

Estado da publicação: O preprint foi publicado em um periódico como um artigo
DOI do artigo publicado: <https://doi.org/10.25189/rabralin.v23i2.2208>

LEITURA PLATAFORMIZADA NA MÍDIA DIGITAL: DA SOBRECARGA INFORMACIONAL À PERDA DO PENSAMENTO CRÍTICO

Debora Hissa

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.7247>

Submetido em: 2023-10-24

Postado em: 2023-10-26 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

LEITURA PLATAFORMIZADA NA MÍDIA DIGITAL: DA SOBRECARGA INFORMACIONAL À PERDA DO PENSAMENTO CRÍTICO

PLATFORMED READING IN DIGITAL MEDIA: FROM INFORMATION OVERLOAD TO LOSS OF CRITICAL THINKING

Tipo de Contribuição

Relato de pesquisa

Débora Liberato Arruda Hissa¹

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

PALAVRAS-CHAVE: Plataformização. Mídias Digitais. Design visual. Pensamento Crítico.

ABSTRACT: In this article, we start from the hypothesis that the reader of digital media such as Instagram constructs meaning through frames organized in meta-frames visible on cell phone screen. Each frame is presented in generic portions, fragmented, ordered and aligned to the feed scroll bar present in the timeline of each profile. We examined the gathering process sequenced by multisemiotic thematic frames present in each frame taken from screenshots of the Instagram's cell phone. We analyzed 120 posts published on Instagram, which were divided into six groups, each with twenty sequential frames. The groups were separated into two blocks: sixty posts from three personal accounts; and sixty posts from three professional accounts. To discover discursive patterns of logical-semantic relationships on platforms, we analyzed the material collected from the categories of reference, dialogue, image structure, situation and intention; and aspects of image specificity, connection, organization, visual references and interpretation. We saw that each frame is perceived by the reader as an autonomous unit of meaning, as if each slice encapsulated by a genre (news, propaganda, scientific dissemination, meme) had in itself

¹ Doutora em Linguística Aplicada, professora da Universidade Estadual do Ceará, programa de pós-graduação em Linguística Aplicada, Fortaleza-Ceará, debora.arruda@uece.br, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6075-5585>.

the property of meaning with a high degree of autonomy. The persuasive strategy for keeping the reader on the platform is the constant activation of new referents, in addition to the high level of novelty and unpredictability of each frame on the platform. This combination of novelty and unpredictability promotes a permanent state of stimulation, which can generate a fragmentation on perception, memory and reading comprehension.

KEYWORDS: Platformization. Digital Media. Visual design. Critical Thinking.

RESUMO PARA NÃO ESPECIALISTAS: Governo Federal abriu uma consulta pública para discutir sobre o uso de telas digitais por crianças e adolescentes no Brasil. Dentre os riscos e desafios relacionados a este uso, há uma preocupação com a saúde mental das crianças, que tem sido afetada pelo excesso de telas e de mídias digitais, além de outros problemas relacionados, como distúrbios de atenção, atrasos no desenvolvimento cognitivo e da linguagem. A partir desse contexto, nosso estudo analisa a leitura de textos nas mídias digitais com o objetivo de descrever como ocorrem as interações por meio de postagens encontradas nos feeds de notícia do Instagram. Sabemos que o Instagram é uma mídia de imagem, desenvolvida para capturar a atenção do usuário, maximizar o engajamento e o tempo de uso. Em nossa pesquisa, vimos que o Instagram combina elementos visuais e gestuais, os quais juntos regulam a atividade de leitura feita pelo celular. Para manter o leitor o maior tempo nas mídias sociais, o Instagram promove um bombardeamento de estímulos sensoriais, por meio de imagens, vídeos e áudios, o que prologam a dispersão de atenção no texto visualizado na tela, impacta o desenvolvimento do pensamento crítico e causa uma sobrecarga na memória dos usuários da rede.

Introdução

O título desse artigo é mais uma provocação para o campo da Linguística Aplicada do que uma certeza terminológica. Ao nomearmos um processamento de compreensão textual como leitura plataformizada, damos relevo à estratificação de textos imposta pela organicidade discursiva do ciberespaço. Esta organicidade se materializa por meio da hiper-estratificação individualizada e hiper-segmentada em textos que pertencem a gêneros discursivos (jornalísticos, científicos, publicitários, dialogais, políticos, religiosos, educacionais) no feed de cada timeline das plataformas de mídias digitais. Como consequência desse “fatiamento” não encadeado de textos como unidades significativas de metaenquadramento² nas plataformas, a capacidade de o leitor estocar as informações na memória de trabalho, ou seja, de perceber e agrupar informações em unidades significativas com base no seu conhecimento da língua fica seriamente comprometida (WOLF, 2019). Isso acontece porque, nas plataformas, os frames de conteúdo constroem a unidade semântica do feed da timeline por meio da alternância

² Por metaenquadramento, estamos entendendo o enquadramento dos designs multissemióticos das plataformas de mídia digital, por meio de frames de conteúdo genéricos e temáticos, que são segmentados e compactados dentro do enquadramento dos dispositivos móveis, como o celular, pelos quais os usuários têm acesso aos conteúdos das plataformas.

temática, a qual garante a funcionalidade pragmática das mídias: a captura da atenção (MOROZOV, 2018; ZUBOFF, 2019; O'NEIL, 2020; FISHER, 2023).

