

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS - UFSCAR
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS
DA CONDIÇÃO HUMANA – PPGECH

Eduardo Gomes Vasques

**Desafios metodológicos em pesquisa no Instagram
durante a pandemia de COVID-19 no Brasil**

Sorocaba - SP
2022

Eduardo Gomes Vasques

**Desafios metodológicos em pesquisa no Instagram
durante a pandemia de COVID-19 no Brasil**

Pesquisa para o curso de Mestrado Acadêmico strictu sensu do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Condição Humana da Universidade Federal de São Carlos (PPGECH/CCHB/UFSCAR), Campus Sorocaba.

Orientador: Prof. Dr. Dalton Lopes Martins

Coorientadora: Profa. Dra Teresa Mary Pires de Castro Melo

Sorocaba - SP
2022

Autorizo a reprodução e a divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo ou pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo da Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Centro de Ciências Humanas e Biológicas (CCHB) – UFSCAR Sorocaba

VASQUES, E.G.;

Eduardo Gomes, Vasques

Desafios metodológicos em pesquisa no Instagram durante a pandemia de COVID-19 no Brasil / Vasques Eduardo Gomes -- 2022.

111f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, Sorocaba

Orientador (a): Prof. Dr. Dalton Lopes Martins

Banca Examinadora: Professor Dr. Márcio Antônio Gatti (PPGECH – USFCAR), Professora Dra. Luciana Conrado Martins (PUC-SP)

Bibliografia

1. Pandemia. 2. Redes sociais digitais. 3. Metodologia de pesquisa. I. Eduardo Gomes, Vasques. II. Título.

AGRADECIMENTO

Total gratidão a todos que puderam de alguma forma colaborar para que eu pudesse atingir o desenvolvimento desta pesquisa, um grande desafio de voltar a estudar e ainda mais sobre um tema interdisciplinar que passa por muitas abordagens de conhecimento. Agradeço aos mestres e doutores que contribuem para meu crescimento ao me apresentarem tantas novas referências para as relações com a vida e com o mundo. A todos os colegas que proporcionaram momentos de pensamentos compartilhados, de companheirismo e de grande troca de experiências e ideias em grupos fechados. À minha esposa, Juliana, pela paciência, compreensão e apoio ao longo desse período.

RESUMO

O surgimento e crescimento exponencial de um novo vírus com potencial mortal ao redor do mundo provocou uma série de mudanças nas formas de relação entre os sujeitos e na perspectiva que têm de mundo. A pandemia de coronavírus provocou instituições e órgãos competentes a incentivarem o isolamento físico e social, movimento que também amplificou a adoção de tecnologias da informação e comunicação a partir de março de 2020 no Brasil. Neste contexto, nossa proposta surgiu para analisar a exposição dos indivíduos dentro deste cenário relacional específico de uma plataforma: o Instagram. No aprofundamento e imersão no tema, entretanto, novas descobertas provocaram um deslocamento na rota de investigação e apresentaram uma nova forma de desenvolver a pesquisa. Especialmente no que diz respeito aos aspectos metodológicos utilizados para realizar estudos nessa plataforma. Por esta razão, passamos a abordar os desafios técnicos e legais impostos que colocam a coleta e tratamento de dados nestas plataformas em xeque a partir de muitos entraves que esbarram, ainda em características éticas e regulatórias. Encontramos muitos entraves, como barreiras impostas pelos termos de uso da plataforma, bem como incongruências ou lacunas na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) que ou inviabilizam ou que comprometem a integridade da investigação em virtude de aspectos de governança de informação. Propomos, ainda, um roteiro que pode auxiliar pesquisadores de redes sociais digitais em geral e não somente de Instagram.

Palavras-chave: pandemia; instagram; lgpd; redes sociais digitais, metodologia de pesquisa.

ABSTRACT

The emergence and exponential growth of a new virus with deadly potential around the world caused a series of changes in the forms of relationship between people and in the perspectives they have of the world. The coronavirus pandemic led public and private institutions to encourage physical and social isolation, a movement that amplified the adoption of information and communication technologies from March 2020 in Brazil. In this context, our proposal emerged to analyze the exposure of individuals within this specific relational scenario of a platform: Instagram. In the deepening and immersion in the subject, however, new discoveries provoked a displacement in the investigation route and presented a new way to develop the research. Especially regarding the methodological aspects used to carry out studies on this platform. For this reason, we started to address the technical and legal challenges imposed that put the collection and processing of data in these platforms in check from many obstacles that come up, still in ethical and regulatory characteristics. We found many obstacles, such as barriers imposed by the terms of use of the platform, as well as inconsistencies or gaps in the General Data Protection Law (LGPD) that either make it unfeasible or compromise the integrity of the investigation due to information governance aspects. We also propose a roadmap that can help researchers of digital social networks in general and not just Instagram.

Keywords: pandemic; Instagram; lgpd; digital social networks, research methodology.

RESUMEN

El surgimiento y crecimiento exponencial de un nuevo virus con potencial letal en todo el mundo provocó una serie de cambios en las formas de relación entre los sujetos y en la perspectiva que tienen del mundo. La pandemia del coronavirus provocó que instituciones y órganos competentes fomentaran el aislamiento físico y social, movimiento que también amplificó la adopción de tecnologías de la información y la comunicación a partir de marzo de 2020 en Brasil. En este contexto, surgió nuestra propuesta de analizar la exposición de los individuos dentro de este escenario relacional específico de una plataforma: Instagram. En la profundización e inmersión en el tema, sin embargo, nuevos descubrimientos provocaron un desplazamiento en la ruta de investigación y presentaron una nueva forma de desarrollar la investigación. Especialmente en lo que se refiere a los aspectos metodológicos utilizados para realizar estudios en esta plataforma. Por ello, comenzamos a abordar los desafíos técnicos y legales impuestos que ponen en jaque a la recolección y procesamiento de datos en estas plataformas de muchos obstáculos que se presentan, aún en características éticas y regulatorias. Encontramos muchos obstáculos, como barreras impuestas por los términos de uso de la plataforma, así como inconsistencias o vacíos en la Ley General de Protección de Datos (LGPD) que la hacen inviable o comprometen la integridad de la investigación por aspectos de gobierno de la información. . También proponemos una hoja de ruta que puede ayudar a los investigadores de las redes sociales digitales en general y no solo de Instagram.

Palabras clave: pandemia; Instagram; lgpd; redes sociales digitales, metodología de la investigación.

SUMÁRIO

Introdução: um contexto extraordinário	9
1. Brasil e suas peculiaridades.....	16
1.1 Da condição da pesquisa e sua interdisciplinaridade	18
2. O Instagram e seus atributos.....	25
2.1 Apropriação da plataforma	30
2.2 A relação dos indivíduos com objetos digitais.....	34
2.3 Indivíduos na relação com a pandemia	38
2.4 A visibilidade na crise por meio de objetos digitais	41
3. Proposta da pesquisa	45
4. Desafios do processo de investigação.....	48
5. Metodologia de pesquisa: algumas perspectivas e mudança de rota.....	65
6. As descobertas com o itinerário da pesquisa	68
6.1 A legislação no meio do caminho	84
7. Considerações finais	95
8. Referências bibliográficas	105

Lista de figuras

Figura 01. Página inicial do Instagram com destaque para o aplicativo em 2012.....	24
Figura 02. Página inicial do Instagram com novas possibilidades.....	26
Figura 03. Busca pelo descritor no Instagram: #covid19nasfavelas.....	68
Figura 04. Busca pelo descritor Instagram: #covidsp.....	68
Figura 05. Busca pelo descritor no Instagram: #covidsaopaulo.....	69
Figura 06. Busca pelo descritor no Instagram. #covidsãopaulo.....	69
Figura 07. Lista de sugestões de descritores oferecidas pelo Instagram para #covid.....	70
Figura 08. Montagem 1 com imagens da busca realizada no Instagram.....	71
Figura 09. Montagem 2 com imagens da busca realizada no Instagram.....	71
Figura 10. Montagem 3 com imagens da busca realizada no Instagram.....	72
Figura 11. Visualização de informações sobre software Instaloder disponível no GitHub.....	72
Figura 12. Dados para instalação e uso do módulo específico do Instaloder	72
Figura 13. Esquema proposto pelo autor para avaliação de pesquisa no Instagram.....	72

Introdução: um contexto extraordinário

O ano de 2020 pode ser considerado, no mínimo, atípico. Nenhum especialista, pesquisador ou futurista poderia imaginar a catástrofe em escala global que estaria por vir ao longo de muitos meses. A escalada de um novo vírus a partir de março pegou a todos de surpresa pela velocidade de contaminação e impactos enormes na saúde das pessoas, com grandes riscos de morte ao redor de todo o mundo. Uma crise sanitária global se instalou em todo o planeta forçando governos, instituições e indivíduos a mudarem seus comportamentos e hábitos sociais e digitais.

Esta dissertação tinha como pretensão apresentar uma leitura sobre identidades e subjetividades a partir da utilização excessiva e proliferada de novas mídias digitais, com foco especial no Instagram, que interferem e modulam comportamentos sociais coletivos e/ou isolados, neste momento de pandemia global provocada pela proliferação do novo coronavírus.

Para tanto, precisamos levar em consideração o fato dessa extimidade (SIBILIA, 2008), ou seja, essa representação de si, se articular com processos, mecanismos, elementos, recursos, incentivos ofertados por esta rede social digital que media uma parcela importante da comunicação. A proposta surgiu para examinar faces da condição humana retratadas no Instagram durante a pandemia da Covid-19 no Brasil, promovendo uma análise sobre a relação do retrato e a autorrepresentação, assim como a interferência direta do meio na construção da autoimagem e até mesmo nos procedimentos e nuances da investigação.

Trata-se de concentrar o olhar sobre a ferramenta e a forma, na reconfiguração da *Vita Activa* (ARENDDT, 2016), na representação social imagética como forma de construção de narrativas e discursos, neste ciclo de pandemia. Como grande catalisadora de momentos na atualidade, podemos ponderar sobre o que as imagens produzidas, editadas e publicadas na plataforma Instagram possibilitam como reflexão em termos de sociabilidade, dentro deste cenário praticamente inédito para os indivíduos e neste determinado recorte de tempo.

De que maneira as manifestações dos brasileiros representam seus pensamentos e opiniões sobre os fatos aos quais estão submetidos na era farmacopornográfica (PRECIADO, 2018), da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2007) ou ainda da transparência (HAN, 2017), com uma nova camada de um cenário extremamente atípico? Um olhar sobre como os indivíduos capturam estes instantes construindo um jogo de temporalidade que combina fluxos acelerados, dispositivos, objetos digitais, entre diversos outros elementos.

Agora, dentro de características diferenciadas na relação com o mundo. Ao menos em termos de recomendações de órgãos renomados de saúde ao redor do mundo no sentido da

privação da vida pública, das restrições de mobilidade, de uma condição humana singular que culminou com encorajamento, por parte de autoridades globais e locais, ao isolamento e à quarentena durante os históricos anos de 2020 e 2021. Sem contar componentes que colocaram mais lenha nessa fogueira, à época, como a explosão de manifestações contra o racismo, crises de ordens política, econômica, democrática. Então, uma das questões que nos surge é: quais são os elementos que compõem essa plataforma e que influenciam diretamente a relação dos sujeitos com um mundo em pandemia?

Mas, para entendermos e situarmos esta pesquisa, precisamos voltar um pouco no tempo. O que logo se configurou como uma grave pandemia global teve início em dezembro de 2019, quando os primeiros casos do coronavírus SARS-CoV-2 (Síndrome Respiratória Aguda Grave) em humanos foram identificados em Wuhan, uma cidade tida como importante centro comercial da China. Não há comprovação científica de que a doença provocada pelo vírus tenha surgido na região, apenas registros dos primeiros casos em série¹.

Apesar de não ser uma classe nova – o coronavírus é conhecido desde a década de 1960 – a mutação e evolução de novas cepas chegou a provocar a morte de pessoas em meados de 2002, depois novamente em 2012, com nova variante chamada de Mers-Cov (Síndrome Respiratória do Médio Oriente). A forma atual, entretanto, desde que acelerou os contágios, se apresentou de forma muito mais letal que suas versões anteriores.

A partir do acompanhamento dos casos e de denúncia² sobre o potencial e a propagação do vírus, cientistas, pesquisadores e entidades globais de saúde passaram a dar mais atenção. A evolução do volume de casos registrados e crescimento exponencial e muito rápido do número de mortes provocadas pela Covid-19, doença causada pela SARS-Cov-2, levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a decretar a situação como pandêmica no dia 11 de março de 2020³, na ânsia de conter a proliferação do vírus ao redor do mundo.

O que pode ser considerado como um ponto de atenção sobre a gravidade desse processo é que o movimento de classificação dessa evolução por órgãos de saúde, que comumente acontece por estágios – surto (com casos de infecção regional, localizada), epidemia (quando o

¹ OMS conclui que o coronavírus é de origem animal e indica que não surgiu no mercado de Wuhan. Reportagem do El País Brasil de 09 de fevereiro de 2021. Disponível em

<https://brasil.elpais.com/internacional/2021-02-09/oms-conclui-que-o-virus-e-de-origem-animal-e-indica-que-nao-surgiu-no-mercado-de-wuhan.html>, acessada em 21.03.2021.

² O médico chinês Li Wenliang, morto após contrair o novo coronavírus no atendimento a pacientes, em dezembro havia alertado para os riscos e da possibilidade de epidemia tendo Wuhan como epicentro. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51411980> acessado em 21.03.2021.

³ Coronavírus: OMS decreta pandemia; o que muda nos cuidados com a saúde? Reportagem do UOL de 11 de março de 2020. Disponível em <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2020/03/11/coronavirus-oms-decreta-pandemia-mas-o-que-isso-muda.htm>, acessada em 21.03.2021.

número de casos se expande para mais regiões) e pandemia (com registros em todos os continentes) – aconteceu de forma muito acelerada. Ao longo dos últimos anos, muitos pesquisadores já aventavam a possibilidade de uma pandemia global provocada por algum novo vírus ou pela evolução de qualquer outro já existente e conhecido pela classe científica.

Para além disso, estudos sobre surtos, pandemias e epidemias são frequentes e comuns no mundo científico. Eventos relacionados a eles são esperados e acompanhados de perto por pesquisadores no mundo inteiro. E até mesmo quem vive no mundo de inovação e tecnologia – hoje temas predominantes em todos os campos graças ao avanço da internet - já alertava para possibilidades como a que vivemos nos dias de hoje. "Atualmente, o maior risco de uma catástrofe global está em um vírus altamente infeccioso, não uma guerra. Se algo matar 10 milhões de pessoas nas próximas décadas, serão micróbios e não mísseis", dizia o cofundador da Microsoft, Bill Gates, em uma apresentação⁴ em 2015.

A questão, portanto, não é se esses eventos podem ou não evoluir de uma etapa a outra ou quanto tempo esse avanço pode levar para acontecer. Mas, sim, quando e qual o grau de impacto que podem provocar na vida das pessoas ao redor do mundo. E os efeitos do coronavírus têm sido devastadores. As consequências identificadas pela pandemia desde o início de 2020 extrapolaram as características de uma crise de saúde global apenas. Expuseram, visibilizaram e colocaram em xeque estruturas políticas, culturais, sociais e econômicas com todas as suas desigualdades e fragilidades.

A corrida global passa a ser controlar ou mitigar o progresso não só da doença e do volume de mortes provocadas por ela, mas também o encadeamento de um colapso que atinge todas as esferas da vida. Cuidados básicos e procedimentos de prevenção não farmacológicos que passam de higienização das mãos, como o uso de máscaras, utilização de álcool em gel e distanciamento social, são as primeiras iniciativas colocadas como eficientes por entidades internacionais competentes de saúde.

Outro fator, porém, considerado determinante para mitigar a multiplicação do contágio e apontado como o mais eficiente é o isolamento social. A lógica é até bastante simples do ponto de vista de conceito, mas bastante complexa se pensarmos na execução dentro de uma sociedade globalizada. Quanto menor a circulação e aglomeração de pessoas, menores chances o vírus tem para se propagar e contaminar novos e mais indivíduos. Desde então, uma série de eventos transformou o mundo e a forma como os indivíduos vivem e se relacionam na

⁴ Profeta? Há cinco anos, Bill Gates "previu" pandemia de coronavírus. Reportagem do Tilt, do UOL, de 16 de março de 2020. Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/03/16/profeta-ha-cinco-anos-bill-gates-previu-pandemia-de-coronavirus.htm>, acessada em 21.03.2021.

contemporaneidade. E este mecanismo de choque, essa interrupção abrupta, repentina, modificou a condição humana da forma como a conhecíamos.

A sequência⁵ dos fatos traz uma verdadeira batalha de entidades, órgãos e representantes de poderes públicos em todo o globo para controlar o adoecimento e perecimento de cidadãos. Serviços públicos de saúde superlotados e sobrecarregados, escassez de profissionais capacitados e preparados para lidar com alto volume de pacientes, discussões sobre protocolos de tratamento, definições sobre manutenção ou fechamento de estabelecimentos comerciais de todos os gêneros. Em resumo: caos.

Nos países mais afetados inicialmente, a adoção da quarentena – a restrição do trânsito e mobilidade dos indivíduos em áreas públicas e/ou privadas – ganhou forma para combater a ascensão da SARS-CoV2. Obrigados a se recolherem em espaços e unidades ou núcleos familiares – ao menos aqueles que tiveram a possibilidade, oportunidade e privilégio de permanecer em casa – os indivíduos tiveram de se adaptar a novas rotinas.

A divulgação em massa de múltiplas medidas de contenção também chegou ao Brasil, com algumas particularidades. Ao longo de dois anos quase que integrais de enfrentamento da pandemia, houve muitos momentos de altos e baixos, o chamado efeito sanfona. De abre e fecha de estabelecimentos e atividades comerciais, de afrouxamento ou medidas mais duras de proibição de circulação. E de muitas vidas perdidas.

Seja por descasos de lideranças do Estado na maneira de conduzir o momento, seja por um processo de descrédito e rejeição sobre o conjunto de conhecimento que a ciência foi capaz de produzir durante esta etapa, seja pela impossibilidade de se manter isolado, porque o indivíduo simplesmente tem a necessidade de sair todos os dias de casa para trabalhar e garantir a própria subsistência.

Nosso objetivo preliminar era observar e extrair descobertas sobre a maneira como os indivíduos se expressavam nesta conjectura de pandemia com crescimento do uso de plataformas digitais⁶ e, em especial, no Instagram. Investigar por meio de imagens, legendas e demais elementos que compõem a ferramenta com vistas a construir uma leitura da subjetividade neste momento. Ao longo do percurso, porém, nos deparamos com uma série de questionamentos e obstáculos que nos trouxeram um novo tipo de reflexão que, inclusive,

⁵ Linha do tempo dos principais fatos sobre o novo coronavírus desenvolvida pela Organização Mundial da Saúde. Disponível em <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline>, acessada em 21.03.2021.

⁶ Cresce o uso de Internet durante a pandemia e número de usuários no Brasil chega a 152 milhões, é o que aponta pesquisa do Cetic.br. Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/cresce-o-uso-de-internet-durante-a-pandemia-e-numero-de-usuarios-no-brasil-chega-a-152-milhoes-e-o-que-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>. Acessado em 11.09.2021.

ultrapassa os limites do Instagram e apresenta dúvidas sobre a pesquisa em redes sociais digitais como um todo. Arranjos cheios de empecilhos dificultam ou, sob os pontos de vista ético, legal e metodológico, acabam por inviabilizar a investigação.

Depois dessa contextualização sobre como chegamos até aqui, com o desenvolvimento da pandemia ao redor do mundo, iniciamos o primeiro capítulo tratando das características da crise sanitária com todas as suas particularidades políticas, econômicas e sociais, bem como o avanço das tecnologias no período, no Brasil.

A combinação entre pandemia, identidades e subjetividades, adoção e acomodação de plataformas digitais nos leva à argumentação sobre a necessidade de observar o contexto e a condição humana a partir de uma perspectiva interdisciplinar, isto é, estabelecendo um diálogo sobre referências bibliográficas e olhares em diferentes campos do saber. Este tipo de pesquisa rompe com a postura restrita a um único tipo de conhecimento, aproxima fronteiras dispostas porque exige abordagens que flutuam entre exatas, humanas e até mesmo biológicas – ainda que em voos mais superficiais em uma ou outra disciplina.

No segundo capítulo, partimos para uma exploração sobre o que é o Instagram e como ele se configura enquanto objeto de pesquisa, além de tratar a maneira como os indivíduos se apropriam da plataforma. Aqui a ideia foi explicar a dinâmica da rede social digital e todos os elementos que a formam, bem como as intencionalidades explícitas ou implícitas ali contidas. Sem deixar de fora as aglutinações que se formam no entorno da rede sociotécnica como os ambientes de influência e outros ingredientes, abandonando uma visão determinística tecnológica.

Essa estrutura nos conduz à análise da relação dos indivíduos com os objetos digitais que, agora, aparecem não mais como espaços públicos de expressão de ideias, como ambientes livres para exposição de pensamentos, ideologias e realidades, mas como um ecossistema dotado de ausência de neutralidade e interesses financeiros e manipuladores da sociabilidade como um todo, construindo um poder visto por muitos como assimétrico.

Não podemos ignorar o fato de que a pandemia acontece no mesmo momento em que estamos imersos em tecnologias e capturados por redes sociais digitais. E isso produz um cenário diferente nessa relação, que é o que exploramos na sequência. Neste momento, examinamos a forma como a pandemia coloca aos indivíduos novas experiências e modos de elaborar a comunicação e a expressão, além de ponderações e verificações nas concepções de pertencimento, território e temporalidade. Os choques entre global e local, real e virtual e a confluência de plataformas, isolamento físico e social e o acesso ininterrupto a informações diversas ao redor do globo altera os símbolos de representatividade. Pelas qualidades e

atributos, o Instagram é alçado ao epicentro dessa visibilidade exacerbada pelos indivíduos. Exposição pública ganha contornos de espetacularização da vida.

A construção desse novo ser social, dadas as condições momentâneas, impulsionam a pesquisa para entendermos o estado no qual isso se dá. A proposta da pesquisa, então, apresentada no terceiro capítulo, se debruça sobre uma série de questionamentos em muitas camadas desconhecidas que surgem diante do que foi demonstrado até aqui. Além, claro, de inúmeras possibilidades de aproximação com as peças deste grande quebra-cabeça.

Um panorama que impõe uma série de desafios extremamente relevantes para o cientista, explorados no quarto capítulo. Não só da ótica sobre as reformas produzidas na fotografia, agora inundada com recursos digitais, mas pelo que decorre disso nos indivíduos e na construção histórica de mundo deles. E, ainda, pelo exercício de desconstrução da dinâmica e da estrutura que está por trás desse novo horizonte. Sem pretensão de atingir um rigor metodológico, fomos em busca de referências científicas. Na ânsia de compreender melhor como a pesquisa se dá neste universo que se anuncia, começamos por um dos principais guias que é o *Instagram and Contemporary Image* (2017), do russo Lev Manovich. Mas não nos limitamos a este estudo.

Avaliamos uma série de dissertações, teses, artigos que percorrem o exame sobre o Instagram. Identificamos alguns componentes em comum, como por exemplo, a carência de descritivos claros da metodologia de coleta e tratamento dos dados obtidos. Tão substancial ao ponto de acender uma luz de alerta ao nosso próprio processo. Um movimento que nos levou à conclusão de que investigar o Instagram vai além de analisar frequência, estilo, estética. Demanda, na verdade, cuidados prévios por parte do pesquisador.

A partir dessas descobertas, discorremos sobre a nossa história com a metodologia. E compreendemos, conforme exposto no quinto capítulo, como seria preciso mudar a trajetória diante do cenário que se constituiu em termos de procedimentos. Transitamos por alternativas que tornassem viável o estudo sem que, para isso, cruzássemos limites éticos e legais, que pudessem ferir o direito à privacidade dos indivíduos e suas expressões no Instagram. Nossa metodologia mostrou muitas incertezas em relação a essas garantias.

Os problemas aparecem desde a lógica de definição descritores para a pesquisa, passando por preceitos para apurar imagens com concepções tão distintas, medidas determinantes de recortes, assim como seleção de softwares de apoio para o trabalho. Tudo isso nos levou a mudar o foco da pesquisa. Ao considerarmos todos esses impedimentos, entendemos que seria necessário olhar e questionar a estrutura e organização desse tipo de pesquisa como um todo. Provocar uma reflexão sobre o uso indiscriminado de determinados

processos e metodologias para a investigação no Instagram e todas as relações de poder que a plataforma envolve como a hipervigilância e matematização da compreensão do que é o indivíduo.

Ao mergulhar com mais intensidade sobre a forma de construção do corpus da pesquisa com dados e imagens de cidadãos que os tornaram públicos, também nos defrontamos com uma série de querelas referentes à privacidade que soam, ainda, muito passíveis de diversas interpretações, de acordo com o que discorreremos no sexto capítulo. Mesmo com todo o aparato legal e a validação e entrada em vigência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que serve de baliza para a coleta, abordagem e segurança de dados pessoais desde 2020.

Por fim, no último capítulo, embora tenhamos ferramentas tecnológicas, já criadas ou desenvolvidas especificamente para determinada função, e aprendido a usá-las de uma forma que permitam varrer o Instagram em busca de dados, nos questionamos se devemos avançar nesse tipo de pesquisa? Essa pergunta acabou norteando e nos enveredou para as potenciais brechas e riscos em progredir nesse tipo de investigação. A dúvida também nos guiou ao longo das considerações finais ao ponto de propormos um roteiro que tem como propósito não só repensar, mas colaborar para que demais cientistas possam pesquisar de modo a garantir a privacidade e segurança dos dados dos cidadãos.

1. Brasil e suas peculiaridades

Como em diversas regiões do mundo, não demorou para que os primeiros registros de infecção e morte chegassem em terras brasileiras. E, mesmo diante do alerta de especialistas e da imprensa sobre os eventuais e latentes perigos da expansão da COVID-19 nacionalmente, questões de outras naturezas acabaram por agravar ainda mais a forma com a qual o país lidaria com o cenário imposto.

A crise política instaurada em meados de 2013, o afastamento da presidenta Dilma Rousseff, a eleição, em 2018, de um candidato de origem militar, Jair Messias Bolsonaro, e considerado de extrema direita, somada ao histórico de desigualdade e instabilidade econômica construía uma circunstância pouco favorável na contenda da pandemia.

Imerso em uma liderança populista, com táticas e comportamentos questionáveis sob diversas perspectivas – ao ponto de gerar uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para analisar a ação (ou inação) do governo federal diante da pandemia – o Brasil tornou-se um terreno bastante fértil para se multiplicar e até mesmo produzir variantes do vírus⁷.

O processo de construção dessa história envolve negacionismos em relação à doença e sua transmissibilidade, indiferença ou menosprezo no que diz respeito às recomendações de órgãos e entidades de saúde, discussões entre aplicações severas de paralisação de circulação de pessoas e abertura de negócios diversos (o chamado *lockdown*) ou flexibilização de atividades comerciais para reter a difusão do vírus e circulação intensa de notícias falsas (*fake news*) impulsionadas especialmente por canais digitais de comunicação. Uma conjuntura complexa que exprime os desafios impostos pela etapa em termos de tempo e espaço. Inclusive por depender de um contexto inédito e que exige esforços em todas as frentes - cidadãos, empresas (e seus fluxos de capital que não podem parar), governos populistas, práticas e políticas públicas controversas – ou apenas ausência delas.

Conforme indicador sobre uso da Internet durante a pandemia da TIC Domicílios 2020 (Edição COVID-19 - Metodologia Adaptada)⁸, no período de isolamento ou restrição de circulação, houve um aumento exponencial da dependência de tecnologias para a realização de tarefas e processos do cotidiano. Isso passa não só pelas atividades profissionais. Mas também

⁷ Pesquisador diz que variante brasileira surgiu na segunda onda de COVID no AM, e não causou o colapso. G1, fevereiro de 2021. Disponível em <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2021/02/15/pesquisador-diz-que-variante-brasileira-surgiu-na-segunda-onda-de-covid-no-am-e-nao-causou-o-colapso.ghtml> e acessado em 09.07.2021.

⁸ Datos y hechos sobre la transformación digital. Disponível em <https://www.cetic.br/pt/noticia/crece-o-uso-de-internet-durante-a-pandemia-e-numero-de-usuarios-no-brasil-chega-a-152-milhoes-e-o-que-aponta-pesquisa-do-cetic-br/> e acessado em 11.09.2021.

pelo relacionamento pessoal, por aspectos culturais, consumo de informações e produtos, ensino e dados sobre saúde. E, especialmente, pela representação da subjetividade nessa combinação. Ver-se, de repente, separado do mundo real, tendo a imagem e o pensamento mediados por bits e bytes e sob regras das quais não fazemos ideia alguma sobre a profundidade, pode interferir sobremaneira na forma como as pessoas se relacionam com o mundo e com os demais indivíduos.

As tecnologias de informação e comunicação (TICs), neste momento em especial, tornam-se centrais para a manutenção da vida cotidiana. O crescimento na utilização de plataformas e serviços digitais está claro, mas traz à tona também e evidencia as desigualdades regionais e socioeconômicas no país. Em termos gerais de atividades na Internet, o telefone celular, todavia, permaneceu como o principal dispositivo de acesso, citado por 98% dos usuários com 16 anos ou mais, um indicador muito expressivo diante das condições de restrições de mobilidade física e distanciamento social.

Contudo, as profundas desigualdades regionais e socioeconômicas que marcam a sociedade brasileira também se reproduzem no ambiente on-line, com menor proporção de uso da Internet em áreas rurais, entre indivíduos com menor renda e escolaridade, bem como entre os mais velhos. Além disso, há disparidades persistentes quanto à qualidade da conexão de Internet nos domicílios e aos tipos de dispositivo utilizados para o acesso à rede – para a maioria dos brasileiros, o único dispositivo conectado é o telefone celular (CGI.br, 2020)⁹.

Houve um aumento expressivo na realização de serviços públicos e financeiros pela Internet durante a pandemia. Um progresso ainda maior nas classes C, D e E, entre os usuários de Internet com menor escolaridade e entre os não usuários de computador. Mesmo assim, a realização de atividades financeiras e de governo eletrônico nessas classes é menor do que entre os usuários das classes A e B e com maior escolaridade “o que representa uma limitação importante para as ações de enfrentamento aos efeitos da pandemia que demandam acesso à Internet”, conforme apontam os dados do Painel TIC-COVID19, do Cetic Br, publicado em 26 de abril de 2021¹⁰. O mesmo movimento é perceptível nos dados sobre atividades e pesquisas escolares na Internet.

⁹ Para além da conectividade: Internet para todas as pessoas. Panorama Setorial da Internet Cetic BR, número 2, junho 2021, Ano 13. Acessado em 05.08.2021 e disponível em https://cetic.br/media/docs/publicacoes/6/20210805093039/psi_ano13_n2_internet_para_todas_as_pessoas.pdf.

¹⁰ Pesquisa web sobre o uso da Internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus : Painel TIC COVID-19 Web survey on the use of Internet in Brazil during the new coronavirus pandemic : ICT Panel COVID-19. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021. Disponível em https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20210426095323/painel_tic_covid19_livro_eletronico.pdf

Dos usuários de Internet com 16 anos ou mais, 72% procuraram informações ou realizaram serviços públicos on-line relacionados a direitos do trabalhador ou previdência social e 32% realizaram serviços públicos relacionados a direitos do trabalhador ou previdência social integralmente pela Internet. Ainda segundo o levantamento, houve discrepância no acesso aos serviços on-line quando há um olhar mais centrado nos efeitos da pandemia nos indivíduos mais vulneráveis. Somente uma parte pequena de usuários de Internet com 60 anos ou mais das classes D e E realizaram algum serviço público de maneira totalmente remota. O relatório aponta, ainda, que apesar da evolução de uso, a apropriação da rede segue restrita para grandes frações da população brasileira.

Exatamente pela amplitude que a análise pode tomar, já que a exploração pode ser absorvida por muitos campos de conhecimento, o desenvolvimento dessa pesquisa exige um olhar múltiplo e interdisciplinar, ainda que tenha foco na relação dos sujeitos com as plataformas digitais.

1.1 Da condição da pesquisa e sua interdisciplinaridade

Acreditamos que uma perspectiva interdisciplinar – sem que se coloque aqui uma definição acabada, já que se trata de um tema que ainda enseja grandes debates – pode contribuir profundamente para apoiar esta pesquisa. A busca, aliás, é motivada pela confluência de muitos campos de pensamento. Para isso, os saberes adotados e integrados são tantos e de compreensões tão extensas que há muitas possibilidades de recortes e diálogos entre uma dezena de autores e conceitos. Quase como aplicar um prisma ao objeto – neste caso específico, o Instagram e todos os aspectos que estão em jogo no entorno dele – esperando que ele passe a ecoar caminhos e olhares distintos, mas que se concentram e partem do mesmo pressuposto, assim, elaborando complementaridades. Eventos que se combinam e são enriquecidos com correspondências de uma disciplina ou de outra.

O pensamento compartimentado (VIVERET; MORIN, 2013) não pode nem deve ser totalmente descartado e substituído por uma forma completamente holística e que, por vezes, acaba inclusive causando confusões em relação a terminologias diversas. Mas, quanto mais nos fechamos em uma única visão, menores são as chances de entender os enredamentos do mundo. Uma conduta limitante para a reflexão, ponderação, raciocínio.

