o aplicativo coloca à disposição do usuário recursos que dialogam com suas ferramentas, um exemplo disso é a ligação entre as *selfies* e os *stories*. Ne medida em que se torna comum sacar o celular, independente do momento, para registrar a situação, surge uma rede social que se volta apenas para isso. Entretanto, pensar nos recursos disponibilizados apenas como ferramentas é um erro, uma vez que esse usuário transcende a simples utilização de um recurso, o ressignificando de acordo com suas próprias percepções sobre o ambiente virtual.

As idiossincrasias da pós-modernidade agregam significados que transcendem a funcionalidade dos dispositivos tecnológicos. Ser um usuário pós-experto não significa ser um usuário engenhoso em seu âmbito virtual e com forte domínio do ciberespaço. Tal usuário se torna contraditório ao usuário experto, de Santaella (2011), justamente pelo fato de não necessitar de tamanha habilidade, mesmo a tendo, para realizar suas ações em rede. Isso se dá pelo fato dos dispositivos tecnológicos oferecerem um suporte menos exigente para tal perfil, facilitando sua busca de tal modo que não se torna mais necessário haver um grande caminho

a ser percorrido para o compartilhamento de um vídeo ou de uma fotografia. A este usuário, um clique basta, um toque na tela do *smartphone* é o suficiente.

Uma ideia comumente propagada é de que as “gerações atuais”, isto é, as crianças e jovens de atualmente, possuem uma maior expertise tecnológica. De fato, os dispositivos tecnológicos ganharam popularidade entre esse público, uma das pesquisas que comprova isso é a TIC Kids (CGI.br/NIC.br, 2017), que indica o equivalente a 80% das crianças entre 9 e 17 anos, como navegadoras da internet, no Brasil. Entretanto, de acordo com o que pesquisamos no trabalho, não podemos considerar os jovens como, necessariamente, mais espertos. Acreditamos que por mais que tais indivíduos possam, ou não, possuir tal expertise, não se trata disso. Mas sim do quão facilitadores são os intermediários físicos aos quais esses usuários estão sujeitos. Como exemplo, podemos observar o usuário do YouTube, Renan Pereira da Silva, uma criança que aparenta ter aproximadamente 10 anos de idade e, através da criação de seu canal na plataforma, atuou como um *youtuber*, gravando vídeos com a câmera frontal de seu celular, chegando a obter, em um único vídeo – intitulado *Especial de 1 inscrito* –, mais de 3 milhões de acesso (YOUTUBE, 2018), onde o menino agradece durante 2:19 o primeiro e único inscrito em seu canal.

Figura 19 - “Especial de 1 inscrito”, vídeo do *youtuber* Renan Pereira da Silva.



Fonte: YouTube, 2018.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não é novidade que nossa pesquisa permeia práticas cotidianas na cibercultura, e estudar isso de um viés científico requer a contribuição referencial de outras pesquisas sobre o tema. Ao navegarmos pelo universo virtual, estamos sujeitos a uma série de conflitos, sejam eles acerca da veracidade das informações que coletamos ou acerca da falta de produções científicas sobre determinados temas. Pesquisar sobre o ciberespaço e, mais precisamente, sobre alguns dos âmbitos mais informais que nele habitam, é por si só um desafio válido para pensar questões do nosso cotidiano através de um novo viés. Convertendo aquilo que faz parte do nosso cotidiano, em uma nova perspectiva, desta vez científica.

No decorrer do trabalho, detemo-nos a entender como os dispositivos tecnológicos pressupõem o perfil do usuário pós-experto. Em primeiro momento, precisamos reconhecer os perfis já conceituados e que precedem qualquer forma de utilização das redes sociais que experimentamos na atualidade, isto é, entender o percurso que o usuário do ciberespaço de 2004 enfrenta para realizar suas ações. Revisar os três perfis de Santaella é como molhar os pés neste oceano relacional entre indivíduos que são as redes sociais. Tais instrumentos vão além do que é definido pelas suas funcionalidades, as redes sociais são veículos comunicacionais que inferem um novo sentido ao modo como o indivíduo se identifica perante a sociedade. É possível encontrar usuários que se retratam de duas formas diferentes numa mesma rede social, alternando entre as construções de si, revelando o fragmento que se quer mostrar. Seja com o intuito de diversão, profissional ou através de uma representação casual. O usuário constrói o seu identitário virtual ao deter o controle sobre os conteúdos que compartilha. Ambas as redes aqui analisadas disponibilizam esse controle ao usuário, ainda que em proporções diferentes.