O Instagram, por ser a plataforma que tem maior frequência de ações comerciais e maior engajamento entre os conectados, converteu-se na preferida das instituições e do mercado de consumo para fazer disparo de publicações por minuto (COMSCORE, 2023). Essas publicações são direcionadas não para um público leitor (que busca informação), e sim para um público consumidor (que busca consumo de bens e serviços), como são vistos os usuários das mídias plataformizadas. No seu ciberespaço personalizado pelos algoritmos, o leitor-consumidor age como se estivesse em um espaço virtual multifractado – shopping, galeria, universidade, sexshop, feira, academia de ginástica, rede de TV, plenário, hospital, escola, teatro – em que todo o conteúdo de sua timeline, de seu feed de notícia pessoal, está disponível para consumo. Este potencial de mercado cria novas demandas de produções multissemióticas, uma vez que, em plataformas de mídias sociais como o Instagram, “o pensamento raciocinante de um público leitor tende a dar lugar ao ‘gosto’, ao ‘intercâmbio de inclinação’ de consumidores” (HAN, 2022, p. 28. Grifos do autor).

Por isso, diante da quantidade incalculável, e inapreensível, de postagens dispostas no feed da timeline de cada leitor do Instagram, submetido à lógica algorítmica de hiper-individualização (exclusão e inclusão de conteúdo com base nos textos mais vistos e acessados por cada usuário), a plataforma passa a ser um veículo de construção de sentido em que o sujeito está isolado do processo de escolha do que recebe, diferentemente de uma pesquisa em buscadores como Google, por exemplo. Nestes buscadores, há uma seleção, também algorítmica, de possibilidades e caminhos de leitura, o que não acontece em plataformas como o Instagram. A plataforma tem, então, a liberdade de exclusão e de inclusão de conteúdos, o que implica que estamos nos tornando cada vez mais “suscetíveis de ser guiados por informações às vezes duvidosas, às vezes falsas, que confundimos com conhecimento ou, pior, tanto faz se são conhecimentos ou não” (WOLF, 2019, p. 70).

Para capturar a atenção do leitor, as plataformas jogam pesado, afinal de contas os dados coletados no tempo de permanência dos leitores nas plataformas de mídias digitais (e futuramente revendidos) são a grande fonte de monetização dessas empresas, conhecidas popularmente como Big Techs. Diante desse cenário, o Governo Federal brasileiro, em parceria com representantes da esfera acadêmica e da sociedade civil, abriu uma consulta pública³ para

³ A consulta pública Participa + Brasil foi aberta no dia 10 de outubro de 2023, com o apoio da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM) e disponibilizada no site www.gov.br/participamaisbrasil/uso-de-telas-por-criancas-e-adolescentes. As contribuições da consulta irão embasar a elaboração de um guia

discutir o uso de telas por crianças e adolescentes no Brasil. A partir de três perguntas motivadoras⁴ e de um diagnóstico⁵ bastante consistente sobre o tempo dedicado às telas recreativas por crianças e adolescentes, o Governo elaborou vinte e cinco parágrafos abertos que versam sobre os mais variados temas, enfatizando os riscos, benefícios e desafios do excesso de telas; e oito questões motivadoras para refletir sobre a utilização da tecnologia digital pelos jovens.

Dentre os riscos e desafios, há uma legítima preocupação com a saúde mental das crianças, que tem sido afetada pelo excesso de telas e de mídias digitais por todo o mundo, além de outros problemas relacionados, como distúrbios de atenção, atrasos no desenvolvimento cognitivo e da linguagem. Na consulta (Participa +Brasil, 2023), também há uma discussão sobre o design das plataformas, feito para capturar a atenção, maximizar o engajamento e tempo de uso por meio de notificações (cores fortes em formas circulares em locais determinados), linhas do tempo ilimitadas (timeline e barra de rolagem infinita), ferramentas de autoplay (associação automática por cadeia semântica), recomendação de conteúdo (e-commerce) e a priorização de conteúdos apelativos pelos algoritmos (postagens incendiárias e maior engajamento).

Uma das consequências dessa confluência de conteúdos temáticos diferentes é que crianças e jovens ficam viciados em altos níveis de estimulação (dopamina) e tem baixa tolerância ao tédio (disforia). Wolf (2019) relata um estudo sobre o uso de tecnologias digitais com pessoas na faixa dos 20 anos. Nele, identificou-se que, em média, os indivíduos olham o celular de 150 a 190 vezes por dia. Em termo comparativos, podemos dizer que uma pessoa comum, nos Estados Unidos, lê por dia o mesmo número de palavras que pode ser encontrado em um romance. Como consequência, “não vemos ou ouvimos com a mesma qualidade de atenção, porque vemos e ouvimos demais, nos acostumamos e pedimos mais” (WOLF, 2019, p.89), o que caracteriza a atenção parcial contínua, um tipo de atenção recortada em intervalos mais curtos, o que impacta no desenvolvimento de pensamentos mais profundos. Assim, com a atenção parcial contínua sendo estimulada pela plataforma, o leitor não conseguirá perceber

sobre o uso consciente de telas e dos dispositivos digitais para crianças e adolescentes. O guia servirá como mais uma ferramenta para lidar com a complexa relação da infância e adolescência com o mundo digital. Seus públicos-alvo são familiares, educadores, profissionais da saúde e assistência e sociedade em geral.

⁴ 1. Crianças e adolescentes estão passando tempo demais em telas de celulares, tablets e televisores? 2. Quais consequências estão associadas a esse comportamento? 3. Como promover o uso da tecnologia de modo a aproveitar todo seu potencial, ao mesmo tempo em que cuidamos do desenvolvimento neurológico, da saúde mental e da construção de relações sociais significativas nas novas gerações? (Cf. www.gov.br/participamaisbrasil/uso-de-telas-por-criancas-e-adolescentes)

⁵ A pesquisa TIC Kids Online, do Comitê Gestor da Internet no Brasil, apontou que, em 2022, 92% da população com idade entre 9 e 17 anos usava a Internet no país. O celular é o dispositivo mais usado por crianças e adolescentes. A pesquisa ainda indicou que 86% dos usuários de 9 a 17 anos e 96% dos usuários de 15 a 17 anos possuíam ao menos um perfil em mídias sociais.

uma relação lógico-semântica entre os frames, não logrará reter os conteúdos importantes das unidades significativas – geradas frenética e ininterruptamente pelo gerenciamento algorítmico das plataformas de mídias digitais – na memória de trabalho, tampouco na memória intermediária e na memória profunda.