O economista enxerga apenas a dimensão econômica das coisas, assim como o religioso e demógrafo nas suas respectivas áreas, e todos encontram dificuldades para entender as relações entre duas dimensões. A inteligência que sabe apenas separar,

quebra a complexidade do mundo em fragmentos isolados, diminuindo as chances de compreensão e reflexão. Assim, quanto mais os problemas se tornam planetários mais se tornam impensados; quanto mais avança a crise, mais avança a incapacidade para pensá-la. (VIVERET, MORIN, 2013; pág. 13)

Paradoxalmente, à medida que tudo tende se tornar mais embaralhado, surgem argumentações de que só o mergulho em cada disciplina pode tratar e permitir abordagem clara e concisa sobre qualquer que seja o tema. Mas, tratado de forma isolada, produz efeitos colaterais leves ou pouco perceptíveis no campo científico, isto é, não permitiria estourar as próprias bolhas de conhecimento ao qual a disciplina está circunscrita, o que limita sobremaneira o alcance desse saber.

Outras correntes apontam a interdisciplinaridade com certo caráter salvacionista. Que só o conhecimento gerado por meio de uma inter-relação extrema e profunda de disciplinas vai, efetivamente, traduzir o que há de novo. O que também pode ser um perigo restritivo do e para o pensamento crítico. O interdisciplinar não vai dar conta do todo, mas pode incorrer no erro de ser tão extenso, sem divisas claras, que acaba por criar o tal do “especialista em generalidades” ou um “ignorante especializado” (SANTOS, 2003), isto é, um pesquisador que conhece de tudo um pouco, mas nada profundamente ao ponto de transformar suas visões em pesquisa de fato.

A especialização sem limites culminou numa fragmentação crescente do horizonte epistemológico. Chegamos a um ponto em que o especialista se reduziu ao indivíduo que, à custa de saber cada vez mais sobre cada vez menos, terminou por saber tudo (ou quase tudo) sobre o nada, em reação ao generalista que sabe quase nada sobre tudo. (JUPIASSU, 2006; pág. 1).

Encontrar o meio do caminho entre uma fusão completa que dificulta saber onde começa uma disciplina e termina outra ou, ainda, de determinar apenas uma linha comunicativa entre os campos de saberes, que também resulta em uma aproximação muito rasa, é o grande estímulo e um desafio adicional. Concepções que revelam, no fim, uma competição de poderes que nada agregam ao resultado final das já combalidas pesquisa e educação. Que se fiam em estruturas preestabelecidas, em um tipo de tradicionalismo que, talvez, pelo estágio que atingimos, tenham chegado ao seu prazo de validade.

Parece-nos que as pesquisas que atuam de forma fronteira vão eventualmente produzir desconforto entre as disciplinas envolvidas. E talvez seja exatamente isso que faça a roda do conhecimento girar. Provocar faz parte do jogo para transformar comportamentos e posicionamentos. Extingue o lugar de comodismo e fornece outras condições. Faz com que o pesquisador não aceite ou fique à mercê simplesmente das coisas como elas se apresentam. De toda forma, estes movimentos podem trazer a sensação de que, quanto mais cavamos, quanto

mais misturamos, quanto mais abrimos espaços e territórios para o novo, mais confuso, mais emaranhados e caóticos os objetos de pesquisa se tornam. Algo que pode soar como ameaça e se refletir em erros e embaraços diversos para os estudos.

Logo, ordenar minimamente e integrar as diversas partes de saberes tão contrastantes em uma primeira vista é fundamental para uma evolução e uma eficácia efetivas e reais. Caso contrário, essa “mistura” pode resultar não só em erros grosseiros de interpretação de fatos e dados, de como a história se caracteriza, mas também em soluções e propostas que pouco agregam ou causam qualquer tipo de impacto social, político, econômico e, claro, cultural à sociedade.

A troca de inteligências pode, portanto, ocorrer tanto dentro do processo, isto é, no decorrer da pesquisa, como na construção de observações, proposições e respostas entregues ao mundo. Ainda que se especifique e marque o campo de atuação, cada fragmento dos estudos precisa também instruir-se no emaranhado de saberes alheios de maneira a incorporar as novas informações. Inspirar-se na renovação do próprio conhecimento, reconhecendo as próprias limitações e explorando áreas e entendimentos que fujam de sua rotina, dos paradigmas aos quais se está familiarizado.

É muito tentador e confortável manter-se dentro do espectro do próprio campo de conhecimento. O novo, o diferente, assim como a mudança expõem incertezas e inseguranças. Ao passo que também é de suma importância perceber a quantidade e a dimensão das camadas envolvidas no processo. Delimitação quando se está adentrando em um novo campo ou ainda circula sobre a mesma disciplina. O fator é enxergar esse ponto de cruzamento, essa interseção de conceitos e disciplinas. É a inversão da segregação propalada ao longo dos séculos, um método de desconstrução do racionalismo ao qual estivemos enquadrados há muito tempo.

Ora, não se trata aqui de descartar metodologias, parâmetros, critérios, lógicas, princípios, noções, elementos. Bases longamente debatidas, praticadas e reconhecidas por meio de evidências criadas e propagadas pelas ciências. Longe disso. O desejo é o de encontrar o ponto ideal e de equilíbrio entre o que está assentado e determinado e a inovação que aponta para olhares interpretativos ainda não tão bem estruturados, mas que compõem outras possibilidades de enxergar o mundo, o sujeito, a dinâmica da vida, enfim, as fronteiras existenciais. Propiciar, portanto, novos impulsos epistemológicos. E enxergar como é possível conceber reflexões que combinem e façam dialogar com a ordem científica com a ordem social, ou seja, atender às principais demandas latentes ou que venham a surgir independentemente da origem do campo de conhecimento.

Desmistificar a interdisciplinaridade a partir da prática real da investigação precisa estar na essência da pesquisa contemporânea. Incentivar o duelo entre disciplinas vai contra a natureza do conhecimento. Todos perdem. Porque a manutenção de um modelo inerte apenas vai embargar a produção de saberes. Ao contrário, o desejo é exatamente o de assimilar os fenômenos aos quais estamos sujeitos na vida comum, desvelar os mistérios e que nos afetam diariamente. Porque, ao mesmo tempo em que avançamos e nos embrenhamos nas possibilidades da ciência, mais complexo se torna o mundo. Isso faz com que a individualidade de e nas disciplinas permita olhar apenas pequenas parcelas do que se apresenta.

Vivemos momentos de transição, de questionamentos, uma época em que nossos saberes e nossos poderes parecem estar desvinculados. Mais do que isso, o saber atual fragmentado dispersou-se pelo planeta, e o centro dessa circunferência que antes era ocupado pelo homem se encontra, agora, vazio. O fantástico desenvolvimento científico e tecnológico que ora vivenciamos também trouxe uma preocupante carência de sabedoria e introspecção. (TRINDADE, 2007)

Assim sendo, o que se defende, na prática, com esta dissertação, é a combinação de elementos em favor da integração fértil. Não de vaidades, de deslumbramentos intelectuais e não somente a práxis multidisciplinar. O objetivo é o de reunir fragmentos até então dispersos que permitam uma nova estrutura de consciência em um mecanismo de retroalimentação dos saberes conduzindo percepções, provocações, diagnósticos para todos os campos envolvidos. Isto é, expandir metodologias, instruções, entendimentos ao ponto de compor e servir de base para novas apurações, análises, averiguações em comunicação constante com a diversidade de disciplinas.

O crescimento e consolidação do Instagram entre milhões de indivíduos ao redor do mundo acaba por colocar em jogo questões muito complexas. São debates que exploram muitos aspectos da vida cotidiana, do mercado, de futuro e que passam por questões éticas e estéticas, discussões sobre transtornos psicológicos de diversos e elevados graus, bem como seus efeitos nocivos, transparência e adoção e utilização de algoritmos, entre muitas outras frentes que permitem que o fenômeno seja analisado a partir de muitas disciplinas e campos do conhecimento. Na prática, podemos considerar este objeto e seus diversos elementos como algo de caráter e natureza interdisciplinar. Exatamente pelas muitas possibilidades de olhares que a tecnologia pode provocar na medida em que cada vez mais atravessa nossas rotinas.

Há de se considerar o fato de que os fenômenos decorrentes deste estudo passam pelas ciências humanas e algumas de suas vertentes – que trazem toda a base conceitual teórico-metodológica e epistemológica para exploração no âmbito social. Também permite uma abordagem com proximidade das ciências de saúde, afinal, é quase impossível tratar do tema

central sem ao menos transitar por conceitos de subjetividade, identidade, ego, entre outras noções conectadas com psicologia ou psicanálise. Por fim, agregar as ciências exatas, tomando uma fração significativa que dá conta da metodologia aplicada a partir de formulações, teorias, estrutura que compõem qualquer tipo de pesquisa que tenha relação direta com as técnicas da modernidade ou pós-modernidade.

As redes sociais digitais, em um contexto de pandemia global, tornaram-se um dos principais meios não só de manutenção das relações, mas de representação das subjetividades dos indivíduos. Conforme veremos no capítulo dedicado à metodologia de pesquisa, partimos de um processo de investigação a partir do levantamento de informações realizado em uma plataforma de rede sociotécnica – o Instagram – usando como suporte outra ferramenta classificada como mecanismo de busca (o Google) como elemento componente organizador e recurso publicizador dos dados. Por si só, essa lógica já impõe uma série de desafios inerentes às plataformas. Seja nos termos de captura e ordenação dos dados para análise, seja no que diz respeito à lógica de funcionamento desses instrumentos.

O que faz com que haja alguns limitadores que precisam ser reconhecidos e descritos ao longo de todo o processo de desenvolvimento da pesquisa. Justamente os métodos fundantes desse tipo de técnica, aqueles privados, coordenados por algoritmos protegidos por regras corporativas, portanto, ocultos ao grande público e livres de qualquer tipo de regulação política, econômica, legal. Uma espécie de aprisionamento tecnológico. Usamos sem conhecer regras.

No decorrer do processo, é possível perceber uma grande guinada na dissertação. E isto se dá, especialmente, em virtude dessas limitações e circunscrições com as quais nos deparamos. Para além de todas as barreiras impostas pela plataforma Instagram à pesquisa – como por exemplo as incongruências ou falta de clareza sobre posse e uso de dados nela compartilhados –, que nos faz esbarrar em questões éticas, nos deparamos também com aspectos legais que passam pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, nº 13.709/2018, que regula as atividades de tratamento de dados pessoais e que também altera os artigos 7º e 16 do Marco Civil da Internet. Entraves que, como veremos, foram responsáveis por modificar sobremaneira o escopo e os propósitos da dissertação.

Com efeito, longe de uma disputa por ascendência nessa corrida do conhecimento, aqui as especialidades, com maior ou menor intensidade, precisam conviver intensamente e de maneira colaborativa para que os resultados e discussões possam ser articulados ou compreendidos dentro de uma realidade disposta. Sem uma aproximação de saberes, a pesquisa proposta dificilmente consegue ser contemplada. E, claro, entregar descobertas plausíveis,

provocações ou hipóteses que, de alguma forma, ocupem algum espaço e relevância na cultura e nos discursos contemporâneos.

Delinear, portanto, uma direção que faça com que uma disciplina “beba” da outra em uma configuração convergente – admitindo e moderando os potenciais ruídos inerentes ao procedimento metodológico – está no âmago dessa pesquisa. Compreender a coerência entre o mundo real, com todas as suas exigências, aos dispositivos de pesquisa. Com os devidos cuidados para não atingirmos o ponto de revisionismos infundados de qualquer ordem, também é crucial questionar a sustentação da gênese dos discursos que se sobrepõe socialmente e até recebe certa legitimação de porção relevante do universo acadêmico. Até porque dominar uma disciplina por si já é tarefa inviável, que dirá tentar abarcar saberes de campos adicionais. O mergulho precisa ser mais profundo e certo para evitar desperdício de esforços. Uma contaminação positiva que pode – mas não necessariamente vai – constituir uma nova ciência.

Talvez estejamos, neste recorte da história, vivendo a era da reorientação da forma como o saber é produzido e distribuído e como se reconfiguram as somas de esforços vitais para essa produção. Isso, aliás, significa apresentar um olhar atento sobre a concepção que se dissemina, no caso dessa pesquisa em especial, sobre a tecnologia. Aqui, novamente, a interdisciplinaridade é imprescindível para desvelar essas armadilhas. Entrever as plataformas digitais como fenômenos apenas técnicos, instrumentais, vai exigir uma grande rearticulação de conceitos. Percepções inclinadas e amplamente colocadas por um mundo ocidental como universais. “A maneira pela qual os avanços tecnológicos vêm sendo percebidos na filosofia, na antropologia e na história da tecnologia é bastante discutível e que a apreensão de novas visões sobre o tema e a reflexão sobre outros futuros possíveis são agora um imperativo” (HUI, 2020).

Deslocamentos que também colocam o processo de educação, a academia e a disseminação do conhecimento mais próximo e em sintonia com a realidade factual, causando um enfrentamento direto de questões que assolam a humanidade. É como se estivéssemos reestabelecendo a condição humana, quebrando a estabilidade e a regularidade que vêm do início do século XXI e tenta, a todo custo, se perpetuar como incontestável. Não vivemos diante de um concreto tão simplório. Dogmas convencionais passam a ser discutidos sob muitos ângulos. Porque a curiosidade, a dúvida e a incerteza são as forças motrizes do conhecimento. “Esperanças frustradas como motivos para novas tentativas” (SLOTERDIJK, 1998).

Não obstante, mesmo que tenhamos maior capacidade computacional a cada dia que passa e um volume impensável de dados sendo trafegados a todo instante, são soluções que servem para enriquecer pequenos grupos sem atuar sobre problemas estruturais, públicos e

complexos? “Mas onde estão os aplicativos para combater a pobreza ou a discriminação racial? Criamos aplicativos para resolver problemas que os aplicativos conseguem resolver – em vez de enfrentar os problemas que de fato precisam ser resolvidos” (MOROZOV, 2018).

As respostas razoáveis não estão somente no campo da ciência de dados que, em tese, cuidariam dos propósitos de sistemas, algoritmos, plataformas, virtual. São muito mais abrangentes ao passar por considerações sobre o contexto social, históricos, políticos aos quais sujeitos, gestores públicos e privados, ambientes, e diversos outros elementos estão inseridos. Daí a possibilidade de, ainda que a pesquisa tenha início nas humanidades, ela deve considerar os diversos aspectos que caracterizam a realidade que vivenciamos.

As frequentes crises às quais estamos cada vez mais sujeitos – de identidade, de representação, de confiança, de instituição, entre outras – estão postas e fundamentadas em diferentes naturezas. Elas nos convidam a promover rupturas e refutações de toda ordem. Até certo ponto, favorecem a interdependência entre as disciplinas para que os fenômenos possam ser vasculhados e esmiuçados. Talvez assim seja possível vislumbrar como esse cruzamento de conhecimentos, processado com apreciação de pensamentos tão distintos, mas complementares, pode ajudar a recuperar nossa lucidez, harmonia e, por que não, utopia diante da natureza, da história e da cultura do mundo.

2. O Instagram e seus atributos

Para podermos compreender melhor o espectro da pesquisa, é importante resgatar o histórico da plataforma pesquisada. Isso ajuda a situar e compreender melhor o âmbito da dissertação. Ainda que a primeira câmera considerada digital tenha sido desenvolvida por Steve Sasson, engenheiro da Eastman Kodak, em 1975, as maiores evoluções significativas aconteceram na década de 1990. Período também no qual a internet ganha escala comercial e os modelos de transformação de átomos em bits – armazenamento, dispositivos, entre outros recursos – passam a crescer exponencialmente.

O Instagram surgiu em meio ao processo generalizado de digitalização. Em 2010, os engenheiros de programação Kevin Systrom e Mike Krieger encontraram espaço no contexto que também surgia de redes sociais digitais e publicação de conteúdos em tempo real. Criaram a plataforma para permitir o compartilhamento de imagens instantâneas a partir da maior adesão e penetração do uso de telefones móveis munidos de câmeras. Em dois anos, a ferramenta atingiu milhões de usuários e foi adquirida, em abril de 2012, pelo Facebook – que no final de 2020, diante de escrutínio sobre controle de mercado, passou a se denominar Meta¹¹ – por um valor estimado em US\$ 1 bilhão. Para utilizá-lo, porém, é preciso contar com um dispositivo móvel – aparelho celular ou *tablet* – e instalar o aplicativo.

Em seu primeiro formato, restringia imagens em formato quadrado, a exemplo das fotografias Kodak Instamatic e dos equipamentos Polaroid, algo que aludia a certa nostalgia da associação entre imagem e autor. O nome da aplicação se desenha a partir do propósito da publicação do que acontece no instante, acompanhada de um texto curto que permita descrever o contexto de forma rápida e direta, como um telegrama (em inglês, telegram).

Feito o cadastro com alguns poucos dados – incluindo o aceite dos termos e condições impostos pela plataforma – o indivíduo já podia começar a publicar a sua visão de mundo a partir de fotos e legendas. Também pode, com seu perfil ativo, passar a seguir outras pessoas que possuem conta na plataforma, o que significa que quem atua no Instagram pode, nos termos popularizados pelas redes sociais digitais, seguir e ser seguido. As imagens desses indivíduos aparecem na página inicial da aplicação, logo depois de realizar o *login* – quando o usuário acessa uma tecnologia a partir dos dados pelos quais fez o cadastro (via de regra um nome de usuário ou e-mail e a senha criada para tal). Atualmente é possível acessar também a plataforma

¹¹ Comunicado oficial do Facebook que altera o nome da companhia para Meta. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>. Acessado em 09.02.2022.

por meio de navegadores da internet. A publicação de conteúdos, antes restrita por intermédio de um aparelho celular ou *tablet*, agora permite publicação por meio do navegador de internet.

Para além da comunicação por meio de imagens, há muitos elementos que foram incorporados como recursos ou metadados que transformam a maneira como se dá o trato com a ferramenta. Curtir (ação representada por forma de coração) e comentar (expressa por meio de um balão) aparecem em uma primeira camada relacional a um olhar inicial. Há, ainda, a adoção de *hashtags*¹², legendas das publicações, selos de verificação, possibilidade de transmissão ao vivo, notificações, geolocalização, emojis¹³ ou pictogramas, expedientes de compartilhamentos, de conversas por vídeo em tempo real.

Apesar de estimular a instantaneidade, o Instagram solicita acesso à câmera, microfone e banco de imagens do aparelho, o que significa que não é preciso publicar somente imagens no momento do uso. A percepção da imagem como o reflexo da crença em uma verdade ali explicitada ganha ainda mais revestimentos. Filtros aplicados às fotos e vídeos antes da publicação, porém, modificam a estrutura das imagens e permitem contar outras histórias sobre os fatos. Não se trata mais da imagem em si, mas do que se pretende explicitar por meio dela.



Figura 01. Página inicial do Instagram com destaque para o aplicativo em 2012. Retirada do <https://web.archive.org/web/20120613023510/http://instagram.com>.

¹² Palavras associadas ao símbolo # que são indexadas pelas plataformas de busca em forma de hiperlinks e reúnem os conteúdos sobre aquele tema. Permitem facilitar a procura por um assunto, informação ou tópico nos mecanismos de buscas. Ver também verbete da Wikipedia disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag>

¹³ Símbolos ou ideogramas que representam expressões faciais, objetos, lugares, animais entre outras linguagens - <https://pt.wikipedia.org/wiki/Emoji>.

Apenas para registro de possibilidades, são diversos os recursos de edição fotográfica. Entre alguns deles, podemos citar alguns como ajuste de ângulo, brilho, contraste, estrutura, temperatura, saturação, cor, esmaecer, sombras, vinheta, tilt *shift*, realce e nitidez. São elementos oferecidos pelo próprio aplicativo, sem contar as inúmeras outras ferramentas de edição que podem ser usadas, de maneira paralela, para reconstituir imagens e vídeos antes que sejam publicados no Instagram.

Ao longo de sua trajetória, a plataforma passou por diversas modificações. Foram adicionados novos elementos especialmente de edição, novas estruturas e formas de publicação para as imagens e vídeos, assim como outros recursos que podem ser agregados ao que se deseja publicizar por meio da tecnologia. Novos e mais filtros de diversos gêneros, figurinhas (chamadas em inglês de *stickers*, funcionam como uma espécie de etiqueta que pode ser adicionada à imagem ou vídeo como peças de decoração ou para auxiliar a narrativa que aquela informação deseja contar) entre outros subsídios foram adotados pela rede social digital.

Houve, inclusive, acusações de que o Instagram passou a copiar¹⁴ componentes de plataformas competidoras como o Snapchat – aplicativo de mensagens multimídia criado em 2011 com a premissa de que o conteúdo ficasse disponível por um tempo determinado. Caso do lançamento do Instagram Stories em 2016. Trata-se de um recurso que permite a publicação de imagens ou vídeos que sumirão do perfil do usuário após 24 horas do momento da veiculação da informação. Um processo que intensifica a propriedade efêmera da imagem, curiosamente tão presente nos meios digitais nos dias de hoje.

A partir de então, muitas outras funcionalidades foram acrescentadas à plataforma. Em 2017 já era possível criar álbuns – com até 10 fotos no mesmo post. Um ano depois veio o lançamento do IGTV, plataforma de vídeos verticais para concorrer com o avanço do Youtube. Atento à explosão do uso do TikTok, apresentou ao público o *Reels*, que disponibiliza a gravação de vídeos de até 15 segundos e junção de várias cenas, entre tantos outros adereços que foram reformulando as propostas e essência da plataforma ao longo do tempo.

¹⁴ Instagram copia Snapchat e lança Stories; posts apagam em 24 horas. Reportagem publicada pelo site Techtudo em 02.08.2016, disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2016/08/instagram-copia-snapchat-e-lanca-stories-posts-apagam-em-24-horas.ghtml>.

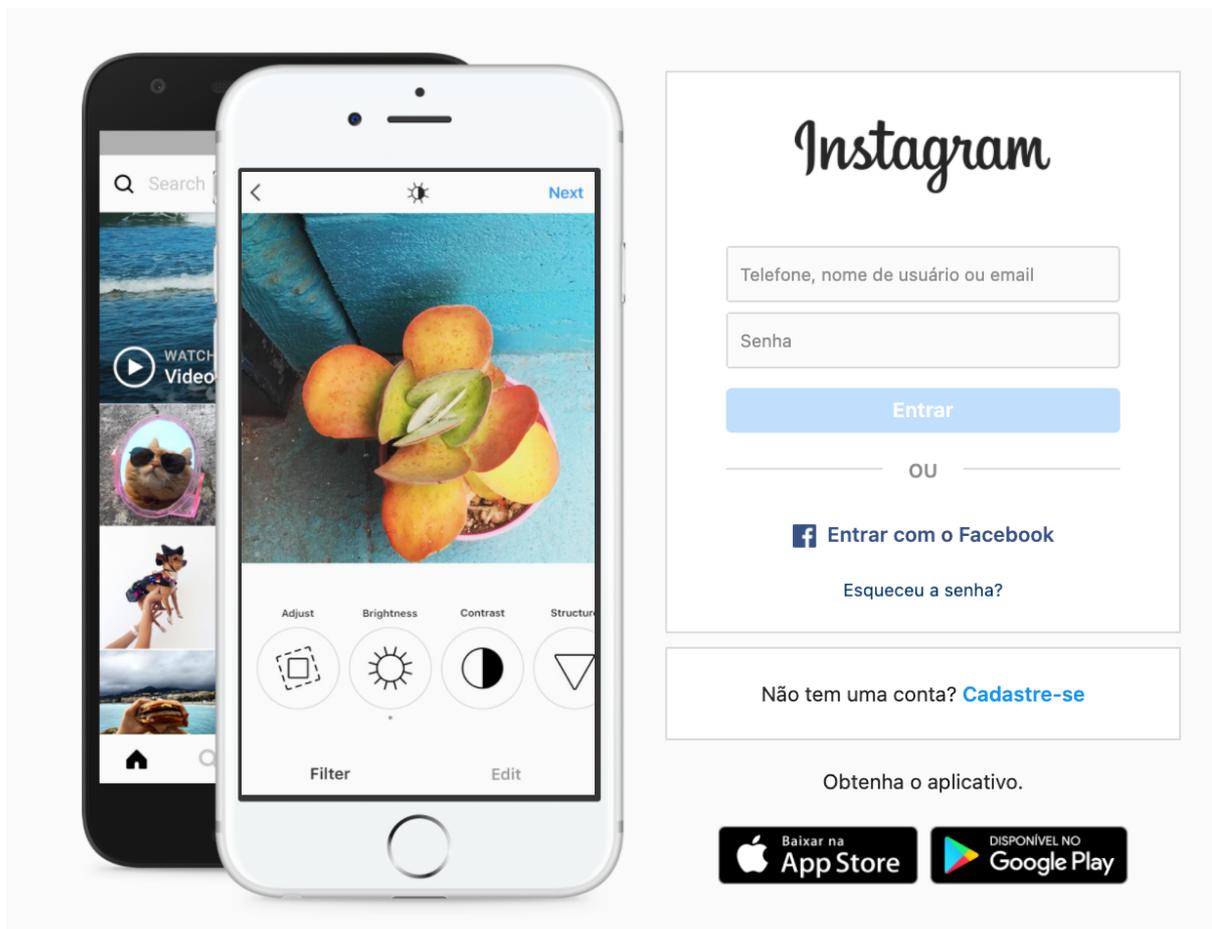


Figura 02. Página inicial do Instagram com diversas novas possibilidades oferecidas ao usuário em 2022, portanto, 12 anos após seu lançamento ao mercado. Extraído de: <https://www.instagram.com/>

Determinar, entretanto, a plataforma apenas como um aplicativo não condiz com o espaço e a noção de interação que ele oferece. O que começou somente com fotos e mais alguns artifícios, com o passar do tempo, passou a permitir outras possibilidades como a disseminação de vídeos e a realização de transmissões em tempo real, ou seja, ao vivo. A evolução da plataforma – tanto em termos de funcionalidades quanto ao volume de usuários e publicações – acabou por estabelecer novas relações entre muitos dos indivíduos e as imagens.

Esse constante progresso, realizado por meio de lançamentos de tempos em tempos, mas com certa frequência, sugere a intenção de fazer com que os indivíduos acessem mais vezes e permaneçam, a cada ingresso, por mais tempo na plataforma. Ainda que a pessoa não tenha o menor controle sobre as informações às quais ela dá publicidade no aplicativo. Não há como saber o potencial de alcance de determinada imagem ou vídeo, que tipos de indivíduos, entre aqueles perfis que te seguem, terão acesso, em qual momento e quais são os elementos do conteúdo compartilhado que podem incentivar uma interação – seja uma curtida ou um comentário.

Dessa maneira, é possível criar e estimular construções e ressignificações que afetam ingredientes fundamentais que compõem as interações sociais como a identidade, audiência e contexto. O propósito de prolongamento do tempo, muito provavelmente calculado e testado pelos profissionais responsáveis pelo desenvolvimento desses elementos, todavia, soa apenas como um recurso para estimular os aspectos comerciais.

Quanto maior o tempo, mais informações. Quanto mais dados fornecidos pelo próprio público, ampliam-se as chances de oferecer um produto ou serviço que seja condizentes com a realidade e os desejos daquele usuário. E, conseqüentemente, aumenta-se a possibilidade de o indivíduo interagir com um anúncio ou realizar a compra de itens de algum anunciante. Talvez esse contexto tenha se intensificado em um momento de sentimentos e aflições afloradas durante a crise sanitária provocada pelo coronavírus. Até então, por exemplo, o aplicativo estava disponível para ser utilizado somente em *tablets* e *smartphones*.

Na página da empresa¹⁵ destinada a negócios, os números apresentados expressam essa relação direta com o aspecto comercial. De acordo com o Instagram, “90% das pessoas na plataforma seguem uma empresa, duas em cada três pessoas entrevistadas disseram que o Instagram permite a interação com as marcas e 50% das pessoas ficam mais interessadas em uma marca quando veem anúncios dela no aplicativo”.

Na pandemia, em particular, além do próprio TikTok¹⁶ – uma rede social digital de origem chinesa criada em 2016 que permite criar e compartilhar vídeos curtos – o Instagram obteve crescimento considerável. Levantamento¹⁷ realizado pela empresa mLabs identificou uma evolução na taxa de engajamento quatro vezes maior do que o Facebook desde o início da crise sanitária em 2020. Vale ressaltar que, por engajamento, a companhia que realizou o estudo considera curtidas, compartilhamentos, comentários, cliques e interações no Instagram Stories.

Desde a proliferação de ferramentas de comunicação digital e plataformas de redes sociais digitais como o Instagram há grandes e profundos debates sobre a forma como a adoção dessas plataformas por parte das pessoas interfere ou produz ciclos e novos comportamentos sociais. Se o determinismo tecnológico e a técnica se sobrepõem às características das relações

¹⁵ Página institucional do Instagram volta a empresas e anunciantes. Disponível em https://business.instagram.com/?locale=pt_BR.

¹⁶ Reportagem do Olhar digital sobre o crescimento das plataformas, incluindo TikTok, ao longo da pandemia. Publicada em 07.09.2021 e disponível em <https://olhardigital.com.br/2021/09/07/internet-e-redes-sociais/instagram-e-tiktok-crecem-na-pandemia-com-aumento-de-vidEOS-diz-pesquisa/>.

¹⁷ Reportagem sobre a pesquisa feita pela mLabs publicada pelo Canaltech em 28.04.2021, disponível em <https://canaltech.com.br/internet/instagram-tem-engajamento-4x-maior-que-o-facebook-desde-o-inicio-da-pandemia-183731>.

humanas ou se a ferramenta será apenas o que nós fizermos dela. Não podemos negar, entretanto, que, a cada dia, agregamos cada vez mais esses recursos em nosso dia a dia.

2.1 Apropriação da plataforma

Até meados da década de 90 quem nunca se pegou folheando e exibindo, orgulhoso, um álbum de fotos das férias com a família ou com amigos – algo que, para os jovens ou os chamados nativos digitais¹⁸ não faz o menor sentido. Mas essa exposição já acontecia muito antes da internet se tornar ubíqua. Afinal, nossa relação com a imagem é bastante antiga e desde muito cedo foi percebida e utilizada como um meio de socialização.

A questão é que, agora, há uma outra articulação com o tempo e com o espaço. Podemos ter um volume maior de plateia para nossos registros. Mais: mesmo quando não conectados efetivamente, isto é, ativos em tempo real nas plataformas, estamos visíveis e acessíveis por meio de nossos perfis nas redes sociais digitais. O que configura um aspecto de uma representação quase onipresente, ou visibilidade ampliada (SIBILIA, 2008). É uma espécie de estar sem estar.

Esse novo contexto de se apoderar da ferramenta provoca adaptações em distintas linhas de pensamento. Na plataforma, que passa a compilar, catalogar e relacionar as ações que ali acontecem e devolver novas e outras funcionalidades que estimulam outras condutas. Nas pessoas, que absorvem e agregam esses novos processos como parte de suas identidades e representação sociais. Indivíduos passam a expressar, por meio de retratos e autorretratos, vídeos, novos símbolos (emojis), condições e posições que ocupam na esfera social, que apontem para uma circunstância realista ou não. Como em diversas ocasiões na vida ordinária, os indivíduos acabam por formar papéis que as retratem nas plataformas – não necessariamente como elas são e vivem. Uma transição que, em um primeiro olhar, parece silenciosa. Mas que suscita consequências acentuadas nas percepções e reflexões sobre o que, quem e como somos. Ou, ainda, sobre quem podemos ou desejamos ser. Num emaranhado de sentidos que ultrapassam o conjunto da interação social, porque ponderam autoestima, afeto e jogos de poder. Modificam a estrutura da identidade como categoria social de representação.

Vivemos, ainda, algumas alterações importantes na conjuntura e na configuração da imagem, da representação, enfim, no modo como as pessoas se acomodam às ferramentas e, na

¹⁸ Conceito cunhado pelo educador e pesquisador Marc Prensky (2001) para descrever a geração de jovens nascidos a partir da disseminação e disponibilidade de informações rápidas e acessíveis da internet.

outra mão, na maneira como as técnicas vão moldando as atitudes e fabricam novos significados. O que costumávamos chamar de revelação da fotografia quando os filmes das máquinas passavam por um processo químico para se transformar em imagem ganhou outra conotação. Revelar agora tem muito mais o sentido de publicar, compartilhar a imagem em uma plataforma digital.

O que também era algo em maior grau coletivo – uma seleção feita pela família ou por amigos próximos sobre o que deveria ou não ser exibido – volta-se, na atualidade para a individualidade, onde cada integrante passa a ter seu perfil próprio e se tornar o curador único ou principal do que deve ou não aparecer para o mundo – ao menos para aquele que acredita ser o seu universo. “Com o progresso tecnológico, o papel da imagem fotográfica tornou-se agora central para as comunicações interpessoais, que aparentemente envolve uma transformação radical da sua função social cotidiana” (RIVIÈRE, 2005).

Soma-se a isso a amplitude de pessoas que detém hoje um aparelho com câmeras nas mãos e um alto nível de conectividade que permitem registrar tudo e todos a qualquer momento, com grandes chances de ser publicado nas plataformas digitais. Essa disponibilidade por si só já é um incentivo relevante a atuação e representação nas redes sociais digitais e converte cada um em produtor de conteúdos, selecionando e editando o que, como, quando, onde explicitar as informações em forma de imagem ou vídeo. Nesse campo situam-se os intensos debates sobre “*selfies*” – autorretratos produzidos e compartilhados pelos usuários nas plataformas. Algo nada novo - quadros e muitas fotografias que retratam uma pessoa importante ou apenas de classe social elevada estão presentes na história desde que a fotografia surgiu. Só que, agora, esse recurso está totalmente acessível a uma parcela enorme da população global.

