

RELATÓRIO DE PESQUISA

A leitura plataformizada na mídia digital: da sobrecarga informacional à perda do pensamento crítico

Débora Liberato Arruda HISSA 

Universidade Estadual do Ceará (Uece)

RESUMO

Neste artigo, pretendemos descrever e analisar padrões discursivos e relações lógico-semânticas que acontecem por meio de frames organizados na plataforma de mídia digital Instagram. Examinamos o processo de agrupamento sequenciado por frames multissemióticos presentes em metaenquadramentos retirado de prints da tela da plataforma pelo celular. Analisamos 120 postagens publicadas no Instagram, as quais foram divididas em seis grupos, cada um com vinte frames sequenciais. Os grupos foram separados em dois blocos: sessenta postagens de três contas pessoais; e sessenta postagens de três contas profissionais. Observamos que os frames se apresentam em porções textuais fragmentadas, ordenadas e alinhadas à barra de rolagem do feed presente na timeline de cada perfil. Para descobrir padrões discursivos e relações lógico-semânticas, analisamos o material coletado a partir das categorias de referência, diálogo, estrutura da imagem, situação e intenção; e dos eixos especificidade da imagem, conexão, organização, referências visuais e interpretação. Os resultados mostram que cada frame pode ser percebido pelo leitor como uma unidade autônoma de sentido, como se cada fatiamento encapsulado por um texto (notícia, propaganda, divulgação científica, meme) tivesse por si só a propriedade de significar com um alto grau de autonomia. A estratégia persuasiva de manutenção do leitor na plataforma é a constante ativação de novos referentes, além do alto teor de novidade e de imprevisibilidade de cada frame na plataforma. Esta combinação de novidade e imprevisibilidade promove um estado permanente de estimulação, o que pode gerar uma fragmentação da percepção, da memória e da compreensão leitora.



OPEN ACCESS

EDITADO POR

- Roberlei Alves Berticci (UTFPR)
- Emanuel Cesar Pires de Assis (UEMA/UFPI)
- Rebeca Schumacher Eder Fuão (USN)

AVALIADO POR

- Marina Chiara Legroski (UEPG)
- Ricardo Felipe Facioni Marques (UFPR)

DATAS

- Recebido: 25/10/2023
- Aceito: 05/01/2024
- Publicado: 11/06/2024

COMO CITAR

Hissa, D. L. A. (2024). A leitura plataformizada na mídia digital: da sobrecarga informacional à perda do pensamento crítico. *Revista da Abralín*, v. 23, n. 2, p. 304-331, 2024.

ABSTRACT

In this article, we intend to describe and analyze discursive patterns and logical-semantic relationships that occur through frames organized on the Instagram digital media platform. We examine the process of sequential grouping by multisemiotic frames present in meta-frames extracted from screenshots taken on the platform via mobile devices. We analyzed 120 posts published on Instagram, which were divided into six groups, each containing twenty sequential frames. The groups were separated into two blocks: sixty posts from three personal accounts and sixty posts from three professional accounts. We observed that the frames are presented in fragmented textual portions, organized and aligned according to the feed scroll bar present in each profile's timeline. To discover discursive patterns and logical-semantic relationships, we analyzed the data collected based on categories of reference, dialogue, image structure, situation, and intention; and the axes of image specificity, connection, organization, visual references, and interpretation. The results show that each frame can be perceived by the reader as an autonomous unit of meaning, as if each piece encapsulated by a text (news, propaganda, scientific dissemination, meme) had in itself the property of meaning with a high degree of autonomy. The persuasive strategy to keep the reader on the platform involves the constant activation of new referents, in addition to the high level of novelty and unpredictability of each frame on the platform. This combination of novelty and unpredictability promotes a state of constant stimulation, which can lead to fragmentation of perception, memory, and reading comprehension.

PALAVRAS-CHAVE

Plataformização. Mídias Digitais. Design visual. Pensamento Crítico.

ABSTRACT

Platformization. Digital Media. Visual design. Critical Thinking.

RESUMO PARA NÃO ESPECIALISTAS

Governo Federal abriu uma consulta pública para discutir o uso de telas digitais por crianças e adolescentes no Brasil. Dentre os riscos e desafios relacionados a este uso, há uma preocupação com a saúde mental das crianças, que tem sido afetada pelo excesso de telas e de mídias digitais, além de outros problemas relacionados, como distúrbios de atenção, atrasos no desenvolvimento cognitivo e da linguagem. A partir desse contexto, nosso estudo analisa

a leitura de textos nas mídias digitais com o objetivo de descrever como ocorrem as interações por meio de postagens encontradas nos feeds de informação do Instagram. Sabemos que o Instagram é uma mídia de imagem, desenvolvida para capturar a atenção do usuário, maximizar o engajamento e o tempo de uso. Em nossa pesquisa, vimos que o Instagram combina elementos visuais e gestuais, os quais juntos regulam a atividade de leitura feita pelo celular. Para manter o leitor o maior tempo nas mídias sociais, o Instagram promove um bombardeamento de estímulos sensoriais, por meio de imagens, vídeos e áudios, o que prologam a dispersão de atenção no texto visualizado na tela, impacta o desenvolvimento do pensamento crítico e causa uma sobrecarga na memória dos usuários da rede.

Introdução

O título desse artigo é mais uma provocação para o campo da Linguística Aplicada do que uma certeza terminológica. Ao nomearmos um processamento de compreensão textual como leitura plataformizada, damos relevo à hiper-segmentação de textos em frames de conteúdo imposta pela organicidade discursiva das mídias digitais e marcamos nosso objetivo de analisar não somente as postagens presentes em plataformas, mas também a articulação entre os frames multissemióticos, compostos sobretudo por imagens, além de textos escritos e vídeos.

Com base nos estudos sobre o letramento multimodal, em especial no processo de criação de significados visuais (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020), analisamos 120 frames do Instagram – alocados em um enquadramento visual constante e sequenciado da plataforma de mídia digital. Tivemos particular interesse em descrever a articulação dos elementos visuais e gestuais (design tátil, o “passar o dedo” para percorrer a linha da barra de rolagem infinita) que formam um metaenquadramento¹ que regula a atividade de leitura plataformizada do Instagram.

O Instagram, por ser a plataforma que tem maior frequência de ações comerciais e maior engajamento entre os conectados, converteu-se na preferida das instituições e do mercado de consumo para fazer disparo de publicações por minuto (ComScore, 2023). Essas publicações são direcionadas não para um público leitor (que busca informação), e sim para um público consumidor (que busca consumo de bens e serviços), como são vistos os usuários das mídias plataformizadas. No seu feed da plataforma personalizado pelos algoritmos, o leitor-consumidor age como se estivesse em um espaço virtual multifractado – shopping, galeria, universidade, sexshop, feira, academia de ginástica, rede de TV, plenário,

¹ Por metaenquadramento, entendemos o enquadramento dos designs multissemióticos das plataformas de mídia digital, por meio de frames de conteúdo genéricos e temáticos, que são segmentados e compactados dentro do enquadramento dos dispositivos móveis, como o celular, pelos quais os usuários/leitores têm acesso aos conteúdos das plataformas.

hospital, escola, teatro – em que todo o conteúdo de sua timeline, de seu feed pessoal, está disponível para consumo. Este potencial de mercado cria novas demandas de produções multissemióticas, uma vez que, em plataformas de mídias sociais como o Instagram, “o pensamento raciocinante de um público leitor tende a dar lugar ao ‘gosto’, ao ‘intercâmbio de inclinação’ de consumidores” (Han, 2022, p. 28. Grifos do autor).

Por isso, diante da quantidade incalculável, e inapreensível, de postagens dispostas no feed da timeline de cada leitor do Instagram, submetido à lógica algorítmica de hiper-individualização (exclusão e inclusão de conteúdo com base nos textos mais vistos e acessados por cada usuário/leitor), a plataforma passa a ser um veículo de construção de sentido em que o sujeito está isolado do processo de escolha do que recebe, diferentemente de uma pesquisa em buscadores como Google², por exemplo. O Instagram tem, então, a liberdade de exclusão e de inclusão de conteúdos, o que pode nos tornar, como leitores de textos nas plataformas, cada vez mais “susceptíveis de ser guiados por informações às vezes duvidosas, às vezes falsas, que confundimos com conhecimento ou, pior, tanto faz se são conhecimentos ou não.” (Wolf, 2019, p. 70).

Esta característica das plataformas é avaliada por alguns estudos da neurociência com muita preocupação (Wolf, 2019; Nicoletis, 2020; Lembke, 2022; Desmurget, 2023) devido às consequências que a hiper-segmentação de textos, como unidades significativas do metaenquadramento nas plataformas, pode gerar. A apreensão por parte dos neurocientistas se dá porque a capacidade de o leitor estocar as informações na memória de trabalho, ou seja, de perceber e agrupar informações em unidades significativas com base no seu conhecimento da língua fica seriamente comprometida pelo excesso³ uso das plataformas de mídia digital como o Instagram.