Sobre a interação dos seres humanos com as mídias digitais, nos termos da neurociência, podemos dizer que, à medida que mais e mais pessoas adotarem estratégias digitais para interagir por meios das plataformas, ou tiverem experiência hedônicas muito recompensadoras por meio da dopamina de likes (LEMBKE, 2022), haverá uma considerável redução da capacidade de produzir processamento mental de maior profundidade, o qual é necessário para a aquisição de conhecimento de forma atenta, análise indutiva, pensamento crítico, imaginação e reflexão (NICOLELIS, 2020, p. 395). Portanto o comprometimento da memória pode afetar não só algumas das nossas funções mentais mais comuns, como a capacidade de atenção e de concentração, mas também pode levar à “erosão, ou eliminação, de comportamentos e aptidões cognitivas que representam os mais requintados e acalentados atributos da condição humana” (p. 393)

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

1. Leitura nas plataformas de mídia digital

Com base em Poell, Nieborg e Dijck (2020, p. 4), as plataformas seriam “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e contempladores, organizadas por meio da coleta sistemática, do processamento algorítmico, da monetização e da circulação de dados”. Os autores percebem a plataformização

como um processo, como uma ferramenta conceitual crítica, a qual é explorada e compreendida por diferentes abordagens acadêmicas. Uma trata da infraestrutura das plataformas como uma possibilidade de quebra do monopólio governamental, e citam, como exemplo, o caso do Facebook – entendido como uma infraestrutura de dados –, e o Instagram, compreendido como uma evolução da instância de plataformas. Outras abordagens destacam os aspectos econômicos das plataformas, como uma mídia digital vantajosa e competitiva que opera mercados multilaterais, a partir dos seus efeitos de rede que fundem usuários finais, ou complementadores, ao mercado. Nesta abordagem, os mercados multilaterais levaram, invariavelmente, os donos das plataformas ao acúmulo de capital e ao poder. Por fim, Poell, Nieborg e Dijck (2020) apresentam a abordagem da economia política crítica para caracterizar o processo de plataformação. Nela, o processo envolve a extensão e a intensificação do poder e da governança global das plataformas, além da crítica a aspectos como exploração do trabalho, vigilância e imperialismo. Os autores destacam a importância de se considerar, nos estudos sobre as plataformas digitais, as práticas dos leitores⁶, as mudanças estruturais e culturais que se articulam mutuamente, a fim de se conceber o processo de plataformação como a reorganização de práticas e imaginações culturais que perpassam infraestrutura, economia, poder político e que atingem diferentes setores e esferas da vida.

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

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

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

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

(re)organizadas, demarca a lógica da plataformização em nossa vida pessoal e coletiva. Esta lógica se liga à formação de afetos, de hábitos e de memória, criando padrões comunicativos de segmentação e personalização do mundo nas chamadas bolhas, além de novas possibilidades de monetização e de empreendedorismo.

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

Para este estudo no âmbito da Linguística Aplicada, compreendemos leitura plataformizada como um processo sociocognitivo de assimilações ideológicas estratificadas em metaenquadramentos multissemióticos (frames) disponibilizados em plataformas de mídia digital por meio do processamento algorítmico. Nas plataformas, avaliamos os metaenquadramentos multissemióticos desenhados para se moldar à tela, sobretudo à tela de smartphones, como principal objeto de percepção dos leitores. Cada frame é percebido pelo leitor como uma unidade autônoma de sentido, como se cada fatiamento encapsulado por um gênero (notícia, propaganda, divulgação científica, poesia, meme, infográfico) tivesse por si só a propriedade de significar com um alto grau de autonomia que prescinde o leitor, mas não o usuário/consumidor.

Esta propriedade de significar das plataformas, no que tange aos frames de conteúdos desenhados para serem visualizados no enquadre da tela dos smartphones, implica uma atividade da linguagem que lida com a produção e expressão de sentidos a partir de uma lógica algorítmica prototípica de “alternância constante de conteúdos temáticos, mudança frenética de foco narrativo, design linguístico manchettato e telegráfico” (HISSA, 2023, p. 10), que regula as trocas sociais por meio de regularidades e repetições. O curioso é que as regularidades e

repetições genéricas (anúncios, publicidade, post pessoais, notícias, etc.) na plataforma impedem que exista uma unidade global de compreensão leitora, tendo em vista que não há uma retomada temática nos frames, que se sequenciam de forma encadeada na barra de rolagem infinita do Instagram. Assim, na plataforma, em uma mesma timeline, lemos uma notícia “de crianças indígenas mortas por uma draga de garimpo, seguida de um vídeo fofo de gatinho, de um post irônico ou ‘publi’ de algum influenciador, de um absurdo dito por algum político etc.”. (CESARINO, 2022, p. 130). Esta organicidade por frames de conteúdo temático e genérico bastante distintos cria padrões cognitivos e impacta nossa percepção de mundo.