Assim como os referenciais de mundo, os microcosmos pareciam menores, mais conectados a um ambiente local – ainda que o rádio e a televisão exercessem papéis fundamentais para a compreensão de mundo mais amplo do que a nossa realidade apresentava. O acesso ao virtual ininterrupto a informações visuais distribuídos por pessoas de qualquer região do planeta modifica e amplifica a percepção da vivência, acelera e evidencia identidades múltiplas e mutáveis, entrelaça a noção de construção e manutenção de laços sociais.

Mas são as ferramentas que estão no entorno da publicação do conteúdo em si que produzem os potenciais efeitos nas pessoas. Receber retorno sobre algo publicado – por meio de curtidas ou comentários – além da chegada de novos seguidores ou fãs – são encarados como sinônimo de validação de determinado comportamento e expediente que encoraja os indivíduos a se manterem muito ativos em plataformas com o Instagram. Uma busca por prestígio e popularidade, reconhecimento e até mesmo sucesso social. Isso envolve muito poder e força

porque se transforma numa caixa de ressonância. O indivíduo posta um conteúdo, as pessoas curtem, comentam. Ele percebe que isso gera um estímulo positivo, inclusive neuronal. E retoma o ciclo. É viciante.

Em *A interpretação dos sonhos* Freud descreve a vivência de satisfação e as consequências de forma análoga e acrescenta duas novas noções, as de identidade de percepção e de identidade de pensamento; o sujeito procura apenas por vias diretas (alucinação) ou desviadas (ação orientada pelo pensamento) uma identidade com a “percepção que esteve ligada à satisfação da necessidade”. A vivência de satisfação – real e alucinatória – é a noção fundamental da problemática freudiana da satisfação; nela se vêm articular o apaziguamento da necessidade e a realização de desejo (LAPLANCHE; PONTALIS, 2016).

Por despojamento, ausência de qualquer tipo de vergonha ou pudor em se exibir e mostrar fatos corriqueiros, as pessoas projetam uma audiência. A questão é que, com a experiência na plataforma, muitos desses usuários, mais familiarizados com os recursos e com a dinâmica, conseguiram dilatar o volume de pessoas que os acompanham.

Esse movimento formou uma nova categoria de personagens nestas plataformas, os chamados influenciadores digitais ou *creators*¹⁹. “[...] amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público” (Shirky, 2011). É possível vincular essas terminologias ao que se convencionou e consolidou como celebridade, calcada na cultura de massa das sociedades ocidentais e fomentada pelo crescimento dos meios de comunicação. Ainda que estudos multidisciplinares apontem para um processo que culminou e atingiu o ápice com este contexto de hiperconectividade próprio do nosso tempo.

Nesse sentido, podemos inferir que são indivíduos em diversos nichos que, em virtude da audiência que conquistaram para seus canais e perfis estabelecidos atualmente em múltiplos meios virtuais – o que nos remete aos primórdios da internet e o sucesso dos blogs que, com o passar dos anos, foi transferido para os demais meios como as redes sociais digitais – acabam por induzir ou persuadir outros indivíduos com seus pensamentos, posicionamentos sociais, políticos, econômicos, estilos de vida e consumo.

A capacidade de influenciar pessoas precede as mídias digitais e corre na história a partir de conquistas obtidas pelos mais diversos gêneros entre líderes religiosos, políticos, filósofos, cientistas, esportistas e demais categorias que pudermos encontrar. Um modo de construção –

¹⁹ Não há uma certeza em relação aos primeiros usos do termo influenciador digital no Brasil (de origem do inglês *digital influencer*). O YouPix – uma marca especializada em fomentar esse segmento no país – é responsável pelos primeiros registros da expressão *creator* em meados de 2015. Disponível em: <https://medium.youpix.com.br/the-creators-shift-26bacab84308>. Atualmente, as próprias plataformas como o Instagram adotaram a nomenclatura e possuem recomendações de como se tornar um *creator* ou manter e fazer crescer a audiência a partir de um perfil como este. Disponível em <https://business.instagram.com/creators>.

e de acumulação - de um capital social. “[...] agregado de recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede duradoura de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e reconhecimento mútuos - ou seja, de pertencimento a um grupo” (BOURDIEU, 1997).

E são muitos desses indivíduos que movimentam e mantêm as pessoas por mais tempo nesses ambientes. Essa migração para ambientes digitais também resulta em mudanças significativas de intenção e proposta de apresentação ou representação para o mundo. Boa parte dos chamados influenciadores digitais iniciaram o processo a partir do compartilhamento de suas rotinas cotidianas, sem muitos compromissos com um padrão estético, de registro de memória no tempo ou informações que poderiam ser classificadas como relevantes. São, em grande maioria, retratações banais e transitórias e, mais uma vez, com uma película muito estreita entre o público e o privado.

Mais do que isso: a plataforma promove e estimula, com apoio a influenciadores digitais, um engenho de vidas perfeitas, de felicidade, de momentos especiais, de abundância financeira ou emocional, por intermédio dessas figuras que absorveram grandes massas de pessoas. Uma rotina que, apesar de se parecer mais com um conto de fadas, príncipes e princesas, estabelece milhares de conexões.

Ao mesmo tempo, e talvez por essa falsa espontaneidade, a influência extrapola o campo do convencimento. Influenciadores tornam-se espelho para uma geração cada vez mais conectada que almeja seguir os mesmos trilhos, abraçando a função como uma profissão real. O sonho de ser jogador de futebol, médico, advogado, agora dá lugar a aspiração em ser influenciador digital a muitos jovens²⁰. Mas este não é um elemento isolado, que parte da pura vontade de trocar, disponibilizar, compartilhar ideias. A constituição desse processo está muito além do indivíduo.

Bucci (2022) aponta que a comunicação foi direcionada a partir da compreensão e atuação mercadológica. E, quando a imagem ao vivo toma conta das relações, impulsionada pelas redes sociais digitais, o processo não se diferencia, o que indica estratégia de capital que tem como premissa “mobilizar sujeitos por meio de paixões e pulsões para, em seguida, extrair deles olhar e dados pessoais, dois fatores que concentram valor econômico”. A natureza desse mecanismo é, portanto, econômica.

²⁰ Coluna de Ancelo Gois, de O Globo, aponta dados de uma pesquisa realizada pelo aplicativo de transmissão ao vivo Yubo, 2.246 jovens brasileiros. Segundo o levantamento, 39% dos adolescentes querem ser influenciadores digitais e 46% deles já cogitaram em transmitir suas vidas o tempo todo. Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/tem-muito-jovem-no-brasil-sonhando-em-ser-influenciador-digital.html>.

Por certo, os mecanismos de capturar e saciar a demanda desejante são tão velhos quanto a humanidade. Desde sempre existem o Imaginário, o desejo, as identificações, os processos libidinais, mas há uma ruptura aí, diante do nosso nariz. No nosso tempo, o tempo da Superindústria do Imaginário, os mecanismos para enredar e saciar a demanda desejante foram monopolizados pela mercadoria. Antes, o jogo de fisgar os nós do desejo não tinha sido açambarcado pelas relações de produção, como acontece hoje. Antes, esse jogo pertencia ao campo das representações simbólicas, aos ritos religiosos, às celebrações ocasionais mais ou menos autônomas em relação às atividades econômicas. Agora, a fabricação das representações imaginárias, em todos os espaços sociais, foi alçada por sua própria potência significativa ao cerne do capitalismo. Quando as *big techs* desfilam no grupo das empresas mais valorizadas do mundo, não cabe mais nenhuma dúvida a respeito disso. As tais “gigantes da internet” não fazem outra coisa que não seja capturar o olhar mediante anzóis libidinais (que interpelam o desejo), comercializar esse olhar (e a atenção que supostamente o olhar carrega) e retroalimentar o circuito de sedução e comércio indefinidamente. Tudo o que se vê é uma fabricação da Superindústria do Imaginário (BUCCI, 2022).

É nesse enquadramento que o Instagram figura como um dos principais meios de construção e sustentação dessas novas configurações de identidades e exteriorização, onde o indivíduo acaba por oferecer concepções idealizadas de si em busca de visibilidade cada vez mais performática, estratificada e vigiada, bem como mediada, manejada e dirigida por objetos digitais.

2.2 A relação dos indivíduos com objetos digitais

O universo da interação entre os indivíduos vem sofrendo transformações inexoráveis ao longo das últimas décadas. O crescimento exponencial do acesso à internet e, principalmente, às redes sociais digitais, desestabilizaram a realidade e apresentaram novas possibilidades de experiências e à maneira como o homem se coloca para e diante do mundo cotidiano. Abalaram a sistemática do real e do presencial, permitindo a criação de projeções e simulacros, desconfigurando as trocas simbólicas.

Na prática, para além dos impactos nos contextos social, político, religioso e cultural, essas ferramentas – ou novas mídias - instrumentalizaram o cidadão. A relação do homem com o mundo, com a natureza, com o ambiente, transmuta a partir da possibilidade da interação digital. É preciso aprofundar a avaliação não sobre a tecnologia por si, mas ao uso que fazemos dela. Simular o real sem contar com a representação para tal produz um “novo real” e modifica a percepção que temos do mundo. E, a partir daí, temos novos ambientes para a sociabilização. Isso significa que a tecnologia passa a ser a nova mediadora do chamado ser social.

A tecnologia e o digital com os quais contamos atualmente facilitam e potencializam o envolvimento e interatividade em diversas formas. O ciberespaço constituído no atual formato concede ao indivíduo a expressão pública, até mesmo em escala global. “No clima intelectual da computação social, a avaliação, a crítica, a categorização não são mais reservadas aos mediadores culturais tradicionais (clero, professores, jornalistas, editores), mas retorna às mãos das multidões” (LÉVY; LEMOS; 2006). Mas a discussão recai também sobre os modelos. “O fato de qualquer um ser capaz de produzir conteúdo só é significativo se outros puderem desfrutá-lo. O PC transformou todas as pessoas em produtores e editores, mas foi a Internet que converteu todo mundo em distribuidores” (ANDERSON, 2006).

A evolução das mídias comunicacionais e sua potencialidade de interação dialógica, ou seja, face-a-face, repleta de referências simbólicas (gestos, expressões faciais e corporais, entonação) passa a figurar dentro de novos esquemas coletivos. A conectividade e as mídias sociais digitais emergentes desorganizam os padrões estabelecidos e todas as suas características – sobretudo, a copresença.

A pós-modernidade nos apresenta à chamada “Sociedade da Informação” (CASTELLS, 1999; LÉVY, 1999) ou “Sociedade do Conhecimento” (DOWBOR, 2005). Um momento de vínculo entre estados-nações em aspectos plurais que culmina com a globalização. Mercados mais acelerados, abertos, com regulações limitadas inundam e transbordam o referencial espaço-tempo-cultura dos indivíduos. Temporalidade e linearidade perdem o sentido na observação desse novo contexto social, ocupado cada vez mais pelas redes de comunicação digital. O fluxo de informações pode ser acessado a qualquer momento, sem uma ordem lógica. Ainda que haja uma parcela de cidadãos sem acesso à web, para os usuários de tecnologias digitais, o espaço e o tempo parecem distendidos e diluídos.

O choque provocado pela dificuldade de assimilação e pelo confronto entre o local e o global remodelam a estrutura de poder social. Real e virtual se atravessam, se inter-relacionam - o que motiva a revisão ou busca por outros arranjos de identidade e intensificam uma nova dinâmica de performance. Vemos o surgimento de novas reflexões e possíveis contestações sobre a sustentação de instituições estabelecidas há séculos e milênios - algo que interfere sobremaneira na estruturação da vida. Mais do que isso: não se trata de algo transitório ou circunstancial. Mas sim de um sistema que coloca o indivíduo em um novo ciclo.

Agora, instrumentalizado por recursos cada vez mais digitais, o sujeito abala o paradigma de subsistência do próprio homem. Desejo, pulsão, comportamento, manifestações recebem novos contornos. O indivíduo se vê forçado a reagir em tempo integral a uma infinidade de códigos, símbolos, sinais que transmutam numa velocidade difícil de acompanhar.

Uma composição que desorganiza a definição entre público e privado, singular e coletivo, eu e outrem.

Por mais que tentemos lançar um olhar otimista, a questão passa pelo debate sobre o fato dessas plataformas de interação digital terem sido desenvolvidas no âmbito de grandes companhias de capital privado, organizações hegemônicas (SANTOS, 2008) com interesses não ou vagamente declarados. Esse ponto de inflexão é de suma relevância, a partir do momento em que consideramos que essas tecnologias se interpõem na participação do ser com o mundo. Quando elas passam a ser propulsoras dos pensamentos, ideias e opiniões que mediam a sociedade.

É a filosofia da caixa preta (FLUSSER, 1985). As informações entram nessas plataformas, passam por elas, e saem na outra ponta. O grande risco é que não se sabe o que efetivamente acontece dentro dessa caixa. E há muitos questionamentos em relação a isso. Quem, de fato, constrói os códigos, quais são os padrões e vieses utilizados, de que maneira esses símbolos se configuram, a que interesses servem, qual a lógica destes? O que sabemos é que a sociedade não controla nenhuma parcela desse processo.

Essas mídias, a partir da visão de Heidegger, acabam por causar um “esquecimento generalizado do ser” e subtraem do indivíduo o papel de sujeito da história. Não há neutralidade.

Por todos os lados, permaneceremos, sem liberdade, atados a ela [técnica], mesmo que a neguemos ou a confirmemos apaixonadamente. Mas de modo mais triste estamos entregues à técnica quando a consideramos como algo neutro; pois essa representação, à qual hoje em dia especialmente se adora prestar homenagem, nos torna completamente cegos perante a essência da técnica (HEIDEGGER, 2007).

A sociedade da disciplina, teorizada por Michel Foucault, que engloba ou suprime o indivíduo a partir de regulações feitas por mecanismos de instituições disciplinares – a fábrica, a escola, a prisão etc. – reestabelece os comportamentos sociais. É a vida guiada por um novo controle. Porque os traços produzidos pelas mídias sociais digitais dilataram o conceito de representação. Seria uma espécie de expansão do panóptico, agora digital, que, segundo Han (2017), transforma o valor do culto em valor de exposição. Mas uma exibição que sustenta a lógica de performance, portanto, rasa, uma estética da superfície. Agora, com vigilância não mais centralizada, mas realizada por todos.

Por outro lado, esses ambientes ou comunidades virtuais reduzem alguns impeditivos que surgem no universo físico como filtros, controles e direcionamentos impostos por quem está na organização das discussões sociais públicas. Criaram um novo estado de socialidade, em que as interações formam o conceito de “só sem estar isolado” (LEMOS, 1999).

Thompson (2008) aborda o que chama de “quase-interação mediada”, que ele qualifica como a realizada pelos meios tradicionais de comunicação (jornais, livros, TV, entre outros), monológica (via de mão única) e com produção de referenciais simbólicos abertos (para compreensão abrangente de mais de uma pessoa ou grupo). Vale observar que a interação face-a-face não foi abandonada, mas modificada e complementada pelo nascimento da indústria gráfica – que permitiu o surgimento da quase-interação mediada – e pelas tecnologias, com um novo processo de comunicação.

Cada vez mais os indivíduos são capazes de captar informações e conteúdos simbólicos de fontes outras que não as pessoas com quem interagem diretamente no decurso de suas vidas cotidianas; cada vez mais eles têm acesso a um «conhecimento não-local» e que podem incorporar, de maneira reflexiva, em seus processos de reconstrução pessoal. A criação e a renovação das tradições são processos que se tornaram mais atrelados à troca simbólica mediada; as tradições não são necessariamente destruídas com o avanço das sociedades modernas, mas perdem gradualmente seu lastro nas situações cotidianas. O desenvolvimento dos meios cria novos campos de ação e interação que envolvem diferentes formas de visualidade e nos quais as relações de poder podem alterar-se rapidamente, dramaticamente e tomando caminhos imprevisíveis. (THOMPSON, 2008, p. 20)

A visibilidade é aquela que está ao nosso alcance, caracterizada pelo espaço e tempo, sem a necessidade de aparatos técnicos para ampliar o campo. Ela é, portanto, situada porque os que são visíveis a nós compartilham a mesma condição espaciotemporal, além de recíproca - quem vemos também pode nos ver. O contexto atual é muito diferente. Os referenciais simbólicos foram embaralhados e fragmentados, interferindo sobremaneira na construção da identidade pessoal.

Essa configuração coloca o indivíduo em um processo mutante, ou seja, na dúvida entre quem é e onde está, ele começa a definir diferentes personas para a atuação social em momentos e ambientes diversos. Para cada situação, ele adota a identidade que lhe convier. A imagem e a subjetividade se tornam fluidas. “Mexer-se não é mais deslocar-se de um ponto a outro da superfície terrestre, mas atravessar universos de problemas, mundos vividos, paisagens dos sentidos. [...] Somos imigrantes da subjetividade.” (LÉVY, 1998)

Esses novos modelos de relações construídos a partir do uso de plataformas digitais trazem à tona características cada vez mais visíveis da sociedade e das relações que usam o digital como base. Efemeridade e presenteísmo ganham corpo e passam a fazer parte da vida cotidiana do cidadão comum, tornando não só o debate público e político menos profundo, como minimizando o impacto e a força de iniciativas coletivas para transformações sociais. Neste contexto no qual as expressões da vida parecem encenadas e visibilizadas nas plataformas – até certo ponto como se fôssemos personagens de nós mesmos – o comum e trivial aparecem

com mais força e extrapolam o debate público sobre temas que realmente podem ser relevantes para a coletividade e vida em sociedade. Ao passo que cada indivíduo tem a capacidade de se tornar produto de conteúdo e midiaticar essas informações e recortes, criam-se novos micromundos.

Os dispositivos de visibilidade atuais oferecem o olhar do outro e uma cena pública numa realidade social onde o indivíduo só existe se ele é capaz de fazer saber que ele existe (idem). Não por acaso, as tecnologias de comunicação são instrumentos privilegiados na atual constituição da individualidade e da subjetividade. [...] A exposição de si na Internet constitui um segundo passo nesta demanda por visibilidade na medida em que esta se desconecta do pertencimento ao mundo extraordinário da fama, do sucesso e da celebridade para se estender ao indivíduo qualquer, naquilo mesmo que ele tem de mais ordinário e banal. Com os *weblogs* e *webcams*, passamos da tentativa de ingresso na mídia para a possibilidade de o indivíduo ser sua própria mídia e criar, conseqüentemente, o seu próprio público. (BRUNO, 2004)

Nesse sentido, a visibilidade, a performance na prática das atividades sociais do cotidiano, passa a ser mais importante do que a discussão, o debate, a socialização. Trava-se uma batalha pela influência, pela publicização do privado, pelas relações de poder. A internalização do pensamento crítico e o abandono da unicidade social que intensifica o individualismo prevalece sobre o coletivo.

2.3 Indivíduos na relação com a pandemia

A conjuntura atual é bastante confusa e extraordinária e, justamente por estas razões, nos impele a levantar muitas possibilidades sobre a maneira como os indivíduos se revelam e como as narrativas e discursos são criados neste momento em um meio digital. A pesquisadora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Fernanda Bruno, ressalta que a exposição nas mídias digitais acaba por fazer com que a subjetividade se funda com a própria exterioridade e, assim, pode abalar nossa identidade. De acordo com ela, as tecnologias comunicacionais da atualidade “participam de uma transformação no modo como os indivíduos constituem a si mesmos e modulam sua identidade a partir da relação com o outro, mais especificamente com o olhar do outro” (BRUNO, 2004, p. 110). Assim, esses mecanismos absorvidos pela sociedade colaboram para o desenvolvimento de uma subjetividade onde reinam a projeção e a antecipação.

“Paradoxalmente, enquanto acumulamos mais dados e incrementamos nosso poder de computação, os eventos tornam-se mais desenfreios e inesperados. Quanto mais sabemos, menos somos capazes de prever” (HARARI, 2018). O historiador acredita ser inútil o

conhecimento que não transforma comportamento. Ao mesmo tempo, aponta que a estabilidade rápida dessa mudança pode torná-la irrelevante em pouco tempo.

Quanto mais dados tivermos e quão melhor compreendermos a história, mais rapidamente a história alterará seu curso, e mais rapidamente nosso conhecimento se tornará obsoleto. Uma visão até mesmo preconizada há muitos anos.

Porém quanto mais a conversação se ocupa de temas mais importantes que esses, mais humanos, mais "reais", tanto mais aumenta sua imprecisão, sua inépcia e seu confucionismo. Dóceis ao prejuízo inveterado de que falando nos entendemos, dizemos e ouvimos com tão boa fé que acabamos muitas vezes por não nos entendermos, muito mais do que se, mudos, procurássemos adivinhar-nos (GASSET, 1929).

Em tempos ditos pós-modernos ou pós-humanos, jamais enfrentamos uma situação próxima do que passamos atualmente. A proliferação de um vírus que nos empurra a um processo epidêmico global. A descoberta e propagação do coronavírus acontece exatamente em um espaço e tempo completamente submersos num contexto digital. E, mesmo com todo o avanço tecnológico e medicinal, até o presente instante, não há previsibilidade sobre possibilidades de melhoria, cura, recuperação em um curto espaço de tempo e para além das vacinas desenvolvidas e disponíveis que já auxiliam a mitigar o impacto em termos de contaminação e mortes.

Os impactos são imensos. Atingem todas as esferas da vida, provocando reações sociais, políticas, econômicas. E produz a necessidade de um modelo de isolamento e distanciamento social pouco visto na história com objetivos de preservar a vida.

O imperativo de isolamento coincide com um novo reconhecimento de nossa interdependência global no novo tempo e espaço da pandemia. Por um lado, somos solicitados a nos recolhermos em unidades familiares, espaços compartilhados de moradia, ou domicílios individuais, privados de contato social e relegados a esferas de relativo isolamento. Por outro lado, estamos diante de um vírus que transpõe tranquilamente as fronteiras, completamente alheio à própria ideia de território nacional. [...] O vírus não discrimina. Poderíamos dizer que ele nos trata com igualdade, nos colocando igualmente diante do risco de adoecer, perder alguém próximo e de viver em um mundo marcado por uma ameaça iminente. (BUTLER, 2020)²¹

Ainda que possamos questionar esta perspectiva – afinal, é possível perceber um aumento ainda mais severo da desigualdade econômica e social durante a pandemia, o que

²¹ Artigo produzido para o blog da Editora Boitempo, em Dossiês Temáticos, sobre Covid-19. Publicado em 20 de março de 2020. Acessado em 19 de julho de 2020 no link <https://blogdaboitempo.com.br/2020/03/20/judith-butler-sobre-o-covid-19-o-capitalismo-tem-seus-limites/>

coloca em xeque a visão de equidade entre os indivíduos – não podemos descartar um outro tipo de consequência direta. Um dos efeitos imediatos foi a corrida aos meios digitais - não só para tentar sustentar minimamente os processos produtivos trabalhistas, já tão precarizados, mas também para resguardar e dar continuidade às demandas de contato social.

A pandemia impõe uma passagem e interpretação diferentes que provocam uma vivência ainda não experimentada pela grande maioria das pessoas, com potencial de incentivar novas maneiras de elaborar a comunicação e a expressão. Este processo, dado o momento, também pode interferir profundamente na forma como ressignificamos a nossa noção de pertencimento e território.

Ainda mais em um período histórico no qual a imagem e a autoimagem se sobressaem, ou seja, o discurso visual recebe destaque por conta de uma imposição da técnica, da ditadura dos meios, de um certo grau de determinismo tecnológico. Performance confunde-se com vida real e os conceitos de representatividade e identidade flutuam diante de recursos, ferramentas e algoritmos sobre os quais sequer sabemos como funcionam.

O discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si. (FOUCAULT, 1996)

Até que ponto, porém, os indivíduos, expostos a um cenário caótico e desconhecido, conseguem voltar-se para dentro de si e, ao mesmo tempo, participar de um projeto de bem-estar maior no qual pode participar? A exposição de sentimentos e pensamentos pode variar entre o que realmente se deseja e o que apenas insere e envolve o sujeito em um rolo compressor informacional. Ele só é, só existe, se se exhibe. As formas de vida definidas antes pelo trabalho, pelo desejo ou pela linguagem, recebem novos e mais elementos, virtualizados.

A circunstância aponta para o conceito de societal (MAFFESOLI, 2014), no qual o lúdico e a construção de um imaginário se sobressaem ao racional político e econômico, ganham os holofotes em detrimento de um pensamento igualitário na forma de representar o estar junto, o fazer parte de um processo, de um movimento, de um contexto.

Passamos a nos enxergar como somos, cada vez mais, somente a partir da ótica desses mediadores tecnológicos controlados por um modelo de capital financeiro e não mais a partir de uma visão de bem comum. E, com isso, tornamo-nos reféns de uma tecnociência proliferada em todo o mundo, sem que sequer saibamos as reais intenções de quem a produziu. Até que ponto o meio e seus recursos provocam o chamado “efeito manada” e acabamos apenas

seguindo atitudes e expressões que não necessariamente condizem com as quais nos identificamos, mas compartilhamos conteúdos e produzimos comunicação semelhante ao que vimos nos outros por um sentimento de pertencermos e sermos reconhecidos como parte deste momento da pandemia e do isolamento social.

2.4 A visibilidade na crise por meio de objetos digitais

Imagens são mediações entre homem e mundo (FLUSSER, 1985). E é nesta conjuntura que a rede social digital Instagram encontra terreno fértil para se tornar um meio relevante de contar este momento histórico. A plataforma já vinha, antes mesmo de toda esta transformação e caos, ampliando seu alcance como ferramenta de interatividade e representatividade social. E tornou-se um elemento ainda mais potente.

Para além de todos os desafios, uma nova rotina se configura. Aos mais vulneráveis, a obrigatoriedade da presença física nas ruas por necessidade de subsistência amplia os riscos de contágio. Outra parcela, mais privilegiada, tem a possibilidade de exercer a maior parte de suas funções básicas em isolamento. Trancados em suas casas ou nas ruas, os indivíduos passaram a produzir e compartilhar todo e qualquer tipo de conteúdo, dentro de certas limitações que são seus ambientes domésticos ou que a própria situação das ruas proporciona.

Os mecanismos dessas novas mídias, especialmente as redes sociais digitais, modificaram a forma como os indivíduos não só buscam pertencimento a diferentes grupos de interesse, mas também como se expõem a esses contextos. Entra em cena a reformulação de concepções que tratam de poder, de validação social, de capital simbólico, de publicização do privado, de presenteísmo, de espetacularização do cotidiano.

Por conta do impacto desses mecanismos em aspectos tão relevantes da vida, acabamos por alterar os símbolos de representatividade. Essa experiência inédita de troca de informações ininterruptamente invade e atinge os conceitos de enfraquecimento da dimensão espacial na vida social, abate as normas, regras, regimes sociais, políticos e econômicos. Em teoria, o diálogo com o mundo interposto por tecnologia aumentaria a pluralidade e a diversidade das relações e amplificaria o conhecimento em todos os âmbitos. O que vemos, porém, são efeitos conflitantes. Ora criam padrões de isolamento, ora comportamentos exibicionistas.

A escolha por uma análise sobre a fotografia e suas legendas como objeto do estudo se dá em razão de sinais de que há uma transposição de uma leitura de mundo pelas lentes da rede social digital. Isto pode nos fornecer respostas de testemunhas de um tempo. A compreensão e

assimilação de novos códigos visuais amplificam e transformam nosso olhar e concepção de mundo, tornando-nos capazes de identificar o que vale ou não ser contemplado.

Tirar uma foto é participar da mortalidade, da vulnerabilidade e da mutabilidade de outra pessoa (ou coisa). Justamente por cortar uma fatia desse momento e congelá-la, toda foto testemunha a dissolução implacável do tempo. [...] Fotos podem ser mais memoráveis do que imagens em movimento porque são uma nítida fatia do tempo, e não um fluxo. A televisão é um fluxo de imagens pouco selecionadas, em que cada imagem cancela a precedente. (SONTAG, 2004)

A rede social digital Instagram torna-se, portanto, um dos principais meios não só de manutenção das relações, mas de representação das subjetividades dos indivíduos. Ocupam espaço e tempo que, por fim, revelam características importantes da vida cotidiana - seja pela circunstância da circulação pelas ruas, seja pelo processo de reclusão em seus lares ou espaços familiares.

Precisamos, entretanto, ampliar o olhar sobre esse fenômeno. Apesar de tratarmos da fotografia ou da representação da subjetividade por meio visual, essa imagem está inserida em um contexto relacional específico de uma determinada plataforma. O que vai proporcionar um tipo de jogo que não é natural. O meio tem suas intencionalidades e foi construído para determinar práticas de relação que atendem a determinados interesses.

Apesar da potencialização de possibilidades comunicativas, vemos um enfraquecimento dos laços comunicacionais, que pode causar efemeridade, falta de argumentação real e aprofundada, insignificância, banalidade. Isso torna o espaço público, destinado a discussões de ordem política e social, um ambiente em crise. Socialidade e publicização se misturam gerando o que se convencionou chamar de “culto ao eu”, banalizando a articulação e organização políticas necessárias e essenciais para a convivência social.

Hoje, estar em rede é publicizar-se. Soma-se, a essa análise, a definição de sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997), na qual indivíduos apresentam papéis sociais diversos, desenvolvem *personas* para atuação social em comunidades digitais virtuais, de acordo com o ambiente. Então, como filtrar o que é efetivamente interesse pessoal, particular, e o que é benefício e conveniência geral? E, assim, uma identidade coletiva, de bem comum, vai se esvaindo pelo tempo e espaço.

O processo de quarentena, estimulado pela pandemia, somado à adoção massiva de tecnologias digitais direciona a subjetividade para uma individualização dentro de um coletivo exatamente em razão da composição proposta por esses objetos digitais.

Parece-nos confuso que algo que possibilite a conexão, a relação entre pessoas de qualquer lugar do mundo, a qualquer tempo, possa direcionar o indivíduo para o singular, o

solitário. Mas há, inclusive, uma corrente grande de pensadores como Giddens, Putnam, Wellman, Beck e o próprio Manuel Castells que acreditam no surgimento de um sistema das relações sociais centrado no indivíduo.

Após a transição da predominância de relações primárias (corporificadas em famílias e comunidades) para a de relações secundárias (corporificada em associações), o novo padrão dominante parece fundar-se no que poderíamos chamar de relações terciárias, ou no que Wellman chama de “comunidades personalizadas”, corporificadas em redes egocentradas. (CASTELLS, 2003)

É o que Castells considera a privatização da sociabilidade causada pela falência do núcleo familiar, pelo distanciamento e novos padrões urbanos, além da crise da legitimidade política, com o afastamento do homem da esfera pública.

[...] não é a internet que cria um padrão de individualismo em rede, mas seu desenvolvimento que fornece um suporte material apropriado para a difusão do individualismo em rede como a forma dominante de sociabilidade. O individualismo em rede é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados. (CASTELLS, 2003)

A carência de atenção, até mesmo pela abundância de informação proveniente de múltiplos meios, pode gerar uma nova fase de massificação, de organização de pessoas em comunidades que interligam objetivos comuns, mas com pouca profundidade de realização. Essa nova conjuntura equilibra engajamento e esvaziamento.

Avançamos sobre etapas de ser, ter e chegamos ao estágio do “parecer ser e ter”. Encontramo-nos com a midiaticização e a espetacularização da vida. É o processo de hipervisibilidade de um eu editado, reformulado, composto somente do que acreditamos ser o que realmente vale para o outro. A intimidade mediada e ostentada, vigiada e autovigiada.

Entramos na esfera da evidenciação que as produções e projeções pessoais têm hoje na internet. “A visibilidade mediada de indivíduos, ações e acontecimentos está agora separada da necessidade de compartilhar um domínio comum e desvinculada das condições e restrições da interação face a face” (THOMPSON, 2008). Conhecido por sua visão sobre as características líquidas da sociedade moderna, o sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman é enfático em dizer que as pessoas:

[...] são aliciadas, estimuladas ou forçadas a promover uma mercadoria atraente e desejável. Para tanto, fazem o máximo possível e usam os melhores recursos que têm à disposição para aumentar o valor de mercado dos produtos que estão vendendo. E os produtos que são encorajadas a colocar no mercado, promover e vender são elas mesmas. (BAUMAN, 2008)

Por nos constituirmos como seres sociais, a partir do qual podemos perceber transformações manifestas claras da condição do homem e da compreensão do mundo e de si, isso certamente deve provocar mudanças relevantes e causar impacto na cidadania e no bem-estar comum - portanto, no modo de vida coletivo. Acentua-se, assim, a percepção de uma cultura traduzida cada vez mais a partir do modo de funcionamento dos algoritmos de uma plataforma digital de uma empresa privada com diversos mecanismos de exploração econômica. Um objeto digital que reconhece e faz uso dos traços da cultura, que acaba por matematizar as relações com fins que podem e precisam ser discutidos.

3. Proposta da pesquisa

Na medida em que a tecnologia avança, cada vez mais, para toda a experiência humana, é necessário ponderar a influência e agência de uns (indivíduos) sobre outros (ferramentas) com vieses e características de um lado a outro. Tentar entender minimamente de que maneira essa relação se dá e qual a lógica que está por trás dela é fundamental para compreender a sociedade como um todo, ainda mais em um momento tão único como o que vivemos. Especialmente porque não há inevitabilidade tecnológica (ZUBOFF, 2021), ou seja, essas plataformas não podem ser encaradas como um fim, mas como meio. É extremamente complexo separar mais os dois mundos, tratando-os simplesmente como universos distintos.

Isso nos leva a grandes dilemas atuais quando olhamos para o contexto. Porque são muitas as perguntas que podem ser pensadas e feitas. De que maneira essas tecnologias são programadas para nos incentivar a contar e mostrar aos outros o que fazemos e pensamos, em qual lugar estamos, ainda mais num contexto exclusivo como o da pandemia? O que e como a fotografia, impulsionada e intermediada por uma rede social digital, diz sobre as pessoas, as angústias, as concepções de vida na pandemia do novo coronavírus e durante o processo de isolamento social?

