

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE LETRAS E ARTES - ILA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS - PPGL
MESTRADO EM LETRAS
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: ESTUDOS DA LINGUAGEM

VERIDIANE DA COSTA GOMES

**FOTOGRAFIAS NO *INSTAGRAM*: UM ESTUDO COM BASE NO PENSAMENTO
BAKHTINIANO NO CONTEXTO POLÍTICO PRESIDENCIAL NO BRASIL.**

Rio Grande

2023

VERIDIANE DA COSTA GOMES

**FOTOGRAFIAS NO *INSTAGRAM*: UM ESTUDO COM BASE NO PENSAMENTO
BAKHTINIANO NO CONTEXTO POLÍTICO PRESIDENCIAL NO BRASIL.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande – FURG como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientador: Prof. Dr. Adail Ubirajara Sobral

Rio Grande

2023

Ficha Catalográfica

G633f Gomes, Veridiane da Costa.
Fotografias no *Instagram*: um estudo com base no pensamento *Bakhtiniano* no contexto político presidencial no Brasil / Veridiane da Costa Gomes. – 2023.
208 f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-Graduação em Letras, Rio Grande/RS, 2023.

Orientador: Dr. Adail Ubirajara Sobral.

1. Análise Dialógica do Discurso 2. Discurso político
3. Fotografias políticas 4. *Instagram* 5. *Sites* de redes sociais
I. Sobral, Adail Ubirajara II. Título.

CDU 81'42

Catálogo na Fonte: Bibliotecário José Paulo dos Santos CRB 10/2344



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS



ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO nº 15/2023

No dia vinte e cinco de setembro de dois mil e vinte e três, através de videoconferência, realizou-se a defesa de dissertação de mestrado de **Veridiane da Costa Gomes**, intitulada “**Fotografias no Instagram: um estudo com base no pensamento Bakhtiniano**”. A sessão foi aberta às dez horas pelo Prof. Dr. Adail Ubirajara Sobral (FURG), orientador da dissertação e presidente da Comissão de Avaliação, que também foi composta por: Prof. Dr. Jean Carlos Gonçalves (FURG) e Prof. Dr. Carlos Leonardo Coelho Recuero. Depois da apresentação, arguição e respostas, a Comissão decidiu que **APROVA** a mestranda neste requisito parcial e último para a obtenção do grau de Mestre em Letras, na área de concentração em Estudos da Linguagem. Após, o presidente publicou o resultado e encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ata.

Prof. Dr. Adail Ubirajara Sobral (orientador – FURG)
Prof. Dr. Jean Carlos Gonçalves (FURG)
Prof. Dr. Carlos Leonardo Coelho Recuero

AGRADECIMENTOS

Dedico esse título à minha família por todo apoio e amor incondicional. Ao meu marido, Cleiton, por incentivar minhas buscas por conhecimento e crescimento, por assumir inúmeras vezes meu papel de mãe, para que eu pudesse continuar. Ao meu filho Ryan por, apesar de tão jovem, torcer por minhas conquistas e ajudar da forma que pode, e entender todas as vezes que não estive com ele para que pudesse cumprir as rotinas acadêmicas.

À minha mãe, Silvia, pelo exemplo de luta e resistência que sempre foi. Às minhas irmãs de sangue e de vida que sempre me aplaudiram e incentivaram. À minha sogra, Vanilda, que muito contribuiu para que meu estudo fosse possível, cuidando do meu filho como se fosse seu. Ao Seu Airton, meu saudoso pai, que me ensinou que estudar era o único caminho possível, e que desistir não era uma opção.

Agradeço, aos meus amigos e companheiros de jornada. Minha fiel escudeira de escrita e fortaleza para momentos difíceis Domi, que mesmo do outro lado do oceano, esteve sempre por perto, e que muito me ensinou, e não falo apenas de teorias acadêmicas. Mari com sua atenção, carinho e conversas reconfortantes, sempre pronta para ajudar. Tay que compartilhou de momentos de angústia e, também os de orgulho em estarmos onde estamos. Também, às demais colegas de curso como a Luciani e a Pietra, que se tornaram amigas.

O agradecimento maior, no que diz respeito à trajetória acadêmica, é para meu amigo-irmão Diego Miranda, que sempre foi um incentivador de minhas batalhas, mas que nessa foi fundamental. Ele esteve comigo desde a inscrição na graduação até a escrita deste. É, sem dúvidas, um dos principais responsáveis pelo meu crescimento acadêmico e sem seu incentivo e ajuda esse trabalho não teria sequer começado, chamo-o de coorientador.

E por fim, ao meu orientador Adail Sobral, por acreditar em meu trabalho, lapidar minhas ideias e dividir comigo seu saber e experiência, fazendo com que fosse possível a realização dessa pesquisa. Também à Universidade Federal do Rio Grande, e ao Programa de Pós-Graduação em Letras, pela oportunidade.

E a todos e todas que, direta ou indiretamente, foram fundamentais nessa caminhada.