Do ponto de vista da construção de significados por meio da leitura, temos uma questão neste contexto de leitura plataformizada que nos parece preocupante: se entendemos que a leitura não é um processo de produzir sons, mas de um processo de pensamento (KALANTZIS, COPE e PINHEIRO, 2020), e que por meio dela atribuímos sentido aos textos, procuramos imagens mentais para relacionar ideias e construir significados; a leitura plataformizada captura a complexidade e o dinamismo do processo mental ao “entregar” ao leitor imagem (estáticas e em movimento), sons, texto escrito articulados, por meio de design disponíveis no metaenquadramento das plataformas⁹. A estrutura sociotécnica da plataforma, assim, assume por nós a complexa atividade sociocognitiva de conectar experiências, conhecimentos e interesses, mantidos em nossa memória de longo prazo, quando apresenta os próprios metaenquadramentos acabados no feed das plataformas. Dessa forma, deixamos de acionar conhecimentos de várias ordens (linguístico, enciclopédico, textual, interacional), de estimular a percepção e a relação entre os objetos e nossas experiências socioculturais, ou seja, deixamos de fazer atividades essenciais para a promoção da aprendizagem, da autonomia, da empatia e da criatividade.

Na próxima seção, apresentamos a nossa pesquisa sobre a leitura plataformizada. Para este estudo, selecionamos 120 postagens sequenciadas em 6 perfis sociais diferentes (3 pessoais e 3 profissionais) da plataforma de mídia digital Instagram. Os dados foram selecionados a partir do agrupamento de 20 postagens sequenciais de uma mesma timeline, todas retiradas no mesmo dia e na mesma fração de hora. Nosso estudo¹⁰ analisa as interações personalizadas em forma de frames encontradas nos feeds do Instagram. Tomamos com ponto de partida para

⁹ Conferir os exemplos de frames presentes nas imagens das seções 2 e 3 deste artigo.

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

a análise as quatro categorias genéricas descrita por Hissa (2023) ao estudar o feed de notícia e a barra de rolagem como operador discursivo do Instagram: 1. Anúncios patrocinados, 2. Sugestões para você, 3. Páginas comerciais que sigo, 4. Páginas pessoais que sigo. A seguir, vamos descrever as categorias de análise e os procedimentos de coleta dos frames do Instagram.

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

O objetivo desta seção é apresentar as categorias que elegemos para analisar os enquadramentos, disponibilizados de modo sequencial para a leitura plataformizada, presentes no feed da timeline de seis diferentes contas do Instagram. Tomamos como base analítica o estudo da leitura de textos multimodais, feito por Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), a partir do design visual para analisarmos a plataforma Instagram. Escolhemos a partir dos estudos dos autores, as categorias de *referência*, *diálogo*, *estrutura*, *situação e intenção* estabelecidas para a análise de gêneros que dão predominância ao design visual. Para cada uma das categorias¹¹, estabelecemos eixos para a descrevermos os designs visuais dos metaenquadramentos, que são nossa base para analisar a organicidade dos 120 frames retirados da plataforma de modo sequencial (seis blocos de vinte frames).

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

É importante destacar que, neste estudo, partimos da premissa de que estamos trabalhando com uma plataforma de imagem, que usa elementos multissemióticos para ampliar a conexão sociocognitiva entre o leitor e os conteúdos da plataforma. Esta conexão se dá por

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

meio de frames dispostos em um metaenquadramento da tela do celular, que formam as unidades de sentido para a leitura plataformizada. São estas unidades que analisamos. Para este estudo, partimos da hipótese de que o leitor na plataforma constrói sentido não pela leitura de frames isolados, mas sim por meio da sequência interativa feita pelos metaenquadramentos visíveis em porções ordenadas, alinhadas na barra de rolagem infinita, o que promove uma textualidade a partir da estratificação genérica imposta pela organicidade do feed da timeline do Instagram. Assim, elegemos um método que tome a alternância temática das plataformas como estratégia discursiva para criar, paradoxalmente, textualidade na mudança contínua de pontos de fixação (frames), o que garante, como já dissemos, a captura de atenção, a grande funcionalidade pragmática das mídias digitais.

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

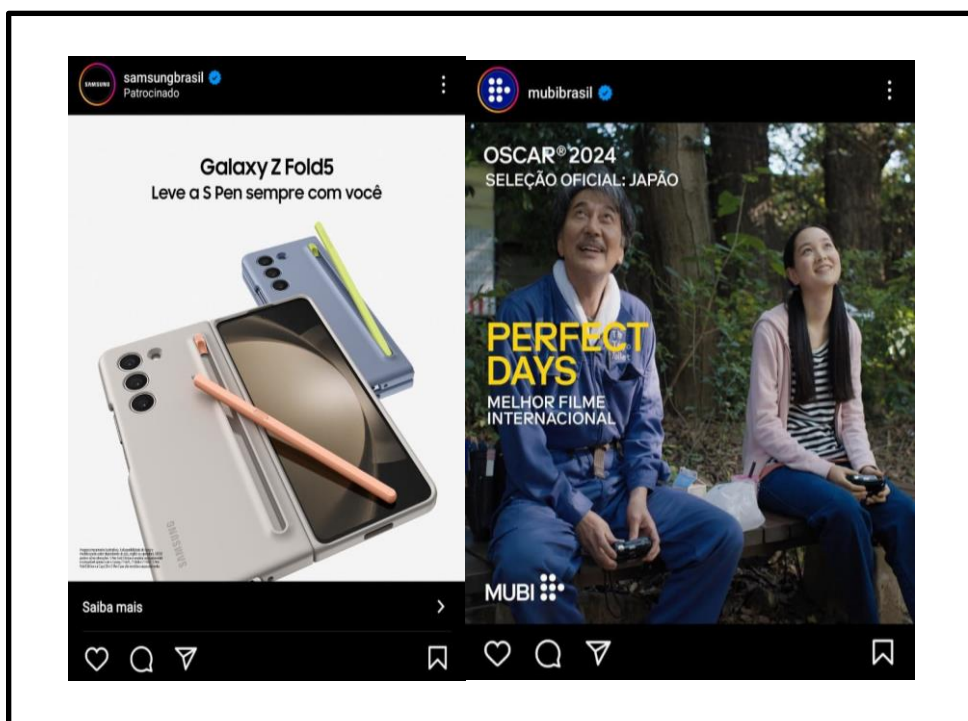
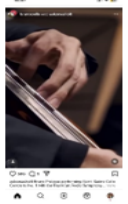



Imagem 1 – Exemplos de metaenquadramento: frames do Instagram

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

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

Tabela¹² 1 – Exemplo de frames selecionados para o estudo da plataforma Instagram

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



Imagem 2 – Sequência de frames de uma página acadêmica

¹² Trata-se de um recorte ilustrativo. Para o estudo dos feeds das timeline, organizamos a sequência de vinte frames consecutivos em seis tabelas diferentes.