Em sua pesquisa, Wolf (2019) relata um estudo sobre o uso de tecnologias digitais por pessoas na faixa dos 20 anos, o qual identificou que, em média, os indivíduos olham o celular de 150 a 190 vezes por dia. Como consequência, “não vemos ou ouvimos com a mesma qualidade de atenção, porque vemos e ouvimos demais, nos acostumamos e pedimos mais” (Wolf, 2019, p. 89). Para a neurocientista, este fenômeno caracteriza-se como ‘a atenção parcial contínua’, um tipo de atenção recortada em intervalos mais curtos, o que impacta o desenvolvimento de pensamentos mais profundos. Assim, com a atenção parcial contínua sendo estimulada pela plataforma, o leitor (que provavelmente não percebe uma relação lógico-semântica entre os frames) não reterá os conteúdos importantes das unidades significativas – geradas frenética e ininterruptamente pelo gerenciamento algorítmico das plataformas de mídias digitais – na memória de trabalho, tampouco na memória intermediária e na memória profunda.

Assim, nos termos da neurociência, podemos dizer que, à medida que mais e mais pessoas adotam estratégias digitais para interagir por meios das plataformas, ou têm experiência hedônicas muito recompensadoras por meio da dopamina de likes (Lembke, 2022), há uma considerável redução da

² Nestes buscadores, há uma seleção, também algorítmica, de possibilidades e caminhos de leitura, o que não acontece em plataformas como o Instagram.

³ Muitos desses estudos afirmam que o excesso de telas para uso recreativo faz com que crianças, jovens e adultos fiquem viciados em altos níveis de estimulação (dopamina) e tenham baixa tolerância ao tédio (disforia).

capacidade de produzir processamento mental de maior profundidade, o qual é necessário para a aquisição de conhecimento de forma atenta, da análise indutiva, do pensamento crítico, da imaginação e da reflexão (Nicoletis, 2020, p. 395). Portanto o comprometimento da memória ligado ao excesso de leituras nas plataformas digitais pode afetar não só algumas das nossas funções mentais mais comuns – como a capacidade de atenção e de concentração – mas também pode levar à “erosão, ou eliminação, de comportamentos e aptidões cognitivas que representam os mais requintados e acalentados atributos da condição humana” (p. 393)

Diante dessa constatação, podemos inferir que, quanto menor for nossa capacidade de estocar unidades significativas, menor será a quantidade de informação que poderemos processar e reter em nossa memória; logo menor será também a nossa capacidade de compreensão, tendo em vista que as partes estratificadas em uma miríade de textos, sobrepostos estrategicamente nas plataformas de mídias digitais, não se integram a um todo significativo (Hissa, 2023). Neste ponto, é importante salientar que estamos tomando as atividades de ler e compreender como equivalentes (leitura como ação para a compreensão). Nelas desenvolvemos atividades de produção de sentidos inferenciais a partir das informações dadas e situadas em um contexto mais amplo (Marcuschi, 2008). Assim, se as ditas unidades significativas (frames) nas plataformas não se integram e se não há um sequenciamento argumentativo que oriente a compreensão leitora, as intercalações genéricas concebidas nas mídias digitais promovem um outro tipo de processamento leitor, que estamos chamando neste estudo de leitura plataformizada.

Estas inquietações sobre leitura plataformizada motivaram a nossa pesquisa. Interessa-nos neste estudo analisar como a hiper-estratificação individualizada e hiper-segmentada acontece nas plataformas. Por isso, pensamos numa metodologia que descrevesse como os frames de conteúdo constroem a unidade semântica do feed da timeline e como a alternância temática garante a funcionalidade pragmática das mídias: a captura da atenção⁴ (Morozov, 2018; Zuboff, 2019; O’neil, 2020; Fisher, 2023).

Para descrever os frames alocados na barra de rolagem infinita do feed do Instagram, partimos de um recorte⁵ de seis grupos, cada um com vinte postagens, de seis perfis diferentes da plataforma, totalizando 120 (cento e vinte) postagens analisadas. Destacamos cada frame dos seis grupos com cores que especificam o tipo de postagem com base no estudo de Hissa (2023). A fim de analisar a construção de sentido de cada frame, adaptamos as categorias dos estudos sobre letramento multimodal de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020). Nossa pretensão com esta pesquisa, de um modo geral, é descrever como a leitura plataformizada se organiza a partir da interação do leitor com o design do Instagram e como este design visual pode moldar tanto a experiência de construção de sentido do leitor quanto o processo de compreensão dos textos na plataforma.

⁴ Para capturar a atenção do leitor, as plataformas adotam a lógica algorítmica que transformam os indivíduos em banco de dados. Os dados coletados no tempo de permanência dos leitores nas plataformas de mídias digitais (e futuramente revendidos) são a grande fonte de monetização dessas empresas, conhecidas popularmente como Big Techs.

⁵ Os detalhamentos da metodologia e da análise são apresentados nas seções subsequentes.

1. Leitura nas plataformas de mídia digital

Com base em Poell, Nieborg e Dijck (2020, p. 4), as plataformas seriam “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e contempladores, organizadas por meio da coleta sistemática, do processamento algorítmico, da monetização e da circulação de dados”. Os autores percebem a plataformização como um processo, como uma ferramenta conceitual crítica, a qual é explorada e compreendida por diferentes abordagens acadêmicas. Um trata da infraestrutura das plataformas como uma possibilidade de quebra do monopólio governamental, e citam, como exemplo, o caso do Facebook – entendido como uma infraestrutura de dados –, e o Instagram. Segundo os autores, outras abordagens destacam os aspectos econômicos das plataformas, como uma mídia digital vantajosa e competitiva que opera mercados multilaterais, a partir dos seus efeitos de rede que fundem usuários finais, ou complementadores, ao mercado. Nesta abordagem, os mercados multilaterais levaram, invariavelmente, os donos das plataformas ao acúmulo de capital e ao poder. Por fim, Poell, Nieborg e Dijck (2020) apresentam a abordagem da economia política crítica para caracterizar o processo de plataformização. Nela, o processo envolve a extensão e a intensificação do poder e da governança global das plataformas, além da crítica a aspectos como exploração do trabalho, vigilância e imperialismo. Os autores destacam a importância de se considerar, nos estudos sobre as plataformas digitais, as práticas dos leitores⁶, as mudanças estruturais e culturais que se articulam mutuamente, a fim de se conceber o processo de plataformização como a reorganização de práticas e imaginações culturais que perpassam infraestrutura, economia, poder político e que atingem diferentes setores e esferas da vida.

Cesarino (2022) também analisa as plataformas como centrais na dialética entre estrutura e anti-estrutura pelo viés da desintermediação⁷ (enfraquecimento dos antigos mediadores de mídias tradicionais). Para a autora, a partir do aumento drástico da velocidade do fluxo permitido pelos sistemas sociotécnicos das plataformas, houve um desengajamento dos elementos advindos das antigas estruturas normativas de poder midiático e o conseqüente acirramento da desconfiança dos leitores com relação tanto à mídia hegemônica e às instituições da democracia representativa, como aos intelectuais e aos acadêmicos. Essa desconfiança fez surgir, segundo Cesarino, novos sistemas peritos, como os influenciadores⁸ e as mídias alternativas (novos mediadores de base algorítmica), porém eles não foram suficientes para romper a estrutura do sistema vigente, que passou a coexistir com o novo *mainstream*. A coexistência entre agente-paciente; ação-reação; fato-ficção; cópia-original; genuíno-manipulado;

⁶ Neste estudo, optamos por usar a palavra leitor(es) no lugar de usuário(s), comumente utilizada em estudos sobre mídias e redes digitais.

⁷ Em Hissa (2021), tratamos sobre o fenômeno da desmediatização, com base nos estudos de Han (2018). Os estudos nos parecem equivalentes e complementares.

⁸ A pesquisa sobre Tendências de Social Media (2023) no Brasil feita pela ComScore mostrou que os influenciadores já respondem por quase 60% do engajamento total nas plataformas digitais e que eles somam juntos 22.3 bilhões de ações.

público-privado, liberdade-controle, ou seja, entre categorias (des)estabilizadas e (re)organizadas, demarca a lógica da plataformização em nossa vida pessoal e coletiva. Esta lógica se liga à formação de afetos, de hábitos e de memória, criando padrões comunicativos de segmentação e personalização do mundo nas chamadas bolhas das mídias digitais, além de novas possibilidades de monetização e de empreendedorismo.

A lógica das plataformas, saturada de distrações, à qual estamos submetidos vai mudando a própria natureza da leitura (Wolf, 2019, p. 94). Nas plataformas, o pensamento sequencial é menos importante e menos usado, e tem-se a tendência de fazer uma leitura por alto, salteada e exploratória (de busca, dedicada). Wolf é enfática ao dizer que, quanto mais lemos em plataformas digitais [que nos bombardeiam com conteúdos multigenéricos fragmentadores de atenção], mais nosso conjunto de circuitos cerebrais profundos reflete as características do meio, o que impacta fortemente a qualidade da atenção, a memória de trabalho e, em última instância, a memória de longo prazo. Para a neurocientista, com a leitura excessiva dos conteúdos difundidos nas plataformas, estamos muito perto de jogar fora nossos pensamentos complexos, nossa capacidade de fazer analogias e inferências, de ter empatia em relação à alteridade, de criar estoques profundos de conhecimento internalizado, uma vez que a cadeia digital leva à proliferação de conteúdo superficial [consumível], ainda que visivelmente sedutor, a qual pode gerar o atrofiamento das nossas capacidades de tomada de decisão e de reconhecimento da verdade.