*Uma das formas do homem explicar o mundo é com as palavras.
Porém palavras nem sempre são suficientes para explicar tudo o que se vê.
Carlos Leonardo Recuero*

RESUMO

O presente trabalho se propôs a examinar réplicas de interlocutores a três fotografias postadas pela conta do *Instagram @lulaoficial*, a fim de verificar a responsividade que essas imagens provocam e a valoração envolvida nas réplicas, com base na Análise Dialógica do Discurso (ADD). Como motivação, foram tomados os dados das pesquisas *Tic Domicílios* (2022), *We Are Social* (2021) e *Hootsuite* (2021) as quais indicam que os usuários utilizam a internet para acessar de sites de redes sociais, e dentre elas, o *Instagram*, que privilegia enunciados visuais, pois permite apenas o compartilhamento de fotos e vídeos, por vezes contendo textos curtos. Esses usuários, que postam fotografias diariamente para se expressarem, ajudam a ditar e manter valorações que são consumidas por seus interlocutores, indicando, portanto, uma tendência de comunicação baseada no visual no Ciberespaço, pautados no entendimento de que fotografias são textos que exprimem a valoração e o projeto de dizer de seu locutor. Para além de registro, uma foto diz algo acerca de seu objeto, enuncia e produz sentidos ao alcançar seu interlocutor. A pesquisa então, busca a partir dos enunciados imagéticos examinados, verificar como o sujeito constitui seu projeto de dizer e atua sobre o mundo. Com base na metodologia sugerida por Adail Sobral (2006) segundo a ADD, pode-se descrever, analisar e interpretar as fotografias e observar os sentidos, e o presumível projeto de dizer do sujeito, bem como que discursos se manifestaram nas réplicas a partir delas. Os resultados obtidos mostraram que os interlocutores reagiram às postagens a partir de uma dada posição valorativa, respondendo a partir de sua bagagem cultural e social. Foi possível notar ainda as marcas de outros discursos que foram acionados a fim de corroborar o projeto de dizer ou a recepção ativa de cada um.

Palavras-chave: Análise Dialógica do Discurso. Discurso político. Fotografias políticas. *Instagram*. Sites de redes sociais.

ABSTRACT

The present work aimed to examine replicas interlocutors to three photographs posted by the *Instagram* account @lulaoficial, in order to verify the responsiveness that these images provoke and the evaluations involved in these replicas, based on the Dialogical Discourse Analysis (ADD). We take as motivation the surveys *Tic Domicílios* (2022), *We Are Social* (2021) and *Hootsuite* (2021) that together bring data that indicate that users enter the internet to access social network sites, and among them, *Instagram*, which privileges visual utterances because it allows only the sharing of photos and videos, sometimes having short texts. Its users, who post photographs daily to express themselves, help dictate and maintain evaluations that are consumed by their interlocutors, indicating, therefore, a trend of communication based on the visual in Cyberspace, based on the understanding that photographs are texts that express the evaluation and the enunciation project of its speaker. In addition to recording, a photo says something about the object, it enunciates and produces senses when reaching its interlocutor. We seek to perceive, from the imagistic utterances examined, how the subject constitutes his project of saying and how he acts on the world. Our basis is the methodology suggested by Adail Sobral (2006), according to the ADD, in which we describe, analyze and interpret the photographs and perceive the senses, and the presumed project of saying of the subject, as well as what discourses manifested in the replicas from these images. The results showed that interlocutors reacted to the posts from a given evaluative position, responding from their cultural and social baggage. We also note the marks of other discourses that were triggered for corroborating the project of saying or the active reception of each one.

Keywords: Dialogic Discourse Analysis. Political discourse. Political photographs. *Instagram*. Social network.

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1: Alfabetização. | 14 |
| Figura 2: Princípio da câmara escura. | 20 |
| Figura 3: Eclipse solar observado em Lovaina por meio de uma câmara escura. | 21 |
| Figura 4: A mais antiga fotografia conhecida. | 23 |
| Figura 5: Primeira imagem fixada pelo processo de daguerreotipia. | 24 |
| Figura 6: O daguerreótipo original. | 26 |
| Figura 7: Rainha Vitória e Rei Albert. | 27 |
| Figura 8: Negativo x Positivo. | 30 |
| Figura 9: Cliché Verre. | 31 |
| Figura 10: Câmera Kodak. | 32 |
| Figura 11: Fotografia obtida com a 1ª Kodak. | 32 |
| Figura 12: Fotografia colorida técnica de Ducos. | 34 |
| Figura 13: Dispositivo utilizado por Ducos. | 35 |
| Figura 14: Kodachrome. | 35 |
| Figura 15: O primeiro <i>smartphone</i> . | 36 |
| Figura 16: iPHONE. | 37 |
| Figura 17: O primeiro <i>selfie</i> . | 38 |
| Figura 18: <i>Selfie</i> século XXI. | 39 |
| Figura 19: Raio-X. | 42 |
| Figura 20: Primeira foto do espaço | 43 |
| Figura 21: Retrato do infinito. | 44 |
| Figura 22: Imagens aéreas de Nadar. | 44 |
| Figura 23: <i>Google Earth</i> – Visualização continente. | 45 |
| Figura 24: <i>Google Earth</i> – Visualização Cidade do Rio Grande. | 45 |
| Figura 25: <i>Google Maps</i> – Localização. | 46 |
| Figura 26: Primeira imagem publicada pelo jornal Folha de São Paulo. | 47 |
| Figura 27: “ <i>The Puddle</i> ”. | 48 |
| Figura 28: Invasão da Normandia – Dia D. | 49 |
| Figura 29: Foto-símbolo da Guerra do Vietnã. | 50 |
| Figura 30: Anúncio verbal. | 52 |
| Figura 31: Primeiras imagens nos anúncios comerciais. | 53 |
| Figura 32: Uso de imagens em anúncios – contextos atuais. | 53 |
| Figura 33: Desejo de consumo. | 54 |
| Figura 34: Esperança – Foto de Veridiane da Costa. | 58 |
| Figura 35: Dias cinzas – Foto de Ryan da Costa. | 59 |
| Figura 36: A guerra de imagens. | 62 |
| Figura 37: Ulysses S. Grant. | 64 |
| Figura 38: A montagem de Ulysses S. Grant. | 64 |
| Figura 39: Foto-montagem. | 66 |
| Figura 40: Manipulação photoshop. | 67 |
| Figura 41: Exemplo de imagem que colabora com o discurso. | 69 |
| Figura 42: Gráfico informativo divergente da notícia. | 70 |
| Figura 43: <i>Print</i> da postagem da página @ <i>brasilfedecovid</i> – Imagem 1. | 71 |
| Figura 44: <i>Print</i> da postagem da página @ <i>brasilfedecovid</i> – Imagem 2. | 72 |