Imagem 3 – Sequência de frames de uma página pessoal

1. Anúncio sobre a divulgação do filme Barbie no mês de setembro
2. Anúncio sobre a chegada do filme A Pequena Sereia no streaming Disney+
3. Anúncio patrocinado sobre como empreender usando o aplicativo GoogleAds
4. Publicação sobre a criação de um cosplay baseado em uma personagem de série
5. Anúncio de divulgação sobre a chegada do filme One Piece no streaming Netflix
6. Anúncio com trecho do filme Jojo Rabbit em uma página sobre filmes;
7. Anúncio patrocinado do Paramount+ e chegada da série Drag Race Brasil no streaming;
8. Postagem apresentando um design de arquitetura
9. Postagem de uma pessoa na academia
10. Foto de look de uma pessoa em festival de música
11. Anúncio patrocinado da marca Bis usando memes
12. Postagem sobre grande bilheteria de filme no cinema
13. Foto da cantora e atriz Halle Bailey
14. Vídeo da atriz Dominique Jackson
15. Anúncio patrocinado empresa de soluções de comércio eletrônico Mercado Livre
16. Registros de encontros do projeto de leitura Círculos de Leitura
17. Vídeo da cantora Katy Perry no show da Beyonce
18. Vídeo patrocinado sobre a marca de cerveja Heineken
19. Vídeo sobre um novo teaser de uma série
20. Anúncio patrocinado de promoção de roupas usando memes

Quadro 1 – Legenda com cores de 20 frames consecutivos de conta pessoal do Instagram

1. Postagem de desaparecimento de uma criança
2. Anúncio patrocinado sobre promoção no site de pagamento automático de pedágio;
3. Publicação sobre o curso de francês na página do núcleo de línguas da Universidade
4. Publicação sobre vírus e viroses na página do PIBID de Biologia
5. Postagem de uma professora na Universidade
6. Anúncio patrocinado canal de podcast em múltiplas plataformas;
7. Postagem apresentado um minicurso do diretório acadêmico do curso de Letras
8. Vídeo com meme sobre férias da faculdade;
9. Postagem com meme sobre esquecimento
10. Publicação sobre a eleição de professor para Membro Titular da Academia de Ciências
11. Publicação sobre fala de ator de Hollywood sobre a misoginia no cinema;
12. Publicação patrocinada sobre a venda produto que faz desenhos temporários a pele;
13. Vídeo com meme sobre a natureza
14. Vídeo do uso de inteligência artificial para a produção de slides de maneira fácil
15. Anúncio patrocinado sobre a academia SmartFit
16. Publicação de foto de casal
17. Publicação de incentivo a mulher que estuda;
18. Anúncio patrocinado sobre a chegada do filme Os Guardiões da Galáxia Vol. 3 no Disney+
19. Vídeo de meme sobre o uso de câmeras no futebol
20. Publicação sobre o estudante estar cansado da faculdade usando memes

Quadro 2 – Legenda com cores de 20 frames consecutivos de conta acadêmica do Instagram

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

3. Análise de feed do Instagram

Ao analisarmos os frames no metaenquadramento do Instagram, logo de saída, vimos que a produção e a expressão de sentidos envolvem uma leitura multimodal que entrelaça, inextricavelmente, escrita, imagem (estática ou em movimento) e movimento tátil (passar os frames pela barra de rolagem com dos dedos). Este modo de interatividade proporcionado por potencialidades sociotécnicas das plataformas promove a composição do que podemos chamar de design sinestésico (entrelaçamento de elementos táteis, visuais, auditivos). Este tipo de

design sugere uma participação ativa dos leitores da plataforma, como se eles estivessem atuando de forma colaborativa na construção da textualidade nas plataformas.

Outra constatação muito evidente no que se refere aos conteúdos dos frames é que eles são fragmentados em temáticas que não dialogam entre si, ou seja, não promove continuidade dos tópicos semânticos, não criam uma narrativa articulada, com os movimentos de ativação e reativação de referentes responsáveis pelo processo global de continuidade e progressão textual. Temos como exemplo a sequência de vinte frames retirada de uma conta acadêmica do Instagram no dia 7/9/23 (cf. Quadro 2). Para facilitar a compreensão do que estamos dizendo, nomeamos o conteúdo dos frames por meio de expressões encapsuladoras. Assim, na sequência contígua do feed da timeline de uma conta acadêmica, aparecem os seguintes tópicos temáticos: desaparecimento de uma criação → pagamento automático de pedágio → curso de francês na universidade → vírus e viroses no país → foto de uma professora do curso de Letras → anúncio de um canal de podcast → minicurso sobre narrativas negras → vídeo com meme sobre as férias → meme sobre o esquecimento → eleição para a academia de ciência → misoginia no cinema → desenhos temporários na pele → vídeo com meme sobre a natureza → vídeo sobre inteligência artificial → anúncio de academia e ginástica → foto de um casal → incentivo à mulher que estuda → novo filme de streaming → memes sobre uso de câmeras no futebol → memes sobre cansaço estudantil → ∞¹³.