Para este estudo sobre mídias digitais e perda do pensamento crítico, feito no âmbito da Linguística Aplicada, compreendemos leitura plataformizada como um processo sociocognitivo de assimilações ideológicas estratificadas em metaenquadramentos multissemióticos (frames) disponibilizados em plataformas de mídia digital por meio do processamento algorítmico. Nas plataformas, avaliamos os metaenquadramentos multissemióticos desenhados para se moldar à tela, sobretudo à tela de celulares, como principal objeto de percepção dos leitores.

Esta propriedade de significar das plataformas, no que tange aos frames de conteúdos desenhados para serem visualizados no enquadre da tela dos celulares, implica uma atividade da linguagem que lida com a produção e expressão de sentidos a partir de uma lógica algorítmica prototípica de “alternância constante de conteúdos temáticos, mudança frenética de foco narrativo, design linguístico manchado e telegráfico” (Hissa, 2023, p. 10), que organiza as trocas sociais por meio de regularidades e repetições. Estas regularidades e repetições genéricas (anúncios, publicidade, post pessoais, notícias, etc.) na plataforma fazem com que cada texto publicizado atue como uma unidade de informação, que se sequencia de forma encadeada na barra de rolagem infinita do Instagram. Assim, nesta plataforma, em uma mesma timeline, lemos uma notícia “de crianças indígenas mortas por uma draga de garimpo, seguida de um vídeo fofo de gatinho, de um post irônico ou ‘publi’ de algum influenciador, de um absurdo dito por algum político etc.”. (Cesarino, 2022, p. 130). Esta organicidade por frames de conteúdo temático e genérico bastante distintos cria padrões cognitivos e impacta nossa percepção de mundo.

Do ponto de vista da construção de significados por meio da leitura, temos uma questão neste contexto de leitura plataformizada que nos parece preocupante: se entendemos que a leitura não é um processo de produzir sons, mas de um processo de pensamento (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020), e que por meio dela atribuímos sentido aos textos, procuramos imagens mentais para relacionar ideias

e construir significados; a leitura plataformizada captura a complexidade e o dinamismo do processo mental ao “entregar” ao leitor imagem (estáticas e em movimento), sons, texto escrito articulados, por meio de design disponíveis no metaenquadramento das plataformas⁹. A estrutura sociotécnica da plataforma, assim, assume por nós a complexa atividade sociocognitiva de conectar experiências, conhecimentos e interesses, mantidos em nossa memória de longo prazo, quando apresenta os próprios metaenquadramentos acabados no feed das plataformas.

Na próxima seção, apresentamos a nossa pesquisa sobre a leitura plataformizada. Para este estudo, selecionamos 120 postagens sequenciadas em 6 perfis sociais diferentes (3 pessoais e 3 profissionais) da plataforma de mídia digital Instagram. Os dados foram selecionados a partir do agrupamento de 20 postagens sequenciais de uma mesma timeline, todas retiradas no mesmo dia e na mesma fração de hora. Nosso estudo¹⁰ analisa as interações personalizadas em forma de frames encontradas nos feeds do Instagram. Tomamos com ponto de partida para a análise as quatro categorias genéricas descritas por Hissa (2023) ao estudar o feed de notícia e a barra de rolagem como operador discursivo do Instagram: 1. Anúncios patrocinados, 2. Sugestões para você, 3. Páginas comerciais que sigo, 4. Páginas pessoais que sigo. A seguir, vamos descrever as categorias de análise e os procedimentos de coleta dos frames do Instagram.

2. Categorias de análise e procedimentos de coleta dos frames do Instagram

O objetivo desta seção é apresentar as categorias que elegemos para analisar os enquadramentos, disponibilizados de modo sequencial para a leitura plataformizada, presentes no feed da timeline de seis diferentes contas do Instagram. Tomamos como base analítica o estudo da leitura de textos multimodais, feito por Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), a partir do design visual para analisarmos a plataforma Instagram. Escolhemos, a partir dos estudos dos autores, as categorias de *referência*, *diálogo*, *estrutura*, *situação* e *intenção* estabelecidas para a análise de gêneros que dão predominância ao design visual. Para cada uma das categorias¹¹, estabelecemos eixos para a descrevermos os designs visuais dos

⁹ Conferir os exemplos de design disponíveis no metaenquadramento das plataformas (frames) presentes nas imagens das seções 2 e 3 deste artigo.

¹⁰ Esta pesquisa ocorre no âmbito do Projeto de Iniciação Científica da Universidade Estadual do Ceará (UECE/IC), intitulado *Letramento digital crítico no combate à infodemia, à desinformação e ao negacionismo*, por meio do subprojeto “Leitura e produção midiática nas redes sociais”. Participaram da coleta de dados os alunos da graduação em Letras da UECE Kairo Adrian Pereira Sobral, Maryane Carvalho Pereira e Rodrigo Jesus Félix Paulino.

¹¹ Todas estas categorias se encontram em Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020, p. 248-249). Os eixos foram construídos e nomeado por nós com base na descrição feitas pelos autores de cada categoria e de nossos estudos e pesquisa anteriores no Instagram (Cf. Hissa, 2023).

metaenquadramentos, que são nossa base para analisar a organicidade dos 120 frames da retirados da plataforma de modo sequencial (seis blocos de vinte frames).

Para a categoria de referência, estabelecemos o eixo **especificidade da imagem**: descrição de objetos, pessoas, lugares, ações, cores, gêneros e conceitos. Para categoria diálogo, elegemos o eixo **conexão**: posicionamento de elementos pictóricos, imagens em movimento (vídeos) ou estáticas, tipo de mensagem (informação, comando, instrução, explicação, denúncia, ironia, paródia, propaganda, cotidiano). Na categoria estrutura da imagem, selecionamos o eixo **organização**: enquadramento, fragmentalidade e encadeamento. Para a penúltima categoria, situação, elegemos o eixo **referências visuais**: realidade, analogias, remixagens, colagem e memes. Por fim, na categoria de intenção, selecionamos o eixo **interpretação**: promover engajamento, chamar a atenção, persuadir para a compra de produto, apresentar novos conteúdos, compartilhar experiências pessoais.

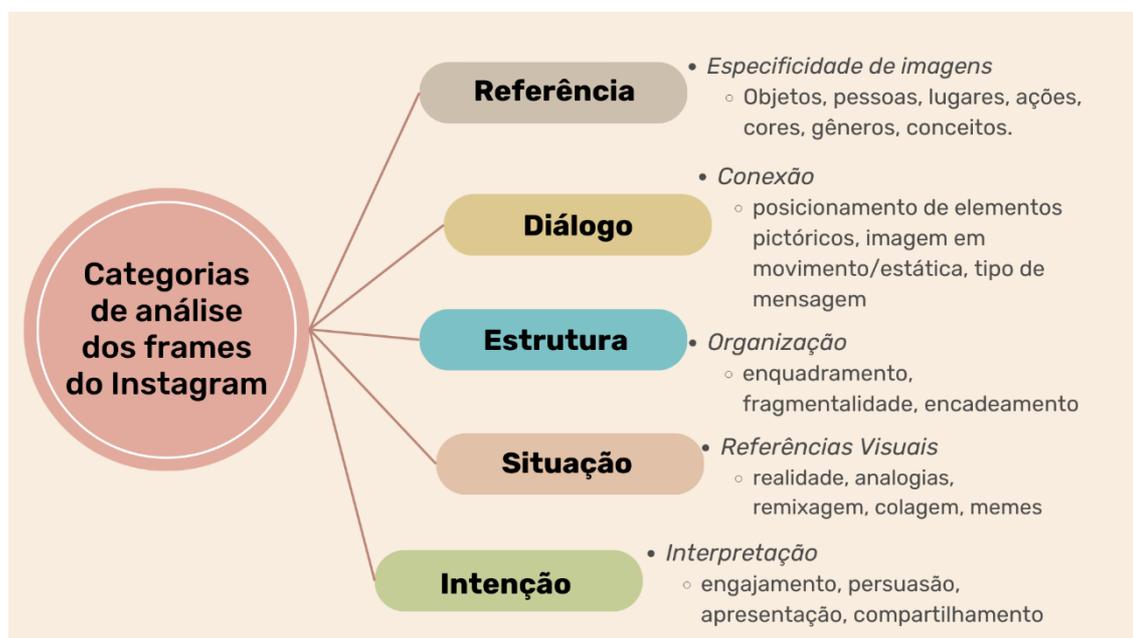


IMAGEM 1 – Apresentação das categorias e dos eixos de análise dos frames do Instagram
 Fonte: A autora com base em Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020)

É importante destacar que, neste estudo, partimos da premissa de que estamos trabalhando com uma plataforma de imagem, que usa elementos multissemióticos para ampliar a conexão sociocognitiva entre o leitor e os conteúdos da plataforma. Como explicamos anteriormente, esta conexão se dá por meio de frames dispostos em um metaenquadramento da tela do celular, que formam as unidades de sentido para a leitura plataformizada. São estas unidades que analisamos.