| | |
|--|-----|
| Figura 45: <i>Selfies</i> e reações. | 76 |
| Figura 46: Pessoas que perdem a vida por uma <i>selfie</i> . | 77 |
| Figura 47: Primeiros computadores. | 80 |
| Figura 48: OSBORNIE. | 81 |
| Figura 49: <i>Notebooks</i> . | 83 |
| Figura 50: Primeiro <i>smartphone</i> . | 84 |
| Figura 51: Um mundo de aplicativos. | 85 |
| Figura 52: <i>Clusters</i> . | 87 |
| Figura 53: Primeiro site de redes sociais. | 88 |
| Figura 54: <i>Orkut</i> . | 89 |
| Figura 55: <i>Print</i> da tela inicial – <i>Facebook</i> . | 90 |
| Figura 56: <i>WhatsApp</i> . | 91 |
| Figura 57: <i>Twitter</i> . | 92 |
| Figura 58: <i>Fotolog</i> . | 93 |
| Figura 59: <i>Instagram</i> . | 94 |
| Figura 60: <i>Print</i> da tela inicial – <i>Instagram</i> . | 95 |
| Figura 61: <i>@Cristiano</i> : Usuário com maior número de seguidores. | 96 |
| Figura 62: <i>@world_record_egg</i> : Recorde de curtidas. | 100 |
| Figura 63: <i>Prints</i> do perfil <i>@lulaoficial</i> – candidato. | 120 |
| Figura 64: <i>Prints</i> do perfil <i>@lulaoficial</i> – presidente. | 120 |
| Figura 65: Primeira fotografia postada por <i>@lulaoficial</i> : Everton Conceição Santos. | 123 |
| Figura 66: Postagem de <i>@lulaoficial</i> : Um domingo na Bahia. | 124 |
| Figura 67: Postagem de <i>@lulaoficial</i> : Estive hoje em Salvador. | 125 |
| Figura 68: <i>Prints</i> do perfil <i>@lulaoficial</i> – postagens irreverentes. | 126 |
| Figura 69: <i>Prints</i> do perfil <i>@lulaoficial</i> - personalidades. | 127 |
| Figura 70: <i>Prints</i> do perfil <i>@lulaoficial</i> – influenciadores. | 127 |
| Figura 71: Postagem de <i>@lulaoficial</i> com Deolane. | 128 |

Lista de Abreviaturas e Siglas

ADD - Análise Dialógica do Discurso.

IG - *Instagram*.

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social.

IOS - iPhone Operating System (Sistema Operacional do iPhone).

MBL - Movimento Brasil Livre.

MDB - Movimento Democrático Brasileiro.

OMS - Organização Mundial de Saúde.

ONU - Organização das Nações Unidas.

PL - Partido Liberal.

PSC - Partido Social Cristão.

PT - Partido dos Trabalhadores.

SMS - Short Message Service (Serviço de Mensagens Curtas).

STF - Superior Tribunal Federal.

TSE - Tribunal Superior Eleitoral.

TV - Televisão.

UFPE - Universidade Federal de Pernambuco.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO | 10 |
| 1 UMA IMAGEM FALA MAIS QUE MIL PALAVRAS? A FOTOGRAFIA ENQUANTO ENUNCIADO | 14 |
| 1.1 Do daguerreótipo ao <i>selfie</i> : a evolução da produção da fotografia | 18 |
| 1.2. Imagens na vida e vida nas imagens. Usos da fotografia enquanto linguagem | 41 |
| 1.3 Texto, arte, ou mera captura: discussões acerca de intencionalidades da fotografia | 55 |
| 1.4 “Isso é <i>fake news</i> ”? Possíveis manipulações ou alterações nas imagens ou descontextualizações | 60 |
| 2 “QUANTOS <i>LIKES</i> ESSA FOTO MERECE?” A VIDA CONTADA EM <i>FRAMES</i> NOS SITES DE REDES SOCIAIS | 74 |
| 2.1 O advento da internet e dos <i>smartphones</i> | 78 |
| 2.2 Ascensão dos sites de redes sociais | 86 |
| 2.3 <i>Instagram</i> e a cultura do diário em fotografias | 94 |
| 2.4 A tendência de comunicação não-verbal nos sites de redes sociais | 98 |
| 3 TODO SIGNO É IDEOLÓGICO: A FOTOGRAFIA SOB A PERSPECTIVA DIALÓGICA | 104 |
| 3.1 Linguagem, interação e dialogismo | 104 |
| 3.2 @ quem? Quem são os interlocutores e como se dá a interação no contexto de sites de redes sociais | 109 |
| 3.3 Projeto de dizer e gêneros do discurso: produções de sentido a partir de uma imagem fotográfica | 111 |
| 3.4 Descrever. Analisar. Interpretar: Contribuições metodológicas da ADD | 114 |
| 4 DISCUSSÃO ACERCA DOS CAMINHOS METODOLÓGICOS | 117 |
| 4.1 @ <i>lulaoficial</i> : contextualização do perfil e público a quem se dirige | 118 |
| 4.2 Seleção dos objetos de análise | 129 |
| 4.3 Descrição, análise e interpretação: uma síntese | 131 |
| 5 RÉPLICAS QUE EMERGEM DE FOTOGRAFIAS POSTADAS NO <i>INSTAGRAM</i> : ANÁLISE SOB UMA PERSPECTIVA DIALÓGICA | 133 |
| 5.1 Fotografia 1: (i) Lula preso - Cuide sempre da sua saúde | 134 |
| 5.2 Fotografia 2: (i) Lula Candidato - Hoje é dia da democracia | 152 |
| 5.3 Fotografia 3: (iii) Lula Presidente - Viva a democracia, viva o Brasil | 171 |
| 5.4 Considerações acerca das análises | 188 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 192 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 197 |