Por que aceitamos correr riscos ao tornar nossas pseudo-identidades visíveis a amigos, conhecidos e, até mesmo, a completos desconhecidos - inclusive em um momento crítico e que nos deixou tão perdidos – em ambientes sobre os quais não apresentamos qualquer tipo de poder, domínio e mesmo conhecimento sobre a dinâmica de funcionamento? Há uma perspectiva de futuro e como ele se desenha em um instante de estresse do cotidiano?

Considerando que uma parcela significativa das pessoas permanece em casa, quais são os limites de exposição da privacidade neste cenário de menor mobilidade, portanto, um universo muito limitado de ser traduzido e simbolizado. Quais são os recursos, mecanismos, ferramentas e de que maneira tudo isso influencia e recompensa a manifestação de um comportamento social na plataforma Instagram? Por fim, como apreendemos esta realidade que se impõe de maneira subversiva e desconhecida? Que novos elementos vêm sendo incorporados neste novo modo de vida?

As possibilidades são tamanhas que não temos como – e nem é a pretensão aqui – responder a todas estas incertezas. Diante desse entendimento, nasce a necessidade de realizar uma investigação partindo dos pilares conceituais que sustentam as redes sociais digitais, para identificar os modelos que determinam o peso desses ambientes virtuais na exteriorização do privado e na mediação do que pode ou deve ser público.

Outro fator importante, do ponto de vista de pesquisa, é a brevidade da circulação de imagens como parte de objetos digitais. A efemeridade na essência do recurso e as artimanhas algorítmicas desconhecidas impedem construções de narrativas coesas, prejudicam a construção, representação e percepção de um sentimento mais coletivo sobre a condição humana neste momento. A dimensão da plataforma Instagram e a compreensão da imagem (estática ou em movimento – vídeo) como uma forma de contar a história, cria a necessidade de observarmos como esse fenômeno acontece durante uma pandemia.

Sem deixar de lado o caráter interativo com os diversos recursos de canais de retorno proporcionados pela internet e pelas redes sociais digitais, não podemos nos abster em lembrar do fato de que o crescimento do volume de conteúdo e informações produzidos e distribuídos - por fontes e agentes com menor ou maior grau de credibilidade e transparência - também contribuem para o afastamento de um debate mais embasado e intenso. Mais informação, mais dados, não significam necessariamente qualidade e melhor compreensão por parte do indivíduo. Talvez seja até mesmo o contrário.

Nossa proposta, então, é analisar a visibilidade refletida a partir de um objeto digital e do qual a imagem é apenas parte disso. Isto é, o objeto está circunscrito a outros elementos que fazem parte dessa estrutura, carregado e atravessado por uma série de recursos que produzem efeitos de apropriação, de circulação, de visibilidade. Está disposto em um espaço de construção de formas, experiências, práticas de socialização, de colaboração em rede. Tudo isso, agora, reunido em forma de códigos que combinam zeros e uns, catalogados, rastreáveis até certo ponto.

Além disso, trata-se de um ambiente que permite a combinação de diferentes formas de utilização (foto, vídeo, “figurinhas”, filtros, recursos de edição de imagem, entre outros elementos) na captação de instantes, de momentos – sejam eles performados ou espontâneos. A dúvida é se esse volume gigantesco de dados produzidos a cada segundo não pode, inclusive, prejudicar a reflexão sobre e na esfera pública, colaborando mais para a dispersão do que para a congregação de ideias de interesse comum e coletivo e, principalmente, para a localização do ser na construção de sua própria identidade. Ainda mais em um momento da história no qual o pensamento agregado, coletivo pode ser fundamental fazer toda diferença no combate ao coronavírus.

O objetivo., então, é desvelar o que e como as pessoas dão visibilidade de aspectos de suas vidas neste momento, no Brasil e por meio dessa plataforma? Qual é a história e que linguagens estão presentes e são possíveis de ser identificadas na plataforma, neste período da humanidade, e como as pessoas retrataram a pandemia.

Na perspectiva da Goffman (2014), temos uma combinação ideal para a teoria dramática propícia à representação. E é possível, ainda, fazer algumas construções a partir do pensamento dele. A pandemia é o cenário, o palco se estrutura a partir do Instagram e os atores são os usuários representando na plataforma para suas plateias (seguidores). Ou, ainda, o Instagram se configura como o cenário, o palco e o ator principal enquanto os indivíduos atuam apenas como coadjuvantes.

Toda representação, por si só, é uma promessa de algo. Assim, pretendemos explorar a forma pela qual os indivíduos apresentam a si mesmos e de que maneira manifestam suas atividades comuns às outras pessoas, algo natural em qualquer condição da vida cotidiana. Agora, porém, esse processo acontece com dois novos importantes elementos: a crise sanitária global e a performance mediada por uma tecnologia. Dois componentes que podem interferir diretamente na tradução dessa realidade.

4. Desafios do processo de investigação

A imagem – e tudo que está em seu entorno, as representações do mundo e dos sujeitos – é um tema que estimula observações de muitos pesquisadores, territórios de conhecimento, elucubrações de muitos pensadores. Com o avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs), porém, os sistemas de criação, acondicionamento, edição, distribuição sofreram consideráveis metamorfoses.

Mesmo que a lógica da fotografia se mantenha até hoje, com todo o avanço dos equipamentos de registro e captura (como a câmera obscura, a importância dos raios de luz, projeção invertida, entre outros componentes), o pensamento sobre fotografia parece-nos ter passado por uma revolução. E essa reforma se reflete, em especial, na reprodução e na disseminação.

Ao longo do tempo, a rede social digital Instagram, desde 2012 parte integrante das plataformas disponíveis pela companhia Facebook quando foi adquirida por US\$ 1 bilhão²², obteve grande crescimento ao conquistar adesão e atividade intensa de um volume significativo de usuários ao redor do mundo. São números surpreendentes em termos globais. No Brasil, em 2020, foi o 11º canal com maior acesso em termos de volume de tráfego²³ e a quarta rede social digital entre os indivíduos de 16 a 64 anos no país²⁴, sendo usada por 99 milhões de pessoas entre as quais 58,2% do gênero feminino e 41,8% masculino²⁵.

Além disso, há fortes indícios de que o consumo, tráfego e envolvimento dos indivíduos com a plataforma cresceu ainda mais a partir de março de 2020. Levantamento da ComScore²⁶ demonstra que o Instagram foi a rede social digital que, proporcionalmente, gerou mais interações na América Latina em 2020. Outro estudo²⁷ mostra que a linha do tempo da plataforma obteve uma taxa de 9,30% de engajamento no último trimestre de 2020, enquanto no Facebook houve uma queda de 7,69% no mesmo indicador durante o mesmo período.

²² The New York Times, 2012. Facebook buys Instagram for \$1 billion. Disponível em <https://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/> e acessado em 02.07.2021.

²³ We are social e Hootsuite, janeiro de 2021. Relatório anual dos mercados de digital, mobilidade e redes sociais digitais, página 30. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil> e acessado em 04.07.2021.

²⁴ Idem – página 47.

²⁵ Idem – página 54.

²⁶ Agência O Globo, fevereiro de 2021. Na pandemia, cresce informação digital na América Latina. Disponível em <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2021/02/na-pandemia-cresce-informacao-digital-na-america-latina.html> e acessado em 04.07.2021.

²⁷ Canaltech, abril de 2021. Instagram tem engajamento 4x maior que o Facebook desde o início da pandemia. Disponível em <https://canaltech.com.br/internet/instagram-tem-engajamento-4x-maior-que-o-facebook-desde-o-inicio-da-pandemia-183731/> e acessado em 04.07.2021.

A partir de um levantamento exploratório, o que conseguimos reconhecer é que, dada a alta densidade e penetração em tantos países, com suas diferentes culturas e perfis de indivíduos, este recurso vem sendo analisado por pesquisadores dos mais variados campos de conhecimentos.

O alcance global e a intensidade de utilização desta tecnologia vêm instigando cientistas ao redor do mundo a investigarem as potenciais implicações desse movimento. Do modo como está concebida a estrutura social nos dias de hoje, não é possível uma análise afastada das ferramentas tecnológicas (CASTELLS, 2011; LEVY, 1999).

Por trás desses artefatos, existe, geralmente, uma empresa que, em sua essência, utiliza estratégias e práticas de exploração econômica. Que procedimentos, parâmetros e elementos contextualizados como objetos digitais (KALLINIKOS et al., 2010), portanto, com lógicas e métodos de pensamento e funcionamento podem produzir relações de poder postas nos jogos sociais que estamos envolvidos, alterando o campo onde essas relações operam? Como transformam a maneira como os indivíduos se comportam e se relacionam na medida em que passam a, cada vez mais, atuar e interagir em uma comunicação interposta por este tipo de tecnologia mediadora do comportamento (LANIER, 2020)?

Em razão disso, há uma expectativa – e porque não grande curiosidade – em relação aos possíveis efeitos dessas plataformas no cotidiano, em muitas abordagens que passam pelo culto ao *selfie*, exibição de afetos, reproduções estéticas, interferência na subjetividade, interação entre fãs e celebridades, expressão de identidade, entre muitas outras manifestações da sociabilidade no mundo contemporâneo.

Se situarmos a fotografia, suas formas, usos, acesso e distribuição como materiais integrantes da construção histórica e de relatos da vida e da sociedade ao longo do tempo, a relevância do assunto ganha um sobressalto importante. Ainda mais em um momento no qual os indivíduos buscam ver e ser vistos (SIBILIA, 2008).

O que antes poderia ser reconhecido como um elemento de agregação social – como reunir a família para ver um álbum de fotos de uma viagem, por exemplo – ganha outra conotação. A capacidade de ampliar a visibilidade é notória, além das possíveis ponderações em relação à produção e distribuição em si da imagem, algo que se consolida dentro de um método mais individualista.

[...] a fotografia hoje - e a plataforma do Instagram em particular - dá aos jovens pelo menos tanto poder na criação de identidades únicas quanto a música. E em comparação a escrever música, o Instagram é muito mais fácil de usar. Dada essa análise, quero tornar minha declaração anterior “A identidade cultural hoje é estabelecida por meio de pequenas variações e diferenças sutis” mais precisa. “Subculturas”, preferências alimentares e estilos de moda fornecem às pessoas

ferramentas básicas para estabelecer e realizar suas identidades culturais. No entanto, câmeras digitais e ferramentas de edição e publicação exemplificadas pelo Instagram fornecem o mecanismo crucial para refinar e “individualizar” ainda mais essas identidades básicas. (MANOVICH, 2016)²⁸

Ao estabelecermos o Instagram como uma plataforma digital, seria natural imaginar que as ciências exatas estivessem mais próximas e interessadas em pesquisar os desdobramentos desta tecnologia. Não é possível afirmar isso, sequer conseguir identificar um percentual ou proporção da divisão do volume de pesquisas que se aprofundam entre humanas, exatas ou biológicas – especialmente porque não há um ambiente que centralize pesquisas desenvolvidas no mundo inteiro. Para além das questões de códigos, formatos, exigências, entre outros elementos, são muitas as variáveis envolvidas para que uma iniciativa do gênero avançasse de maneira estruturada. Trazemos, portanto, uma revisão da literatura sem grande rigor metodológico disponível com foco na plataforma e uma avaliação sobre algumas das práticas de pesquisa empregadas para estudar e produzir conhecimento sobre a plataforma como uma esfera das relações humanas.

Realizar pesquisa neste tipo de mídia impõe uma série de desafios técnicos em razão da organização dessas tecnologias, as habilidades em progredir a partir de informações fornecidas pelos próprios usuários – ordenadas em grandes bancos de dados - e as características restritivas impostas em termos plásticos e de interatividade. E, claro, também por se tratar de recursos fornecidos por companhias de capital privado, com acesso extremamente restritos a mecânicas de funcionamento, constituídas por estruturas mercantilistas, com dinâmicas e algoritmos com grandes aptidões de enviesamentos.

Não se tem como objetivo, nessa exploração, entretanto, demonizar ou alocar o estudo numa perspectiva do reducionismo do determinismo tecnológico. O que buscamos é tencionar e problematizar os caminhos adotados até aqui na tentativa de compreender a dinâmica, para a pesquisa, dessa classe de tecnologia que se popularizou tão rapidamente na última década.

Muitos já disseram que a cibercultura é a cultura da contemporaneidade e, mais do que isso, uma cultura remix. As possibilidades de ampliação da criatividade serão tão maiores quanto mais rapidamente sejam descriminalizadas a recombinação, a remixagem e o sampleamento. É necessário discutir que na sociedade da informação, na era das redes, o conhecimento cresce mais rapidamente quanto mais for

²⁸ Tradução livre. Original, parte 2: “[...] photography today – and Instagram platform in particular – gives young people at least as much power in crafting unique identities as music. And in comparison to writing music, Instagram is much easier to use. [...] Given this analysis, I want to make my earlier statement “Cultural identity today is established via small variations and subtle differences” more precise. “Subcultures,” food preferences, and fashion styles give people basic tools to establish and perform their cultural identities. However, digital cameras and editing and publishing tools as exemplified by Instagram provide the crucial mechanism to further refine and “individualize” these basic identities.”

compartilhado, sendo necessário desnudar o instituto da propriedade sobre o que é comum. É preciso mostrar onde se encontram as fontes de poder arraigadas nas aparentes ideologias do entretenimento e nas luminosas e singelas vitrines do mercado. (PRETTO; SILVEIRA, 2021)

Pesquisar redes sociais digitais envolve entender, assimilar e desconstruir as ideias e formas prontas do mundo virtual. É preciso pensar em como caracterizar esses objetos digitais para apresentarmos o ponto da investigação. E, em se tratando de Instagram especificamente, há muitos elementos que precisamos levar em consideração.

Afinal, qual montagem e arranjo a pensar e a adotar? O olhar pode se voltar à fotografia, às redes, aos expedientes de incentivo, aos algoritmos. Perder-se nesse emaranhado de informações é um risco iminente em pesquisas que analisam as redes sociais digitais. Essa delimitação é um incômodo que surge já do ponto de partida da pesquisa e nos remete a problemas de ordem ontológica que surgem sobre sua estrutura, modo de ser e outras propriedades básicas (FAULKNER; RUNDE, 2019). Porque há de se compreender as naturezas constitutivas, as fundações e o que podemos observar na manifestação desse fenômeno Instagram levando-se em conta as características materiais e imateriais, olhando para suas camadas e arranjos desses artefatos que precisam ser esmiuçados. A pesquisa exige compreender os efeitos visíveis e invisíveis desta grande rede.

Certas reflexões sobre a cultura podem nos fornecer jeitos de compreender esses modos diferentes de pensamento tecnológico. Redescobrir múltiplas cosmotécnicas não implica recusar a inteligência artificial ou o aprendizado de máquina, mas, sim, se reapropriar da tecnologia moderna, atribuir outras posições às composições (Gestell) que estão no cerne da tecnologia moderna. Se quisermos ultrapassar a modernidade, não há uma forma de simplesmente reiniciá-la como se ela fosse um computador ou um smartphone. Em vez disso, precisamos escapar de seu eixo de tempo global, escapar de um (trans)humanismo que submete outros seres aos termos de nosso destino e propor uma nova agenda e uma nova imaginação tecnológicas que possibilitem novas formas de vida social, política e estética e novas relações com não humanos, a Terra e o cosmos. (HUI, 2020)

Apesar de ser uma ferramenta que se tornou extremamente popular, definir uma trajetória para estudar o Instagram e suas particularidades exige uma leitura sobre as eventuais metodologias. Não é fácil encontrar e determinar uma abordagem. Um dos estudos mais recentes sobre o tema aponta que “[...] métodos de pesquisa digital muitas vezes fundem a ferramenta e o metodologia”²⁹ (ROGERS, 2021), criando a metaimagem (GRONSTAD; VAGNES, 2006; MITCHELL, 1994) como possibilidade de estudo, isto é, agrupamentos que

²⁹ Tradução livre, nossa. Do original: “digital research methods often fuse the tool and the method.”

permitem análises críticas e interpretações quanti e qualitativas. Conceito que acaba se tornando parte essencial da pesquisa.

Há muitas limitações no desenvolvimento desse tipo de levantamento não só pelas questões técnicas e tecnológicas, mas, especialmente, porque o próprio aplicativo cria entraves para a coleta de informações. A API (*Application Programming Interface* ou, em tradução livre, interface de programação de aplicativos) é um conjunto de rotinas e padrões de programação para acessar um aplicativo de software baseado na internet. Grosso modo, é um mecanismo conector. Permite que diversos outros desenvolvedores de plataformas possam acessar os códigos de determinada tecnologia e criar, recriar, integrar outras aplicações.

Diferente de outras redes sociais digitais, como o Twitter, cujo acesso aos dados é bastante aberto para coleta, organização e visibilidade das informações, no caso do Instagram este instrumento traz uma série de restrições³⁰ de uso. Isto é, há apenas algumas poucas exceções para que outra empresa ou software tenha acesso ao banco de dados disponibilizado pela empresa. Esta é uma das razões pelas quais uma parcela significativa dos estudos em plataformas digitais tenha um foco maior no serviço de microblog, ainda que sua representatividade em termos de usuários e atividade sejam menores que a do Instagram. Por isso, é preciso seguir por outras trilhas. Uma das inquietações está justamente em precisar uma sistemática de pesquisa. Assim, percorremos uma via que pretende sondar o que cientistas estão produzindo e de que forma estão fundamentando seus pensamentos sobre os dados gerados a partir desta rede social digital.

Pela profundidade aplicada, nosso ponto de partida é a série *Instagram and Contemporary Image* (2017), do russo Lev Manovich, pesquisador na área de novas mídias, mídias digitais, design e estudos do software, considerado uma das principais referências sobre o tema. O documento nos traz uma visão ampla sobre os impactos da plataforma na fotografia e no consumo de imagens e meios de uma maneira geral, refletindo e comparando com recortes históricos, processo de produção de retratos, trazendo elementos do cinema, artes visuais e design, expandindo a apreciação documental.

O experimento – como o próprio autor define – foi divulgado como versão final em 2017, e deriva da análise de cerca de 16 milhões de fotos do Instagram compartilhadas em 17 diferentes cidades em várias regiões do mundo e que vinham sendo coletadas desde 2012. O

³⁰ API de exibição básica do Instagram. Disponível em <https://developers.facebook.com/docs/instagram-basic-display-api> e acessado em 02.07.2021.

documento é um marco para o estudo da plataforma no Brasil e o no mundo, não só pela quantidade de outras derivações dessa pesquisa como pelo volume de citações³¹.

A partir de uma metodologia que incorpora procedimentos de suas próprias pesquisas sobre imagens ao longo dos anos anteriores, o autor reúne ferramentas de *big data*, pesquisas quanti e qualitativas e ferramentas de estudos observacionais. Para tanto, formou uma equipe interdisciplinar composta por artistas, codificadores, sociólogos, antropólogos e engenheiros para aprimorar a análise, que o pesquisador interpreta como etnografia digital, mas chamou de “*cultural big data*” (MANOVICH, 2017). Com uma base enorme de imagens ocasionais, de diversas regiões no mundo, de turistas, fotógrafos, celebridades e influenciadores, ele definiu três categorias: fotos casuais, profissionais e projetadas.

A análise é muito rica e tenta partir não de conceitos teóricos, mas em uma visão de usuário, portanto, pessoal. Segundo o autor, esse tipo de leitura acabaria direcionando a análise. Ele afirma não julgar os usuários e nem mesmo o que fazem no Instagram. Nesse sentido, ainda que não aplique esses pensamentos e normas, essa posição do autor pode ser questionada. E não somente pelo fato de ser um pesquisador já com suas definições e caminhos de observação. Mas porque todos nós carregamos nossos vieses e construções históricas, sociais e filosóficas, nossos olhares particulares obtidos a partir das experiências que tivemos com o mundo. Há de se questionar os princípios de neutralidade e isenção adotados.

O engajamento do usuário da plataforma e a rede são considerados mediados, ou plataformizado para usar um neologismo, pelas convenções, escolhas de design e instrumentalidades das tecnologias de mídia social e pelo contexto socioeconômico no qual as organizações de mídia social estão operando (ALAIMO; KALLINIKOS, 2017).³²

Ainda que muita coisa tenha mudado desde então, a pergunta genuína e provocadora faria, inclusive atualmente, qualquer pessoa refletir sobre o tema. O que é o Instagram? Seria possível responder a esse questionamento de forma clara e objetiva? São tantos os olhares e interpretações que tornam o desenrolar do assunto talvez até mesmo insatisfatório ou inconclusivo. Da forma na qual a tecnologia está constituída, o debate abre oportunidade de apreciação sobre cultura visual, apropriação da plataforma por parte dos usuários e suas

³¹ Dados do Google Scholar relacionados às citações feitas às publicações de Lev Manovich. Disponível em https://scholar.google.com.br/citations?user=QP5JHg_7o_cC&hl=pt-BR, acessado em 02.07.2021.

³² Tradução livre. Do original: “Rather, platform user engagement and networking are considered as being mediated, or platformed to deploy a neologism, by the conventions, design choices, and instrumentalities of social media technologies, and by the socioeconomic context in which social media qua organizations are operating.”

milhares de maneiras de uso, história e contextos da fotografia, representatividade, subjetividade e infindáveis cenários. Justamente pela qualidade que detém como objeto digital.

Quando o registro de uma imagem – ou de um momento - é transformado em bits que se movem na velocidade da luz, modificando completamente os aspectos logísticos e de insumos para a produção (papel, câmera, locais de exposição, entre outros elementos) temos um novo arranjo. De átomos, avançamos para os zeros e uns que ampliam possibilidade de matematizar, calcular, integrar, interagir, acelerar conexões, remixar, editar, recortar, filtrar, gerar dados sobre dados.

Simultaneamente, essa convergência de características vem acompanhada pelo progresso dos dispositivos móveis – computadores, aparelhos de celular, *smartphones* – que ganham vida nas mãos dos indivíduos e se tornam extensões de seus corpos. Memória em um único instrumento, em uma plataforma dominante, ocupando até mesmo os instantes mais banais da dimensão humana.

Ao passo que esse modelo, em determinado contexto, democratizou o acesso e a produção de imagens – o que tornou as antigas modalidades de fotografia em uma espécie de fetiche (REYNOLDS, 2011; IN: LOHMANN, R; BARROS, A. T. M. P.; CARLI, A. A. de, 2016), em instrumentos com preços muito altos e para poucos – também fecha muitas portas para a proliferação de outras experiências de registros. Pelo fato de ser uma companhia com interesses comerciais pouco transparentes, o Instagram usa artifícios de extrema concentração de informação, determinismos estéticos – como o formato permitido para a publicação de imagens que até pouco tempo era somente o quadrado e que, apesar de evoluir e autorizar novos modelos, ainda mantém critérios para o uso e publicação.

De um contexto de imagens estáticas, evolui para incorporar diversas categorias de ilustrações, inclusive o movimento com formatos em vídeo relativamente longos ou extremamente curtos, tornando irrelevantes outras tecnologias de imagem e, inclusive, copiando até mesmo recursos apresentados por competidores que surgiram ao longo do tempo como o Snapchat³³ ou TikTok³⁴. “Não cria uma única cultura de uso, mas apoia muitas delas”³⁵ (MANOVICH, 2017).

³³ Wired, novembro de 2020. *All the Social Media Giants Are Becoming the Same*. Disponível em <https://www.wired.com/story/social-media-giants-look-the-same-tiktok-twitter-instagram/> e acessado em 04.07.2021.

³⁴ Vox Recode, agosto de 2020. *TikTok clone Instagram Reels is just one of the many times Facebook has copied its competitors*. Disponível em <https://www.vox.com/recode/2020/8/5/21354975/tiktok-clone-instagram-reels-facebook-copycat> e acessado em 04.07.2021.

³⁵ Tradução livre. Do original: “It does not create a single culture of use but supports many of them.”

Muitas pesquisas com a plataforma foram realizadas desde o estudo do especialista russo. Neste sentido, tentamos encontrar um itinerário que nos ajudasse a obter acesso a pelo menos alguns desses levantamentos e que pudessem contribuir de alguma maneira com nossa proposição. Procuramos sobretudo aqueles que acabavam por associar a plataforma de rede social digital com a COVID-19 ou a pandemia do coronavírus.

Vale ressaltar que, hoje, muitas das pesquisas acadêmicas realizadas em diversas universidades no mundo todo estão restritas somente a usuários que estejam dispostos a pagar pelo acesso ou por meio de instituições que forneçam aos estudantes dados de ingresso gratuito em plataformas com bancos de dados de pesquisas – como, por exemplo, a Elsevier. Não é possível identificar claramente quem e por quais razões os pesquisadores decidem cobrar ou não pelo consumo de informações dos levantamentos realizados por eles.

Quase quatro anos se passaram desde o grande estudo produzido por Manovich e, ainda que possamos identificar um crescimento de pesquisas que usam a rede sociotécnica Instagram, as metodologias parecem não ter seguido a mesma trilha. Se percorrermos um dos processos sugeridos por Manovich para uma atualização e visualização de pesquisas posteriores, isto é, realizar uma busca por metodologias de pesquisa no Instagram em ferramentas acadêmicas como o Google Scholar (ou Google Acadêmico, em português)³⁶, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) ou, ainda, o Catálogo de Teses e Dissertações da Capes – utilizando termos como “*Instagram dataset*” – que em uma tradução livre seria algo como “conjunto de dados do Instagram” – conseguimos alcançar algumas pesquisas e artigos científicos que tiveram a rede social digital com base para a pesquisa e estudo de imagens.

Apesar de ser uma técnica viável, não podemos deixar de lado, porém, o recorte produzido pelo próprio mecanismo de busca utilizado. O sistema acadêmico do Google também pode fabricar vieses e, apesar de ser uma espécie de agregador de diversas outras plataformas repositórias de pesquisas, não consegue dar conta de catalogar todos os estudos sobre um determinado tema ou especificidade. Além do mais, não há clareza explícita sobre as normas e recursos usados pela tecnologia para relacionar os resultados da busca. O volume de pesquisas realizadas, apresentado na investigação inicial, é grande.

Encontramos estudos que variam bastante o foco. Passam do uso da plataforma para a prática de cyberbullying (OLADIMEJI; KYOBE, 2021), análise de influenciadores (VAN DRIEL; DELIA DUMITRICA, 2021) ou de desempenho de marcas na plataforma durante a pandemia (AGUILETA, MORALES-CARDOSO, 2020), às análises de infodemia e

³⁶ Trata-se de um mecanismo virtual de pesquisa do Google que organiza e lista textos completos ou metadados da literatura acadêmica em uma extensa variedade de formatos de publicação.

propagação de notícias falsas no Instagram ao longo da crise sanitária do coronavírus (FERNANDES et al., 2020).

Usamos, para tal, um recorte simples e sintético. Ao utilizar como descritores no campo de buscas a associação das palavras Instagram e COVID-19, selecionamos apenas os conteúdos que traziam essas expressões em seus títulos. A crença em contribuir para que a comunidade científica possa entender melhor não só a plataforma, mas a relação dos usuários com esta tecnologia levou os pesquisadores a organizarem uma base de dados multilíngue de COVID-19 coletados desde 30 de março de 2020, um dos estudos mais recentes sobre o tema e ainda em andamento.

A First Instagram Dataset on COVID-19 (ZAREI et al., 2020) tem como expectativa fornecer informações que sirvam de insumos para pesquisas ligadas a quatro campos: a) notícias falsas, desinformação e rumores se espalhando; b) população de bot³⁷ e conteúdo gerado por bot; c) análise de mudança comportamental durante a pandemia; e d) compartilhamento de informações relacionadas à COVID-19: O fluxo de informações é vital durante os períodos de emergência. A base de dados, inclusive, foi utilizada como referência³⁸ para diversas outras pesquisas sobre o tema entre 2020 e 2021.

Os pesquisadores fornecem um conjunto de dados reunidos na plataforma sobre coronavírus e disponibilizam essas informações em constante atualização no GitHub³⁹, um ambiente digital de hospedagem de códigos-fontes e arquivos compartilhados abertamente com outros indivíduos – especialmente programadores de linguagens tecnológicas. Os documentos ali cedidos possuem controle de versões e podem ser utilizados em iniciativas de abertas (*open source*) ou privadas.

A definição de processo para analisar mais precisamente algumas contas selecionadas na plataforma aparecem no estudo *COVID-19 on Instagram: A content analysis of selected accounts* (NIKNAM et al., 2020). Para tanto, como critério, os pesquisadores partiram de um formulário com parâmetros claros da captura de dados que passavam por informações como data de publicação da imagem, tipo de mídia, descrição de conteúdo entre outros indicadores. Utilizaram, ainda, o próprio mecanismo de busca do Instagram para realizar o processo de

³⁷ Abreviatura do inglês robot, trata-se de um sistema de software que executa tarefas automatizadas baseado em regras repetitivas de algoritmos predeterminados.

³⁸ Dados do Google Scholar relacionados às citações feitas às publicações de Zarei et al. Disponível em <https://scholar.google.com/citations?user=zRZsP9sAAAAJ&hl=en>, acessado em 02.07.2021.

³⁹ Conjunto de dados para a comunidade de pesquisa em Instagram e Covid por Zarei et al.. Disponível em <https://github.com/kooshazarei/COVID-19-InstaPostIDs> e acessado em 11.07.2021.

levantamento de informações relacionadas ao tema, considerando duas variações de Coronavírus escritas em persa, além da expressão #COVID19.

The COVID-19 Social Media Infodemic (CINELLI et al., 2020), adiciona o aplicativo de imagens em suas análises que consideram outras plataformas. O interesse da pesquisa está na evolução do discurso por plataforma e pelos usuários ao longo do tempo, com uma análise baseada no que classificam como infodemia (ZAROCOSTAS, 2020; World Health Organization, 2020) como maneira de delinear os riscos de desinformação durante a pandemia – o que poderia ampliar e acelerar a contaminação e as respostas sociais à propagação do vírus. No que diz respeito à metodologia, porém, para Gab, Reddit, YouTube e Twitter, os pesquisadores utilizaram os serviços de API existentes e disponíveis pelas próprias plataformas. No caso do Instagram, entretanto, pela falta de uma API que permitisse uma coleta organizada, decidiram por construir um processo proprietário que consistiu no recolhimento manual de informações por inspeção visual.

Também partiram da extração de dados de postagens no Instagram com base em um conjunto de *hashtags* específicas e, assim, aplicaram a abordagem de análise de redes sociais, que apoia a determinação “de um indicador adequado para caracterizar lugares, juntamente com as atividades online do turista, em termos de compartilhamento de fotos no Instagram, enquanto outro mostra a distribuição mais famosa de locais turísticos e o centro de popularidade dos destinos turísticos com base em uma conta do Instagram” (PRIADANA; TAHALEA, 2021). Um procedimento que contou com quatro estágios: extração e pré-processamento dos dados, construção de um modelo de rede, medição do valor de centralidade e medição do valor de modularidade.

“Comunicação e Construção de Relacionamento nas Mídias Sociais em Tempos de Pandemia da COVID-19: uma Análise da Universidade do Minho no Instagram” (MESQUITA et al., 2021) adotou, na pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, o método netnográfico (KOZINETS, 2014). Já *Comunicación digital en confinamiento 2020: El aumento de seguidores en tres perfiles de Instagram orientados al bienestar*, de Varas e Leiva (2021), publicado na revista *Nueva Teoria Estratégica*, surge da definição de determinados perfis somando entrevistas semiestruturadas.

Em outro sentido, *Mining Textual and Imagery Instagram Data during the COVID-19 Pandemic* (AMANATIDIS et al., 2021) é um dos poucos que declara a utilização de um software para levantar as informações. Os pesquisadores utilizam a ferramenta Instaloader para fazer o download de imagens e vídeos do Instagram junto com legendas e outros metadados. De toda forma, o recurso foi aplicado para captura de informações de contas oficiais de três

empresas relacionadas à fabricação ou negociação de vacinas. A partir deste ponto, desenvolveram um script em linguagem de programação Python para processar iterativamente todos os arquivos de postagens.

Se voltarmos os holofotes para os estudos brasileiros, encontramos algumas apurações a partir deste mesmo processo via Google Scholar. “Hashtags relacionadas à COVID-19 no Brasil: utilização durante o início do isolamento social” (NOLI DA FONSECA et al., 2021). O ponto inicial é a seleção de 20 *hashtags* usadas no país entre 01 de março de 2020 e 30 de abril do mesmo ano com base no conceito de folksonomia, no qual os próprios usuários determinam a “etiqueta” que imprimem no conteúdo que compartilham em plataformas digitais, independentemente da categoria. Para tanto, os pesquisadores aplicaram as nomenclaturas utilizadas para divulgação da doença por termos oficiais, como CoronaVírus ou COVID, além da adição de vocábulos com expressões em língua portuguesa para que os resultados da coleta considerassem conteúdos do Brasil.

Para responder à questão “Quais foram as práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde pública no Instagram frente aos desafios informacionais causados pela pandemia do coronavírus?” (PINTO et al., 2021) a opção foi pela escolha de análise de conteúdo em publicações realizadas em perfis de diversas instituições do universo da saúde como da *World Health Organization* (WHO), Ministério da Saúde do Brasil, entre outros. A equipe de pesquisadores utilizou ainda o software Instabro para extrair legendas, número de gostos e comentários, visualizações de vídeos e hashtags. O levantamento também recolheu manualmente o número de resposta aos 100 primeiros comentários de cada post e a etiquetagem (tag) de perfis.