Para este estudo, partimos da afirmação de que o leitor na plataforma constrói sentido não pela leitura de frames isolados, mas sim por meio da sequência interativa feita pelos metaenquadramentos visíveis em porções ordenadas, alinhadas na barra de rolagem infinita, o que promove uma textualidade a partir da estratificação genérica imposta pela organicidade do feed da timeline do Instagram. Assim,

elegemos um método que tome a alternância temática das plataformas como estratégia discursiva para criar, paradoxalmente, textualidade na mudança contínua de pontos de fixação (frames), o que garante, como já dissemos, a captura de atenção – uma grande funcionalidade pragmática das mídias digitais.

Para a coleta dos frames, selecionamos seis contas de Instagram: três contas pessoais, e três contas de projetos/pesquisas acadêmico/as. As contas pessoais são de três estudantes de graduação de Letras, sendo dois homens e uma mulher, todo(a)s na faixa dos vinte anos¹². As contas acadêmicas foram cedidas e abertas pelos administradores de perfil com a autorização dos coordenadores de cada projeto. Como instrução para a captura dos frames, foram feitos 20 prints sequenciais dos metaenquadramentos do feed da timeline projetado visualmente na tela do celular.

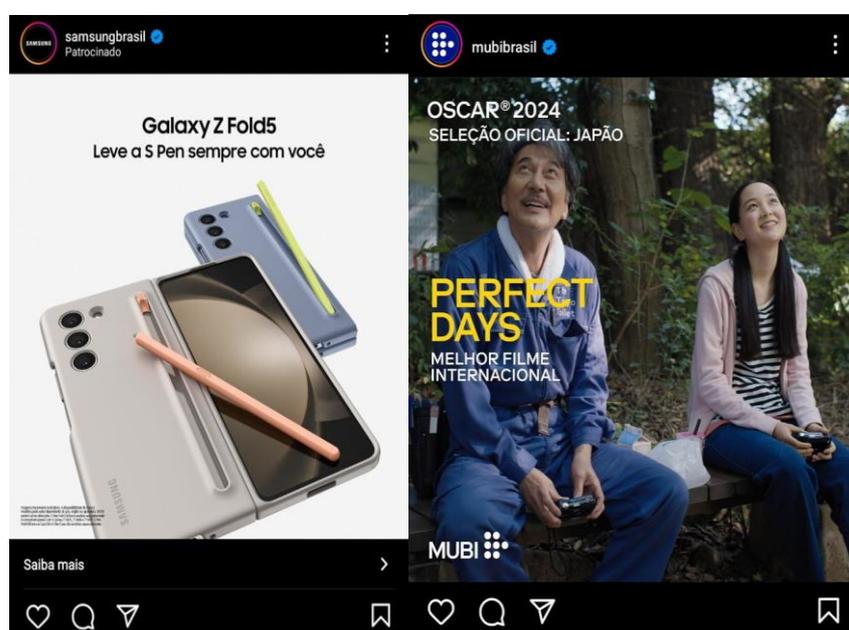


IMAGEM 2 – Exemplos de metaenquadramento: frames do Instagram
Fonte: Instagram

Em cada uma das seis contas, realizamos 20 prints de frames consecutivos, totalizando 120 enquadramentos analisados, em seis sequências de frames diferentes. Todos os prints foram compilados entre os dias 1º/9/23 e 7/9/23. Eles foram primeiramente organizados em tabelas com as seguintes seções: frames, legenda, data de publicação, data do printscreen, hora do printscreen, página da publicação, tipo de página. Para os tipos de páginas, usamos a mesma legenda e as mesmas cores sugeridas por Hissa (2023): roxo para anúncios patrocinados; verde para sugestões para você; cinza para

¹² Temos ciência de que a base de dados selecionadas para este estudo é limitada e com poucos critérios para a sua seleção. Um estudo mais aprofundado sobre a lógica algorítmica (O'NEIL, 2020; CESARINO, 2022) pode revelar dados importantes acerca de como os algoritmos influenciam a disposição e a apresentação dos textos na plataforma.

páginas de empresa/instituições que sigo; e amarelo para páginas pessoais que sigo. Vejamos como ficou a primeira organização dos frames dos feeds da timeline do Instagram.

| Frames | Legenda | Data de publicação | Data do <i>printscreen</i> | Hora do <i>printscreen</i> | Página da publicação | Tipo de página |
|---|---|--------------------|----------------------------|----------------------------|--|---|
|  | Vídeo de um celista se apresentando. | 01/09/2023 | 01/09/2023 | 14:47 PM | <u>@askonasholt</u> e <u>@brunocello</u> | Páginas pessoais que sigo |
|  | Card do resultado preliminar de um edital aberto pela biblioteca estadual do Ceará. | 01/09/2023 | 01/09/2023 | 14:47 PM | <u>@bece_bibliotecaestadualdoceara</u> | Páginas de instituições que sigo |

Tabela¹³ – Exemplo de frames selecionados para o estudo da plataforma Instagram

Em seguida, organizamos os frames em enquadramentos justapostos de modo a formar uma unidade semântica para a leitura plataformizada. A partir deles, decodificamos legendas que encapsulam os conteúdos temáticos de cada um dos frames. Cada legenda leva a cor do tipo de página que compõe o frame. Na sequência, apresentamos os enquadramentos justapostos em ordem sequencial, bem como as legendas encapsuladoras.

¹³ Trata-se de um recorte ilustrativo. Para o estudo dos feeds das timeline, organizamos a sequência de vinte frames consecutivos em seis tabelas diferentes.

Feed de Instagram acadêmico

Sequência consecutiva de 20 postagens



IMAGEM 3 – Sequência de frames de uma página acadêmica
Fonte: a autora.

Feed de Instagram pessoal

Sequência consecutiva de 20 postagens



IMAGEM 4 – Sequência de frames de uma página pessoal
Fonte: a autora.

A partir das imagens 3 e 4, podemos perceber que, na sequência de 20 (vinte) postagens, o percentual de frames com conteúdo comercial é predominante, o que reforça a afirmação de que o Instagram não se configura como uma rede social (idealizada para conectar pessoas), e sim como uma mídia social (projetada para o mercado de consumo) (cf. Bogost, 2022). No feed de uma conta acadêmica do Instagram (imagem 3), 40% das postagens (8 frames) presentes na sequência de textos são de “Sugestões para você”, ou seja, referem-se a postagens sugeridas pelo algoritmo da mídia social com base nas “preferências” de consumo capturadas no perfil do usuário da conta. Anúncios patrocinados, Páginas comerciais seguidas e Páginas pessoais seguidas obtiveram um percentual de 25% (5 frames), 20% (4 frames) e 15% (3 frames), respectivamente.

Já no feed de uma conta pessoal (imagem 4), embora tenha havido uma semelhança percentual no que diz respeito a um maior número de frames com postagens com base nas preferências de consumo, não foram encontrados, na sequência de vinte textos articulados pela barra de rolagem infinita, nenhum do tipo “Sugestão para você” (destacado pela cor verde). Os percentuais encontrados na conta pessoal foram 50% (10 frames) são de Páginas comerciais seguidas; 35% (7 frames) de Anúncios Patrocinados; e 15% (3 frames) de Páginas pessoais seguidas, mesmo percentual encontrado na sequência de 20 frames de uma conta acadêmica. Ainda que seja um quantitativo pequeno para fazermos afirmações mais categóricas sobre a organizabilidade do Instagram, os percentuais encontrados no estudo revelam que os textos nas plataformas priorizam páginas comerciais.

Para a análise da plataforma, fizemos o procedimento de tabulação, sequência de frames, enquadramento das imagens, sequência de legendas marcadas com cores tipológicas diferentes nas seis contas de Instagram selecionadas para este estudo. Em seguida, iniciamos o processo de análise qualitativa do material coletado, a partir das categorias selecionadas (referência, diálogo, estrutura da imagem, situação e intenção) e dos eixos nomeados para o estudo dos conteúdos das mídias digitais (especificidade da imagem, conexão, organização, referências visuais e interpretação). Nosso intuito era examinar como os conteúdos temáticos sequenciados em formas de frames dão novos e constantes focos de significado, além de criar uma lógica semântico-argumentativa que dá subsídios para a leitura plataformizada.

3. Análise de feed do Instagram

Ao analisarmos os frames no metaenquadramento do Instagram, logo de saída, vimos que a produção e a expressão de sentidos envolvem uma leitura multissemiótica que entrelaça, inextricavelmente, escrita, imagem (estática ou em movimento) e movimento tátil (passar os frames pela barra de rolagem com dos dedos). Este modo de interatividade proporcionado por potencialidades sociotécnicas das plataformas promove a composição do que podemos chamar de design sinestésico (entrelaçamento de elementos táteis, visuais, auditivos). Este tipo de design sugere uma participação ativa dos leitores da plataforma, como se eles estivessem atuando de forma colaborativa na construção da textualidade nas plataformas.