INTRODUÇÃO

Vivemos tempos em que a utilização de dispositivos móveis com acesso a uma câmera e à Internet está no seu auge. A Cibercultura trouxe novas interações, e os sites de redes sociais ganharam cada vez mais espaço na vida e no cotidiano das pessoas. Comunicamo-nos e atuamos sobre o mundo através dessas redes. Seja para compartilhamento de áudio, vídeo, texto-verbal ou imagens. Estamos conectados a essas redes, consumindo diariamente os conteúdos postados, bem como produzindo-os.

Corroborando, dados da pesquisa *We Are Social (2021)* e *a Hootsuite (2021)*, trouxeram como resultado que, em média, mais de 1,3 milhão de novos usuários ingressaram nos sites de redes sociais todos os dias durante 2020. Diante disso, cerca de 53,6% da população mundial utiliza sites de redes sociais na internet para interagir com o mundo.

Dessa feita, as interações verbais passaram a acontecer de forma virtual, dentro do Ciberespaço. Os computadores e, principalmente, as telas de telefone celular passaram a mediar as relações entre os usuários de sites de redes sociais na internet, o qual chamamos aqui de interlocutores. Os sites de redes sociais na internet passaram então a informar, divertir, auxiliar, e, até certo ponto, aproximar os sujeitos de diversos contextos socioespaciais. Diante disso, torna-se um lugar, campo virtual, em que os sujeitos enunciam e atuam sobre o mundo.

Dentre os sites de redes sociais mais acessadas por esses usuários de internet, temos o *Instagram*, que é uma plataforma inicialmente criada para compartilhamento de fotografias. Como um diário em imagens, teve como proposta primeira que os usuários compartilhassem fotografias do momento exato que estavam vivendo.

Hoje este site de redes sociais permite que essas capturas sejam postadas quando o usuário preferir. Conteúdos de vídeos também foram incorporados, assim como textos verbais, que funcionam como legendas, descrições para os dois primeiros, fotos e vídeos. Não se pode, contudo, postar, diretamente, apenas texto verbal nesta plataforma, o que nos leva a perceber que há uma tendência para a comunicação baseada no visual, no imagético.

Assim a fotografia, que é uma imagem capturada, está cada vez mais presente em nossas vidas, especialmente nos sites de redes sociais, em que encontramos uma infinidade de pessoas mostrando seu dia através de fotografias. Postam os mais inusitados momentos, seja desejando um “bom dia”, mostrando suas refeições, vendendo seus produtos ou expondo suas ideias etc. Há assim vários indícios de que somos influenciados diariamente por imagens de forma imperativa, porque, de certo modo, elas se impõem ao nosso olhar.

Baseados nos pressupostos da Análise Dialógica do Discurso - ADD, que nos diz que a língua jamais é neutra, entendemos que essas imagens geram em quem as consomem determinados sentidos. E que os interlocutores que interagem com ela são atravessados pelos discursos que elas carregam.

A partir disso, entendemos a fotografia como um texto, um enunciado que o sujeito mobiliza em seu discurso para empreender seu projeto de dizer. E no *Instagram* ele enuncia presumindo as possíveis respostas que irá receber, pois entende seu público interlocutor.

Ao postar uma imagem fotográfica no *Instagram*, o locutor autor da postagem pretende atingir um público específico, a fim de interagir com os membros deste que visualizam suas imagens. Estes compreendem a fotografia conforme seus saberes e experiências anteriores, incluindo suas relações com outros sujeitos na rede em questão. Já aquele que entra em relação de interlocução por meio da fotografia pode interagir com *likes*¹, comentar, compartilhar, ou seja, apresentar réplicas ao enunciado. Essas reações podem de certa forma servir para avaliar a aceitação ou a rejeição do enunciado que é a postagem.

Visitando esses comentários, as réplicas imediatas ao seu enunciado, que são uma das formas de reações a estas fotografias. Entendidas aqui como texto e não apenas como ilustração de outro texto, podemos perceber que uma mesma imagem pode receber valorações diferentes, uma vez que os interlocutores a compreendem a partir de suas experiências prévias, do tempo e espaço em que estão inseridos e de todo o contexto enunciativo.

A teoria bakhtiniana (cf. p. ex. Bakhtin, 2006) aponta que “a enunciação é de natureza social” (p. 111). Assim, as especificidades da língua só podem ser percebidas no ato de interação verbal. Dessa maneira, por entender os sites de redes sociais como um campo discursivo de natureza social, no Ciberespaço, observar como se constrói as relações nesse espaço são importantes para entender como se desenha o diálogo em um mundo mediado pelo virtual, que é o que estamos inseridos.

Desse modo, nosso objetivo geral consiste em examinar réplicas de interlocutores a três fotografias postadas pela conta do *Instagram @lulaoficial*, a fim de verificar a responsividade que essas imagens provocam e a valoração envolvida nas réplicas, seguindo a análise sugerida por Adail Sobral (2006), com base na Análise Dialógica do Discurso (ADD).

¹ *Like*, traduzido do inglês significa gostar ou amar. No *Instagram* equivale a curtir. Ao dar *like* em determinado conteúdo, você está curtindo a postagem. É possível ainda curtir os comentários dessas postagens.