Ao lermos a sequência de tópicos retiradas de uma mesma timeline do Instagram, percebemos facilmente que uma estratégia persuasiva de manutenção do leitor na plataforma é a constante ativação de novos referentes o teor de novidade e de imprevisibilidade constantes na plataforma. O interesse é que o teor de novidade e de imprevisibilidade se dão tanto na forma dos frames (vídeos, fotografias, memes, montagens, folder, anúncios) como no conteúdo (ciência, cinema, tecnologia, esportes, feminismo, universidade, idiomas, romance). Esta combinação novidade e imprevisibilidade promove um estado permanente de estimulação no leitor, o que pode gerar uma fragmentação da percepção, da memória e da compreensão.

Esta estratégia argumentativa de ativação constante de novos referentes, isto é, de sequenciar “fragmentos de informação descontextualizados é possivelmente mais efetivo do que um argumento fundamentado” (HAN, 2022, p. 37). Porém ela não é feita de aleatória ou indissociada de uma lógica argumentativa. Se voltarmos aos quadros 1 e 2 presentes na seção 2 (Categorias de análise), é possível perceber, pelas cores dos tipos de páginas disponibilizadas nos feeds (roxo, verde, cinza e amarelo), um padrão de repetição que sinaliza uma

¹³ Indica uma continuidade de frames gerada de forma ininterrupta pelos algoritmos que gerem o sistema das plataformas de mídia digitais como o Instagram.

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

Um ponto que nos chamou a atenção foi que, embora todos os perfis analisados tenham uma relação social com uma mesma instituição de ensino (três contas de estudantes do mesmo curso, da mesma universidade, com a mesma faixa etária; e três contas acadêmicas de projetos da mesma universidade), e tenham sido coletados em uma mesma semana, nenhum dos 120 frames se repete em outro perfil. Há, portanto, uma hiper-individualização no conteúdo que cada timeline apresenta para o leitor, o que corrobora a concepção da lógica algorítmica de aceleração da fragmentação de narrativas. Esta aceleração projeta e refina ininterruptamente o que o leitor da plataforma “quer receber”, a ponto de se conceber um ciberespaço de conteúdo completamente personalizado para cada um dos perfis, os famosos filtros-bolha. A argumentação algorítmica aqui nos parece clara: quanto mais tempo o leitor permanecer na plataforma, mais frames com conteúdos personalizados (com base em curtidas, likes e tempo de visualização) são disponibilizados. Logo, podemos aferir que visões de mundo que não estão em conformidade com as do leitor da plataforma (segundo a lógica dos algoritmos) são sumariamente excluídas.

Depois dessas contatações iniciais sobre a leitura plataformizada – design sinestésico; novidade e imprevisibilidade; fragmentação narrativa e hiper-individualização – passamos para as descrições dos frames a partir dos eixos e das categorias selecionadas para este estudo. Na categoria referência, vimos que principais especificidades das imagens são frames com imagens de pessoas reais, em cenas cotidianas, em enquadramento fechados (em que não há uma distinção de espaços ou lugares geográficos clara), cujo conteúdo expresso se torna similar a uma narrativa ambígua, que oscila entre o real e o ficcional.