Em um recorte ainda mais específico de categoria, “A imagem do enfermeiro no Instagram no contexto da pandemia da COVID-19”, (LIMA et al., 2020) apresenta uma amostra composta por publicações do Instagram em formato de imagem ou vídeo, em conteúdos que contivessem *hashtags* utilizadas relacionadas ao universo do estudo (#enfermagem, #COVID-19, #coronavírus, #sars-cov-2) em língua portuguesa.

Para um contorno nacional, uma alternativa é utilizar bases de dados de bancos de pesquisa de teses e dissertações do Capes - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior é uma fundação vinculada ao Ministério da Educação do Brasil – com a associação dos termos “Instagram” para analisar os resultados apresentados. São, ao todo, 30 pesquisas indicadas pelo sistema. Poucas delas, entretanto, apresentam o termo COVID ou COVID-19 no título. Muitas aparecem diretamente relacionados a modelos de saúde pública, tratando de profissionais da área, triagens, clínicas, entre outros temas. A estrutura do sistema

parece não corresponder às indicações de busca. Ainda que se tente filtrar para pesquisas realizadas entre 2020 e 2021, mesmo somente com o termo Instagram, são apresentados apenas sete resultados. Nenhum deles com qualquer relação à pandemia.

Já na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), os filtros permitem selecionar resultados de estudos defendidos até 2020 – sem considerar o ano de 2021. Ao relacionarmos as palavras Instagram e COVID, há apenas uma pesquisa do Ceará. O levantamento quantitativo, entretanto, indica a rede social digital apenas como base de recrutamento para obter respostas da população local a um questionário on-line desenvolvido no Formulário Google. Na busca mais aberta, isto é, utilizando apenas o termo “Instagram”, o serviço apresenta 106 resultados entre 2019 e 2020, mas nenhum outro relacionado diretamente com a pandemia.

Vale observar, entretanto, como a questão da escolha de palavras pode fazer muita diferença no processo de busca. Ao definirmos, no Google Scholar, a expressão “pandemia” associada a Instagram, o volume de resultados apresentados é muito diferente das primeiras expressões. São 18.300 links indicando estudos referentes a este tipo de levantamento e investigação. Ao selecionarmos, na própria ferramenta, os resultados compreendidos no período de 2021, este número cai para 6.180 – até o momento deste levantamento. O mesmo episódio se reflete ao usar o termo em inglês (*pandemic*) relacionado com o Instagram. São 105.000 a lista de pesquisas, em forma de pesquisas ou de artigos, exibidos pela plataforma, número que cai para 16.100 quando a seleção é feita somente a partir de 2021.

Há estudos de diversos campos do conhecimento e com diferentes focos. São recortes relativos à educação, saúde mental, esportivos, de marketing, entre outros temas. A tecnologia do Google permite ordenar esse volume de dados por período (ano), por data (traz os estudos mais atuais sobre o tema) e por relevância. Neste último item, porém, não há informações claras e transparente sobre quais são os critérios utilizados para apresentar primeiro alguns em detrimento de outros. Qual seria, então, o processo de avaliação e classificação de ordem real dessas pesquisas? A importância da universidade ou da publicação científica? O volume de citações sobre a pesquisa ou artigo? A quantidade de versões? Não há como saber exatamente.

A investigação também pode ser feita por meio de um refinamento no processo de busca na plataforma, que permite localizar artigos com todas as palavras desejadas, uma expressão exata, com termos que aparecem em qualquer lugar do texto ou no título, por autores, por publicações e dentro de um período específico (por exemplo, entre 2020 e 2021).

Outro fator interessante é a realização deste mesmo processo estando logado (conectado) ou não a uma conta do Google (Gmail). No exercício realizado nas duas

modalidades, o que se vê é uma alteração significativa na ordem dos resultados apresentados de estudos, o que pode fazer bastante diferença para o pesquisador que desconhece minimamente a forma de operação de plataformas do Google.

Independentemente do caminho percorrido para tentar entender como se dão as pesquisas no Instagram em tempos atuais e de pandemia, o que vimos, dado o contexto restritivo de captura de dados na plataforma, é que a história parece se repetir. Muitos dos esforços realizados nesse sentido, quando olhamos para as pesquisas que apareceram no resultado dessas buscas, apontam para o emprego de processos manuais de coleta de informações. Parte-se da escolha de alguns critérios – como idioma, um perfil específico, recorte de tempo ou características específicas de um segmento, bem como *hashtags* e, em boa parte dos casos, uma combinação de todas essas informações – para a seleção manual de chaves identificadores, isto é, o número que reconhece um *post*.

Em geral, a depender do volume de conteúdo a ser analisado, esse tipo de avaliação vem acompanhada posteriormente do suporte de uma combinação de softwares e sistemas adicionais, com elementos de inteligência artificial, capazes de processar e encontrar padrões nas imagens e textos publicados no Instagram e que permitam extrair qualquer tipo de revelação significativa para o estudo. O que traz grandes dificuldades para pesquisadores que não possuem familiaridade com tecnologias ou não atuem em áreas de estatísticas, matemáticas, computação e correlatas.

O modelo, talvez o mais comum, é iniciar a pesquisa a partir de *hashtags*. Definir processos para monitorar imagens no Instagram ainda está em fase inicial e as buscas ainda são dependentes das legendas e das *hashtags* (SILVA; STABILE). Usualmente, os pesquisadores determinam alguns desses marcadores que tenham relação direta com o tema, aplicam esses termos no Instagram e coletam os resultados apresentados.

Uma das características decisivas para dar a dimensão que o Instagram tem hoje, provavelmente, foi sua simplicidade de uso. São vários recursos que podem ser operados de maneira bastante intuitiva em uma estrutura única – por mais que existam centenas de outros softwares que permitam a manipulação e tragam muitos outros instrumentos para as imagens a serem trabalhadas e distribuídas pela plataforma. Soma-se, à praticidade, o fato de a própria rede social digital evoluir e incorporar muitos outros traços com o passar dos anos⁴⁰.

⁴⁰ Ao completar 10 anos de existência, o Instagram criou uma linha do tempo para mostrar todas as evoluções do produto no período. Disponível em <https://about.instagram.com/about-us/instagram-product-evolution>, acessado em 02.07.2021.

A problemática é a de que esses novos componentes digitais não embaralham somente as convenções da fotografia, mas desorientam os atributos e qualidades que definem o objeto digital, criando um limiar muito tênue entre o que se está estudando. É a imagem, a rede, os recursos e incentivos, o algoritmo? Do ponto de vista de pesquisa na plataforma, a simplicidade se coloca como um imenso desafio porque entrelaça as propriedades.

Os mecanismos disponíveis de acesso e coleta de informações trazem uma série de restrições. Porque, ao mesmo tempo em que estimula a circulação das informações, o aplicativo controla os dados de maneira intensa. No ano passado, inclusive, estreitou ainda mais as portas para que aplicativos externos tivessem acesso, alterando a política e a forma de utilização dos seus sistemas⁴¹.

A premissa do Instagram em democratizar a fotografia, entretanto – como aconteceu com a Kodak na época da imagem analógica em seu modelo de vendas e distribuição (SOUGEZ, 2001) – é bastante questionável. Não há, em tese, custo algum para baixar o aplicativo e usá-lo. Mas, para operar a plataforma, além de um dispositivo que registre a foto de um momento (como um telefone celular ou *smartphone*), é preciso ter conectividade com a internet para que essa produção seja publicada, o que envolve algum tipo de investimento por parte do usuário.

Também é complexo determinar uma fronteira clara entre os dispositivos, isto é, ferramenta de produção e a imagem/conteúdo, com a tecnologia. Basta pensarmos como seria a evolução do Instagram se ele não acontecesse em consonância com a evolução dos aparelhos celulares e *smartphones*. Conforme as tecnologias de comunicação avançaram, passou a ser possível registrar qualquer coisa, em qualquer instante. Vale notar que essas novas plataformas também influenciaram todo o ecossistema de objetos digitais. De um lado, fabricantes de dispositivos começaram a explorar muito mais a câmera, o registro dos momentos, a fotografia e o vídeo dos equipamentos em suas comunicações com o mercado^{42,43}.

Ao mesmo tempo, operadoras de telecomunicações passaram a oferecer planos de dados com uso de redes sociais digitais ilimitados⁴⁴, isto é, ainda que o público não tenha mais

⁴¹ As informações sobre as mudanças foram publicadas na página da rede dedicada a desenvolvedores. Disponível em <https://www.instagram.com/developer>, acessada em 02.07.2021.

⁴² Uol Tilt, janeiro de 2020. iPhone 11 x Galaxy S10e: quem vence essa batalha entre tops de linha? Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/comparativo/comparativo-iphone-11-x-galaxy-s10e.htm> e acessado em 02.07.2021.

⁴³ Techtudo, maio de 2021. Samsung 'debocha' do iPhone 12 Pro Max em propaganda. Disponível em <https://www.techtudo.com.br/noticias/2021/05/samsung-debocha-do-iphone-12-pro-max-em-propaganda.ghtml> e acessado em 02.07.2021.

⁴⁴ Portal dos planos, agosto de 2020. Redes sociais ilimitadas: quais planos oferecem essa vantagem? Disponível em <https://portaldeplanos.com.br/artigos/redes-sociais-ilimitadas/> e acessado em 02.07.2021.

recursos para usar a internet nos aparelhos, eles conseguem navegar na primeira camada das plataformas. Por isso, iniciativas como estas foram suficientes para ampliar o uso e o emprego de tempo disponível dos sujeitos neste tipo de plataforma. O que também submete o pesquisador a outro ponto de reflexão na escolha de metodologias a serem adotadas na abordagem: qual é o limite da pesquisa, em termos quantitativos?

Existe um recorte específico e um volume determinado de imagens a serem avaliadas que permitam uma qualidade mínima de interpretação, considerando ainda tempo de publicação e geolocalização dos conteúdos disseminados? Outro fator é: o que efetivamente garante que, mesmo ao adotar softwares que auxiliem no processo de captura, todas as imagens que realmente foram capturadas e publicadas de maneira pública na plataforma serão exibidas? Há de se considerar, por exemplo, um recurso da plataforma que permite aos usuários “fecharem” suas contas, isto é, apenas um grupo restrito de pessoas – aquelas autorizadas pelo originador da imagem terá acesso às imagens. Até certo ponto, essa técnica pode deformar a amostra, a depender do objeto da pesquisa, uma questão que passa pela discussão entre público e privado.

Sob o ângulo da construção de bases de dados, cabe ainda ressaltar a dissonância em relação à temporalidade do que se observa. Além do usuário definir o momento de distribuir determinada informação no Instagram – com os atuais objetos de captura de imagens ele pode guardar o conteúdo e publicar em momento diferente daquele do registro. As regras de exibição do aplicativo não seguem uma ordem cronológica. Essa proposta acaba por reforçar a necessidade de reordenação de todas os dados capturados a partir de algum tipo de padrão e, claro, precisar de suporte de ferramentas complementares e adicionais para isso, gerando uma dependência de outros mecanismos e outros aparatos para conseguir chegar a um objetivo, para selecionar e arquivar os objetivos digitais. Em geral, também caracterizados como novos objetos digitais, com perfis funcionais distintos (KALLINIKOS et al., 2010).

Quando avaliamos as perspectivas do ponto de vista de análise do que se extrai do Instagram, há alguns pontos de inflexão importantes. Um deles diz respeito à naturalidade – termo compreendido, aqui, como a espontaneidade da reprodução de um momento ou fato. Na medida em que há um grande movimento relacionado, por exemplo, aos influenciadores digitais – em todas as redes sociais digitais – e o acesso a mecanismos de publicidade que impulsionam a visibilidade de determinados conteúdos na plataforma, a busca por capital social com base no aumento do número de seguidores e interações interfere sobremaneira na confecção das imagens a serem publicadas no Instagram, conceito que se aproxima do Instagramismo (MANOVICH, 2016). Algo que provoca desvios relevantes na amostra utilizada para uma

pesquisa. Concepções de originalidade e espontaneidade podem mascarar os resultados e enviesar os estudos.

A definição de relevância de perfis também é um dos elementos que precisam ser analisados e exigem atenção dos pesquisadores. A evolução da plataforma, das formas de uso e de tecnologias não-oficiais, produz mecanismos que podem inflar os dados quantitativos das contas. Até por questões éticas da ciência, o ideal é que os estudos não utilizem ferramentas ou softwares que possam, de alguma forma, burlar ou ferir as regras impostas pelo Instagram de acesso aos dados, portanto, com mecanismos não-oficiais da própria companhia.

Isso nos leva também aos critérios de definição de categorias para a classificação da base de conteúdos recolhido para estudos. Por mais que seja possível determinar algumas guias (como as *hashtags*, por exemplo), há infinitas possibilidades de tipificar. Encontrar os princípios que vão nortear a catalogação das informações é um sinal de atenção para quem pretende realizar pesquisas no Instagram. Além disso, é possível sempre esbarrar nos aspectos subjetivos da análise. Qualquer tipo de classificação implica, necessariamente, algum julgamento. E, entrar na discussão sobre belo, cores, contraste, nitidez, detalhes, sombras, composição, enquadramento, escolha semântica entre diversos outros elementos que compõem o conteúdo na plataforma amplia o debate a um tom que jamais seja possível atingir qualquer tipo de consenso.

A definição de imagem boa ou ruim pode ser bastante perigosa e vai depender de uma série de variáveis que passam por distinções de classes, etnias, culturas, posicionamentos sociais e políticos e outras vertentes do humano. A sofisticação também é relativa e, como tudo atualmente, bastante móvel em termos de conceito. Em um curto espaço de tempo, é possível perceber um afloramento de debates sobre artefatos culturais, autores, gêneros, estilos sob perspectivas de representatividade política e social. E, talvez, não seja mais razoável separar a plataforma desses movimentos. Inclusive porque ela é uma das ferramentas utilizadas para publicizar lutas e discussões.

Investigar o Instagram não se trata também só de questões de frequência, estilo, estética. A dinâmica de funcionamento dos algoritmos do aplicativo ainda é uma incógnita e leva a muitas indagações e incertezas. As explicações⁴⁵ sobre este processo ainda são muito rasas, pouco transparentes, e visam a atender expectativas de usuários, mas não de pesquisa. E, no

⁴⁵ Instagram, junho de 2021. Explicando melhor o funcionamento do Instagram. Disponível em <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works> e acessado em 02.07.2021.

fim, eles são parte fundamental na definição de alcance e representatividade de um conteúdo ali publicado.

Por fim, se compreendemos o Instagram como uma máquina de ressonância de objetos digitais, portanto, com características de rastreabilidade, como é factível preservar os dados de maneira que possam servir de bases para outros tantos estudos que permitam olhar para o passado como referência? Nos fluxos acelerados, em que tudo está em um deslizar os dedos por telas, não damos conta de capturar este objeto por inteiro, em dar conta da experiência no seu todo. E sobre como esses novos arranjos interferem na memória da fotografia e das práticas sociais. Tratamos de um recorte de recortes com foco no presente, de capturas de instantes, também resultado da fluidez das tecnologias modernas. Temos uma história que passa a ser contada pelos algoritmos.

E a contínua mutação a que o Instagram vem se submetendo ao longo dos anos não deve parar. A plataforma prepara seus novos rumos⁴⁶, com menor intensidade em fotos estáticas e avanços na direção de vídeos, o que tornará tudo ainda mais complexo.

⁴⁶ Neofeed, julho de 2021. Na esteira da disputa com TikTok e YouTube, o Instagram “não é mais um aplicativo de fotos”. Disponível em <https://neofeed.com.br/blog/home/na-esteira-da-disputa-com-tiktok-e-youtube-o-instagram-nao-e-mais-um-aplicativo-de-fotos/> e acessado em 02.07.2021.

5. Metodologia de pesquisa: algumas perspectivas e mudança de rota

Perceber que não há uma única forma que permita percorrer e cobrir de modo seguro a pesquisa no Instagram pode ser o primeiro passo para a evolução dessa trajetória. O apoio de ferramentas e softwares adicionais e a combinação de métodos diversos é de grande valia para o decurso dessa tarefa. De certa forma, isso traz ainda mais objeções às técnicas a serem adotadas por qualquer pesquisador que se enreda por esse tipo de exploração.

Para podermos iniciar a pesquisa, precisamos de um ponto de partida em relação aos aparatos que vão auxiliar a como identificar os sentimentos ou qualquer que seja o que se busca ali. Na prática, além do delineamento de tempo, são eles os definidores de critérios para a pesquisa na rede social digital. Isto é, no caso especial dessa investigação, são descritores relacionados à pandemia que vão determinar os termos que serão utilizados nos mecanismos e processos de busca nas plataformas e na metodologia que se segue.

Porque antes até de tentar compreender como e o que as pessoas estão expressando em termos de sentimentos durante a pandemia de coronavírus é um tanto quanto complexo. A começar pela pergunta mais simples: o que e como você descreve o que está sentindo ao longo da crise sanitária global? Seria preciso determinar algumas dessas sensações de forma que elas pudessem orientar, junto a termos relacionados à pandemia ou até mesmo a palavras e vocábulos próximos dessas impressões para, então, estabelecer o que usar nos espaços e funcionalidades de pesquisa das plataformas digitais.

Primordial ressaltar que, nesse tipo de pesquisa, é comum que uma parte importante seja construída na medida em que apuração acontece. Ainda que a extensa bibliografia, teses e dissertações ajudem a orientar a proposta no que tange aos objetivos, trata-se de um modelo vivo, afinal, estamos acompanhando a representação e o retrato, a perspectiva dos indivíduos em plena atividade da pandemia do coronavírus.

Mais, até: é bastante comum se deparar com entraves existentes e novos estabelecidos pelas próprias plataformas como forma de reduzir ou controlar o acesso a informações que elas considerem essenciais para seus modelos de negócios ou que, de alguma forma, concedam aproximação com dados sensíveis e estratégicos que podem colocá-las à mercê do escrutínio público⁴⁷ por parte da sociedade, poderes públicos e órgãos regulatórios.

⁴⁷ Apenas como referência da relação do Facebook (hoje chamado de Meta) com estudiosos, sob a justificativa de garantir privacidade a seus usuários, no final de 2020 a plataforma voltou a entrar em polêmicas ao banir uma dupla de pesquisadores do Centro de Cibersegurança pela Democracia da New York University (NYU) que realizou pesquisas na rede social digital sobre propagandas políticas. Eles desenvolveram um *plugin* (uma espécie de adaptador ou módulo de extensão de um software que adiciona novas funções a serem executadas)

Há de se ressaltar os riscos latentes presentes ao seguir por esta rota. Um deles é o fato de que demarcar sinônimos, vocábulos e termos no entorno de uma determinada palavra ou expressão pode ser algo extremamente subjetivo e variar de acordo com a interpretação de cada pessoa. Afinal, para cada sentimento que se adote como principal e todas as suas possíveis derivações haverá a impressão do olhar particular, do campo de conhecimento, das referências conceituais de quem determina e coloca tal palavra como premissa inicial.

A técnica utilizada para o agrupamento desses sentimentos e expressões também pode ser bastante questionada, a depender do ponto de vista de observação. Ainda que a gente considere que essas palavras, termos e expressões se tornem atributos da sua identidade digital. São, na prática e na perspectiva das plataformas e seus algoritmos, variáveis que imputam valor a sua identidade digital. E, por meio dessas palavras e das suas relações (com quem interage, quais perfis ou canais se segue, quais conteúdos o indivíduo curtiu) constituem relações que vão outorgando atributos de valor social e configuram o indivíduo numa determinada posição que ele ocupa na rede.

Por outro lado, este processo permitiria também esquivar-se de uma classificação extremamente simplista do conteúdo capturado e avaliado. Ou seja, o foco não estaria entre percepções positivas e negativas no entorno do fenômeno, mas sim em perspectivas de um aprofundamento sobre as experiências e externalização dessas vivências nas redes sociotécnicas. Como não há metodologias precisas sobre a pesquisa em redes sociais digitais especificamente de imagens, definimos por combinar estruturas de ordenação dos dados capturados no Instagram.

A intenção da pesquisa era, portanto, partir dos princípios que regem o conceito de Netnografia (*nethnography* = *net* + *ethnography*) ou Etnografia virtual como alguns pesquisadores vêm frequentemente utilizando. A metodologia foi descrita em meados de 1995 pelos norte-americanos Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, para descrever um desafio de manutenção da análise em campo etnográfico por meios eletrônicos, isso permitiria “seguir os atores” (BRAGA, 2007)

Assim, deveria ser apoiada em um método indutivo e com raciocínio no qual a generalização ocorre a partir da apreciação de casos da realidade concreta e digital, uma observação realizada de maneira individual pelo pesquisador com o suporte de ferramentas

chamado Ad Observatory. A ferramenta coletava informações sobre como os anúncios políticos chegavam ao público. O diretor de gerenciamento de produtos da plataforma, Mike Clark, chegou, inclusive, a tentar explicar o fato de forma pública, Post publicado por executivo do Facebook sobre banimento de pesquisadores da New York University (NYU) que estudavam os efeitos de anúncios publicitários políticos. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2021/08/research-cannot-be-the-justification-for-compromising-peoples-privacy/>

(softwares) para busca e download de imagens, bem como sistemas que se apresentam como repositórios para gravação e consulta posterior das imagens com seus devidos dados (data, horário, autor da imagem, entre outras informações).

Primordial apontar também que, num primeiro momento, não seria necessário ou válido, para a amostra, nenhum tipo de recorte étnico, religioso ou de gênero. Eles poderiam ser considerados se, ao longo da averiguação, fossem identificados como relevantes para o detalhamento de alguma das hipóteses ou se saltarem como um episódio que mereça qualquer tipo de destaque para a pesquisa.

É neste ponto da análise que o trajeto começa a ganhar outras fronteiras e colidir com a proposta inicialmente estabelecida. Na tentativa de algumas possibilidades que viabilizassem a pesquisa, encontramos processos que interferem sobremaneira não só na ótica e concepção do levantamento idealizado, mas também em questões éticas. Isso nos leva ao movimento de desconstrução da orientação prevista.

A despeito das milhares de pesquisas que usam o Instagram como fonte de informações e análise, ao longo do percurso surgiram muitos obstáculos que não só limitaram e frustraram os planos iniciais, como colocaram em evidência as barreiras e adversidades postas para compreender melhor a dinâmica desses mecanismos digitais, as potenciais práticas e estratégias de transformação de símbolos o que, conseqüentemente, torna muito mais complexo perceber e assimilar os jogos de poder de exploração, de inclusão, de desenvolvimento e de socialização.

Em vez de examinar a exibição e autoexposição dos indivíduos – deflagrada, estimulada, intensificada e naturalizada com meios de comunicação digital ao longo das últimas décadas – e, diante da ocorrência de uma pandemia, com todas as conseqüências do andamento da crise sanitária global, partimos, então, para uma nova rota investigação.

A exploração passa a ter como foco central, portanto, um olhar crítico com e sobre o detalhamento do processo de pesquisa em si em uma plataforma como o Instagram. Algo que traga um olhar sobre os elementos que compõem esta trajetória, as possíveis armadilhas e entraves impostos aos cientistas, bem como o afloramento de questões regulatórias que envolvem a forma de pesquisar o tema.

6. As descobertas com o itinerário da pesquisa

Apesar da modificação da direção da pesquisa, torna-se relevante delinear o roteiro previsto. Isso porque foram os percalços que criaram essa alteração de jornada. Essa história traz o olhar do pesquisador para o problema e como os mecanismos interferem diretamente nas pesquisas que são realizadas hoje do ponto de vista e na utilização de plataformas digitais. Isso significa reconhecer a existência de vieses em decorrência do uso das próprias ferramentas digitais, a partir do próprio modo de organização das redes sociotécnicas contemporâneas, e ainda a consequente ausência de neutralidade.

O primeiro pensamento em termos metodológicos já trazia algumas preocupações com questões de privacidade dos usuários. A pretensão era recolher os dados considerando a utilização de diversas expressões e palavras-chave no Google, que organiza os resultados por ordem de prioridade levando em conta relevância, volume de acessos do conteúdo, credibilidade da fonte, entre outros parâmetros e elementos digitais, ainda que esse regime não seja claro. As informações apresentadas pelo buscador seriam das imagens das contas com maior visualização, compartilhamentos, curtidas.

A tecnologia possibilita ainda que se faça uma busca do que se deseja em um site ou plataforma específica e, neste caso, o objetivo seria usar o Instagram como base primária (por exemplo: vamos digitar na barra do buscador pela expressão “Instagram: ‘cansado da quarentena’”), que permitirá trazer as páginas ou publicações que contenham o termo com maior representatividade sobre o assunto. Assim, o algoritmo do filtro da informação passa a ser o Google, com dados considerados públicos e indexados pela ferramenta mundialmente estabelecida como principal mecanismo de buscas da internet.

Mas um recurso adicional seria adotado como suporte ao processo. Trata-se de um conector ou *plugin* chamado SEOquake⁴⁸. Além de apontar indicadores de importância e magnitude da página apresentada no resultado de busca, permite produzir e importar (baixar) uma listagem das respostas de busca para posterior tratamento dos dados e avaliação. Isso concretizaria a construção de uma base de informações a serem esmiuçadas. O infortúnio, neste caso, é que não havia a possibilidade de automatizar ou acelerar esse processo. De tempos em tempos ele deveria ser repetido para que os dados fossem se somando, configurando um grande

⁴⁸ Página de descrição do que é e como funciona o conector de otimização de buscas. Disponível em: <https://chrome.google.com/webstore/detail/seoquake/akdgnmcogleenhbclghghlkkdndkjdc?hl=pt-BR>. Acessado em 26.01.2022.

inconveniente. Não necessariamente a pesquisa ficaria inviabilizada, mas exigiria um tempo muito mais distendido para uma análise qualificada.

Em virtude disso, com base em estudos consultados e já realizados por outros pesquisadores, a ideia seguinte compunha-se e se apoiava na avaliação, escolha, adoção e uso de ferramenta disponível no mercado e até mesmo de experiências pessoais de utilização do Instagram, para estruturar o corpus da investigação de forma mais sistematizada. Importante ressaltar o fato de que, tanto para a busca manual, quanto para a procura realizada por meio de um software terceiro, é preciso ter um perfil existente na plataforma para realizar *login*, ou seja, é preciso acessar a plataforma a partir de um nome de usuário e senha.

A opção de usar uma plataforma de mercado facilitaria especialmente o colhimento e ordenação de um volume significativo de informações que combinavam a pandemia do coronavírus e a maneira ou o que os cidadãos evidenciavam diante desse quadro. Para uma avaliação semiótica sobre as imagens, seria necessário contar com o apoio de softwares com grande capacidade de processamento para reunir e identificar pontos comuns ou, ao menos, que permitiram encontrar padrões para uma posterior classificação. Em geral, este tipo de tecnologia, desenvolvido por grandes empresas de análises de dados, com custos bastante elevados e restrito a poucos laboratórios de grandes centros de pesquisa ou a partir de convênios e acordos com universidades renomadas ao redor do mundo.

De outra forma, essa avaliação poderia ser realizada de forma manual, ou seja, analisando imagem por imagem na tentativa de conceber composições, referências, parâmetros, entre outras informações que permitisse extrair informações e aprendizados, inferências sobre o comportamento dos indivíduos na plataforma durante a pandemia. Algo muito mais complexo de ser processado e elaborado.

Essa questão direcionara, assim, para a apreciação textual, de discurso textual, das demais unidades de informações presentes nas publicações dos indivíduos na plataforma como as descrições aplicadas às imagens ou vídeos, as *hashtags* adicionais, as interações, entre outros componentes. Para o princípio, faz-se necessário determinar o que exatamente demarcaria o universo pesquisado, ou seja, estabelecer os descritores adotados na ferramenta de busca da plataforma para o rastreio de resultados.

A partir de uma metodologia exploratória com a geração e busca fundamentada em descritores analíticos, seria feita a coleta de dados dispostas pelos milhares de usuários no Instagram. Essa escolha, ainda que incorra em desafios impostos pela própria rede social digital pela falta de transparência da dinâmica de funcionamento da tecnologia ou de limites dispostos e questionáveis vieses, podem dar o tom e representar o tema em linguagem natural adotada

pelos usuários do Instagram para dar vazão às suas próprias interpretações do mundo que vivemos neste momento. Ao menos é o que a própria plataforma assinala ao estimular o emprego desses marcadores tanto para quem busca quanto para quem publica imagens e vídeos na rede social digital.

Daí também surgem novos questionamentos. Escolher as *hashtags* pode parecer um mecanismo muito simples e natural. Basta reunir os temas centrais que conduziram a pesquisa para encontrar marcadores que façam sentido para a busca e captura de imagens que vão constituir um banco de dados pronto para a análise. Seria algo que indicaria a quantidade de fotos e vídeos publicados sob aquele descritor, como por exemplo:

- a) Pesquisa pela hashtag #covid19nasfavelas – poderia render uma leitura sobre como os indivíduos representam a si mesmos e ao momento com um recorte delimitado pelo contexto socioeconômico;

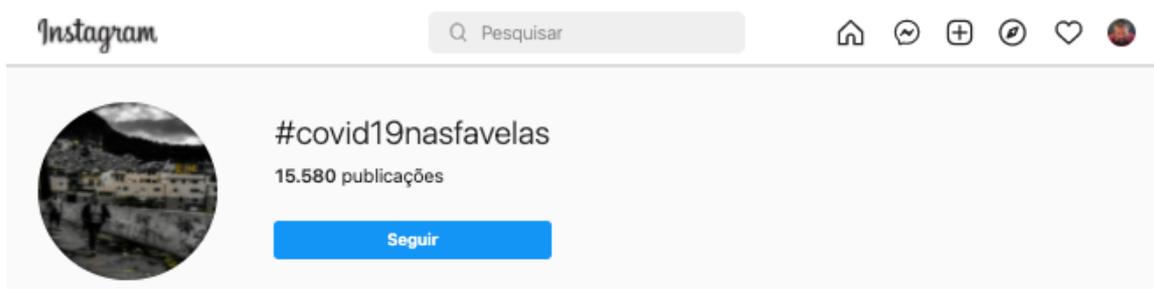


Figura 03. Indicação de resultados disponíveis pela busca feita pelo descritor no campo de buscas do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/covid19nasfavelas/> e acessado em 25.01.2022.

- b) #covidsp – uma tentativa de circunscrever um espaço não tão abrangente, apontando para características regionais;

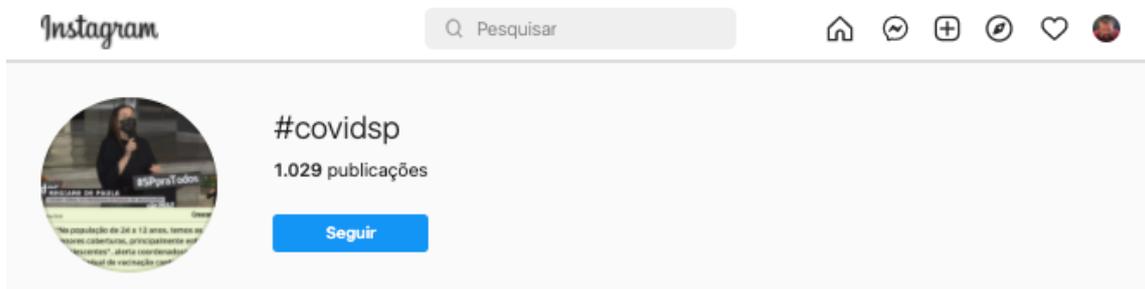


Figura 04. Indicação de resultados disponíveis pela busca feita pelo descritor no campo de buscas do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/covidsp> e acessado em 25.01.2022.

- c) #covidsaopaulo – variação sobre a anterior;

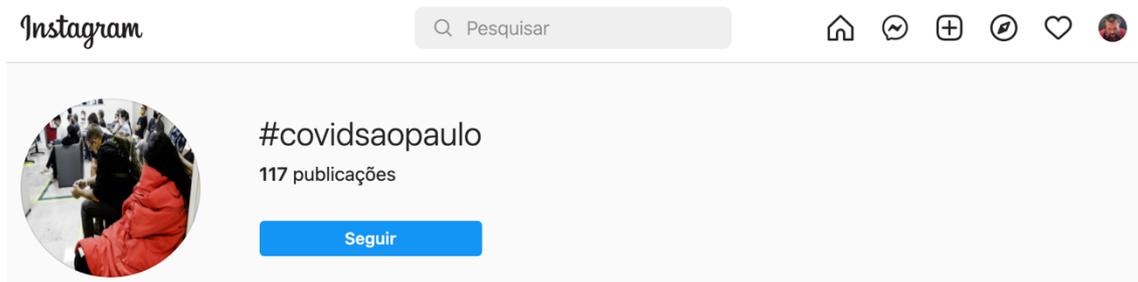


Figura 05. Indicação de resultados disponíveis pela busca feita pelo descritor no campo de buscas do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/covidsaopaulo> e acessado em 25.01.2022.

- d) #covidsãopaulo – com outros dados, o que indica que os descritores apresentam resultados diferentes quando a busca é realizada com palavras acentuadas e que a plataforma reconhece e classifica as expressões de maneiras distintas.