Outra constatação muito evidente no que se refere aos conteúdos dos frames é que, mesmo quando as temáticas se repetem (indicação de filmes, assuntos da universidade, por exemplo), eles são fragmentados e distribuídos no feed de informação sem uma relação de continuidade e articulação entre os tópicos semânticos. Isso significa que os conteúdos apresentados no Instagram não criam uma narrativa articulada com os movimentos de ativação e reativação de referentes responsáveis pelo processo global de continuidade e progressão textual. Em termos comparativos, poderíamos dizer que, enquanto cada fragmento de um livro (didático ou não) só ganha sentido quando faz parte de um todo, nas plataformas, o “todo” ganha sentido quando é composto de enquadramentos fragmentados em porções de textos multissemióticos que promovem uma constante de ativação de novos textos justapostos a um feed infinito presente no design do Instagram.

Temos como exemplo a sequência¹⁴ de vinte frames retirada de uma conta acadêmica do Instagram (cf. Imagem 3). Para facilitar a compreensão do que estamos dizendo, nomeamos o conteúdo dos frames por meio de expressões encapsuladoras. Assim, na sequência contida do feed da timeline de uma conta acadêmica, aparecem os seguintes tópicos temáticos: desaparecimento de uma criança ▯ pagamento automático de pedágio ▯ curso de francês na universidade ▯ vírus e viroses no país ▯ foto de uma professora do curso de Letras ▯ anúncio de um canal de podcast ▯ minicurso sobre narrativas negras ▯ vídeo com meme sobre as férias ▯ meme sobre o esquecimento ▯ eleição para a academia de ciência ▯ misoginia no cinema ▯ desenhos temporários na pele ▯ vídeo com meme sobre a natureza ▯ vídeo sobre inteligência artificial ▯ anúncio de academia de ginástica ▯ foto de um casal ▯ incentivo à mulher que estuda ▯ novo filme de streaming ▯ memes sobre uso de câmeras no futebol ▯ memes sobre cansaço estudantil¹⁵.

Ao lermos a sequência de tópicos retiradas de uma mesma timeline do Instagram, percebemos facilmente que uma estratégia persuasiva de manutenção do leitor na plataforma é a constante ativação de novos referentes, o que confere o teor de novidade e de imprevisibilidade ininterrupto na plataforma. Mesmo que haja semelhança ou predominância de campos semânticos (assuntos semelhantes), o teor de novidade e de imprevisibilidade se dá tanto na forma dos metaenquadramentos (frames com vídeos, fotografias, memes, montagens, folder, anúncios) como no campo discursivo (ciência, cinema, tecnologia, esportes, feminismo, universidade, línguas, literatura). Esta combinação novidade e imprevisibilidade promove um estado permanente de estimulação no leitor, o que pode gerar uma fragmentação da percepção, da memória e da compreensão.

Esta estratégia argumentativa de ativação constante de novos referentes, isto é, de sequenciação de “fragmentos de informação descontextualizados é possivelmente mais efetivo do que um argumento fundamentado” (Han, 2022, p. 37). Porém ela não é feita de aleatória ou indissociada de uma lógica argumentativa. Se voltarmos às imagens 3 e 4 presentes na seção 2 (Categorias de análise), é possível perceber, pelas cores dos tipos de páginas disponibilizadas nos feeds (roxo, verde, cinza e amarelo), um padrão de repetição que sinaliza uma continuidade lógico-semântica para a leitura plataformizada.

¹⁴ Sequência colhida no dia no dia 7/9/23.

¹⁵ Indica uma continuidade de frames gerada de forma ininterrupta pelos algoritmos que gerem o sistema das plataformas de mídia digitais como o Instagram.

Pelos frames analisados, vemos que há um padrão de postagens em pares sequenciais: dois anúncios patrocinados, duas páginas pessoais, duas páginas comerciais, duas sugestões para você. Este padrão de repetição por pares sofre pequenas alterações na sequência de vinte frames. Outro padrão é o predomínio de páginas comerciais (anúncios, sugestões para você e páginas comerciais), em detrimento de frames com conteúdo de páginas pessoais.

Um ponto que nos chamou a atenção foi que, embora todos os perfis analisados tenham uma relação social com uma mesma instituição de ensino (três contas de estudantes do mesmo curso, da mesma universidade, com a mesma faixa etária; e três contas acadêmicas de projetos da mesma universidade), e tenham sido coletados em uma mesma semana, em nenhum dos 120 frames, houve a repetição nem de ‘anúncios patrocinados’ nem de ‘sugestões para você’ em outro perfil. Este dado sugere uma hiper-individualização no conteúdo que cada timeline apresenta para o leitor, o que corrobora a concepção da lógica algorítmica de exclusão de conteúdo, personalização do feed e disputa de atenção por meio da acelerada fragmentação de narrativas e de textos. Esta aceleração projeta e refina ininterruptamente o que o leitor da plataforma “quer receber”, a ponto de se conceber um ciberespaço de conteúdo completamente personalizado¹⁶ para cada um dos perfis.

Depois dessas constatações iniciais sobre a leitura plataformizada – design sinestésico; novidade e imprevisibilidade; fragmentação narrativa e hiper-individualização – passamos para as descrições dos frames a partir dos eixos e das categorias selecionadas para este estudo. Na categoria referência, vimos que as principais especificidades das imagens são frames com imagens de pessoas reais, em cenas cotidianas, em enquadramento fechados (em que não há uma distinção de espaços ou lugares geográficos clara), cujo conteúdo expresso se torna similar a uma narrativa ambígua, que oscila entre o real e o ficcional. Das 120 postagens analisadas, 73 (quase 61%) mostram cenas do cotidiano com pessoas reais em enquadramentos fechados. Destas 73 postagens, 41 frames estão nos feeds de contas pessoais e 32 nos de contas acadêmicas.

¹⁶ Dentro da lógica algorítmica presente nas plataformas de mídias digitais, o processo de hiper-individualização impossibilita a escolha de metaenquadramentos por parte dos leitores, pois prioriza os efeitos de microdirecionamento algorítmico e segmentação (Cf. Cesarino, 2022).



IMAGEM 5 – Exemplos do eixo especificidade da imagem
 Fonte: Instagram

Na categoria diálogo, no eixo conexão, há uma mescla entre elementos pictóricos (desenhos, letras, símbolos, ícones) nas imagens e nos vídeos presentes nos feeds. Ainda que haja uma considerável interação com frames de vídeos, a grande parcela dos enquadramentos é feita por imagens estáticas. Das 120 postagens¹⁷, 32 foram de vídeos (quase 27%) e 88 de imagens estáticas (73%). Os tipos de mensagens que se destacam nos frames analisados são propaganda, comando, ironia e cotidiano. De um modo geral, vimos que, em ambos os tipos de conta, a conexão dos conteúdos promove um estreito diálogo com o entretenimento, com as inclinações de consumo, com paródias da vida cotidiana¹⁸. Encontramos mais frames que assemelham a cards de propaganda nas contas acadêmicas (38 frames no total de 60), ainda que este formato também seja bastante recorrente nas contas pessoais (30 frames no total de 60%).

¹⁷ Consideramos para este estudo do Instagram apenas os frames que aparecem nos feeds das seis contas selecionadas. Os reels e as mensagens do(a)s leitor(e)a(s) não foram analisados.

¹⁸ As classificações tomam como base os estudos de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020).



IMAGEM 6 – Exemplos do eixo especificidade do tipo cards informativos

Fonte: Instagram

Os argumentos dão lugar às performances por meios de cenas capturadas em frames imagéticos. A conexão se dá com o enquadramento, com o cenário, com os personagens, com os objetos que formam a textualidade fragmentária e descontinuada da plataforma.



IMAGEM 7 - Exemplos do eixo conexão

Fonte: Instagram

No que diz respeito ao eixo organização da categoria estrutura de imagem, os enquadramentos dos frames se assemelham ao de folder explicativos/informativos, do próprio template¹⁹ imposto pelo Instagram. Assim, todos têm o mesmo tamanho de frame, o que reduz e padroniza certas práticas discursivas neste ciberespaço. Os enquadramentos são fragmentados de modo que temos a sensação de que, se forem impressos, teríamos folders como suporte de texto. Eles são encadeados pela barra de rolagem infinita (Cf. imagens 3 e 4) sem que haja uma sequência temática referencial contínua. Este recurso de rolagem pode coagir o leitor para acelerar sua leitura de modo a saltar de frame a frame em busca de mais informações.

¹⁹ Estamos chamando de template a formatação do conteúdo (dimensões e tamanho da imagem/vídeo) habilitada pelo Instagram.