Para elucidarmos o que queremos dizer quando tratamos dos dispositivos tecnológicos, ou intermediários físicos, como extensões do corpo humano, trazemos o conceito de Homem máquina, de Primo, uma vez que esse mostra um pouco das diferenças entre os organismos vivos e máquinas, e como eles podem ser complementares um ao outro. A denominação de Santaella, feita em 2004, exige que o usuário experto, o perfil que possui maior capacidade de utilizar as redes, curse uma rota virtual mais complexa do que os demais perfis, em verdade, essa rota seria complexa até para os tempos em que celulares são dispositivos fundamentais para a navegação. Aqui, deixamos de pensar sobre o processo evolutivo no que diz respeito às máquinas, para refletirmos sobre o efeito que as mesmas provocam no usuário.

De uma só vez, o usuário abre mão do que é duradouro e complicado. Durante a utilização de um *smartphone* para construir um perfil virtual, tem em mãos a capacidade de



expor várias ideias de uma só vez, em um só espaço de compartilhamento, para manter, apagar e/ou compartilhar novamente. Para isso, não é necessário sair do sofá. Brevidade é uma característica e, conseqüentemente, acessibilidade também. As restrições estão cada vez menores e a personalização cada vez mais semelhante ao universo físico. As fotografias, a exposição de ideias com base nas novas tendências midiáticas, o posicionamento recorrente perante qualquer situação no universo. Pois, agora, os ciclos de amizade ganharam um novo espaço para existir. Seja através do Orkut, onde se mantém uma relação consideravelmente rasa quando comparada ao âmbito da realidade, por dar espaço aos textos pré-concebidos e reproduzidos sem originalidade e autoria própria – também conhecidos como, correntes –, seja através do Instagram, onde a forma de exposição é líquida e conta com uma constante atualização por parte do autor do perfil, adaptável aos seus próprios termos; ou até mesmo em redes como o WhatsApp, que, perante as anteriores, requer ainda menos expertise para ser manuseada, implicando ainda menos esforço na construção de um identitário – com apenas uma foto de perfil e espaço de preenchimento para uma frase opcional –, mas que tem enfoque na troca de ideias, fotografias e mensagens, não só sobre si, mas sobre diversos assuntos. Porém, não sendo apta à comparação por nutrir um círculo de convivência capaz de ser meticulosamente escolhido pelo usuário, ao contrário do Orkut e Instagram, que são redes públicas, em sua maioria, e estão sujeitas à interferência dos demais usuários, conhecidos ou não.

Todas essas reflexões se passam em um universo rico, detalhadamente pensado para transcender as formas de se relacionar, questionar e obter respostas: o ciberespaço. Buscamos entender os processos relacionais das redes sociais e ciberespaço, através dos conceitos de Raquel Recuero (2010), Alex Primo (2011) e Pierre Lévy (2010).

Na próxima etapa do trabalho, a análise, nós entendemos como uma oportunidade para refletirmos sobre conceitos implícitos, sobre os quais a maioria das pessoas não se questionam ao percorrer diariamente as plataformas virtuais. Atualmente, é bastante usual vermos representações de nós mesmos em âmbitos digitais, com a ajuda dos dispositivos. Dessa forma, ao pensarmos em redes sociais, primeiro, detemo-nos a identificar quais são os intermediários físicos que servem como plataforma para o uso de tais. Formando a primeira categoria de análise: os dispositivos tecnológicos de cada uma das redes (Orkut e Instagram). Com esse entendimento, passamos à segunda etapa, que identifica como os usuários transformam as, até então, ferramentas, em recursos que ultrapassam a ideia de utilizar um instrumento em sua forma mais funcional, para criar veículos relacionais pertinentes para a transgressão de um identitário em âmbito físico, para a sua construção em âmbito virtual. Para encerrar as

categorias que fundamentam a conclusão de análise, observamos a disposição estética utilizada por ambas as redes sociais. Já que essas são adaptadas de acordo com a época de sua existência, assim como são reflexos das capacidades dos dispositivos tecnológicos e dos hábitos, em relação à utilização dos recursos, por parte dos seus usuários. Ao compararmos uma rede social popular em 2004, com uma de 2018, encontramos algumas diferenças pertinentes que contribuem para a definição de seus usuários. O Instagram é um aplicativo, e para ser utilizado, é preciso que tal esteja disponível nas lojas virtuais de aplicativos, por exemplo, no sistema Android, a Play Store. O mesmo implica uma sequência de diferenças tecnológicas e arquitetônicas a serem exploradas nessa seção.