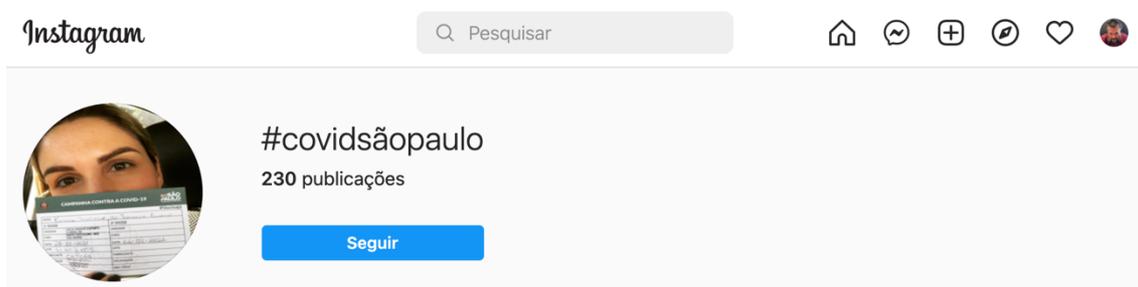


Figura 06. Indicação de resultados disponíveis pela busca feita pelo descritor no campo de buscas do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/explore/tags/covids%C3%A3opaulo/> e acessado em 25.01.2022.

Aqui também tivemos de lidar com percalços. Assim que se começa a digitar um termo no campo de busca do Instagram, a própria rede social digital aponta um enorme sortimento de opções já existentes de descritores juntamente com o volume de publicações relacionadas àquele tema. Como diante da tela inicial de serviços de streaming de vídeo – a exemplo do Netflix que, frente a tantas opções de conteúdo nos perdemos para escolher um para assistir – esse carrossel de perspectivas manifesta poucas variáveis que podem ser aferidas para uma escolha mais criteriosa.

Por quais razões os indivíduos priorizam o uso de uma hashtags em detrimento de outra, quanto desses números apontados para cada um dos descritores acabam por repetir imagens entre si ou, ainda, que metodologia é responsável por determinar a ordem na qual essas possibilidades serão visualizadas são algumas das questões que saltam aos olhos do pesquisador.

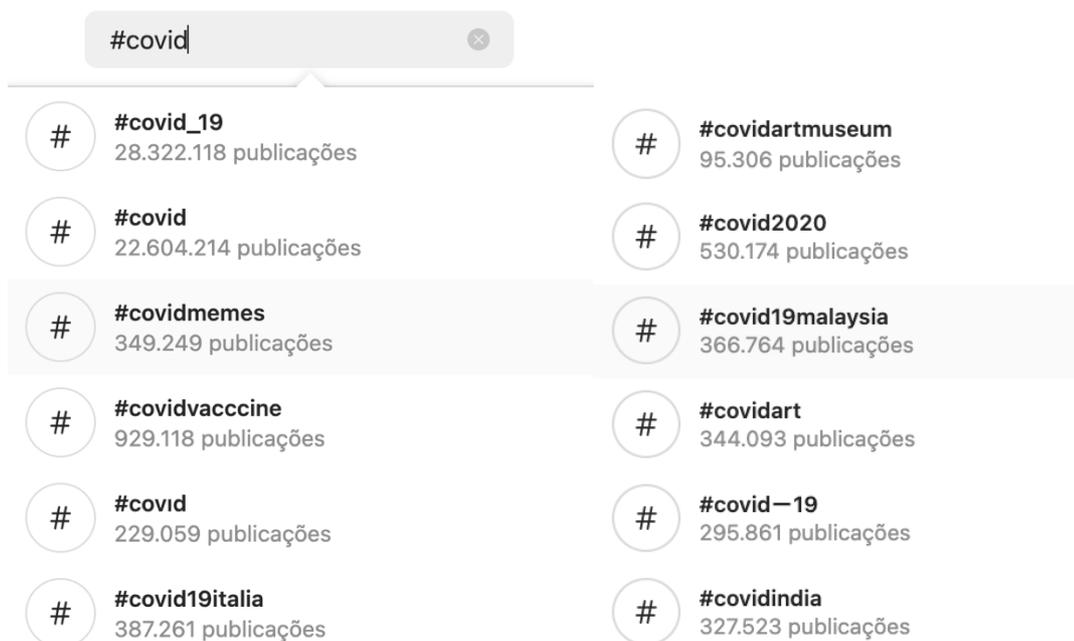


Figura 07. Lista de sugestões de descritores que o Instagram oferece na ferramenta de buscas ao utilizar a hashtag #covid. Disponível em: <https://www.instagram.com> e acessado em 25.01.2022.

Relevante notar que a busca no Instagram só pode ser feita por meio de descritores. Não há também um critério claro e objetivo no esquema de apresentação dos resultados da busca como, por exemplo, número total de conteúdos publicados com aquele descritor (*hashtag*) ou mesmo uma disposição por ordem alfabética. É impossível identificar como o algoritmo funciona para trazer especificamente essas expressões em detrimento de outras, o que dificulta o processo de seleção para pesquisa.

O volume de dados, a depender do descritor escolhido para análise é enorme, o que faz com que pesquisadores recorram a tecnologias adicionais para captura e ordenação. Na prática, e com as ferramentas ideais, seria exequível até mesmo amearhar os conteúdos de todos esses descritivos e organizá-los em uma única base de dados para posterior análise. De uma avaliação geral desses indicadores, daria para fragmentar, selecionar uma delas para produzir um estudo de caso que permitisse detalhar, examinar e interpretar o ponto de vista dos indivíduos em determinado período e sob um recorte específico.

Há, ainda, outros fatores a serem considerados. Como, por exemplo, identificar em termos imagéticos, padrões que permitissem agrupar e classificar informações que trouxessem uma leitura de cenário importante para os diversos campos. Avaliar somente as informações sobre os textos e números de interações em uma extensa base de dados acabaria por empobrecer uma percepção mais clara do contexto. Afinal, seria difícil refletir o momento, a exibição ou autoexposição neste período de crise sanitária somente em palavras e números.

Apenas para efeito de comparação de processo, como distinguir e realizar uma avaliação para concepções e olhares tão contrastantes? Separamos seis imagens, entre as mais de 15 mil publicadas com a *hashtag* #covid19nasfavelas para dar este tom que impõe muita dificuldade à metodologia, ou seja, do desafio em estipular mecanismos que permitam delimitar informações a olho nu, sem o suporte de softwares extremamente bem treinados para imagens. O único critério para a seleção era escolher fotografias que não expusessem rostos de pessoas.

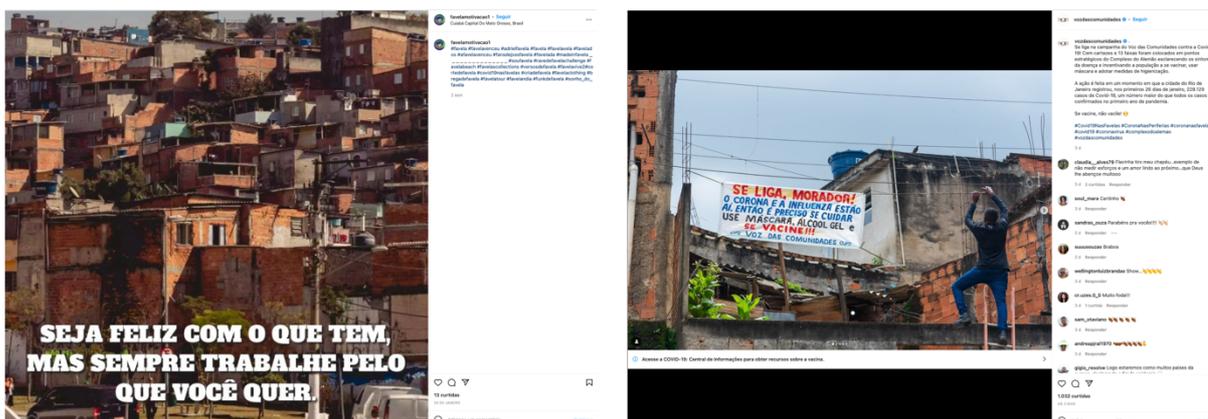


Figura 08. Montagem realizada pelo pesquisador com duas imagens aleatórias encontradas a partir da busca realizada no Instagram pela hashtag #covid19nasfavelas. A primeira está disponível em: <https://www.instagram.com/p/CY9DiZrJP/> e a segunda em <https://www.instagram.com/p/CZkLGbGNzS4/>. Acessadas em 07.02.2022.



Figura 09. Montagem realizada pelo pesquisador com duas imagens aleatórias encontradas a partir da busca realizada no Instagram pela hashtag #covid19nasfavelas. A primeira está disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZcaKufJioE/> e a segunda em <https://www.instagram.com/p/CZkLGbGNzS4/>. Acessadas em 07.02.2022.



Figura 10. Montagem realizada pelo pesquisador com duas imagens aleatórias encontradas a partir da busca realizada no Instagram pela hashtag #covid19nasfavelas. A primeira está disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVyatIQAXbd/> e a segunda em <https://www.instagram.com/p/CSaW3csrNpV/>. Acessadas em 07.02.2022.

Temos de frisar, ainda, que na primeira camada de conteúdos dispostos pela plataforma quando da busca, não há também um fundamento nítido sobre a ordem na qual este conteúdo é exibido. Não se sabe se por relevância identificada pelo volume de interação de outros perfis, se pela cronologia de publicação, pelo volume de seguidores, ou qualquer outro elemento que permita caracterizar e identificar o sentido dos dados. Essa eventual arrumação será viável a depender do software utilizado para a coleta e tratamento dessas informações posteriormente.

No que tange à ferramenta em si para a captura dos dados, a questão se torna ainda mais complexa. Uma procura em buscadores como o Google com a expressão “ferramenta para coletar dados do Instagram” apresenta mais de 1,2 milhão de resultados⁴⁹. Entre essas alternativas, porém, não há, na primeira página dos resultados apresentados, link direto para nenhuma dessas plataformas. Todos os dados apontam para reportagens que listam ferramentas para este propósito. Em sua grande maioria, inclusive, são softwares que permitem fazer análise sobre o próprio perfil, isto é, tecnologias voltadas para avaliação de performance de um usuário ou página de uma marca no Instagram específica, mediante o uso de *login* e senha para acesso aos dados.

Essa conjectura desperta um outro revés e levanta hesitação em relação à metodologia que pode ser aplicada para esse tipo de pesquisa. Afinal, se o levantamento da base de dados em diversas escalas – e não propriamente de um perfil - fosse algo comum e rotineiro, a informação de como suceder, muito provavelmente, estaria acessível fartamente nos resultados dos buscadores e reportagens de veículos da imprensa. Mas, conforme apontamos no capítulo

⁴⁹ Vale uma nota sobre o processo de busca. Apesar de utilizar o recurso de aba anônima do Google que, segundo a própria plataforma garante mais privacidade já que a navegação nesse modelo não ficará registrada no equipamento, assim como downloads, a tecnologia consegue registrar a localização de quem realiza a pesquisa.

4, não há descritivos ou clareza em termos de ferramentas adotadas em boa parte das pesquisas para reunir os dados no Instagram.

Alguns poucos estudos apontaram para o emprego de uma tecnologia chamada Instaloader que, pela definição, poderia ser bastante útil a esta investigação especialmente por proporcionar a captura e arranjo dessas informações publicadas pelos indivíduos no Instagram.

Instaloader v4.8.4

Instaloader is a tool to download pictures (or videos) along with their captions and other metadata from Instagram.

With Python installed, do:

```
$ pip3 install instaloader
$ instaloader profile (profile ...)
```

See [Install Instaloader](#) for more options on how to install Instaloader.

Instaloader

- downloads public and private profiles, hashtags, user stories, feeds and saved media,
- downloads comments, geotags and captions of each post,
- automatically detects profile name changes and renames the target directory accordingly,
- allows fine-grained customization of filters and where to store downloaded media,
- automatically resumes previously-interrupted download iterations,
- is free open source software written in Python.

See [Download Pictures from Instagram](#) for a detailed introduction on how to use Instaloader to download pictures from Instagram.

Instaloader Documentation

- Install Instaloader
- Download Pictures from Instagram
 - Basic Usage
 - What to Download
 - Filename Specification
 - Filter Posts
 - Metadata Text Files
 - Instaloader as Cronjob
 - Programming Instaloader
 - Command Line Options
 - Targets
 - What to Download of each Post
 - What to Download of each Profile
 - Which Posts to Download
 - Login (Download Private Profiles)
 - How to Download
 - Miscellaneous Options
 - Python Module `instaloader`
 - `Instaloader` (Main Class)
 - Instagram Structures

Figura 11. Visualização das informações sobre o software Instaloader disponível no GitHub, uma base de dados colaborativa para hospedagem de códigos-fonte e arquivos com controle de versão das mais variadas aplicações digitais. Disponível em: <https://instaloader.github.io/> e acessado em 07.02.2022.

Python Module `instaloader`

Instaloader exposes its internally used methods and structures as a Python module, making it a powerful and intuitive Python API for Instagram, allowing to further customize obtaining media and metadata.

Start with getting an instance of `Instaloader`:

```
from instaloader import Instaloader

# Get instance
I = Instaloader.Instaloader()

# (optionally) login or load session
I.login(USER, PASSWORD) # (login)
I.interactive_login(USER) # (ask password on terminal)
I.load_session_from_file(USER) # (load session created w/
# instaloader -l USERNAME)
```

Instaloader provides the `Post` structure, which represents a picture, video or sidcar (set of multiple pictures/videos) posted in a user's profile. Instaloader provides methods to iterate over Posts from a certain source:

```
post = Instaloader.Hashtag.from_name(L.context, 'cat').get_posts()
# post is an instance of Instaloader.Post
L.download_post(post, target='cat')
```

Post instances can be created with:

- `Post.from_shortcode()`
Use a Post shortcode (part of the Post URL, <https://www.instagram.com/p/SHORTCODE/>) to create a Post object:
`post = Post.from_shortcode(L.context, SHORTCODE)`
- `Profile.get_posts()`
All media of a Profile.
- `Profile.get_saved_posts()`
Media that the user marked as saved (Profile must be own profile for this to work)
- `Instaloader.get_feed_posts()`
Media in the user's feed.
- `Instaloader.get_explore_posts()`
Media that is suggested by Instagram to explore.
- `Hashtag.get_posts()`
Media associated with given hashtag.

With the `Profile` class, Instaloader also makes it easy to access metadata of a Profile. Profile instances can be created with:

- `Profile.from_username()`
`profile = Profile.from_username(L.context, USERNAME)`
- `Profile.from_id()`
given its User ID. This allows to easily lookup a Profile's username given its ID.

Figura 12. Dados para instalação e utilização do módulo específico para a linguagem Python do software Instaloader disponível no GitHub. Disponível em: <https://instaloader.github.io/as-module.html> e acessado em 07.02.2022.

Trata-se de uma ferramenta digital para baixar fotos (ou vídeos) junto com suas legendas e outros metadados⁵⁰ do Instagram – como *hashtags* adicionais àquela pesquisada, bem como o uso de determinados elementos presentes na publicação como comentários, tags de georreferenciamento e legendas. Esse processo acaba por automatizar a busca e levantamento de informações na plataforma. Funciona como uma espécie de robô, que faz uma varredura a partir de diretrizes apontadas por quem está operando a ferramenta para buscar e organizar informações na plataforma.

Importante ressaltar que esta tecnologia foi desenvolvida em código aberto, portanto gratuito, a partir do Python, linguagem de programação que apresenta sintaxe mais simplificada e próxima da linguagem humana, utilizada nas mais diversas aplicações. Sua utilização é livre e fornece um *script* (sequência de códigos do Python) disponível no GitHub⁵¹, uma base de dados colaborativa para hospedagem de códigos-fonte e arquivos com controle de versão das mais variadas aplicações digitais. Vale salientar que a operação desse tipo de tecnologia exige conhecimentos avançados em programação de códigos. O que força pesquisadores de campos das humanidades a buscarem estes novos níveis de saberes ou juntarem esforços de times de outras disciplinas capazes de administrar essas ferramentas e recursos.

O ambiente permite que programadores ou qualquer usuário cadastrado na plataforma contribuam em projetos privados ou de código livre. Assim como acontece nos meios audiovisuais – como num filme com todos os direcionamentos – um script de um software funciona de forma semelhante. São instruções para que o sistema execute algumas tarefas conforme foi programado para tal. O que, de certa forma, exige um mínimo de conhecimento sobre como operar essas tecnologias ou o apoio de um programador que detenha compreensão aprofundada sobre esse tipo de linguagem tecnológica.

A primeira tentativa de uso da tecnologia fracassou. Erros no código original do Instaloader, que liberam o recolhimento de dados na forma pretendida, impediram que a captura fosse feita. Justamente por se tratar de uma comunidade, o ajuste para o refinamento e correção para esta lacuna também já constava na própria biblioteca de informações sobre a tecnologia no GitHub e foi apontado em forma de comentário por desenvolvedores que dela participam.

⁵⁰ O prefixo “Meta” vem do grego e significa “além de”, isto é, podemos definir como dados sobre dados. Para ficar num exemplo simples: quando tiramos uma fotografia com uma câmera digital, o arquivo final daquela imagem associa e registra dados como o modelo do equipamento utilizado, o tipo de ISO no momento em que a foto foi produzida, a data, a inscrição do obturador e assim por diante.

⁵¹ Código do Instaloader disponível no GitHub para utilização gratuita. Disponível em: <https://instaloder.github.io/> e acessado em 25.01.2022.

A definição do uso de uma outra tecnologia se deve ao fato de que a observação sobre este tipo de fenômeno e a pesquisa na esfera digital ainda carece de metodologias extremamente precisas. Em boa parte dos casos, é preciso combinar softwares – e até mesmo um certo grau de conhecimento de ciências de dados, programação e congêneres – que auxiliam não só no recolhimento de informações, mas também na capacidade de análise. Por esta razão, os dados dispostos não são totalizantes, isto é, não explicam o mundo de maneira conclusiva. Trazem um contorno de possibilidades que podem ser examinados e demonstram cenários que motivam considerações importantes sobre o comportamento social.

De toda forma, permitem apresentar a maneira como enxergamos essa condição momentânea atípica no Brasil (e no mundo) e de que forma expressamos essas percepções interpostas por tecnologias contemporâneas. Acreditávamos que essas chaves de leitura desse universo e em um espaço de tempo determinado – a partir de março de 2020 - poderiam trazer um conjunto rico de imagens e conteúdos diversos a serem examinados. Até mesmo entre momentos diversos de enfrentamento ou sobre como as pessoas se portaram no início e durante a pandemia se compreendermos ou colocarmos como ponto de atenção que a realidade digital está cada vez mais presente no cotidiano, das coisas mais banais às mais extraordinárias que constatamos em nossas vidas.

Inclusive a intenção primeira não era analisar segundo um olhar calcado no determinismo tecnológico. Mas buscar a evidenciação e a visibilidade de comportamentos no mundo digital que, talvez, não sejam comuns ou socialmente esperados nas interações realizadas face a face. Ainda mais considerando o contexto e a privação de liberdade física e social – lembrando sempre que, em virtude das desigualdades sociais já estabelecidas, para uma parcela importante da população a vida não se alterou em grandes proporções já que precisavam sair de suas casas para trabalhar pela subsistência.

O Instaloader viabiliza a organização dessas informações coletadas em uma planilha para potenciais cruzamentos de dados e identificação de padrões iminentes. Apesar disso, não temos como reconhecer orientações de perspectiva impostas pela própria plataforma Instagram nos resultados apresentados, uma vez que, para ter acesso ao mecanismo de captura de imagens, faz-se necessário adotar usuário e senha de uma conta oficial na rede social digital.

Com os dados capturados definimos, segundo uma análise exploratória, o tamanho da amostra a ser analisada. Em princípio, não há como estabelecer um volume prévio de conteúdos investigados. Ao definir o descritor a ser utilizado como fonte para a captura dos dados, então,

aplicaríamos a fórmula⁵² de cálculo amostral da ferramenta Survey Monkey, considerando um grau de confiança de 95% e margem de erro de 2%.

Assim, seria possível chegar a um recorte para uma análise sob diversos pontos de vista quantitativos e qualitativos desse recorte que demonstre esta representação ou autorrepresentação dos indivíduos e suas subjetividades por meio de objetos digitais (a fotografia) em uma plataforma também virtual e que se revela com os mesmos recursos a todos. Uma configuração que permite a exploração por meio da perspectiva do afeto, da economia, da saúde mental, alterações de concepções de acordo com o período – afinal, já temos um processo mais avançado de vacinação, entre tantas outras vertentes.

No instante que decidimos refletir sobre a produção de sentido nas narrativas contextuais, e não necessariamente imagética e semiótica, mesmo com uma delimitação temporal, é natural que o investigador desperte para novas possibilidades e expressões identificadas a serem reconhecidas. E isso vai afetar diretamente a caracterização da amostra, uma “[...] operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com critérios previamente definidos” (BARDIN, 2009).

Na análise quantitativa, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo. Na análise qualitativa é a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração. (BARDIN, 2009)

Trata-se de uma técnica que utiliza comunicações intermediadas por computador e meios digitais como fonte principal de informações e que auxilia no processo de coleta e compreensão de fenômenos culturais da internet. Em tese, desloca experiências sócio presenciais para a mediação da socialidade produzida a partir das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), a partir de uma comunidade ou ferramenta digital.

A avaliação qualitativa da investigação pode ser entendida como “um processo de indagação de um objeto a qual o investigador acessa através de interpretações sucessivas com a ajuda de instrumentos e técnicas que permitem envolver-se com o objeto para interpretá-lo da forma mais integral possível” (OROZCO, 1996). Esta perspectiva acaba por sustentar uma leitura das condutas sociais e emocionais de como os sujeitos se relacionam com o mundo em um momento inédito e crítico como o que vivemos por meio de uma plataforma digital.

⁵² Fórmula e recurso que calcula o tamanho de amostra de uma pesquisa fornecida pela empresa Survey Monkey. Disponível em <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/> e acessada em 06.09.2021.

Averiguar esta interpretação, então, é extremamente relevante para que, juntamente com o referencial teórico, possamos confrontar o problema da pesquisa.

Mas um detalhe quase imperceptível coloca esta metodologia a perder: a descrição do software Instaloader assinala a viabilidade de captura de conteúdos de perfis públicos, mas também privados. Ora, se um indivíduo decide, no linguajar da própria internet, “fechar” o seu perfil, portanto, não permitir que qualquer pessoa tenha acesso ao que ele publica, significa que ele ativou um recurso que, em sua visão, traga um mínimo de privacidade.

Em vista disso, esse usuário deseja que apenas pessoas autorizadas por ele – além, claro, dos próprios administradores da plataforma, que fique claro – possam acessar as informações expostas naquele perfil. Este fato, por si só, já impede o avanço na adoção deste tipo de tecnologia para a pesquisa, ainda que sejam excluídos os perfis identificados como privados no processo de observação. Porque, ainda assim, haveria, de forma arbitrária, acesso aos materiais, ou seja, obtenção de dados sem qualquer tipo de autorização dos indivíduos em questão. Algo que fere os princípios éticos sociais e acadêmicos.

Para além da discussão sobre privacidade dos dados, há ainda uma ameaça preponderante de enviesamento a pesquisa. Ao descartar perfis privados que, em tese, deveriam ser ocultos, a análise é feita somente sobre uma parte das informações, o que nos leva a crer que os dados ocultos não seriam relevantes para análise, isto é, assume-se que o comportamento ou ideal expresso por essas pessoas que decidiram restringir suas identidades e posicionamentos não caberiam para análise. Algo bastante falacioso, mesmo que, por força do volume de dados, a investigação parta de uma amostragem sobre uma base muito maior de informações.

Outra postura possível de ser adotada seria aceitar recursos que ocultassem tanto os nomes dos perfis pesquisados quanto proteger os rostos expostos em imagens de maneira a não permitir a identificação, borrando partes das imagens. Este tipo de expediente, além de não ser totalmente eficiente ao ponto de impedir o reconhecimento, também poderia depreciar a qualidade da avaliação do contexto como um todo. Mesmo que se considere uma investigação sobre os demais metadados como legenda, hashtags ou volume de interações com aquele conteúdo, a exploração dessas informações parte de um contexto no qual a imagem faz parte. E, diferente de alguns campos científicos, nos quais se permite a avaliação sobre dados agregados em forma de tabelas, gráficos, sem a necessidade de trazer referências a pessoas em particular, aqui esse caminho acaba obstruído pelas características da própria plataforma e pela maneira como os indivíduos se apoderam dela.

Soma-se a esses obstáculos a maneira como o próprio Instagram tenta impedir o acesso às informações. Segundo comunicado⁵³ destinado a desenvolvedores tecnológicos, a permissão de acesso aos dados foi encerrada em junho de 2020. Também em abril de 2021, o diretor de produtos da companhia, Mike Clark, em pronunciamento⁵⁴ oficial no site da Meta, destacou os esforços para combater a prática de raspagem de dados – coleta de informações da plataforma por parte de terceiros.

Mas o alcance e obtenção de imagens e vídeos do Instagram para constituir o corpus de uma pesquisa ultrapassa as discussões sobre os princípios éticos e conduz a argumentação para um campo ainda mais abrangente. Traz à tona a conexão direta com relações de poder, portanto, com camadas adicionais de complexidade. “O poder é o processo mais fundamental da sociedade, uma vez que a sociedade é definida em torno de valores e instituições, e o que é valorizado e institucionalizado é definido por relações de poder”, relembra Castells (2015). Mas, o poder é exercido a partir de redes, que são definidas por nós – com maior ou menor relevância que as interligam. Assim, na visão do sociólogo, a magnitude do nó pode se transformar. “Os nós aumentam de importância para a rede quando absorvem mais informação importante e a processam mais eficientemente”.

A concepção de redes de poder formadas na constituição das relações humanas, tendo o Estado como parte central nessa dinâmica, desenvolvem interações de cooperação, competição e influência, a depender do contexto e do tempo. Relações, estas, marcadas pela capacidade de dominação aplicada na estrutura social composta por práticas sociais econômicas, políticas, militares, ambientais, culturais, de gênero e, também, tecnológicas que acontecem em distintos patamares de práticas, isto é, globais, nacionais, locais e até mesmo individuais.

Nesse sentido, para o autor, atualmente, o poder está circunscrito em quem tem habilidade e conhecimento em criar as redes (*networking-making power*). São, assim, os atores sociais e organizações que, além de conceber as redes, podem programá-las, com geração e difusão de discursos que “enquadram a ação humana” (pág. 93), e reprogramá-las. São, portanto, denominados de programadores e comutadores. No primeiro caso, estão pessoas e instituições que detêm o poder de determinar e gerenciar os programas na rede com vistas a ampliar a audiência – como as corporações de mídia, inclusive aquelas controladas pelo Estado.

⁵³ Atualização da política do Instagram para desenvolvedores. Disponível em: <https://www.instagram.com/developer/>. Acessado em 07.02.2022.

⁵⁴ Texto publicado no site da Meta de autoria de Mark Clark, diretor de produtos, intitulado “Como combatemos o *scraping*”. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2021/04/how-we-combat-scraping/>. Acessado em 07.02.2022.

Já a domínio e atributo de administrar a interface entre duas ou mais redes é papel dos comutadores.

Na prática, hoje, ambos, programadores e comutadores, estabelecem as formas de poder da sociedade em rede, configurando o poder da comunicação. Afinal, escolas, fábricas, casernas, hospitais, prisões, inclusive casas de famílias abrem espaço para a internet como o “tecido de comunicação de nossas vidas” (p. 111). Em outras palavras, o poder na contemporaneidade parte do que significa poder gerir redes, em todas as dimensões e facetas. E as plataformas de redes sociais digitais estão no centro dessas redes, produzindo, reproduzindo e coordenando discursos, moldando antigas e novas subjetividades.

O capitalismo contemporâneo se ergue sobre uma imensa capacidade de processamento digital e metaboliza as forças vitais com voracidade inaudita, lançando e relançando constantemente no mercado novos produtos, serviços e subjetividades. Estas últimas constituem mercadorias muito especiais, que são adquiridas e de imediato descartadas pelos diversos tipos de consumidores aos quais se destinam, alimentando uma espiral de consumo em aceleração crescente. Assim, a ilusão de uma identidade fixa e estável, característica da sociedade moderna e industrial, vai cedendo terreno aos “kits de perfis-padrão” ou “identidades prêt-à-porter”, segundo as denominações da psicanalista brasileira Suely Rolnik.¹⁹ Trata-se de modelos subjetivos efêmeros, descartáveis, sempre vinculados aos voláteis interesses do mercado. Se o que se deseja compreender aqui é o impacto das transformações mais recentes na produção de corpos e subjetividades, uma primeira pista pode surgir da comparação entre as lógicas de funcionamento do regime disciplinar, por um lado, e da sociedade de controle, por outro (SIBILIA, 2021).

Não se trata de uma situação na qual o digital atravessa o que nos é familiar apenas, mediando quase todas as formas de participação social. Por meio de um projeto comercial, essa ampla engrenagem pode advogar por meio da usurpação de quem e como somos. Exercer uma hipervigilância unilateral capaz de extrair da experiência humana – e com uma roupagem de gratuidade – substâncias que vão configurar e traduzir-se em dados comportamentais. Uma intervenção que transforma conhecimento em poder.

É a formação de autoridade, com elementos extremamente automatizados, instruída para direcionar, incentivar, persuadir condutas que, agora mecanicizadas e forjadas em um ciclo de retroalimentação, permitem montagens de modelos preditivos de atuações e ações dos indivíduos, convertidos em resultados comerciais lucrativos com base na matematização da vida. E essa agência está repleta de instrumentos voltados a providenciar e estimular práticas personalizadas e individualistas. É existência, com suas satisfações, angústias e desejos, reduzida a dados e a algoritmos. Atos e comportamentos realizados por meio de dispositivos conectados e interligados são extraídos e condensados para virarem matéria-prima no mercado como moeda de troca. A noção de privacidade é convertida assim em valor financeiro. Ela passa a ser precificada.

Daí constitui-se um gigantesco novo segmento que traz um imperativo econômico competente o suficiente para intervir na autonomia individual, que gera uma dialética repleta de sofismas. É um impasse entre universos privados. Um campo construído por organizações privadas e suas regras particulares, consideradas obscuras muitas vezes pela falta de transparência, vai ao encontro da naturalização da tecnologia no cotidiano com vistas a capturar e se encarregar de nossos comportamentos, pensamentos, ações, sonhos, ilusões, inclusive aquelas mais privadas. O que muda completamente o jogo social. Porque, nessa perspectiva, podemos perceber tal assimetria nunca observada na história até então. Empresas que extrapolam a captura e o acúmulo de conhecimento sobre nós.

Não à toa, em poucas décadas, companhias como Facebook (ou Meta), Google, Apple, Amazon, Microsoft e mais tantas outras de base tecnológica surgidas nas últimas décadas e que atuam fundamentadas nessa lógica rapidamente galgaram as primeiras posições de maiores empresas do mundo em termos de faturamento e valor de mercado, deixando na poeira setores até então dominantes como o de petróleo, o financeiro, os varejistas globais e a indústria automobilística. Porque nem mesmo os detentores do capital global conseguiram atingir e apanhar com tanta propriedade a essência o tempo e a dedicação natural dos indivíduos como essas organizações. E ainda produzir muita riqueza sobre esses procedimentos, claro, para pequenos e restritos grupos.

O debate sobre a forma como essa conjuntura vem se desenrolando leva a um processo crítico ou até certo consensual de que os aspectos apresentados por essas plataformas não são apenas um erro de concepção ou interpretação do mercado. Que não se trata de mera desilusão ou desvio involuntário, diante do fracasso na tentativa da criação e evolução de uma rede de conexão que potencializa democracia, que enriquece direitos e liberdades. Enfim, que os princípios originais da internet, de inclusão e contribuição social, apenas se perderam.

Forma-se uma nova consciência de que a gênese dessas companhias é, por meio dessas plataformas, no fim do dia, puramente capitalista, portanto, monetária. Que essas características que causam impacto real e significativo na sociedade são, na prática, intrínsecas ao modelo desenhado, estão no cerne com propósito claro e fundamentado. Mais do que o acúmulo de capital financeiro em si, abalam a estrutura social, o dia a dia das pessoas com base num capitalismo de vigilância que reivindica a experiência humana e a transforma em lucro num processo de extrativismo do olhar e dos dados pessoais (BUCCI, 2022).

A realidade digital está tomando conta e redefinindo tudo que é familiar, antes mesmo de termos tido a chance de ponderar e decidir sobre a situação. Nós celebramos o mundo conectado por causa das muitas maneiras pelas quais ele enriquece nossas capacidades e perspectivas, mas ele gerou novos grandes territórios de ansiedade,

perigo e violência conforme o senso de um futuro previsível se esvai por entre nossos dedos (ZUBOFF, 2021).

A apreciação do tema privacidade, assim, extrapola as tradicionais concepções. Porque há, no fundo, um cenário completamente inédito. Imersos entre dispositivos, softwares e algoritmos sobre os quais pouco sabemos das dinâmicas e intencionalidades na maior parte dos casos ou, ainda, enredados por políticas com regras e vieses muito controversas, acabamos sujeitos aos interesses de poucas grandes companhias. Em muitos casos, sem que sequer percebamos o efeito disso.

Não podemos e nem devemos admitir que será assim, que o determinismo tecnológico prevaleceu e vida que segue. Esse método de atuação, que prioriza a exploração financeira, acendeu, portanto, uma luz de alerta. A partir daí, variados campos de conhecimento, ao perceberem os desequilíbrios produzidos e amplificados nessas relações de poder, passam a provocar debates e movimentação entre os atores sociais em maior ou menor grau.

A dimensão do que vem acontecendo é tão grande, que o debate não pode se limitar a um ou outro campo do conhecimento. Excede as exatas como disciplinas originárias das tecnologias. Também não se restringe apenas ao campo jurídico para a discussão dos termos de aceite das plataformas, muito menos à área da saúde por conta das consequências psíquicas provocadas por plataformas como o Instagram.