Todas as imagens são perceptuais, ou seja, constroem o sentido de algo que é imediatamente visto e envolvem um encontro direto, material e corporal com os significados do mundo (Kalantzis; Cope; Pinheiro, 2020, p. 250) por meio do design sinestésico, ainda que tais imagens suscitem, é claro, imagens mentais no processo de leitura plataformizada (isto é, imagens que criamos mentalmente como possibilidades futuras de/para inferências). Para a categoria da situação, no eixo das referências visuais, há uma predominância de frames com memes²⁰, remixagens, colagens e combinação de elementos multissemióticos. Os memes²¹ nas plataformas geralmente entrelaçam temáticas, mobilizam elementos pictóricos, imagens que capturam a atenção, maximizando o tempo que o leitor visualiza o metaenquadramento na tela.



IMAGEM 8 – Exemplos de frames com combinação de elementos multissemióticos
Fonte: Instagram

As referências visuais nas sequências de enquadramentos analisadas podem indicar que o Instagram organiza sua lógica semântica por meio da argumentação em entretenimento, que usa a imagem para mobilizar afetos e criar engajamento por parte do leitor, a partir de dinâmicas de base mercadológica. Por exemplos, os memes presentes nos frames das plataformas (encontrados em 31 postagens) organizam conexões com várias camadas sociais dadas características como vagueza, ironia, ludicidade. Essas conexões podem fazer o leitor da plataforma baixar a censura, diminuindo a possibilidade de crítica sobre o texto apresentando, diante de conteúdos meméticos.

²⁰ Segundo Han (2022, p. 44), memes são desenhos cômicos, fotomontagens ou vídeos curtos, dotados de uma frase curta provocativa, os quais se propagam de modo viral nas mídias digitais.

²¹ Vale destacar que os memes foram encontrados em maior quantidade nas páginas dos perfis pessoais.

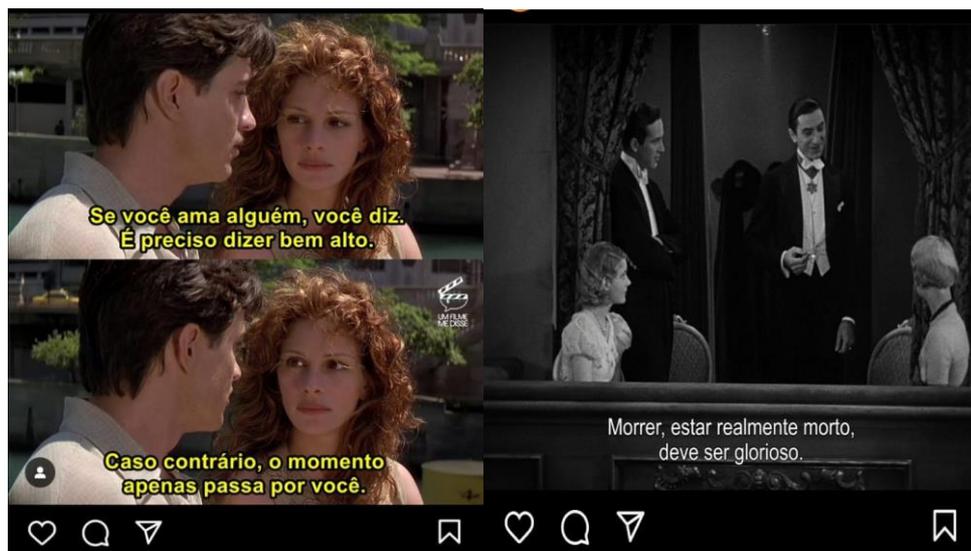


IMAGEM 9 – Exemplos de frames com memes
Fonte: Instagram

Outro aspecto interessante foi que alguns memes encontrados nos 120 frames estavam em formato de vídeos. Em um único feed acadêmico de 20 postagens, por exemplos, encontramos 7 postagens de memes, quase consecutivas, em formatos de vídeos. Este achado é interessante para se pensar em outras perspectivas de análise e categorização dos memes.

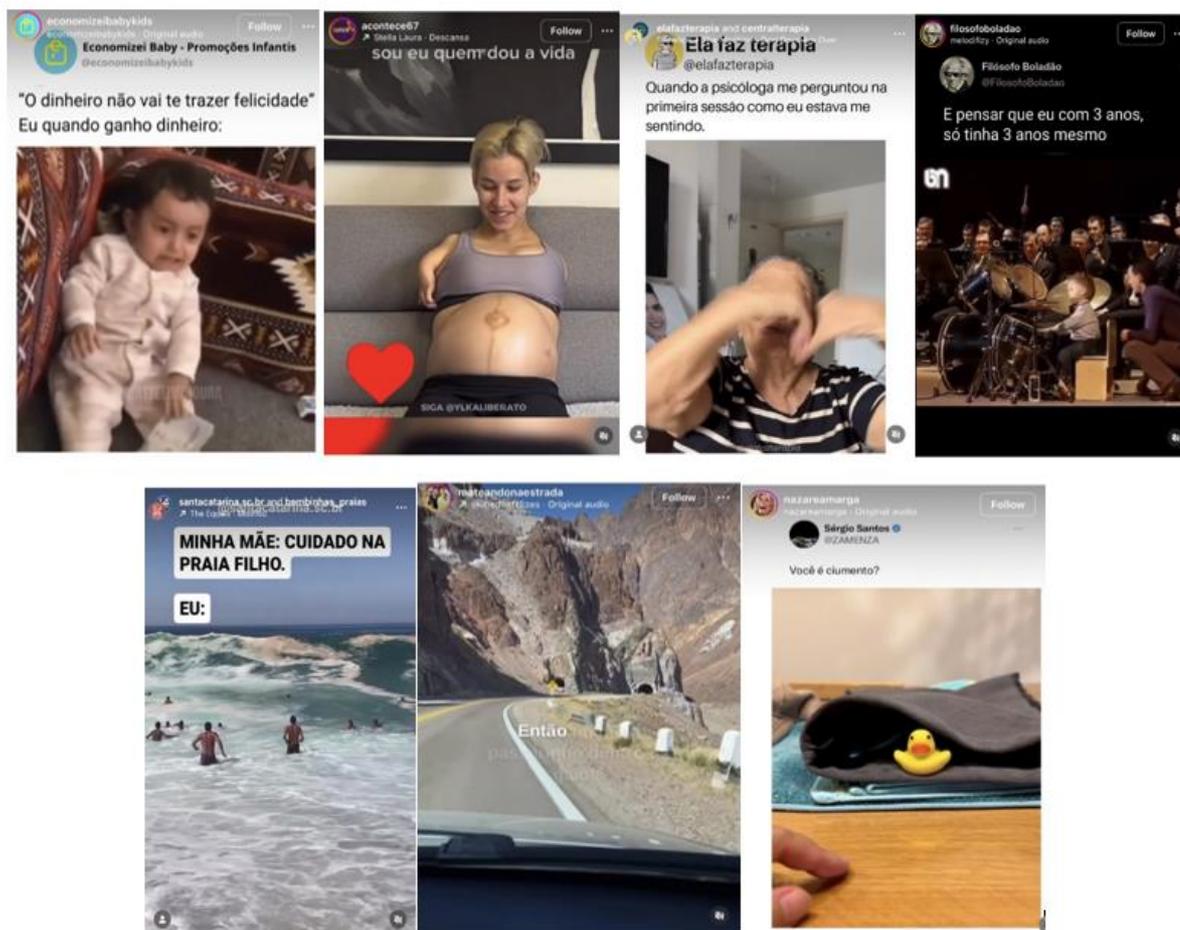


IMAGEM 10 – Exemplos de frames com memes em formato de vídeos

Fonte: Instagram

Finalizando nossa análise dos metaenquadramentos, temos a categoria da intenção e o eixo da interpretação. Encontramos nos frames todas as descrições previstas neste eixo: promoção de engajamento, busca da atenção, persuasão para a compra de produto, apresentação de novos conteúdos e compartilhamentos de experiências. Porém, como o leitor na plataforma é tido como um consumidor, as postagens têm a intenção de estar cada vez mais alinhadas às individualidades, aos gostos do leitor, criando uma tessitura temática que coloca a consciência reflexiva do leitor em declínio, o que impacta a formação do pensamento crítico e da alteridade. Este alinhamento às individualidades pode diminuir o interesse do leitor por temas coletivos, importantes e relevantes para a sociedade.

A partir do eixo da interpretação, podemos aferir que a hiper-personalização do ciberespaço das plataformas reconfigura um novo tipo, mais refinado e danoso, de censura, pois produz conteúdo em espaços unívocos, hiper-segmentados, privados, fechados, guiados por interesses individuais. A censura promovida pela lógica algorítmica de exclusão de conteúdos, de exclusão da alteridade, pode impactar enormemente a democracia e o pensamento crítico, uma vez que só somos capazes de formar

uma opinião consistente se pudermos avaliar determinada questão por meio de diferentes pontos de vista, de diferentes compreensões e inferências socioculturais.