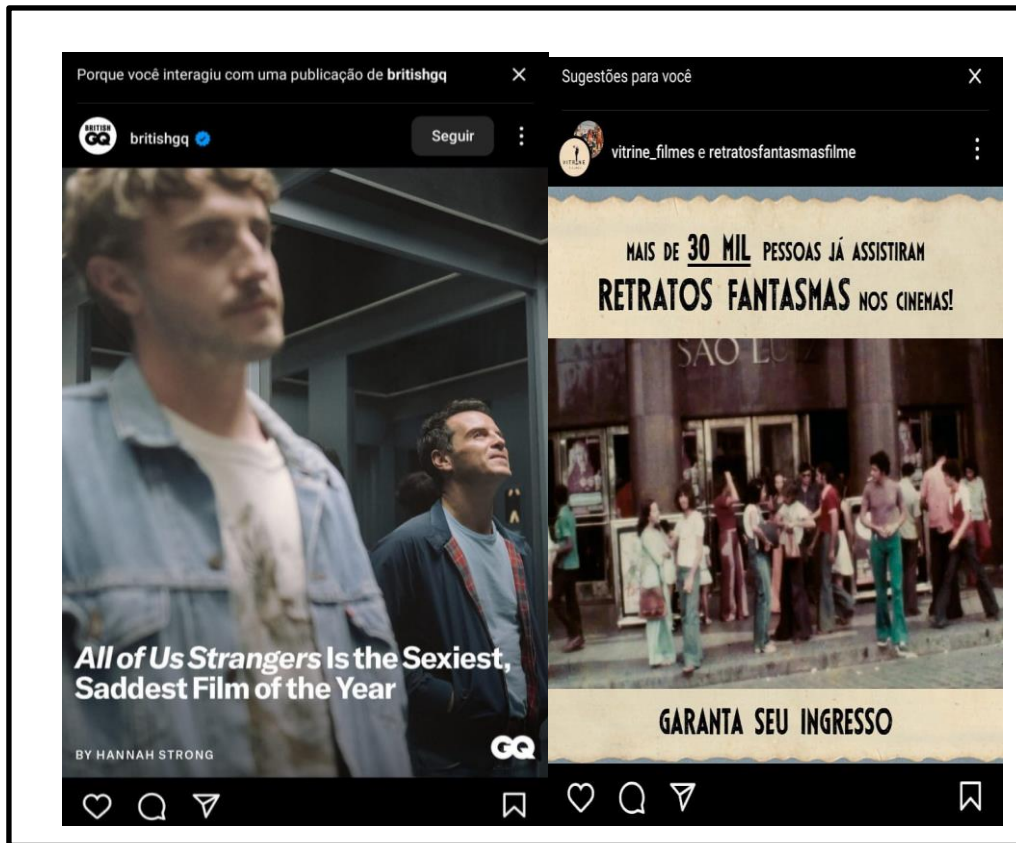


Imagem 4 – Exemplos do eixo especificidade da imagem

Na categoria diálogo, no eixo conexão, há uma mescla entre elementos pictóricos (desenhos, letras, símbolos, ícones) nas imagens e nos vídeos presentes nos feeds. Ainda que haja uma considerável interação com frames de vídeos, a grande parcela dos enquadramentos é feita por imagens estáticas. Os tipos de mensagens que se destacam nos frames analisados são propaganda, comando, ironia e cotidiano. A conexão dos conteúdos promove um estreito diálogo com o entretenimento, com as inclinações de consumo, com paródias da vida cotidiana. Os argumentos dão lugar às performances por meios de cenas capturadas em frames imagéticos. A conexão se dá com o enquadramento, com o cenário, com os personagens, com os objetos que formam a textualidade fragmentária e descontinuada da plataforma.



Imagem 5 - Exemplos do eixo conexão

No que diz respeito ao eixo organização da categoria estrutura de imagem, os enquadramentos dos frames se assemelham ao de folder explicativos/informativos, pelo próprio template imposto pelo Instagram. Assim, todos têm o mesmo tamanho de frame, o que reduz e padroniza certas práticas discursivas neste ciberespaço. Os enquadramentos são fragmentados de modo que temos a sensação que, se forem impressos, teríamos folders como suporte de texto. Eles são encadeados pela barra de rolagem infinita sem que haja uma sequencial temática referencial contígua. Este recurso de rolagem coage o leitor para acelerar sua leitura de modo a saltar de frame a frame em busca de mais informações. Todas as imagens são perceptuais, ou seja, constroem o sentido de algo que é imediatamente visto e envolvem um encontro direto, material e corporal com os significados do mundo (KALANTZIS, COPE e PINHEIRO, 2020, p. 250) por meio do design sinestésico, ainda que tais imagens suscitem, é claro, imagens mentais no processo de leitura plataformizada, isto é, imagens que criamos mentalmente como possibilidades futuras de/para inferências.

Para a categoria da situação, no eixo das referências visuais, há uma predominância de frames com memes¹⁴. A predominância de memes nas sequências de enquadramentos analisadas indica que o Instagram organiza sua lógica semântica por meio da argumentação em entretenimento, que usa a imagem para mobilizar de afetos e criar engajamento, a partir de

¹⁴ Segundo Han (2022, p. 44), memes são desenhos cômicos, fotomontagens ou vídeos curtos, dotados de uma frase curta provocativa, os quais se propagam de modo viral nas mídias digitais.

dinâmicas de base mercadológica. Os memes presentes nos frames das plataformas organizam conexões com várias camadas sociais dadas características, como vagueza, ironia, ludicidade. Essas conexões fazem o leitor da plataforma baixar a censura, diminuindo a possibilidade de crítica sobre o texto apresentando, diante de conteúdos meméticos. Os memes¹⁵ nas plataformas geralmente entrelaçam temáticas, mobilizam elementos pictóricos, imagens que capturam a atenção, maximizando o tempo que o leitor visualiza o metaenquadramento na tela.



Imagem 6 – Exemplos de frames com memes

Finalizando nossa análise dos metaenquadramentos, temos a categoria da intenção e o eixo da interpretação. Encontramos nos frames todas as descrições previstas neste eixo: promoção de engajamento, busca da atenção, persuasão para a compra de produto, apresentação de novos conteúdos e compartilhamentos de experiências. Porém, como o leitor na plataforma é tido como um consumidor, as postagens têm a intenção de estarem cada vez mais alinhadas às individualidades, aos gostos do leitor, criando uma tessitura temática que coloca a consciência reflexiva do leitor em declínio, o que impacta a formação do pensamento crítico e da alteridade. Este alinhamento às individualidades destrói o interesse do leitor por temas coletivos, importantes e relevantes para a sociedade. Isso ficou claro na análise dos 120 frames. Os conteúdos deixam de ser coletivos, reflexivos, críticos e passam a ser de entretenimento pessoal e de consumo.

¹⁵ Vale destacar que os memes foram encontrados em maior quantidade nas páginas dos perfis pessoais.

A partir do eixo da interpretação, podemos aferir que a hiper-personalização do ciberespaço das plataformas reconfigura um novo tipo, mais refinado e danoso, de censura, pois produz conteúdo em espaços unívocos, hiper-segmentados, privados, fechados, guiados por interesses individuais. A censura promovida pela lógica algorítmica de exclusão de conteúdos, de exclusão da alteridade, impacta enormemente a democracia e o pensamento crítico, uma vez que só somos capazes de formar uma opinião consistente se pudermos avaliar determinada questão por meio de diferentes pontos de vista, de diferentes compreensões e inferências socioculturais.

Considerações finais

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

A partir da análise e da descrição dos frames de enquadramento disponibilizados nas mídias digitais para a leitura da plataforma mais acessado no Brasil, o Instagram, ratificamos que o processo de leitura plataformizada ocorre como um jogo de mover cartas [frames] para cima, de rolar os conteúdos rapidamente até a próxima informação interessante, dentro de um universo digital complexo, persuasivo, fragmentado, viciante, recheado de distrações e recursos multissemióticos [desenvolvidos para criar dependência], que têm o poder sobre a cognição e a atenção do leitor. Neste universo, somos bombardeados de fragmentos genéricos de informação advindos de múltiplas fontes por meio de enquadramentos que favorecem a imediatez, a imprevisibilidade, a alternância temática, a interferência contínua de distração e de novidade que dificultam a manutenção do foco de nossa atenção. No entanto, para criarmos processos cognitivos mais sofisticados e profundos, base do pensamento crítico, a manutenção da atenção, a observação contemplativa, a criação de hipóteses, as inferências e o processo de compreensão são extremamente fundamentais. Portanto, para criarmos pensamentos críticos, precisamos inexoravelmente da alteridade para desconstruir nossas crenças e

convicções pessoais; precisamos da voz do outro para garantir a compreensão crítica de nossa própria constituição subjetiva.