Ademais, temos por objetivos específicos (i) Examinar o projeto de dizer de três fotografias selecionadas do perfil *@lulaoficial* na plataforma *Instagram*; (ii) Identificar discursos com os quais as fotografias escolhidas dialogam, a fim de descobrir as especificidades de seu projeto de dizer; (iii) Analisar comentários publicados em cada fotografia selecionada a fim de identificar as reações provocadas nos interlocutores por esses enunciados não verbais. Esse projeto de pesquisa tem como proposta de trabalho, então, a análise das relações entre três fotografias postadas no site de redes sociais *Instagram* e as réplicas manifestadas em comentários que emergem a partir delas.

Essa escolha temática se dá pelo entendimento que a utilização de imagens com a finalidade de se expressar e comunicar nas redes, como ocorre na plataforma *Instagram*, é uma crescente. São produzidas para um público específico e com uma intenção específica. Além disso, o *Instagram* é uma plataforma que privilegia imagens como materialidade dos enunciados, e parece indicar uma tendência de comunicação fundada no visual e não no verbal.

A pesquisa *We Are Social* (2021) traz que em 2020, o *Instagram* está em 3º no ranking de maior tempo gasto pelos usuários, e que 64,9% dos conteúdos postados na rede são de fotos. Então, nesse contexto de tecnologia e sites de redes sociais em ascensão, a vida evidenciada em fotografias está inserida no nosso cotidiano. Dessa forma, os dados indicados pelas pesquisas são relevantes para essa pesquisa à medida que compreendemos os impactos que os locutores podem provocar com fotografias dos usuários de sites de redes sociais, considerando os discursos que são construídos na relação enunciados-sujeitos.

Por outro lado, a escolha da conta *@lulaoficial* na plataforma *Instagram* como fonte do *corpus* da pesquisa se deve ao impacto que a figura de Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) tem na política e na sociedade brasileira como um todo. Também ao fato de ele ter se tornado um dos lados de uma polarização que vem afetando a vida no país.

Ao analisar uma imagem postada, portanto, intencionamos observar, por meio das réplicas que recebe, com quais discursos ela dialoga e quais efeitos o locutor pretende provocar em quem interage com ela, considerando sua situação de interlocução, isto é, locutor, interlocutores possíveis, tempo, espaço, ao lado das características materiais da fotografia e o contexto mais amplo. Consideramos que, a partir das réplicas contidas nos comentários, seja possível observar os diferentes sentidos que emergem na recepção das fotos, bem como os efeitos provocados, considerando a relação específica entre os interlocutores ali identificados.

Para finalizar esse passo introdutório, elencamos a estrutura de apresentação deste escrito, que se organiza da seguinte forma: no primeiro capítulo, intitulado como “UMA IMAGEM FALA MAIS QUE MIL PALAVRAS? - A fotografia enquanto enunciado”, fazemos

um apanhado de como enxergamos a fotografia, perpassando por um histórico de sua utilização desde sua invenção até hoje, também seus usos nas formas de expressão humana.

Já no segundo, “QUANTOS *LIKES* ESSA FOTO MERECE” A VIDA CONTADA EM FRAMES NOS SITES DE REDES SOCIAIS”, explicamos a ascensão do mundo digital e por consequência dos sites de redes sociais na internet. Também, como as fotografias são usadas diariamente como expressão nesse espaço.

O terceiro capítulo, último referente aos aportes teóricos da pesquisa, “TODO SIGNO É IDEOLÓGICO – A FOTOGRAFIA SOB A PERSPECTIVA DIALÓGICA” trata de elencar os principais conceitos basilares na Análise Dialógica do Discurso para entender a língua na sua essência, que é social. Nesse capítulo também trazemos as contribuições metodológicas da ADD para nossa análise.

No quarto capítulo, denominado “DISCUSSÃO ACERCA DOS CAMINHOS METODOLÓGICOS” apontamos quais caminhos percorremos para a seleção dos objetos de análise e contextualizamos nosso objeto de pesquisa e o perfil *@lulaoficial*.

O quinto capítulo é o espaço em que empreendemos a análise. Em “RÉPLICAS QUE EMERGEM DE FOTOGRAFIAS POSTADAS NO *INSTAGRAM*: ANÁLISE SOB UMA PERSPECTIVA DIALÓGICA” aplicamos os passos sugeridos por Adail Sobral (2006) e verificamos as vinte réplicas a cada uma das três imagens selecionadas no perfil *@lulaoficial*.

Por fim, no sexto e último capítulo, “CONSIDERAÇÕES FINAIS” fazemos nossas considerações acerca do percurso de escrita e elencamos os principais resultados obtidos.

1 UMA IMAGEM FALA MAIS QUE MIL PALAVRAS? A FOTOGRAFIA ENQUANTO ENUNCIADO.

Experimentamos e vivenciamos o mundo através de imagens. Pensamentos, sonhos, imaginação, memórias se dão por imagens. Somos atravessados por elas constantemente. Aprendemos as significações e significados através delas. Antes das manifestações de linguagem, experimentamos o mundo visualmente, experienciamos a vida através do olhar. Mesmo com a aquisição da linguagem, seja a língua verbal ou mesmo as não-verbais, como a Libras, por exemplo, continuamos nos valendo do imagético para a aquisição e aprendizagem delas.

Carlos Recuero (2015, p. 17), aponta em sua tese de doutorado que no início da escolarização para aprender o alfabeto, por exemplo, usamos imagens para facilitar esse processo. Para ensinarmos a letra “A”, mostramos uma imagem da letra, imagem a que se associa uma árvore, exemplifica o autor, justamente porque acessamos memórias que são constituídas de imagens, tornando o processo de aprendizagem e aquisição de uma língua mais dinâmico.

Antes da linguagem verbal, somos apresentados à linguagem de forma visual, imagética. Como podemos ver na imagem abaixo, em um exemplo de atividade escolar das séries iniciais, relacionamos a imagem aos sons e grafia correspondente à língua que está sendo adquirida.