4. Considerações finais

As plataformas como o Youtube e o Instagram são as que os usuários brasileiros dedicam mais tempo de acesso, porém o Instagram ganha em ações de engajamento entre os conectados (postagens, comentários, curtidas, visualizações). A partir deste estudo, vimos que o grande engajamento por parte dos usuários da plataforma se deve, dentre outros fatores externos, à estratégia de design que combina imagens, textos, áudios e vídeos em pequenos frames de conteúdo, os quais são dispostos em metaenquadramentos sequenciais visíveis em porções ordenadas, alinhadas na barra de rolagem infinita (infinite scroll). A alternância sequencial de frames com conteúdos diversos articulada e programada por algoritmos nas plataformas constrói uma atividade persuasiva que subjaz práticas discursivo-argumentativas, criando demandas de consumo e manipulando os leitores para permanecerem sempre conectados.

A partir da descrição dos frames de enquadramento de 120 postagens retiradas de dois tipos de contas no Instagram (pessoal e acadêmica), e da análise das categorias de referência, diálogo, estrutura, situação e intenção – escolhidas para nortear a análise deste estudo, percebemos que o processo de leitura platformizada ocorre como um jogo de mover cartas [frames] para cima, de rolar os conteúdos rapidamente até a próxima informação interessante, dentro de um universo digital complexo, persuasivo, fragmentado, viciante, recheado de distrações e recursos multissemióticos [desenvolvidos para criar dependência no usuário das plataformas], que têm o poder sobre a cognição e a atenção do leitor. Neste universo, somos bombardeados de fragmentos genéricos de informação advindos de múltiplas fontes por meio de enquadramentos que favorecem a imediatez, a imprevisibilidade, a alternância temática, a interferência contínua de distração e de novidade que dificultam a manutenção do foco de nossa atenção.

A partir do nosso estudo e da análise dos textos disponibilizados nos 120 frames para a leitura na plataforma Instagram, avaliamos que cada metaenquadramento pode ser percebido pelo leitor como uma unidade autônoma de sentido, como se cada fatiamento encapsulado por um texto (notícia, propaganda, divulgação científica, poesia, meme, infográfico) tivesse por si só a propriedade de significar com um alto grau de autonomia que prescinde o leitor, mas não o usuário/consumidor. Identificamos – com base nos eixos de especificidade de imagens, conexão, organização, enquadramento, referências visuais e interpretação – que os frames do Instagram são compostos recorrentemente de imagens perceptuais, elementos pictóricos, colagem, remixagem, combinação multissemiótica, memes e vídeos, visíveis por meio de metaenquadramentos pré-determinados pelo template da plataforma. Esta organicidade de mídia pode reduzir a criatividade, a imaginação, o vocabulário, o repertório enciclopédico e linguístico dos leitores.

Na análise dos frames dos dois tipos de contas do Instagram, percebemos que a estratégia de processamento algorítmico de segmentação e hiper-individualização das postagens promove a repetição de textos com conteúdos alinhados ao gosto do perfil do usuário da plataforma. Esta estratégia de

hiper-individualização tem um efeito recursivo interessante: quanto mais tempo o leitor permanecer na plataforma, mais frames com conteúdos personalizados (com base em curtidas, likes e tempo de visualização) são disponibilizados. Logo, podemos aferir que visões de mundo que não validam as percepções ideológicas do leitor da plataforma (segundo a lógica dos algoritmos) – mesmo aquelas baseadas em fatos e evidências – são excluídas. Como consequência desse processamento, os textos disponibilizados nos feeds podem deixar de ser coletivos, reflexivos, críticos, passando a ser apenas textos de entretenimento pessoal e de consumo.

Esta questão nos leva a outro ponto fundamental no que diz respeito à leitura plataformizada: a necessidade de se tomar as próprias decisões sobre o conteúdo que queremos ler em nosso feed da timeline nas plataformas. Precisamos parar de receber apenas passivamente conteúdos fragmentados, superficiais que só alimentam nosso desejo de consumo e de autopromoção de nossas ideias e concepções de mundo. Esta passividade acontece porque, na leitura plataformizada, as escolhas temáticas e genéricas não são feitas pelos leitores, e sim pelos algoritmos a partir da economia de mercado e da predileção de consumo do leitor. Isso significa dizer que, no Instagram, os algoritmos determinam os fundamentos de nossa relação ideológica com o mundo e podem determinar também os nossos comportamentos off-line, estabelecendo uma espécie de hiper-autoridade persuasiva, a qual não permite acentuar divergências de opiniões, saberes, ideias e conhecimento, característica essencial de um sistema democrático.

Porém vimos que, por conta da organizabilidade do design visual imposto para a leitura plataformizada, é muito difícil introduzir ações autônomas que configurem originalidade e criatividade ao processo de leitura, feitas a partir de escolhas externas à bolha discursiva criada pelo metaenquadramento da timeline do Instagram. Por isso, ler na plataforma exige de nós o reconhecimento da hiper-autoridade algorítmica, da assimilação dos conteúdos fragmentados em frames sequenciados e desarticulados, e da organicidade compactada em molduras semânticas de metaenquadramento unívoco. Assim, para ler na plataforma, devemos ter ciência da impossibilidade de qualquer tomada de decisão sobre os conteúdos apresentados, da homogeneização ideológica gerida pelo metaenquadramento discursivo, e dos limites sociotécnicos previamente estabelecidos por meia dúzia de designers²² que trabalham nas Big Techs, como a Meta, empresa que controla o Instagram. Daí a importância de mais estudos empíricos sobre os designs das plataformas e as novas formas de textualização nas mídias digitais para entendermos as relações lógico-semânticas que regulam as práticas sociais dos leitores de plataforma no contexto digital.

Acreditamos que estas relações constroem representações de valores, criam e manipulam imagens, a fim de persuadir o leitor para agir passivamente em troca de conteúdos gratuitos feitos sob medida para ele. Estes conteúdos gratuitos criam metaenquadramentos temáticos que corroboram as convicções dos leitores, que alimentam suas câmeras de eco/ego, que os entretêm de modo contínuo em uma espécie de looping autocentrado no perfil do consumidor das informações midiáticas. Diante de tal premissa, podemos aferir que leitura na plataforma pode atrofiar a complexidade leitora de compreender para além das lentes de aumento sobre si mesmo ou sobre a própria bolha-digital.

²² Um estudo sobre a complexidade da criação das plataformas e o processo de autoria merece ser feito. Para se aprofundar neste assunto, sugerimos a leitura do artigo “Interfaces como metacomunicação: contribuição da engenharia semiótica na representação no ciberespaço” de Santos e Monteiro (2016).

Falta à leitura plataformizada um enquadramento narrativo global que mescle diferentes graus de informatividade; falta progressão e continuidade temática que imprimam não uma leitura acelerada, cumulativa, fragmentada e superficial, e sim que estimulem níveis de compreensão mais profundos, com base na alteridade, na empatia e na heterogeneidade. Se não tomarmos algumas atitudes no contrafluxo do incentivo à leitura excessiva em plataformas de mídia digital, seremos uma nação de pessoas intolerantes, autocentradas, antidemocráticas, tecnologizadas, incapazes de pensar criticamente e de construir pensamentos profundos e complexos. Questões como esta merecem ser estudadas com maior detalhamento.

Informações complementares

Avaliação e resposta dos autores

Avaliação: <https://doi.org/10.25189/rabralin.v23i2.2208.R>

Editores

Roberlei Alves Bertucci

Afiliação: Universidade Tecnológica Federal do Paraná

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4014-5610>

Emanoel Cesar Pires de Assis

Afiliação: Universidade Estadual do Maranhão

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7377-8540>

Rebeca Schumacher Eder Fuão

Afiliação: Universidade de Oslo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7658-7704>

RODADAS DE AVALIAÇÃO

Avaliador 1: Marina Chiara Legroski

Afiliação: Universidade Estadual de Ponta Grossa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1117-2786>

Avaliador 2: Ricardo Felipe Facioni

Afiliação: Universidade Federal do Paraná

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1275-2782>

AVALIADOR 1

O/a autor/a tem um objetivo claro e definido, que é investigar como o design das plataformas digitais influencia o engajamento e a leitura dos usuários. Este objetivo parece estar alinhado com o resumo, que também menciona o engajamento dos usuários brasileiros no Instagram e YouTube. As afirmações na introdução apontam para a complexidade do design de plataformas digitais e como isso afeta a cognição dos usuários. A finalidade do estudo é bem delineada através da introdução, que guia o leitor para entender a relevância do estudo no contexto do comportamento do consumidor de conteúdo digital.

Para avaliar a reprodutibilidade dos métodos, seria necessário ter detalhes mais técnicos e específicos do processo de pesquisa. Para tanto, seria ideal que o autor incluísse uma descrição mais detalhada das etapas metodológicas, ferramentas e critérios utilizados na análise. Além disso, os prints revelam nomes de usuários das pessoas que seguem a página e/ou que curtiram o conteúdo, bem como o nome da pessoa logada na conta do Word. É imprescindível apagar essas informações. Na minha opinião pessoal, o print de tela funcionou para os dados coletados do Instagram mas não ajudou em nada o entendimento da categorização destes dados (quando foi feito o print da tela de usuário). Ficou esteticamente ruim e não é possível visualizar muita coisa nestas imagens.