Mesmo assim, a polêmica não se circunscreve meramente aos estudos humanos que exploram as inquietações de novos pensamentos e comportamentos provocados pelas redes sociais digitais. Para compreender esse fenômeno, é preciso juntar forças ao ponto de estimular a criação de agência ampla com o desenvolvimento de políticas públicas e com, no mínimo, poderes que consigam determinar uma fronteira clara para as empresas de tecnologia. Ações que corrijam as assimetrias produzidas no contexto atual.

Alguns primeiros passos já foram dados neste sentido o que, de alguma forma, também causa impacto sobre a forma de se pesquisar uma plataforma como o Instagram. Na medida em que o cerco pode começar a se fechar sobre a ferramenta e, ainda que o escrutínio público tenha alcançado mais reverberação nos últimos anos, a tendência é que novos elementos sejam criados pelo Facebook (Meta) para permitir que a máquina continue a girar, ocasionando ainda mais entraves para a abertura de suas “caixas pretas”.

6.1 A legislação no meio do caminho

Na esteira do avanço das empresas de tecnologia e crescimento da contestação sobre seus modos de operação por parte de especialistas, acadêmicos e integrantes de diversas esferas governamentais ao redor do mundo, vimos surgir um princípio de ações que visavam criar condutas para regular este universo. Entre as iniciativas que mais chamaram a atenção na tentativa de controlar a progressão dessas companhias, está o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (*General Data Protection Regulation*, sigla GDPR)⁵⁵.

Trata-se de um conjunto de normas que buscam supervisionar a coleta e uso de dados dos cidadãos que fazem parte da União Europeia a partir de discussões iniciadas e idealizadas em meados de 2012. As regras, publicadas em 2016 e que entraram em vigor em maio de 2018, agem sobre toda e qualquer companhia que opera nos países integrantes do bloco econômico. Entendem que o direito à privacidade do indivíduo é inviolável. Deram mais poder ao usuário de serviços – como acessar, editar e/ou apagar seus dados nas mãos das organizações.

Na outra ponta, as companhias precisam seguir normas severas em relação à coleta, tratamento, armazenamento e compartilhamento dos dados desses cidadãos. Em caso de descumprimento, as empresas recebem notificações para casos de infrações leves. Em transgressões mais graves, a penalidade pode chegar a uma multa de € 20 milhões ou até mesmo no valor de 4% do faturamento anual. A reação, a partir das normas, foi imediata.

Diante desse contexto e com base na lógica de oferecer a oportunidade de o indivíduo recusar e cancelar o uso da ferramenta a qualquer momento, as grandes companhias de tecnologia – entre elas o Facebook (Meta), dona do Instagram – correram a atualizar seus termos de serviços capturando, assim, um novo aceite do usuário já considerando todas as restrições impostas pelo conjunto de normas da GDPR. Mas as polêmicas estavam só começando. Google e Meta foram processadas no primeiro dia de vigência das normas⁵⁶. Não à toa, a Meta dedica uma página de internet para explicar o que é e como ela própria realizou mudanças para atuar em adequação com as novas normas vigentes, além de se colocar como controladora e processadora de dados:

⁵⁵ Texto original das normas publicadas pela União Europeia. Disponível em: <https://gdpr.eu/tag/gdpr/>. Acessado em 06.02.2022.

⁵⁶ Denúncias do ativista austríaco Max Schrems apontavam que ambas as companhias (no caso do Facebook, também pelo WhatsApp e Instagram) com a mudança em suas próprias regras estavam coagindo os usuários a aceitarem os novos Termos de Serviço, em detrimento da GDPR, sob pena de interromper o fornecimento dos serviços. Disponível em The Verge: <https://www.theverge.com/2018/5/25/17393766/facebook-google-gdpr-lawsuit-max-schrems-europe>. Acessado em 06.02.2022.

A proteção dos dados é essencial para as Empresas do Facebook (Facebook, Messenger, Instagram, Oculus e WhatsApp). Obedecemos à atual lei de proteção de dados da União Europeia, que inclui o GDPR. Nossos preparativos relacionados ao GDPR foram liderados por uma equipe de proteção de dados com sede em Dublin e contaram com o suporte da maior equipe multifuncional da história do Facebook (FACEBOOK, 2022).⁵⁷

Apesar da origem nos Estados Unidos, a sede oficial do Facebook (Meta) é Dublin, capital da República da Irlanda. Estratégia comum entre todas as gigantes globais de tecnologia em virtude dos incentivos e cobrança de impostos menores quando comparadas com outras regiões e países do mundo. De toda forma, para não prejudicar o andamento de seus negócios, a companhia agiu rapidamente para conter novos problemas legais. Especialmente quando a empresa tem de lidar com economias e governos do norte global, a postura parece ser muito mais rápida do que em países como o Brasil.

Mas a prática faz parte de um jogo de poder ainda maior. Assim como todas as gigantes de tecnologia, o Facebook investe muito dinheiro para tentar conter a regulação do mercado com *lobby*. De acordo com o estudo “A rede de lobby, a influência das Big Tech na UE”⁵⁸, conduzido com 612 empresas, grupos e associações empresariais que realizam *lobby* ativo, e produzido e assinado pelo Corporate Europe Observatory e o LobbyControl, mostram que só a companhia liderada por Mark Zuckerberg gastou na região € 5,5 milhões, ficando atrás somente do Google em montante aplicado.

A pesquisa aponta que os esforços são basicamente liderados por apenas dez empresas (Google, Facebook, Microsoft, Apple, Huawei, Amazon, IBM, Intel, Qualcomm e Vodafone). Juntas, essas organizações respondem por um terço (€ 32 milhões) do gasto total – cerca de € 97 milhões – do *lobby* de tecnologia. Quantia esta, inclusive, maior do que a aplicada por outras grandes indústrias como o segmento farmacêutico, o automotivo e até mesmo o financeiro.

Nos Estados Unidos, a situação não é muito diferente. Em meio a diversas acusações no Congresso norte-americano por supostamente adotarem práticas anticompetitivas, as chamadas *big techs* gastaram o equivalente a US\$ 124 milhões com lobby e doações para campanhas de parlamentares. A Meta, juntamente com Amazon, liderou o volume aplicado. Investiu US\$ 19,6 milhões com lobby em 2020, cifra 122% superior aos gastos realizados 2016. As informações

⁵⁷ Página da Meta (anteriormente nomeada Facebook, dona do Instagram) destinada a esclarecer os usuários e empresas sobre o GDPR. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/gdpr>. Acessada em 06.02.2022.

⁵⁸ Tradução nossa. Do original: “The lobby network: big tech’s web of influence in the EU”. Disponível em <https://corporateeurope.org/sites/default/files/2021-08/The%20lobby%20network%20-%20Big%20Tech%27s%20web%20of%20influence%20in%20the%20EU.pdf>. Acessado em 06.02.2022.

estão disponíveis no relatório “Grandes empresas de tecnologia, muito dinheiro: os novos jogadores poderosos de Washington”, da organização Public Citizen⁵⁹.

Em 2021⁶⁰, os números são ainda mais alarmantes. A Meta teria empregado a histórica quantia de US\$ 20,1 milhões somente em atividade lobista. O movimento e as importâncias financeiras dão a noção do esforço desempenhado pelas companhias para reprimir qualquer ação que possa impedir o crescimento e projeção em todas as frentes possíveis.

Os vultosos valores crescem na medida em que a pressão aumenta. Inclusive com risco de, a partir dos novos mecanismos legais de controles, impedir a operação das plataformas da Meta (Facebook e Instagram) na Europa. A companhia informou, em relatório⁶¹ enviado à Securities and Exchange Commission – órgão equivalente à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) nos Estados Unidos – a possibilidade de remover suas redes sociais digitais no velho continente. O aviso acontece em razão do fato de as normas da GPDR impedirem a transferência de dados da região para os Estados Unidos, onde ficam os centros de armazenamento de informações da companhia. O imbróglio acontece desde que o acordo firmado entre os poderes públicos dos Estados Unidos e União Europeia para coletar dados em redes sociais digitais está sendo questionado por autoridades do bloco econômico europeu.

No Brasil, a conjuntura apresenta algumas facetas próprias. A começar pela própria operação de *lobby*, que não é atividade legalizada e formal no país. Apesar de inúmeras terminologias adotadas, a prática de influência direta ou indireta para defender interesses de empresas, pessoas ou segmentos junto a órgãos públicos e privados pode ser interpretada dentro da tipificação de crime. Há, inclusive, muitos projetos de leis aguardando deliberação do legislativo que tratam do tema.

Um ponto importante é que, em maio de 2019, a partir de integração entre membros do Congresso Nacional Brasileiro, foi criada a Frente Parlamentar Mista de Economia e Cidadania Digital. Trata-se de, como eles mesmos definem, “um grupo suprapartidário de deputados e senadores comprometidos com a defesa do futuro: uma economia digital livre e responsável, uma cidadania conectada e plena, um governo digital e eficiente, transparente e zeloso com a

⁵⁹ Tradução nossa. Original: “Big Tech, Big Cash: Washington’s New Power Players”. Disponível em <https://www.citizen.org/article/big-tech-lobbying-update/>. Acessado em 06.02.2022.

⁶⁰ Google, Amazon e Meta gastam milhões com lobby contra escrutínio da Big Tech. Reportagem do Yahoo!Notícias. Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/google-amazon-e-meta-gastam-milhoes-com-lobby-contra-escrutinio-da-big-tech-132036944.html>. Acessada em 06.02.2022.

⁶¹ Documento da Meta (antigo Facebook) enviado para a Securities and Exchange Commission apontando para a possibilidade de remover as suas plataformas (Facebook e Instagram) da Europa caso as autoridades da União Europeia mantenham as normas que impedem que a companhia transfira dados dos usuários da região para os Estados Unidos. Disponível em <https://d18rn0p25nwr6d.cloudfront.net/CIK-0001326801/14039b47-2e2f-4054-9dc5-71bcc7cf01ce.pdf>. Acessado em 07.02.2022.

privacidade dos brasileiros”⁶². A iniciativa, que entre tantas outras promessas, tem como missão melhorar o ambiente regulatório em inovação e transformação digital, bem como tratar de assuntos muito sensíveis como inteligência artificial (tecnologia de base de boa parte das plataformas de redes sociais digitais), entretanto, tem recebido críticas sobre a própria forma como vem sendo conduzida. Uma das acusações⁶³ é que empresas de tecnologia como o Meta e Google vêm se valendo de institutos ou associações privadas para assessorar ou interferir nas decisões e rumos do grupo – o que poderia se configurar como *lobby*.

Há, ainda, precedentes adotados, inclusive por especialistas em direito digital, sobre a privacidade de dados. A garantia das informações, apontam estudiosos do direito, já estava prevista na Constituição da República Federal de 1988 como direito fundamental no no Art. 5º, inciso X⁶⁴. A depender do ângulo e dos objetos de análise em si, também é possível garantir a privacidade de dados a partir da Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414, de 9 de junho de 2011)⁶⁵, a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011)⁶⁶ e mesmo o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)⁶⁷.

Soma-se a esses dispositivos o Marco Civil da Internet⁶⁸, oficialmente denominado Lei nº 12 965/2014, que foi discutido, votado e entrou em vigor no Brasil antes mesmo do GDPR na Europa. O Marco Civil da Internet, em 2014, portanto, já versava sobre princípios, garantias, direitos e deveres de quem usa a rede, inclusive com diretrizes para o poder público.

A lei, que surgiu inicialmente com a ideia de combater cibercrimes, evoluiu para regular muitos outros aspectos do uso de internet no país e tratar de temas como neutralidade da rede, privacidade, retenção de dados, função social liberdade de expressão entre diversas outras abordagens. Foi desenvolvida de forma colaborativa por meio de debates públicos com a sociedade civil utilizando um blog.

⁶² Site oficial da Frente Parlamentar Mista de Economia e Cidadania Digital. Disponível em: <https://frentedigital.org/>. Acessado em 06.02.2022.

⁶³ Reportagem do veículo de imprensa The Intercept Brasil. “A bancada do like: Google e iFood se inspiram em ruralistas e montam tropa de choque no congresso”. Disponível em: <https://theintercept.com/2021/11/25/google-e-ifood-montam-bancada-do-lie/>. Acessado em 06.02.2022.

⁶⁴ Constituição da República Federal do Brasil, 1988. Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

⁶⁵ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112414.htm. Acessado em 06.02.2022.

⁶⁶ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm. Acessado em 06.02.2022.

⁶⁷ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm. Acessado em 06.02.2022.

⁶⁸ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acessado em 06.02.2022.

[...] A privacidade dos usuários, além de uma garantia, deve, também, ser protegida pelo Marco Civil da Internet, porque as informações dos usuários viraram moeda e são usadas como pagamento dos serviços que se dizem gratuitos, mas que retêm as informações dos indivíduos para sempre, utilizando-a para qualquer fim. Quando se fala no Marco Civil da Internet, seu propósito inicial é garantir a privacidade de dados dos consumidores e ter a guarda segura dos mesmos (igualando aos demais países do exterior), complementando o texto Constitucional, o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil (PINHEIRO, 2013).

Trata-se de um símbolo que tornou, inclusive, o Brasil referência no mundo todo em adoção de mecanismos legais até mesmo pela forma como o processo todo foi conduzido, ainda que haja muitas controvérsias em relação aos temas discutidos publicamente e o texto final sancionado pela presidenta Dilma Rousseff.

Mas todo o aparato legal existente no país até então não foi suficiente para moderar ou assegurar a proteção aos direitos relacionados aos dados e à privacidade dos indivíduos diante da ascensão de tecnologias como o Instagram no Brasil. Este arcabouço parece não incitar qualquer tipo de comprometimento das plataformas em relação à forma como exercem suas atribuições ou competências. A legislação nacional – muito também por conta da ausência de uma fiscalização mais incisiva – ainda deixa lacunas abertas para muitas interpretações e morosidade nos processos de julgamento.

É neste enquadramento, com o impulso e em consonância com a GDPR na Europa, que ganha fôlego no Brasil a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que passou a vigorar em agosto de 2020, portanto, com impacto direto ao desenvolvimento desta pesquisa. Uma legislação criada especificamente para regular as atividades de transparência, uso e tratamento de dados de pessoas físicas e jurídicas que residem e operam no Brasil. Houve grande repercussão sobre a forma como foi constituída, inclusive na imprensa, o que chamou a atenção dos indivíduos para a questão.

Na prática, a legislação conflagrou novos olhares e debates no que diz respeito à coleta e ao uso ou análise de dados de redes sociais digitais, ainda que estas informações estejam abertas, isto é, em perfis considerados públicos na plataforma. A LGPD, então, acaba colocando em xeque uma prática bastante comum para a realização das pesquisas com redes sociais digitais. Via de regra, para recolher informações que permitam análise em plataformas como o Instagram usa-se o processo conhecido como *web scraping* (algo como “raspagem de rede” em tradução literal). A técnica é possível por meio do apoio de softwares que executam tarefas automatizadas para coletar e organizar os dados para que sejam transformados em análise e informação. Os dados extraídos geralmente são minerados e estruturados em um formato

padrão como CSV, XML ou JSON. Isso significa recolher informações em massa sem necessariamente contar com o consentimento dos proprietários desses dados.

E uma primeira abordagem, um dos pontos que salta aos olhos e que deve ser articulado é aquele que trata da definição sobre dados pessoais. Considerados ao pé da lei, praticamente qualquer informação extraída de usuários dessas plataformas pode se encaixar como previsto, já que a LGPD, em seu artigo 5º, descreve:

I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;

II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;

III - dado anonimizado: dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento;

Ampliam-se, portanto, a partir dessas diretrizes, os riscos de obter dados de indivíduos por meio de suas contas nestas plataformas. Há interpretações da LGPD que apontam que essa coleta pode ser considerada uma forma de tratamento de dados, característica disposta no 5º, X, da Lei Geral de Proteção de dados:

X - tratamento: toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração (LEI Nº 13.709, 2018);

Em seu artigo 4º, a lei brasileira estabelece que não se aplica ao tratamento de dados pessoais realizado para fins exclusivamente jornalístico, artístico e, também, acadêmico, sendo que para o último caso, deve-se aplicar os artigos. 7º e 11º da norma. O artigo 7º trata do uso dos dados pessoais “para a realização de estudos por órgão de pesquisa” desde que “garantida, sempre que possível, a anonimização”. Esta forma desperta dúvidas porque qual seria o limite do “sempre que possível”? Quem define, ao fim, quando os dados poderão ser tornados públicos? Quem define quando e como os dados precisam ficar anônimos?

Já o artigo 11º impede o uso de dados sensíveis, decretados como “dados pessoais sobre a origem racial ou étnica, as convicções religiosas, as opiniões políticas, a filiação a sindicatos ou a organizações de caráter religioso, filosófico ou político, dados referentes à saúde ou à vida sexual, dados genéticos ou biométricos, quando vinculados a uma pessoa natural”. Restringe, ainda, o uso apenas com o consentimento específico do titular. Mais questões que podem

embargar uma pesquisa científica no Instagram. Porque muitas dessas características são visivelmente expostas ou declaradas nos conteúdos coletados para a investigação.

A falta de consenso já mobiliza a matéria. Inclusive para os casos de manipulação e transmissão de dados de indivíduos entre órgãos e companhias nacionais. Antes mesmo da entrada em vigor da LGPD, a Ministra do Supremo Tribunal Federal, Rosa Weber, como resposta aos frequentes vazamentos de informações em bases de dados a partir de ataques *hackers*, suspendeu⁶⁹ a Medida Provisória nº 954/2020. A proposta tinha como objetivo permitir a transferência de dados pessoais de empresas de telecomunicação à Fundação IBGE. Para tanto, Weber arguiu sob a proteção constitucional à privacidade.

Nessa linha, ao não definir apropriadamente como e para que serão utilizados os dados coletados, a MP n. 954/2020 não oferece condições para avaliação da sua adequação e necessidade, assim entendidas como a compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas e sua limitação ao mínimo necessário para alcançar suas finalidades. Desatende, assim, a garantia do devido processo legal (artigo 5º, LIV, da Lei Maior), em sua dimensão substantiva" (STF, 2020).

Há quem defenda que, mesmo que um indivíduo publique informações de cunho pessoal, por espontânea vontade e em ambiente público, ele continua sendo o detentor dessas informações. Conforme o artigo 18 da mesma lei, há garantia a qualquer cidadão confirmar não só a existência de tratamento (dos dados) como também solicitar a imediata exclusão. Estas determinações legais, de fato, colocam a pesquisa no limite uma vez que dilata as ameaças éticas de exposição sem consentimento prévio assim como incorre-se em potencial constrangimento caso qualquer indivíduo com imagens expostas na pesquisa pleiteie a retirada dos dados. Algo que inviabiliza e invalida o estudo.

O ponto é que não há uma clareza rígida que permita encerrar possíveis outras interpretações. A mesma lei, no § 4º do artigo 7º, aponta que: “É dispensada a exigência do consentimento previsto no caput deste artigo para os dados tornados manifestamente públicos pelo titular, resguardados os direitos do titular e os princípios previstos nesta Lei”. Ao mesmo tempo, o § 6º do mesmo artigo indica: “A eventual dispensa da exigência do consentimento não desobriga os agentes de tratamento das demais obrigações previstas nesta Lei, especialmente da observância dos princípios gerais e da garantia dos direitos do titular”.

Os princípios éticos, de integridade e as boas práticas da ciência a partir de um conjunto institucionalizado de crenças e normas, especificam que o ideal é informar o titular dessas

⁶⁹ Supremo Tribunal Federal STF – Referendo na Medida Cautelar na ação direta de inconstitucionalidade: ADI 6393 DF 0090705-57.2020.1.00.0000. Disponível em: <https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/1122988778/referendo-na-medida-cautelar-na-acao-direta-de-inconstitucionalidade-adi-6393-df-0090705-5720201000000>. Acessado em 07.02.2022.

informações de que elas serão utilizadas e para qual fim. Mas, no caso de uma pesquisa que captura e pretende analisar dados em massa de usuários de uma plataforma, comunicar um a um, indivíduo a indivíduo, perfil a perfil, não é factível. Isso se torna exequível somente nos casos de estudos que concentram os esforços em um único perfil da rede social digital.

Há, ainda, a discussão sobre a finalidade do tratamento dos dados. Quando pensamos em um perfil público de um indivíduo nas redes sociais digitais, podemos entender que a proposta é a de que ele criou e gerencia esse meio como forma de interagir e se relacionar com outros integrantes daquela plataforma ou de seus círculos sociais. Ainda que o propósito do pesquisador possa produzir efeitos que em nada se aproximam de objetivos como os de uma marca que pretende vender seus produtos por meio de publicidade, em tese, usar os dados dessas pessoas para qualquer outra intenção poderia se enquadrar como infração.

O fato é que massificar o conhecimento e aceite por parte dos usuários dos quais se está coletando os dados é um recurso sobre o qual o pesquisador não possui qualquer controle. Seria necessário aplicar um questionário em um ambiente externo composto por um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para obter a autorização de cada perfil dono da imagem pesquisada. E, justamente porque não operar os mecanismos das redes sociais digitais, a proposta se torna impraticável.

As plataformas sim detêm o poder de atualizar seus termos para que consigam, ainda que de forma questionável, que os seus usuários estejam de acordo com as mudanças às quais estarão submetidos. O que configura, novamente, mais uma assimetria de poder. E, no fim, foi o que fez a Meta, que controla o Instagram⁷⁰ quando da criação da LGPD. A partir de um disparo controlado e personalizado, portanto um a um, emite uma notificação para que seus usuários aceitem a nova política de uso das informações. E não há espaço para a negativa. Ou se aceita ou interrompe-se o fornecimento do serviço.

A companhia descreve todas as informações capturadas, de que maneira são usadas e como são compartilhadas a partir do momento no qual o indivíduo cria um perfil. A lista é imensa⁷¹ e aponta ao usuário o direito de “acessar, retificar e apagar seus dados, além de autorizar nosso tratamento deles e solicitar sua portabilidade”. A plataforma também oferece

⁷⁰ A companhia promoveu mudanças em suas políticas de dados para seguir as determinações da Lei Geral de Proteção de dados, conforme reportagem do site Tecnoblog em julho de 2020. Disponível em <https://tecnoblog.net/noticias/2020/07/20/facebook-se-antecipa-a-lgpd-e-pede-permissao-para-coletar-seus-dados/>. Acessado em 07.02.2022.

⁷¹ Política de dados do Instagram. Disponível em: <https://help.instagram.com/519522125107875>. Acessado em 07.02.2022.

um formulário⁷² aos seus usuários que permite que eles solicitem mais informações relacionadas ao acesso, uso, processamento e exclusão, conforme a legislação brasileira vigente.

A incógnita sobre a transferência internacional de dados também permanece. Se o Instagram pretende enviar dados pessoais e privados de seus usuários no Brasil para serem processados em outras regiões – nos Estados Unidos, como apontado sobre o embaraço com a União Europeia – também está delimitada na LGPD, que tem um órgão federal responsável por fiscalizar e aplicar as normas, a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)⁷³. O órgão independente do poder executivo federal tem como missão fazer cumprir a lei e se posicionar sobre quais países ou organizações internacionais possuem grau de proteção adequado ao previsto na LGPD para o trânsito de dados e quais são as condições e cláusulas que vão reger esses deslocamentos de informações.

Todos esses aspectos representam riscos não só à pesquisa, mas ao cientista. Isto porque não há compreensão suficiente para determinar se o pesquisador pode ser considerado um agente controlador ou processador de dados ao realizar a coleta para processamento e análise em seus estudos, portanto, sujeito às regras impostas pela LGPD. Inclusive porque, para além das informações que seriam disseminadas e tornadas públicas com a divulgação da pesquisa, é preciso discutir a responsabilidade desse pesquisador sobre onde, como e por quanto tempo ele vai ou precisa armazenar as informações capturadas das redes sociais digitais durante o processo de análise.

Mesmo que se faça uso do artifício da pseudoanonimização, definida na Lei Geral de proteção de dados como “o tratamento por meio do qual um dado perde a possibilidade de associação, direta ou indireta, a um indivíduo, senão através do uso de informação adicional mantida separadamente pelo responsável em ambiente controlado e seguro”, o investigador terá de investir para se municiar de instrumentos que resguardem e preservem a proteção dessas informações – e, então, temos de considerar que ele tenha não só conhecimento necessário para tal, mas também pode adotar outras novas tecnologias com termos de uso questionáveis. Com o avanço de modelos algorítmicos cada vez mais potentes e sem transparência suficiente, entretanto, o potencial de detectar novamente a conexão entre os dados e o indivíduo aumenta.

⁷² Consulta da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Instagram. Disponível em: <https://help.instagram.com/contact/2631701187068649>. Acessado em 07.02.2022.

⁷³ Site oficial da Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br>. Acessado em 07.02.2022.

E, como consequência natural, também o risco de se publicizar o que deveria estar privado e em sigilo.

É difícil afirmar com certeza como essa governança se dará ao longo do tempo e se haverá qualquer tipo de infração ou punição relacionadas a essa perspectiva. Mesmo o regimento interno⁷⁴ que fornece as diretrizes de atuação da ANPD não é claro em relação ao trabalho desenvolvido por pesquisadores e as responsabilidades implicadas no processo. O documento aponta apenas, em seu artigo 18, “VI - realizar pesquisas, análises estatísticas e de cenários, com o objetivo de fornecer suporte técnico para a formulação e reformulação da Política Nacional de Proteção de Dados Pessoais e da Privacidade”. Ou seja, sem uma recomendação de controle ou regulação sobre as demais pesquisas em universidades públicas e privadas.

Da mesma forma, produzir uma investigação sobre temas e uma plataforma tão relevante socialmente, hoje, como o Instagram e abrigar essa apuração sob critérios de confidencialidade por conta da anonimização da base de dados não parece fazer muito sentido. Perde-se a produção de evidências externas, o propósito de produzir os saberes e instigar questionamentos e reflexões sobre os efeitos do contexto, da tecnologia e a agência dos indivíduos nestas condições, enfim, o potencial de aplicação social da pesquisa, seja para gerar ainda mais debate, seja para a construção de novas políticas públicas.

Não há entendimento estabelecido se a ANPD vai operar e designar os limites da mesma forma como acontece com o CEP/CONEP - Comitê de Ética em Pesquisa e Comissão Nacional de Ética em Pesquisa, ligados ao conselho Nacional de Saúde e da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos, vinculada ao Ministério da Saúde – que media e autoriza os casos de pesquisas com seres humanos. A comparação pode parecer estranha, mas precisamos levar em conta que estamos tratando de estudos que usam bases de dados de redes sociais digitais sem abordar a fisiologia, mas que tratam de comportamentos, intimidade, identidade dos indivíduos, portanto, informações que, mal resguardadas ou utilizadas, podem produzir efeitos extremamente nocivos aos cidadãos.

A discussão segue intensa. Em movimento realizado em fevereiro de 2022, o Congresso Nacional Brasileiro, promulgou a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 17/19⁷⁵ que

⁷⁴ Portaria nº 1, de 8 de março de 2021 que estabelece o regimento Interno da Autoridade Nacional de Proteção de Dados - ANPD. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-1-de-8-de-marco-de-2021-307463618>. Acessado em 07.02.2022.

⁷⁵ Proposta de Emenda à Constituição no 17, de 2019, de autoria do Senador Eduardo Gomes (MDB/TO). Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/materias-bicameras/-/ver/pec-17-2019>. Acessado em 11.02.2022.

estabelece a proteção de dados como direito fundamental do cidadão. A iniciativa torna a proteção de dados uma cláusula pétrea da Constituição Federal o que impede tentativas de revogação e restringe a possibilidade de estados e municípios legislem sobre o tema.

A proposta promove alteração no artigo 5º da Constituição Federal, que trata do direito aos sigilos pessoais, como sigilo de correspondência e comunicações telegráficas. A legislação, agora, é aplicada também a informações que trafegam em “meios digitais”. O avanço demonstra a magnitude e priorização do assunto também no poder público e providencia mais segurança jurídica também porque ampara a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e fortalece a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

7. Considerações finais

No caso desta pesquisa, a escolha pelo Instagram no contexto da pandemia ocorreu em razão do crescimento e adoção da plataforma no Brasil nos últimos anos. A questão é que não há clareza, mesmo quando se trata de um profissional ou pesquisador de ciências exatas, do quanto e até onde a rede social digital permite acesso aos seus dados, mas a intencionalidade é clara. A percepção é de que há um grande esforço para bloquear qualquer terceiro não autorizado a coletar e tratar dados que passam pela ferramenta. E esse ponto de inflexão é extremamente relevante para o contexto do momento.

Quando cada vez mais a condição humana, na contemporaneidade, está refletida e permanentemente vigiada e mediada por uma plataforma como o Instagram e tantas outras tecnologias, ao ponto de se olhar e interpretar a sociedade, com inúmeras tentativas de decodificação do comportamento e do cotidiano dos indivíduos e cidadãos, especialmente em um período de crise sanitária global com todas as suas resultantes no espectro social e digital, significa que precisamos delimitar e estipular rotas com esteios extremamente firmes e concretos para estudar essas manifestações.

Se entendemos que o contato com essa ferramenta, nos dias de hoje, aparece como uma condicionante da existência humana – se não está não existe, se não é visível ao outro não é – em uma disputa entre singularidade incentivada e coletividade exercida de forma enfraquecida, é justificável que muitos cientistas voltem suas atenções, observações e explorações para este universo pela capacidade de democratização de acesso, cálculo e concentração de informações. Lembremos que, até então, o poder de manipulação da informação – como no caso das emissoras de televisão – estava na capacidade de transmissão de conteúdos em larga escala e para diversas regiões. Conceber, então a vida em sociedade atualmente passa por essa discussão.

Uma configuração que gera um outro tipo de sociabilidade instalada e sobre a qual poucas empresas controlam a estrutura que forma a base para esta nova forma de se relacionar no mundo. Isso tende a conduzir o diálogo a dilemas produzidos pelos algoritmos quando a conversa deveria ser guiada em um tom a ressaltar a preocupação com a privacidade dos dados. Porque é ali que se constitui boa parte da origem dos problemas em uma economia capitalista global.

Nós não somos os “clientes” do capitalismo de vigilância. Embora se diga que “se for de graça, então o produto é você”, essa afirmativa também é incorreta. Nós somos as fontes do superávit crucial do capitalismo de vigilância: os objetos de uma operação de extração de matéria-prima tecnologicamente avançada e da qual é cada vez mais impossível escapar. Os verdadeiros clientes do capitalismo de vigilância são as empresas que negociam nos mercados de comportamento futuro (ZUBOFF, 2021).

A partir do aprofundamento e da evolução da pesquisa, localizamos uma série de contratempos e adversidades que nos fizeram prosseguir por uma nova trajetória. Ficou bastante nítida a ausência de um fio condutor, inclusive em diversos estudos consultados já publicados no Brasil e no exterior, que guiasse e trouxesse uma metodologia sólida, sustentável do ponto de vista normativo. Houve, a todo momento, indagações, incertezas e insegurança quanto ao processo. Isso aconteceu especialmente quando atingimos o momento de definir e progredir com a metodologia. É necessário levantar questionamentos sobre a possibilidade de ponderar sobre outras montagens possíveis ao olharmos para as características do objeto.

São muitas as camadas de informação, acesso, interatividade, edição, algoritmos entre dezenas de recursos e modelos que de certa forma disparam mecanismos de relações sociais, produzem novas ações. E tudo isso provoca a busca por novas capacidades metodológicas de se fazer pesquisa sobre o Instagram. Antes, entretanto, precisamos esmiuçar cada vez mais a dinâmica de funcionamento dessas ferramentas.

E isso começa a partir da dificuldade em caracterizar o objeto em si. É a fotografia, é o comportamento que o usuário expressa, são os metadados contidos no conteúdo publicizado? Enfim, determinar o que se está investigando fica cada vez mais complexo quando avaliamos esses novos arranjos e montagens que se dão. E, a escolha implica necessariamente em exclusão, que pode modificar fartamente a proposta se essas supressões não estiverem devidamente decretadas. Essencial, então, atentar e reconhecer o que se está deixando de lado e qual o provável efeito disso sobre o resultado da investigação.

Além disso, sempre que nos debruçamos sobre pesquisas que tratam da expressão de ou em objetos digitais, acabamos nos deparando com compreensões pré-teóricas, boa parte delas filosóficas, culturais, antropológicas que carregam consensos estabelecidos até determinado ponto, que de certa forma estão introduzidos no uso comum das pessoas. Quando partimos para a argumentação que pretende explorar objetos digitais, não há tanta clareza porque passamos a discutir objetos materiais e imateriais.

Para usarmos a internet e o Instagram, por exemplo, precisamos de, antes de qualquer coisa, energia elétrica, além de acesso a um pacote de dados de uma operadora de telefonia, de um dispositivo eletrônico que pode ser um aparelho celular, um computador, um *tablet* e mais recentemente um relógio, uma televisão ou outros dispositivos vestíveis que permitem conexão. Por isso é factível questionar o quanto esses dispositivos fazem parte dessa mediação, o quanto eles registram e podem interferir nos passos da pesquisa.

E, quando estes equipamentos estão desligados, também devemos questionar onde essas informações trafegadas por esses aparelhos estão, ficam, acontecem. No caso do Instagram, o que é feito com aquela porção de dados no momento no qual não estamos em contato com eles? Em resumo, até onde conseguimos conceber e interpretar esse cenário que tem de ser articulado e sobre o qual não atingimos a experiência completa de ponta a ponta para poder considerar na análise. Porque há muito mais dúvidas do que respostas até o momento.

Essa abordagem nos traz para uma realidade que, apesar de convivermos com meios digitais há algumas décadas, as pesquisas ainda são muito incipientes. Será mesmo que estamos olhando para o todo desses objetos digitais e compreendendo seus aspectos e processos na plenitude a ponto de determinarmos caminhos, métodos e recursos adequados para o tratamento e pesquisa científica?