Figura 1: Alfabetização.



Fonte: Russo (2022).

Para aprendermos o verbal, portanto, observamos as imagens e, assim, acessamos as significações que foram constituídas a partir e por elas. Desta forma, o uso de imagens, presentes na comunicação no contexto digital, não é um feito “moderno”. Desde o homem das cavernas utilizamos imagens para atuar sobre o mundo. Com seus desenhos rupestres, os povos originários narravam o que viam, contavam sua história através de desenhos grafados em rochas. O visual é um recurso que expressa a realidade e exprime discursos, com ou sem a ajuda do texto verbal, de um dado ponto de vista.

Nos valendo do auxílio do texto verbal, seja legenda ou texto associado, podemos pensar o contexto discursivo e, junto à bagagem discursiva do interlocutor, os discursos são efetivamente constituídos. Já sem esse auxílio textual, as imagens exprimem também o discurso, mas este será percebido a partir da bagagem sociocultural dos interlocutores.

Essa posição valorativa é influenciada, com o texto verbal, pois este acrescenta novas informações valorativas. Sobre os textos associados à e na fotografia, falaremos mais à frente, mas cabe mencionar aqui o pensamento de Susan Sontag (1997): “nenhuma legenda consegue restringir, ou fixar, de forma permanente, o significado de uma imagem” (p. 63), justamente porque os sentidos se dão por meio da interação, do contexto social e temporal.

Veremos ao longo dessa dissertação que os textos que acompanham as imagens, podem ser completamente desassociados ao contexto de produção dessa imagem, alterando assim os discursos e as valorações a partir delas.

Mesmo que um sujeito não domine a língua de um determinado povo, através da imagem ele pode estabelecer um diálogo com seu interlocutor. Nesse sentido, Susan Sontag (1997) diz que “a realidade sempre foi interpretada por meio das informações fornecidas pelas imagens” (p. 86). Então, através das imagens que constituem nosso imaginário, nossa psique e nossa visão, obtemos informações que comporão nossa noção de realidade, e por conseguinte, nossa visão de mundo. Assim, a noção de realidade que adquirimos, também, através das imagens nos molda e faz com que consigamos estabelecer relações de sentido e, assim, agimos no mundo sob e através delas.

Pensando no processo de aquisição da linguagem verbal, podemos dizer que as palavras que aprendemos, dão voz às imagens que permeiam nosso imaginário e nossa psique. Essas imagens acústicas são moldadas de acordo com contexto no qual os falantes estão inseridos. Carlos Recuero (2015) aponta que: “Palavras criam um imaginário que é construído em nossa mente por meio de imagens mentais que variam de acordo com o contexto social e as mediações pelas quais as experienciamos ao longo de nossa existência (p. 44).

Para pensarmos em como essa noção de realidade e de sentido são constituídas, temos de levar em conta o contexto no qual elas são acessadas. A significação das palavras, que são constituídas a partir de imagens mentais que temos de determinado objeto, variam a partir da situação discursiva, do contexto de uso e das relações que se estabelecem entre os interlocutores.

Assim, pode-se dizer que palavras imprimem acusticamente as imagens que permeiam nosso imaginário e nossa psique. E que a significação atribuída a essas palavras variam a depender da situação discursiva, e das relações estabelecidas.

Ainda, pode-se dizer que nossos processos mentais são constituídos a partir de uma espécie de *frames* imagéticos. Corroborando esse entendimento, Philippe Dubois (2006) aponta que “uma foto é sempre uma imagem mental. Ou, em outras palavras, nossa memória só é feita de fotografias” (p. 314). Assim, nossas memórias são como álbuns fotográficos fixados na mente, e nossos sonhos e pensamentos são projetados a partir de conteúdos imagéticos. A fotografia, que é uma imagem que foi capturada, é capaz de registrar um momento, de documentar um instante e congelar uma cena. Mas para além de registro, uma foto exprime uma mensagem, enuncia e produz sentidos ao alcançar seu interlocutor.

Bakhtin (1997)² postula que a imagem tem uma abordagem emocional-volitiva, ou seja, uma imagem pode materializar o pensamento de uma pessoa, bem como “poderia dar-lhe vida” (p. 31). É importante frisar que o autor não trata propriamente do conceito de fotografia, mas sim de imagem. Porém, como mencionado anteriormente, pensamos a fotografia como uma imagem que foi capturada. É uma imagem que se torna palpável.

Bakhtin postula que nenhum enunciado pode ser neutro. Então, assim como na linguagem verbal, não há neutralidade na imagem; qualquer sujeito, independente da cultura, pode ler, e a partir de sua bagagem cultural e social, responderá a elas. Susan Sontag (1997) diz que ao longo da sua história de utilização “As fotos foram vistas como um modo de dar informações às pessoas que não têm facilidade de ler” (p. 18).

Assim as fotos dizem. Elas exprimem a essas pessoas uma notícia assim como um texto verbal. Exprimem emoções, sentimentos, acontecimentos. Ainda, a autora diz que “as fotos são apreciadas porque dão informações. Dizem o que existe; fazem um inventário” (p. 17).

² Sabendo das diversas versões e traduções acerca da obra, elegemos a citada, com tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira.

Portanto, a imagem comunica de forma instantânea, exprime um discurso, seja ele através de uma notícia, uma propaganda ou *post*³ de site de redes sociais.

Com o advento da fotografia, as imagens ao nosso redor puderam ser capturadas e congeladas no tempo, como aponta Boris Kossoy (2001): Toda fotografia representa em seu conteúdo uma interrupção do tempo e, portanto, da vida. O fragmento selecionado do real, a partir do instante em que foi registrado, permanecerá para sempre interrompido e isolado na biodimensão da superfície visível (p. 44).