Os resultados discutidos nas partes finais do texto parecem alinhar-se com o objetivo proposto, enfatizando como o design do Instagram molda a experiência do usuário e influencia o comportamento de leitura. A conexão direta entre a teoria e os resultados observados sugere uma correspondência satisfatória com o plano do pesquisador.

O/a autor/a parece reconhecer a importância dos resultados para o campo de estudos da comunicação e comportamento digital, mas seria importante comentar como estes contribuem especificamente para a literatura existente. A inclusão de uma seção de discussão que conecte os resultados às teorias previamente estabelecidas ou descobertas recentes poderia enriquecer o manuscrito.

O manuscrito é relevante e original em sua abordagem crítica do design de plataformas digitais e seu impacto na cognição e comportamento dos usuários. Como ponto de melhoria, sugiro que o autor garanta que todos os métodos e análises sejam descritos de maneira suficientemente detalhada para permitir a reprodutibilidade. O rigor no uso de referências deve ser enaltecido. Por fim, recomendaria uma revisão cuidadosa para garantir que as conclusões sejam diretamente amparadas pelos dados e análises apresentados, bem como para que os problemas textuais pontuais sejam revistos. Ainda falta adequar a apresentação das imagens às normas da ABNT.

AVALIADOR 2

TÍTULO - O título dá destaque ao termo proposto pela autora e considera boa parte da reflexão contida no trabalho, incluindo a conclusão. Está, portanto, adequado à finalidade.

RESUMO - O resumo não aborda a relevância do tema ou justifica a sua escolha pela autora (esses pontos estão somente no “resumo para não especialistas”), mas apresenta de forma clara e compreensível o objetivo do trabalho, o recorte proposto, a metodologia utilizada e os resultados finais. Recomenda-se a inclusão da justificativa no resumo, ainda que de forma breve.

INTRODUÇÃO - A introdução funciona como uma apresentação do tema e uma justificativa do recorte do trabalho, no entanto não há menção direta ao objetivo do trabalho, tampouco demonstra como a condução do trabalho levará à finalidade do estudo. Há ainda elementos de fundamentação teórica, discussões e conclusões antecipadas e que se repetem ao longo do corpo do texto. É recomendada, portanto, a inclusão desses itens e uma análise sobre possíveis alterações na organização do trabalho.

MÉTODOS - O embasamento teórico e os critérios de análise são pertinentes ao escopo do artigo e há grande potencial de reprodução das categorias selecionadas em outros estudos similares.

A amostragem, embora reduzida (idealmente seria necessário um volume maior de trabalhos), se mostra relevante para o fim que se propõe, a nível experimental e considerando que é um trabalho inicial a respeito do tema.

O estudo não apresenta técnicas estatísticas, embora elas sejam altamente recomendadas para fortalecer as análises. Isso faz com que os resultados tenham sido prejudicados em alguns momentos, uma vez que não foi possível identificar se e quanto as categorias impactam cada ponto levantado pela autora.

Além da quantificação das ocorrências e um detalhamento maior das análises, seria interessante que esses dados fossem dispostos de maneira visual (em uma tabela, por exemplo) para dar maior clareza ao que foi analisado e proporcionar a leitura dos dados.

RESULTADO - Faltou ao trabalho uma apresentação minuciosa dos resultados levando em conta os dados coletados e as categorias definidas pela autora. Destaca-se que há apenas dois exemplos dos dados no corpo do texto e que eles não são suficientes para embasar as análises apresentadas. A ausência de apresentação dos dados faz com que as conclusões não sejam verificáveis pelo leitor. Por isso, recomenda-se a inclusão desses dados relacionando-os às categorias de maneira a sustentar as afirmações e conclusões presentes no texto.

Embora apresente resultados voltados a responder o objetivo central do artigo, não é possível verificar a sua pertinência devido à falta de informações e de detalhamento de como as análises foram feitas.

Se confirmada a pertinência das análises, o trabalho se mostra relevante para a área de estudo, pois contribui para fortalecer opiniões recorrentes a respeito da rede social analisada. Contudo, a autora não comenta diretamente a importância desses resultados para o conhecimento da área e repete algumas considerações que já haviam sido usadas na base teórica. Recomenda-se, nesse sentido, um ajuste na organização do trabalho, de modo a enfatizar o que já estava presente em outros estudos e o que são resultados específicos do trabalho, acrescentando discussões sobre convergências e divergências de outros estudos, bem como sugestões de aprofundamento para estudos futuros.

GENERALIDADES - Apesar de haver falhas em alguns pontos específicos, de maneira geral, há uma sequência lógica bem estabelecida no trabalho.

Todas as normas de publicação do periódico foram respeitadas e as referências foram utilizadas adequadamente. Não há anexos no trabalho. Sugere-se ainda uma revisão ortográfica adicional antes da publicação.

Importante: É preciso incluir os dados de forma que a análise seja verificável. Sem uma amostragem maior, não é possível validar algumas conclusões presentes no texto.

Conflito de Interesse

A autora não tem conflitos de interesse a declarar.

Link para *Preprint*

<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/authorDashboard/submission/7247>

Protocolo e Pré-Registro de Pesquisa

Confirmamos, para os devidos fins, que avaliamos os roteiros da Equator Network e que a pesquisa não foi pré-registrada em um repositório institucional independente

Declaração de Disponibilidade de Dados

Os dados e materiais que suportam os resultados deste estudo estão disponíveis no texto do artigo e são abertos.

Agradecimentos

Agradecemos ao professor Dr. Valdinar Custódio Filho, professor do curso de Letras da Universidade Estadual do Ceará (UECE), pela leitura atenciosa e criteriosa da primeira versão do artigo; ao professor Dr. Luiz Fernando Gomes, professor da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), pela análise crítica da segunda versão do artigo; e à Maryane Carvalho Pereira, graduanda do curso de Letras (UECE), pela formatação do artigo.

REFERÊNCIAS

- BOGOST, Ian. The Age of Social Media Is Ending. **The Atlantic**. 2022. Disponível em: https://www.theatlantic.com/technology/archive/2022/11/twitter-facebook-social-media-decline/672074/?utm_source=pocket_saves. Acesso em 12 dez. 2022.
- BRASIL. Comitê Gestor da Internet no Brasil / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2022**, 2023.
- CESARINO, Leticia. **O mundo do avesso: verdade e política na era digital**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- COMSCORE. MMX Multiplataforma Multi Market Brasil (Dez/2022). Tendências de Social Media no Brasil feita pela ComScore, 2023. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>. Acesso em 8 set 2023.
- DESMURGET, Michel. **A fábrica de cretinos digitais: os perigos das telas para as nossas crianças**. São Paulo: Vestígio, 2023.
- FISHER, Max. **A máquina do caos: como as redes sociais reprogramam a nossa mente e o nosso mundo**. São Paulo: Todavia, 2023.
- HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis: Vozes, 2018.
- HAN, Byung-Chul. **Infocracia: digitalização e crise da democracia**. Petrópolis: Vozes, 2022.
- HISSA, Débora. Desmediatização, Infodemia e fake news na cultura digital. **Scripta**, v. 25, n. 54, p. 40-67, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2358-3428.2021v25n54p40-67>. Acesso em: 2 set. 2023.
- HISSA, Débora. O design multimodal do Instagram: da barra de rolagem infinita à organicidade algoritmizada do feed de notícias. **Revista Intersaberes**, [S. l.], v. 18, p. e023do1009, 2023. Disponível em: <https://www.revistasuninter.com/intersaberes/index.php/revista/article/view/2496>. Acesso em: 22 out. 2023.
- KALANTZIS, Mary; COPE, Bill; PINHEIRO, Petrilson. **Letramentos**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.
- LEMBKE, Anna. **Nação dopamina: por que o excesso de prazer está nos deixando infelizes e o que podemos fazer para mudar**. São Paulo: Vestígio, 2022.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.
- MÍDIAMAKERS Papers#1: **Introdução à Educação Midiática**. 2ª edição, 2019.
- MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu editora, 2018.
- NICOLELIS, Miguel. **O verdadeiro criador de tudo: como o cérebro humano esculpiu o universo como nós o conhecemos**. São Paulo: Planeta, 2020.
- O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa: como o Big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia**. Santo André: Ed. Rua do Sabão, 2020.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DIJCK, José van. Plataformização. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, v. 22, n. 1, 2020, p. 2-10. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>. Acesso em: 22 out. 2023.

SANTOS, Miriam; MONTEIRO, Silvana. Interfaces como metacomunicação: contribuição da engenharia semiótica na representação no ciberespaço. **Informação & Informação**, v. 21, n 1, 2016, p. 80-102. DOI: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2016v21n1p80>. Acesso em: 22 out. 2023

WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital**: os desafios da leitura na nossa era. São Paulo: Contexto, 2019.

ZUBOFF, Shoshana. **Era do Capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. São Paulo: Editora Intrínseca, 2019.