Outro ponto fundamental que eclode a partir do estudo da leitura plataformizada é a necessidade de se tomar as próprias decisões sobre o conteúdo que queremos ler em nosso feed da timeline nas plataformas, ou seja, precisamos parar de receber apenas passivamente conteúdos fragmentados, superficiais que só alimentam nosso desejo de consumo e de autopromoção de nossas ideias e concepções de mundo. Isso acontece porque, na leitura plataformizada as escolhas temáticas e genéricas não são feitas pelos leitores, e sim pelos algoritmos a partir da economia de mercado e da predileção de consumo do leitor. Assim, podemos dizer que, nessas mídias digitais, eles determinam os fundamentos de nossa relação ideológica com o mundo e os nossos de comportamento off-line, estabelecendo uma espécie de hiper-autoridade persuasiva, a qual não permite acentuar divergências de opiniões, saberes, ideias e conhecimento, característica essencial de um sistema democrático.

Porém, por conta do design visual imposto para a leitura plataformizada, por seu caráter autoritário e ao mesmo tempo persuasivo, é muito difícil introduzir ações autônomas que configurem originalidade e criatividade ao processo de leitura, a partir de escolhas externas à bolha discursiva criada pelo metaenquadramento da timeline do Instagram. Por isso, ler na plataforma exige de nós o reconhecimento da hiper-autoridade algorítmica, da assimilação dos conteúdos fragmentados em frames sequenciados e desarticulados, e da organizabilidade compactada em molduras semânticas unívocas.

Além disso, para ler na plataforma, devemos ter ciência da impossibilidade de qualquer tomada de decisão sobre os conteúdos apresentados, da homogeneização ideológica gerida pelo meta-enquadramento discursivo, e dos limites sociotécnicos previamente estabelecidos por meia dúzia de designers que trabalham nas Big Techs, como a Meta, dona do Instagram. Daí a importância de estudos empírico-dedutivos sobre os designs das plataformas e as novas formas de textualização nas mídias digitais para entender as relações lógico-semânticas que regulam as práticas sociais dos leitores de plataforma no contexto digital. Acreditamos que estas relações constroem representações de valores, criam e manipulam imagens, a fim de persuadir o leitor para agir passivamente em troca de conteúdos gratuitos feitos sob medida para ele.

Assim, se as plataformas criam metaenquadramentos com conteúdos temáticos que corroboram as convicções dos leitores, que alimentam suas câmeras de eco/ego, elas os entretêm de modo contínuo em uma espécie de looping autocentrado no perfil do consumidor das informações midiáticas. Diante de tal premissa, podemos aferir que leitura na plataforma pode

atrofiar a complexidade leitora de compreender para além das lentes de aumento sobre si mesmo ou sobre a própria bolha-digital. Os frames – compostos praticamente de imagens perceptuais, vídeos, elementos pictóricos e memes – reduzem radicalmente a criatividade, a imaginação, o vocabulário, o repertório enciclopédico e linguístico.

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

Conflito de Interesse (obrigatório)

O autor não tem conflitos de interesse a declarar.

Link para *Preprint* (obrigatório)

Protocolo e Pré-Registro de Pesquisa (obrigatório)

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

Declaração de Disponibilidade de Dados (obrigatório)

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

Referências:

BRASIL. Comitê Gestor da Internet no Brasil / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2022, 2023.**

CESARINO, Leticia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

COMSCORE. MMX Multiplataforma Multi Market Brasil (Dez/2022). Tendências de Social Media no Brasil feita pela ComScore, 2023 Disponível em: < <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>. Acesso em 8 setembro 2023.

FISHER. Max. **A máquina do caos**: como as redes sociais reprogramam a nossa mente e o nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

HAN. Byung-Chul. **Infocracia**: digitalização e crise da democracia. Petrópolis-RJ: Vozes, 2022.

HAN. Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. Petrópolis-RJ: Vozes, 2018.

HISSA, Débora. Desmediatização, Infodemia e fake news na cultura digital. **Scripta**, v. 25, n. 54, p. 40-67, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2358-3428.2021v25n54p40-67>. Acesso em: 2 setembro 2023.

HISSA, Débora. O design multimodal do Instagram: da barra de rolagem infinita à organicidade algoritmizada do feed de notícias. **Revista Intersaberes**, v. 18, e023do1009. 2023. p. 1-21.

KALANTZIS, Mary.; COPE, Bill.; PINHEIRO, Petrilson. **Letramentos**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.

LEMBKE, Anna. **Nação dopamina**: por que o excesso de prazer está nos deixando infelizes e o que podemos fazer para mudar. São Paulo: Vestígio, 2022.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

MÍDIAMAKERS Papers#1: **Introdução à Educação Midiática**. 2ª edição, 2019.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu editora, 2018.

NICOLELIS, Miguel. **O verdadeiro criador de tudo**: como o cérebro humano esculpiu o universo como nós o conhecemos. São Paulo: Planeta, 2020.

O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa**: como o Big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Santo André-SP: Ed. Rua do Sabão, 2020.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DIJCK, José van. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, 2020, p 2-10.

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

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

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.