A fotografia surgiu como uma possibilidade de registrar, de documentar e, em determinado tempo, de ser expressão artística, mas passou a ser um meio de comunicação, de expressão. O homem viu na fotografia, a imagem capturada, uma forma de falar sem palavras, de atuar sobre o mundo, sem verbo.

Ao dominar o processo de captura de imagens, e assim, difundir-la passou a adotar o uso das fotografias para exprimir, através das imagens, suas intencionalidades, vontades, saberes e experiências. Segundo Carlos Recuero (2015): Há um reconhecimento e representação do sujeito enquanto ator de práticas que é observador e que sente e a necessidade de fixar seu pensamento, suas experiências, em imagens (p. 17).

Com essa necessidade, o homem vem utilizando-se da fotografia para imprimir sua marca no mundo. Essa marca reflete os rastros da sociedade em que esse sujeito está inserido. Boris Kossoy (2001) considera que “a expressão cultural dos povos exteriorizada através de seus costumes, habitação, monumentos, mitos e religiões, fatos sociais e políticos passou a ser gradativamente documentada pela câmera” (p. 26). Assim, as capturas são expressões que refletem a cultura e formas de vida de determinada sociedade. Ainda, Boris Kossoy (2001) corrobora com o pensamento ao dizer que:

O fragmento da realidade gravado na fotografia representa o congelamento do gesto e da paisagem, e portanto a perpetuação de um momento, em outras palavras, da memória: memória do indivíduo, da comunidade, dos costumes, do fato social, da paisagem urbana, da natureza (p. 155).

É possível preservar a memória, e de certa forma compreender a evolução histórica de uma sociedade se observarmos as imagens produzidas por ela. Sabemos que as produções das imagens são produto da posição social e ideológica do locutor, seja ele o fotógrafo ou aquele que se utilizou da imagem para atuar sobre o mundo.

³ *Post* equivale a postagem, o ato de publicar conteúdos em espaços digitais.

Assim como em qualquer situação discursiva, aquele que se utiliza de imagem fotográfica para sua expressão, imprime seu olhar, sua posição frente ao objeto e sua valoração nos diz que um enunciado nunca é neutro. No que se refere aos enunciados imagéticos, Boris Kossoy (2001) contribui corroborando com os preceitos bakhtinianos ao dizer que “A própria atitude do fotógrafo diante da realidade, seu estado de espírito e sua ideologia acabam transparecendo em suas imagens” (p. 43).

Ele também aponta que “qualquer que seja o assunto registrado na fotografia, esta também documentará a visão de mundo do fotógrafo” (Kossoy, 2001, p. 50) ou seja, a fotografia carrega não apenas o fato, o recorte congelado de um momento no tempo, mas as marcas discursivas, as intencionalidades, as experiências e bagagens de quem a capturou.

Portanto, a forma como essas capturas foram feitas, levando em conta o contexto a qual estão inseridas e pensando quem são estes que a capturaram ou a utilizaram em determinada situação discursiva, pode colaborar para o entendimento de como a fotografia evoluiu ao ponto de estar presente no nosso dia a dia e de ser uma das mais utilizadas formas de expressão e de produção de discurso.

Para isso, seguiremos, neste trabalho, fazendo um breve histórico dessa trajetória começando pela evolução da fotografia e seus dispositivos de captura até sua utilização como forma de expressão. Para tanto, fizemos um recorte histórico acerca desse panorama do uso de imagens a partir das fotografias

1.1 Do Daguerreótipo ao *selfie*: a evolução da produção da fotografia

O homem desde sempre exprime suas intencionalidades a partir das imagens, age sobre o mundo, comunica, se expressa e influencia. E com a descoberta da fotografia, essas expressões puderam ser expostas e compartilhadas através de processos que foram evoluindo até chegar no que temos hoje, as imagens digitais.

Boris Kossoy (2001) ao discorrer sobre o advento da fotografia afirma que a fotografia, “teve papel fundamental enquanto possibilidade inovadora de informação e conhecimento, instrumento de apoio à pesquisa nos diferentes campos da ciência e também como forma de expressão artística”. E que, “a nova invenção veio para ficar” (p. 25). De fato, a fotografia entrou de vez na vida das pessoas, que passaram a utilizá-las nos mais diferentes contextos e viram nela formas de perpetuar suas emoções, vontades, sentimentos e saberes. Através das lentes começou a ser possível registrar o mundo e congelar o tempo.

Desde a sua invenção, do esboço do primeiro protótipo do que viria a ser o que é hoje, a fotografia até a facilidade de captura e reprodução que temos atualmente, percorremos um longo e evolutivo trajeto, não só quanto aos aparatos fotográficos ou qualidade de resolução, mas da comunicação. A fotografia trouxe consigo não só a possibilidade de registrar, de tornar verdade, mas de falar, atuar sobre o mundo através das lentes.

Dessa forma, apontar alguns pontos desse percurso, se torna fundamental para pensarmos como a fotografia passou de um registro fotográfico, e essencialmente de retratos familiares à forma de comunicação mais utilizada nos contextos atuais, como o dos sites de redes sociais. Também, em que medida ela se tornou essencial na manutenção e construção ideológica social.

A fotografia passou de um objeto que mais se assemelhava a uma joia, uma relíquia, a que apenas famílias com mais poder aquisitivo tinham acesso a um meio de comunicação, forma de agir sob o mundo utilizado hoje em dia por todas as classes sociais. Portanto, conhecer esse processo que a fotografia percorreu, e ainda percorre, se torna relevante para que possamos compreender como chegamos à cultura do *selfie*⁴, e a comunicação não verbal praticada nas mídias digitais, no contexto contemporâneo.