O Orkut, com sua limitação para fotos e o excesso de textos, não encontra espaço na era dos *smartphones*, enquanto o Instagram, a rede que mais possui simbiose com as câmeras de acesso rápido embutidas nos celulares e que é interdependente do *touch screen*, não encontraria espaço ao ser utilizada nos computadores de mesa. Pois perderia sua facilidade e praticidade, não envolveria mais o usuário numa série de ações que funcionam como uma extensão de seus próprios dedos (*touch screen*) e olhos (*selfies*), onde se encontra grande parte de seu apelo. Onde ganha força para pressupor o seu usuário, aquele que é instruído a ações rápidas, sem grandes complexidades. O tipo de usuário que encontra espaço para deixar registrado tudo o que vivencia, de forma instantânea e expedita, sem precisar descrever sua experiência em palavras. Afinal, é possível compartilhar o seu olhar com um imenso número de pessoas.

Tamanha praticidade revela um dos pontos cruciais do trabalho, a forma como não é necessário haver um grande controle sobre a rede em que se navega. Os recursos são autoexplicativos e, pela primeira vez, os conteúdos, sejam fotos ou vídeos, também. A capacidade do perfil experto, conceituado por Santaella (2011), mantém-se pertinente; porém, esse usuário perde a necessidade de possuir expertise diante de tecnologias que se antecipam às possíveis dificuldades de navegação.

## REFERÊNCIAS

CAVALCANTE, Tícia Cassiany Ferro; LEITÃO, Selma: **A Natureza Argumentativa dos Processos Inferenciais Preditivos na Compreensão Textual**. Universidade Federal de Pernambuco. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v17n1/05.pdf>>. Acesso em: 29 de abr. 2018.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), **Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017**.

COELHO, Pietro Giuliboni Nemr. **Fotos, fachadas e personas: a construção identitária por meio do uso do aplicativo Instagram**. São Paulo: ESPM, 2016.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2ª edição São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. 1ª edição Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

HOTTOIS, Gilbert. **Do renascimento à pós-modernidade: uma história da filosofia moderna e contemporânea**. 2ª edição São Paulo: Ideias & Letras, 2008.

IBGE. **PNAD Contínua TIC 2016: 94,2% das pessoas que utilizaram a Internet o fizeram para trocar mensagens**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>>. Acesso em: 10 de abr. de 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª edição São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. 2ª edição São Paulo: Editora 34 Ltda. 2010.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. 3ª edição São Paulo: Editora 34 Ltda. 2010.

MORING, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.

OIKAWA, Erika. Dinâmicas relacionais contemporâneas: visibilidade, performances e interações nas redes sociais da internet. In: PRIMO, Alex. **Interações mediadas em rede**. Porto Alegre: Editora Meridional. 2013.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. 3ª edição Porto Alegre: Editora Meridional Ltda. 2011.

RAMUSSEN, Bruna. **O que é Instagram?** Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>> Acesso em: 30 de abr. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2ª edição Porto Alegre: Editora Meridional Ltda. 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São José do Rio Preto: Editora Bluecom: 2010.

\_\_\_\_\_. **Navegando no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2011.

SANTOS, Lucas dos. **Mozilla Firefox 19.0**. 2012. Disponível em: <<https://www.baboo.com.br/arquivo/software/mozilla-firefox/>>. Acesso em 3 de out. de 2018.

SCHROEDER, Jonathan. **Snapshot Aesthetics and the Strategic Imagination**. 2013. Disponível em: <<https://ivc.lib.rochester.edu/snapshot-aesthetics-and-the-strategic-imagination/>>. Acesso em 29 de ago. de 2018.

SILVA, Claudia Ribeiro da. **Imagem e identidade no ciberespaço: a significação social dos perfis do Orkut**. São Paulo: PUC, 2008.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa Bibliográfica. In: C. BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

WEINBERG, Tamar. **As Novas Regras da Comunidade: Marketing na Mídia Social**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2010.

YouTube. (2013, Outubro 30). **Especial de 1 inscrito**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AmJL-w1x0Hw>>. Renan Pereira da Silva, youtube, 2018, 19/11/2018 21:05