Recordemos, por exemplo, o famoso caso que ficou conhecido como *Cambridge Analytica*⁷⁶. O processo todo teve início, na prática, com uma pesquisa acadêmica em renomada universidade europeia. Os participantes voluntários do estudo foram recrutados no Facebook com vistas a identificar tipificação de perfis de personalidade. A rede social digital consentiu o acesso, sem informar os usuários sobre a experiência, às redes de amigos dos pesquisados. E obteve informações de cerca de 50 milhões de pessoas.

O escândalo se deu porque, em determinado momento e com a ajuda do pesquisador, houve acesso e manipulação de dados para finalidade política por parte de empresa privada que desenvolveu estratégias capazes de interferir diretamente no plebiscito que iria retirar o Reino Unido da Comunidade Europeia e interceder de forma demasiada nas eleições presidenciais dos Estados Unidos. Os fatos descobertos, inclusive, deram origem a uma onda de importantes debates sobre a regulação das plataformas ao redor do mundo tamanho o impacto provocado em duas das maiores economias do mundo. Tomadas as devidas proporções e ainda que se questione a conduta dos pesquisadores implicados nessa história, em síntese, esse caso dá o tom do poder envolvido no recolhimento e análise de dados de indivíduos disponíveis em redes sociais digitais e do valor social que essas informações possuem pela forma como podem ser usadas.

Não é o caso de falso otimismo ou fatalismo, muito menos de refutar tudo o que já foi feito e pesquisado sobre o Instagram até o momento. Mas, sim, uma proposição para refletirmos sobre os processos, metodologias e caminhos que já foram adotados e de como podemos

⁷⁶ Reportagem do jornal The Guardian sobre como aconteceu o vazamento dos dados. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. Acessado em 07.02.2022.

desenvolver, a partir de um cenário que se configura cada vez mais fechado para o estudo desses fenômenos e não só por parte das próprias plataformas, mas em termos de mecanismos éticos e legais que pretendem garantir a privacidade e segurança dos dados dos indivíduos em uma era de alto compartilhamento de informações. A discussão, aqui, se aprofunda muito mais por questões metodológicas e éticas e este trabalho pretende contribuir para o debate.

Para tanto, precisamos compreender também que o limite não está apenas no domínio tecnológico. Há ferramentas e tecnologias diversas que permitem realizar capturar os dados, extrair imagens e informações complementares, produzir cruzamento entre diferentes bases. Mas não se trata só do domínio técnico. Por mais que seja muito atraente aprender e operacionalizar os mecanismos para a construção e mineração de muitos dados, temos de pensar sob outras perspectivas. Mesmo podendo e sabendo fazer, devemos? Sob o ângulo da relevância social, a inclinação para um sim é muito forte.

De um ponto de vista cultural, o mais interessante não é saber se a internet promove o individualismo ou a cooperação social (ou, ainda, se ela solapa ou reforça ditaduras); o que interessa é o motivo por que temos de levantar questões tão importantes em função da “internet” – como se esta se tratasse de uma entidade que paira inteiramente separada do funcionamento da geopolítica e do atual capitalismo totalmente financeiro. Enquanto não conseguirmos pensar fora da “internet”, jamais conseguiremos fazer um balanço justo e preciso das tecnologias digitais à disposição. Aí é que o “debate digital” nos leva ao equívoco: embora seja capaz de falar sobre ferramentas, mal consegue discorrer sobre os sistemas sociais, políticos e econômicos que são viabilizados ou inviabilizados, ampliados ou atenuados por essas mesmas ferramentas. Quando esses sistemas mais uma vez se transformam no foco da nossa análise, o aspecto “digital” da conversa sobre ferramentas torna-se extremamente entediante, pois não explica nada (MOROZOV, 2021).

É preciso notar que, apesar de não concentrar os esforços somente sobre a tecnologia, mas sobre o uso político e social que se faz dela, hoje, não podemos desistir de compreender os enredos desses sistemas e todos os elementos que os acompanham. O desencadeamento desta pesquisa recai sobre essas fronteiras que se colocam diante do pesquisador. Temos de desmontar a naturalização com que passamos a pesquisar sob determinados critérios no Instagram – e, por que não, em todas as outras redes sociais digitais – como a adoção quase automática de seleção descomedida de descritores, coleta e análise das bases dados. Sem preocupações adicionais que circundam esse tipo de aquisição e tratamento das informações.

E, claro, reconstruir, sob novas bases, alternativas que permitam desembaralhar os códigos e discursos estabelecidos para, assim, encontrar formas de evitar um permanente ambiente do qual o cientista não possui qualquer ingerência e pode ser afetado por algoritmos em rede. Algo que, muito provavelmente produz bolhas de dados e influencia a produção

acadêmica. Com efeito, o que se busca é fomentar um rigor metodológico em torno do tratamento e da vinculação de grande volume de dados.

Não há como se abster, aliás, de que quando olhamos para os indivíduos a partir da lente do Instagram ou de qualquer outra plataforma digital, estamos falando de um sujeito matematizado, logo, do ponto de vista de dados que já foram tratados e processados por técnicas, ferramentas e interesses de uma companhia privada. Não sabemos, porém, quais são as regras matemáticas e de modelagem que foram aplicadas naquela informação quando ela foi inserida no Instagram. Isso quer dizer que avaliamos, enquanto pesquisadores, uma performance sob uma modelagem matemática da qual a gente não faz a menor ideia dos meandros, de como funciona, quais são as regras.

Os indivíduos passam a ser configurados como objetos de dados em uma plataforma como o Instagram. No digital, tudo vira um objeto de dado: uma imagem, um vídeo, uma música. E a resultante disso é demasiadamente importante. Não somos mais um ser, um eu complexo, cheio de questões emocionais, racionais, afetivas. Sob esta nova lógica, deixamos de significar um ser multifacetado, diverso, hermético, contraditório que se relaciona com aspectos conscientes e inconscientes.

Essa sistematização do indivíduo torna a compreensão do sujeito muito simplória diante do que ele realmente é e representa, configurando uma caixa de ressonância determinada por indicadores modestos se pensarmos na profundidade de um indivíduo. Para o Instagram você é suas interações, o conteúdo que publica, um link que envia, as páginas e informações que curte, comenta, compartilha, o tempo que dedica a determinada informação e assim por diante. Tudo o mais que está fora disso – suspirar ao ver uma imagem, por exemplo – deixa de compor o que você é ou sente.

Portanto, manejar esses tipos de dados é uma tarefa que exige novos e amplos campos de conhecimento sobre os quais somente determinados especialistas detêm noções e alicerces suficientes para compreender os fenômenos decorrentes dessa manipulação. Em vista disso, espera-se não só alto grau de comprometimento e de envolvimento, no processo da investigação, também desses peritos. Mesmo que um cientista da área de humanas apresente excelência em suas análises, talvez ele não esteja apto para lidar com essas técnicas modernas de extração, manipulação, organização e leitura de dados e dos fenômenos digitais. Trata-se de um novo universo repleto de componentes e substâncias que vão além dos saberes e estudos da dimensão social.

O contexto que surge a partir daí direciona o olhar para práticas emergentes que nos colocam diante da dependência de outros softwares, mecanismos e tecnologias para selecionar,

capturar, arquivar esses objetos digitais em um outro jogo de interatividade com as informações. Apela-se, então para recursos computacionais adequados ao propósito da pesquisa. Mas essas tecnologias são pertinentes efetivamente a que? Qual o grau de conhecimento e profundidade sobre a ferramenta necessários para fazer ajustes e correções que evitem vieses ou, ainda, que apresentem modelos preditivos que podem interferir diretamente no resultado da investigação.

Entre as ferramentas existentes, na prática, é possível identificá-las como mecanismos que contornam barreiras tecnológicas para a obtenção dos dados. Isso pode ser considerado um acesso não autorizado ou ilícito, especialmente porque não traz qualquer tipo de relação ou vínculo comprovado direta ou indiretamente com o controlador dos dados – no caso a Meta (antigo Facebook). Isto é, não há anuência de quem detém os dados (o indivíduo), nem mesmo da plataforma (o Instagram).

Para além disso, surgem outras dúvidas plausíveis. O que garante, nessas outras tecnologias, qualquer tipo de solidez ética e assegura que os dados pesquisados por meio delas não estão sendo absorvidos, guardados e compartilhados por ela? E se essa mesma metodologia for aplicada em diferentes equipamentos e softwares distintos, será que é só a capacidade de processamento e a ordenação de informações que se transforma ou novos elementos podem ser excluídos ou incorporados nos resultados? A partir do momento em que a própria plataforma se transforma e incentiva a expressão dos indivíduos, cada vez mais, por meio de vídeos, o que muda para a pesquisa? De que maneira se transforma a intenção e operação da investigação no Instagram quando a Meta anuncia as mudanças rumo ao metaverso⁷⁷? Como detalhar o que se encontra na investigação quando a produção acadêmica está majoritariamente suportada pela palavra escrita?

Uma saída alternativa seria buscar amparo em grandes de laboratórios em universidades públicas. Por outro lado, recorrer a grandes centros de processamento de dados dessas instituições, capazes de garantir dados qualificados, sigilo, controle e segurança das informações, dotados de tecnologia e recursos que permitem estabelecer critérios e mecanismos para o levantamento de dados, acaba por circunscrever análises de redes sociais digitais como o Instagram a uma pequena parcela de cientistas. E, mesmo que produzam insumos confiáveis, esses ambiente não são acessíveis a todo e qualquer pesquisador que deseja se embrenhar por este caminho.

⁷⁷ Um ambiente que, segundo Patterson (2021), é constituído por três características: um sistema de identidade no qual os indivíduos podem assumir uma identidade em determinado grupo ou universo; um sistema econômico, que permite a troca de valores simbólicos e financeiros; e a experiência do usuário. As grandes empresas de tecnologia vêm investindo nessa trilha ainda que ela não seja completamente clara para a maioria das pessoas.

Há, ainda, a opção pelo processo de anonimização ou pseudoanonimização, previstas na LGPD, com vistas a proteger a privacidade dos indivíduos que poderiam compor o corpus da pesquisa. Mais do que a dificuldade de definir com clareza esses conceitos e seus limites, essa trilha poderia debilitar, influenciar e restringir sobremaneira descobertas importantes da investigação, criando uma série de pontos cegos na pesquisa. Em muitos casos, essas informações abandonadas podem ser indiferentes. Mas, para outras situações, podem ser cruciais para a validação de hipóteses. Além disso, esses dados desprezados também vão acabar refletindo e jogando luz sobre o julgamento e as prioridades do cientista.

No mais, a discussão passa a ser travada nos modelos de governança. Assim, entramos em um círculo que remete diretamente à questão legal. Levando-se em conta que a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é recente, e que o País não possui experiência prévia de arcabouço legal especificamente voltado à proteção de dados pessoais, o tratador dos dados, se questionado, deve comprovar que não houve violação dos dados. Até o momento, não há registros oficiais de casos de pesquisadores que tenham sido solicitados a prestar esclarecimentos. Talvez pelo fato dessa discussão ser toda muito recente.

Mas não há como não refletir sobre como se configuram os direitos e responsabilidades sobre a reprodução dessas informações. A prudência nos leva a crer que os riscos impostos pela investida em pesquisas no Instagram, para indivíduos e pesquisador, são maiores do que a compensação que os materiais obtidos de maneira suspeita poderiam proporcionar em termos de aprendizagem sobre o tema. Empregar os métodos vigentes, com todo deslocamento produzido por novas leis, passa a colocar o cientista em zonas bastante desconfortáveis. Afinal, dados, hoje, não são só dados. Eles destacam modos de viver porque refletem percepções de mundo, quem e o que são as pessoas que estão por trás deles.

Diante do cenário exposto, consideramos criar um roteiro que possa servir de guia e como forma de cooperar para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas no Instagram. Essa proposta inicial tem como premissa organizar os aprendizados obtidos com a nossa trajetória de maneira a resguardar o cientista e, concomitantemente, garantir aos indivíduos pesquisados a segurança na coleta, acondicionamento e tratamento dos dados que eles tornam públicos. Espera-se, com isso, que o processo se torne mais maduro para que seja efetivamente protetivo e não inviabilize a pesquisa científica.

A ideia é que estes itens sejam analisados pelo pesquisador antes mesmo de iniciar o projeto de pesquisa, isto é, como um validador de caminhos, possibilidades e requisitos que precisam ser considerados para avançar sobre coleta, tratamento e utilização das informações

de indivíduos nas redes sociais digitais. Para tanto, dividimos o método em oito diferentes momentos.

Proposta de método de avaliação e validação de realização de pesquisa científica no Instagram.

1	Definição de campo	Quais são as plataformas sobre as quais se pretende pesquisar e o que justifica essa escolha?	<ul style="list-style-type: none"> • Dados que mostram a dimensão, alcance e penetração da plataforma; • Significado para o contexto e a maneira como os indivíduos se apropriam da plataforma;
2	Definição de descritores	Quais são os elementos e critérios que vão nortear a escolha das palavras a serem utilizadas na busca da plataforma?	<ul style="list-style-type: none"> • O que caracteriza a escolha de hashtags e palavras que serão inseridas na busca da plataforma (volume de uso, de dados, localização, entre outros); • Como expressar quais são as limitações de busca impostas pela plataforma;
3	Conformidade da coleta de dados	As características éticas ou legais estão respeitadas no processo de recolhimento dessas informações?	<ul style="list-style-type: none"> • Se a plataforma permite ou não este tipo de coleta; • Se a legislação nacional ampara o modelo de coleta adotado; • Se os usuários precisam estar ou estão cientes de que os dados serão utilizados;
4	Detalhamento do processo	Como e de que forma descrever o passo a passo utilizado para a coleta e organização de informações vão compor a base de dados?	<ul style="list-style-type: none"> • Descritivo de cada etapa do processo de recolhimento dos dados, se a partir de um processo existente, se por criação de recursos próprios tecnológicos ou manuais;
5	Ferramental técnico	Que tecnologias, softwares e plataformas serão adotadas para a realização da pesquisa e quais os potenciais seus limites éticos e legais?	<ul style="list-style-type: none"> • Especificação de softwares, ferramentas, linguagens de programação, banco de dados, armazenamento e tratamento das informações; • Restrições e riscos impostos pela utilização dessas tecnologias;
6	Ordenação e reunião de dados	Que recursos serão utilizados para a análise de dados em massa e como isso compromete o resultado do que se deseja encontrar?	<ul style="list-style-type: none"> • Se haverá sistemas complementares para a avaliação e busca de padrões; • Reconhecimento de vieses do pesquisador e das tecnologias adotadas para a pesquisa;
7	Aplicação dos dados na pesquisa	Como garantir a privacidade ou consentimento dos indivíduos que aparecem de forma explícita durante o desenvolvimento da investigação?	<ul style="list-style-type: none"> • Forma como os dados de indivíduos serão apresentados no corpus da pesquisa; • Se há necessidade de pedido de autorização para alguns ou todos os dados utilizados; • Se as informações trazem dados sensíveis;
8	Governança das informações	De que maneira, onde e por quanto tempo os dados brutos coletados serão armazenados?	<ul style="list-style-type: none"> • Da base coletada, qual o volume de dados que será guardado; • Em qual ambiente físico ou digital os dados serão armazenados; • Quais os termos de uso, riscos e políticas de privacidade e segurança e durabilidade desses ambientes;

Figura 13. Esquema proposto pelo autor para avaliação do prosseguimento da realização de pesquisa no Instagram de forma segura para o cientista e para a preservação de dados dos indivíduos.

Justamente pela dificuldade em definir o objeto de pesquisa em redes sociais digitais, o primeiro item vai colaborar para trazer uma visão clara do que se pretende analisar: se um conjunto de informações, se dados de forma isolada (as fotografias, as legendas, as interações). Já o segundo indicador aponta para premissas de grande relevância para a evolução, porque

dará fundamento e tornará visível as escolhas feitas pelo cientista com as devidas defesas para o projeto. De outra forma, pretende explicar as razões para tal seleção e explicitar o que fica de fora das análises que serão desenvolvidas.

O item 4 adiciona mais uma camada de complexidade ao processo. Isto porque demandará uma análise profunda em bases jurídicas e documentação disposta pelo próprio Instagram sobre os limites impostos pela plataforma para que se faça o recolhimento de informações dos indivíduos. É preciso responder se a metodologia acaba ultrapassando fronteiras de legislações vigentes em diversos aspectos, quais são as potenciais brechas e, ainda, se fere as regras de uso da própria plataforma pesquisada. Com a intensificação de movimentos por regulações ao redor do mundo, os controladores de dados como a Meta, proprietária do Instagram, vem estreitando e bloqueando mecanismos de acesso de terceiros para evitar punições por parte de órgãos reguladores.

Ao optar por softwares e ferramentas que vão apoiar a pesquisa, será preciso também se apoiar e responder aos questionamentos colocados pelo item 5. Para além disso, é preciso esmiuçar a dinâmica de funcionamento dessas tecnologias de forma que até mesmo um leigo consiga entender o que está sendo feito. Enquanto o item 6 incentiva o pesquisador a refletir não só nos formatos que os dados se apresentam, mas projetar os arranjos possíveis a partir deles. O item 7 pretende compreender se haverá exposição de informações sensíveis ou não, quais, e como essa combinação se dará no tempo. O fim do método estipula, ainda, a maneira com a qual o cientista lidará com a conservação dos dados obtidos para sua pesquisa. Se isso será feito em um armazenador físico – um disco externo, por exemplo – ou digital (os chamados serviços na nuvem, em servidores de empresas espalhados pelo mundo), além de compreender quais são as regras e ameaças dispostas por uma opção ou outra.

Por fim, olhando para essas premissas e princípios norteadores éticos, regulatórios, mercadológicos, tecnológicos e metodológicos podemos elaborar pesquisas acadêmico-científicas que permitam frutificar algum tipo de emancipação em relação ao domínio exercido por uma empresa como a Meta por meio de suas plataformas como o Instagram

Mas, obter dados fornecidos a uma companhia privada sem o consentimento dela e dos próprios clientes ou usuários não parece um movimento legítimo. Mas qual é o ponto de equilíbrio direitos individuais e a busca pelo interesse público? As formas de determinação do que é público ou privado também foram embaralhadas com a profusão de conceitos controversos e duvidosos pregados a partir de uma visão rentista.

Obviamente, essas deliberações serão sempre cheias de desafios, justamente por serem deliberações políticas. Mas os desafios são ainda maiores por alguns motivos.

Em primeiro lugar, estamos cada vez menos acostumados a pensar no que é comum. Se, no âmbito econômico, o neoliberalismo ajudou a erodir a importância do comum, no âmbito do conhecimento e da cultura (e, por extensão, dos bens não-rivais) a retórica da propriedade intelectual contribui para nos fazer crer que toda produção imaterial origina-se na esfera privada, e que a propriedade privada é o paradigma mais adequado para governá-la (PRETTO; SILVEIRA, 2021).

Porém, simplesmente abdicar do direito ao acesso a conjuntos enormes de dados que podem ser preciosos para compreender a existência no mundo atual é renunciar à luta por mais transparência e amplificar o poder e as assimetrias concebidas por empresas que desenvolveram e mantêm essas estruturas em prol somente de ganhos financeiros particulares sem nenhum benefício para a sociedade. É manter a lógica extrativista que conduziu e sustenta essas organizações no patamar em que chegaram.

Foram as relações de mercado que determinaram as relações comunicacionais, e estas, por sua vez, preferiam, ao menos no princípio, tratar de comércio a tratar da grandeza da nação. Não por acaso, quando temos esferas públicas consolidadas na instância da imagem ao vivo e potencializadas pelas redes digitais, as relações de mercado também precedem e determinam as formas comunicacionais. Basta olharmos para as tão incensadas plataformas sociais: se elas aglutinam multidões, não o fazem porque têm uma vocação virtuosa de oferecer painéis racionais para a resolução de problemas de ordem pública, mas simplesmente por uma estratégia do capital: trata-se de uma operação voltada a mobilizar sujeitos por meio de paixões e pulsões para, em seguida, extrair deles olhar e dados pessoais, dois fatores que concentram valor econômico. As plataformas sociais, portanto, constituem um fenômeno de natureza econômica (superindustrial) e, num segundo plano, um efeito de natureza cultural e política (BUCCI, 2022).

Compreender o funcionamento e agir sobre esses mecanismos é evitar a perpetuação da desigualdade. O debate, então, deve levar em consideração a inclusão de elementos que passam pelas fronteiras públicas, políticas e legislativas que demarquem com rigidez e clareza as regras do jogo, com valores democráticos e que sejam capazes de iluminar e sensibilizar os cidadãos e combater a naturalização com que nos encantamos e legitimamos essas tecnologias no nosso cotidiano.

8. Referências bibliográficas

AGUILETA, Clemente Carmen López & Morales-Cardoso, Julinda. 2021. **Las redes sociales como herramienta de comunicación para las marcas: la utilización de Instagram durante el Covid-19**. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação. Ed. E40. Extraído de <https://www.proquest.com/openview/8c8d966f886e04a0e2c210dfa0138df0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>.

ALAIMO, Cristina & KALLINIKOS, Jannis. 2017. **Computing the everyday: Social media as data platforms**. The Information Society, 33:4, 175-191, doi:10.1080/01972243.2017.1318327.

AMANATIDIS, Dimitrios; MYLONA, Ifigeneia; (EIRINI) KAMENIDOU, Irene; MAMALIS, Spyridon; & STAVRIANE, Aikaterini. 2021. **Mining Textual and Imagery Instagram Data during the COVID-19 Pandemic**. Faculty of Sciences and Technology Hellenic Open University, 26335 Patras, Greece. <https://doi.org/10.3390/app11094281>.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ARENDRT, Hannah. **A condição humana**. São Paulo: Forense Universitária, 2016.

_____. **Origens do totalitarismo: Antissemitismo, imperialismo, totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BERARDI, Francisco. **Depois do Futuro**. São Paulo. Ubu Editora, 2019.

BOURDIEU, P.. **The forms of capital**. In: HALSEY, A.H. et al. Education, Culture, Economy, and Society. New York: Oxford University Press, 1997.

BRAGA, A. **Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica**. In: Anais do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf.

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário: Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. São Paulo: Autêntica Editora, 2022.

BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo**. São Paulo: Autêntica Editora, 2015.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação**. In: Revista Famecos: mídia, cultura, tecnologia. Número 24. Porto Alegre: PUC-RS, 2004.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.2.

_____. **A sociedade em rede**. Vol. 1. Economia, sociedade e cultura. 9. ed. atualiz. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. tradução Maria Luiza X. de A. Borges – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

_____. **Redes de Indignação e Esperança**. São Paulo: Zahar, 2013.

_____. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CETIC.BR. **Painel TIC Covid-19: Pesquisa sobre o uso da internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus – 3ª edição, ensino remoto e teletrabalho**. 2020.

CINELLI, M; QUATTROCIOCCI, W; GALEAZZI, A; VALENSISE, CM; BRUGNOLI, E; SCHMIDT, AL; ZOLA, P; ZOLLO, F; & SCALA, S. 2020. **The COVID-19 social media infodemic**. Extraído de <https://arxiv.org/abs/2003.05004>.

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. **O Algoritmo Curador - o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho C IBERCULTURA do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012.

CORRÊA, Elizabeth Saad. **Nem público nem privado: o determinismo das práticas de redes sociais na configuração de um ciberespaço híbrido**. In: SOUSA, Mauro Wilton de; CORRÊA, Elizabeth Saad, (orgs). **Mutações no Espaço Público Contemporâneo**. São Paulo: Paulus, 2014.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

DOWBOR, Ladislav. **A era do capital improdutivo**. São Paulo: Autonomia Literária Editora, 2017.

DUNKER, Christian. **A reinvenção da intimidade: políticas do sofrimento cotidiano**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

_____. **Ética e pós-verdade**. São Paulo: Editora Dublinense, 2018.

EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. São Paulo: Vestígio Editora, 2019.

FAULKNER, Philip & RUNDE, Jochen. 2019. **Theorizing the Digital Object**. MIS Quarterly, (43:4) pp.1279-1302.

FERNANDES, C. M.; OLIVEIRA, L. A. de; CAMPOS, M. M. de; & COIMBRA, M. R. 2020. **A Pós-verdade em tempos de Covid 19: o negacionismo no discurso de Jair Bolsonaro no Instagram.** Liinc Em Revista, 16(2), e5317. <https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5317>.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** Edições Loyola (edição Kindle), Rio de Janeiro: 1996.

FREUD, Sigmund. **Luto e melancolia.** São Paulo: Cosac & Naify; Edição: 1ª, 2012.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** Org. Rafael Cardoso. Trad. Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

_____. **Filosofia da caixa preta.** São Paulo: Annablume, 1985.

GASSET, José Ortega Y. **A rebelião das massas.** Domínio Público - São Paulo: Martins Fontes, 1929.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GIDDENS, Anthony. **A Transformação da Intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas.** São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

GOFFMAN, Erving. **Representação do eu na vida cotidiana.** São Paulo: Editora Vozes, 2014.

GRONSTAD, A. and VAGNES, O. 2006. **An interview with W.J.T. Mitchell.** Image and Narrative 15. Available at: http://www.imageandnarrative.be/inarchive/iconoclasm/gronstad_vagnes.htm. IN ROGERS R. Visual media analysis for Instagram and other online platforms. Big Data & Society. January 2021. doi:10.1177/20539517211022370.

HABERMAS, Jürgen. **O caos da esfera pública.** Folha de São Paulo. São Paulo, 13 de agosto de 2006, disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1308200605.htm> e acessado em 16/11/2015.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência.** São Paulo: Editora Vozes, 2017.

_____. **Agonia de eros.** São Paulo: Editora Vozes, 2017.

_____. **No exame: perspectivas do digital.** São Paulo: Editora Vozes, 2018.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: Uma breve história da humanidade.** São Paulo: L&PM Editores, 2015.

_____. **Homo Deus: uma breve história do amanhã.** Estados Unidos: Vintage Digital, 2016.

- _____. **21 lições para o século XXI**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- _____. **Na batalha contra o coronavírus, faltam líderes à humanidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 23ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- HEIDEGGER, M. (2007). **A questão da técnica** (M. A. Werle, Trad.). *Scientiae Studia*, 5(3), 375- 398. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ss/article/view/11117/12885>.
- HUI, Yuk. **Tecnodiversidade**. São Paulo: Ubu Editora; 2020.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação** – 2ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- JUPIASSU, Hilton. **O espírito interdisciplinar**. *Cadernos Ebape*. BR 4 (2006): 01-09.
- KALLINIKOS, J., AALTONEN, A., & MARTON, A. (2010). **A theory of digital objects**. *First Monday*, 15(6). Disponível em: <https://doi.org/10.5210/fm.v15i6.3033>.
- KOZINETS, Robert. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. London: Sage, 2010.
- LANIER, JARON. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.
- LAPLANCHE, Jean. **Vocabulário da psicanálise**. Laplance e Pontalis; tradução Pedro Tamen. 4ª edição – São Paulo: Martins Fontes, 2016.
- LEMOS, André. **Cibercultura - Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. In: Ione Bentz; Albino Rubim; José Milton Pinto. (Org.). *Práticas Discursivas na Cultura Contemporânea*. São Leopoldo: Unisinos, 1999.
- _____. **Ciber-socialidade. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. In: Rubim, A., Bentz, I, Pinto, J.M., *Práticas Discursivas na Cultura Contemporânea*. São Leopoldo: Unisinos. Compós, 1999.
- _____. **Mídia Locativa e Territórios Informacionais**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midialocativa.pdf>, 2006.
- LÉVY, Pierre. **O que é virtual**. Pierre Lévy, tradução de Carlos Irineu da Costa. – São Paulo: Ed. 34, 1996.
- _____. **Cibercultura**. 2ª ed. São Paulo. Ed. 34, 2000.
- LIMA, Thaina Jacome Andrade de et al. **A Imagem do Enfermeiro no Instagram no Contexto da Pandemia da Covid-19**. *Enfermagem em Foco*, [S.l.], v. 11, n. 1.ESP, ago. 2020. ISSN 2357-707X. Disponível em:

<http://revista.cofen.gov.br/index.php/enfermagem/article/view/3702/811>.
doi:<https://doi.org/10.21675/2357-707X.2020.v11.n1.ESP.3702>.

MANOVICH, Lev. **Instagram and Contemporary Image**. Nova York: CUNY, 2017.

MAFFESOLI, Michel. **Saturação**. São Paulo: Itaú Cultural, 2014.

MESQUITA, Kamila; RUÃO, Teresa; ANDRADE, José Gabriel. 2020. **Comunicação e Construção de Relacionamento nas Mídias Sociais em Tempos de Pandemia da Covid-19: uma Análise da Universidade do Minho no Instagram**. Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp) - XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Bauru/SP – 21/09 a 02/10/2020.

MORIN, Edgar; VIVERET, Patrick. **Como viver em tempo de crise**. São Paulo: Editora Bertrand, 2013.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NIKNAM, Fatemeh; SAMADBEIK, Mahna; FATEHI, Farhad; SHIRDEL, Mohammad; REZAZADEH, Mahboobeh; & BASTANI, Peivand. 2021. **COVID-19 on Instagram: A content analysis of selected accounts**. Health Policy and Technology, Volume 10, Issue 1, Pages 165-173, <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2020.10.016>.

NOLI DA FONSECA, Murilo; SANTOS ACCIOLY, Nicole; GARCIAS, Carlos; & FERENTZ, Larissa. 2020. **Hashtags relacionadas à COVID-19 no Brasil: utilização durante o início do isolamento social | Hashtags related to Covid-19 in Brazil: the usage during the beginning of the social isolation**. Extraído de https://www.researchgate.net/publication/342923949_Hashtags_relacionadas_a_COVID-19_no_Brasil_utilizacao_durante_o_inicio_do_isolamento_social_Hashtags_related_to_Covid-19_in_Brazil_the_usage_during_the_beginning_of_the_social_isolation.

OLADIMEJI, A. & KYOBE, M. **Factors Influencing Cyberbullying on Instagram Among University Students**. 2021 Conference on Information Communications Technology and Society (ICTAS), 2021, pp. 139-144, doi: 10.1109/ICTAS50802.2021.9394974.

OROZCO GÓMES, Guillermo. **Implicancias políticas y pedagógicas de la investigación cualitativa**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata (1996).

PARISER, Eli. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você**. São Paulo: Zahar, 2012.

PATTERSON, Daniel. **Metaverse: the future of internet**. Nova York: 8CastsBook, 2021.

PINHEIRO, P. P. **Direito digital**. 5°. São Paulo: Saraiva, 2013.

PINTO, Pâmela Araujo; BRASILEIRO, Fellipe Sá; ANTUNES, Maria João L; & ALMEIDA, Ana Margarida P. 2020. **COVID-19 no Instagram: práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia**. Comunicação Pública [online],

Vol.15 nº 29 | 2020, posto online no dia 15 dezembro 2020, consultado o 06 julho 2021. URL: <http://journals.openedition.org/cp/11288>; DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.11288>.

PRECIADO, B. Paul. **Testo Junkie: sexo, drogas e biopolítica na era da farmacopornográfica**. São Paulo: N-1 Edições, 2018.

PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Bahia: Scielo – EDUFBA, 2008.

PRIADANA, A.; TAHALEA, S. P. 2021. **Hashtag activism and message frames: social network analysis of Instagram during the COVID-19 pandemic outbreak in Indonesia**. Journal of Physics: Conference Series, Volume 1836, Issue 1, article id. 012031 (2021). doi:10.1088/1742-6596/1836/1/012031.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009. Disponível em: <http://www.redessociais.net/cubocc_redessociais.pdf>.

REYNOLDS, Simon. **Retromania. Pop culture's addiction to its own past**. New York: Faber and Faber, 2011. IN: LOHMANN, R; BARROS, A. T. M. P.; CARLI, A. A. de, 2016. Foto e Lomografia: tendências estéticas de uma prática contemporânea. Disponível em https://www.ppgac-ecoufrj.com.br/uploads/f/s/disserta-barbara-novaes_yrP0.pdf e acessado em 02.07.2021.

RIVIÈRE, C. **Mobile Camera Phones: A new form of "being together" in daily interpersonal communication**. In: LING R.; PEDERSEN, P.E. (Ed.). *Mobile Communications: re- negotiation of the social sphera*. Londres: Springer-Verlag, 2005.

ROGERS R. **Visual media analysis for Instagram and other online platforms**. Big Data & Society. January 2021. doi:10.1177/20539517211022370.

SAFRA, Gilberto. **A face estética do self**. São Paulo: Editora Ideias e Letras, 2009.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez, 2003.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 15ª ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 1991.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

_____. **O homem pós-orgânico: A alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2021.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SLOTERDIJK, Peter. **Esferas I: bolhas** (José Oscar de Almeida Marques, Trad.). São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUGEZ, Marie-Loup. **História da Fotografia**. Lisboa: Dinalivros, 2001.

THOMPSON JOHN B. **A nova visibilidade**. São Paulo, Revista Matrizes, vol 1, n.2, 2008.

TRINDADE, Diamantino. **O olhar de hórus: uma perspectiva interdisciplinar do ensino na disciplina história da ciência**. Tese de Doutorado. São Paulo: PUC, 2007.

VAN DRIEL, L., DUMITRICA, D.. **Selling brands while staying “Authentic”: The professionalization of Instagram influencers**. *Convergence*. 2021;27(1):66-84. doi:10.1177/1354856520902136.

ZAREI, Koosha; FARAHBAKHS, Reza; CRESPI, Noël; & Tyson, Gareth. 2020. **A First Instagram Dataset on COVID-19**. Telecom SudParis, Institut Polytechnique de Paris, Evry, France. arXiv:2004.12226.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. São Paulo: Intrínseca, 2021.