Segundo Boris Kossoy (2001): “O mundo, a partir da alvorada do século XX, se viu, aos poucos, substituído por sua *imagem fotográfica*. O mundo tornou-se, assim, *portátil e ilustrado*” (p. 27). Para entender o que o autor afirma, iniciaremos nosso percurso histórico elegendo alguns eventos, os quais julgamos necessários para a discussão proposta.

Sabemos que a fotografia contou com outros momentos, também importantes, mas para o caminho discursivo que tomaremos aqui, a partir dos registros encontrados na obra *História da Fotografia* de Marie-Loup Sougez (2001), selecionamos aqueles que nos conduzirão acerca dos pontos chaves na história da criação e evolução da fotografia.

No que diz respeito ao momento exato da invenção da fotografia bem como de seu inventor, não existe na literatura definido consenso. Como diversos entusiastas tentavam em diferentes momentos e posição geográfica, creditaremos o feito àqueles que lograram registrar seus processos.

É como se a fotografia esperasse ser inventada, ou seja, já se imaginava o invento, porém, não era possível executá-lo. Há indícios que por volta de 1500 já se esboçavam modelos

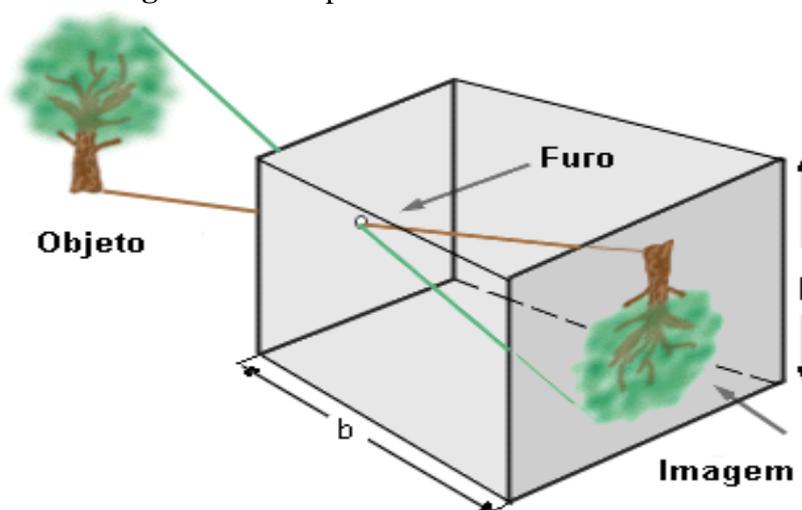
⁴ *Selfie* corresponde ao ato de tirar foto de si mesmo, ou seja, autorretrato.

de captura. Diferentes aficionados da área realizavam estudos e experiências na tentativa de tornar possível escrever com a luz, capturar sobre uma tela em branco um pedaço do tempo.

Marie-Loup Sougez (2001) aponta para uma novela de Tiphaigne La Roche (1772-1774) em que descrevia, em um excerto de sua obra datada em 1760, pela leitura da novela, que apresenta o processo de captura de uma imagem, percebe-se que o autor já vislumbrava o feito. A autora comenta que ninguém foi capaz de decifrar o então devaneio de La Roche. Mesmo antes de qualquer indício de registro quanto ao processo de captura, ele já era mencionado na novela do autor.

Acredita-se que o percurso histórico da fotografia começa, ainda com Aristóteles (384 a.C - 322 a.C) que ao observar eclipses, percebeu que os raios de sol se refletiam no solo em forma de meia lua. Os raios passavam por um pequeno orifício entre as folhas e percebeu que quanto menor era esse orifício, menos distorcida ficava a imagem refletida. O feixe de luz entrava pelo orifício e se projetava de forma inversa. Dessa experiência vivida por Aristóteles, concebe-se o mecanismo da câmara escura, que simplificarmente, se configura em uma caixa escura, com um orifício, no qual passa somente um pequeno feixe de luz. Ao entrar a luz, a imagem é refletida inversamente.

Figura 2: Princípio da câmara escura.

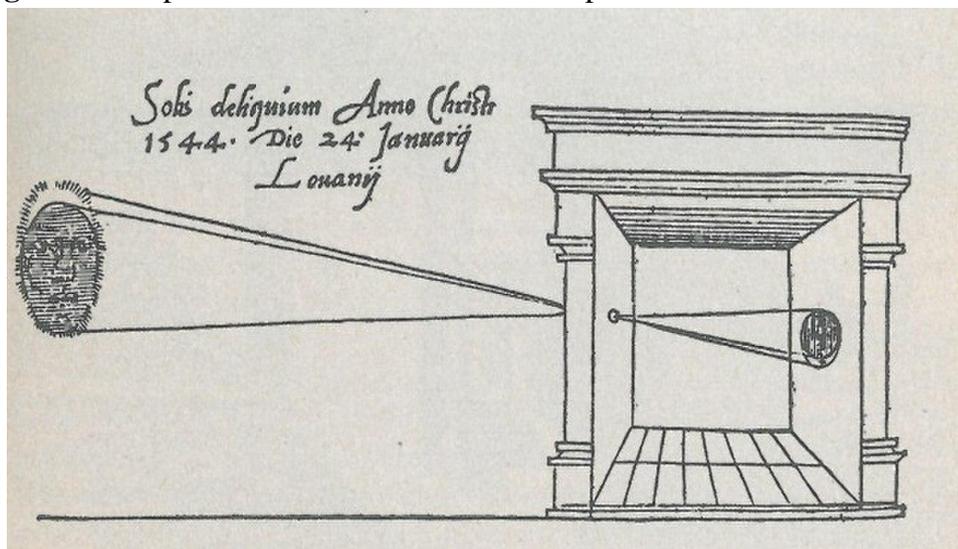


Fonte: Oliveira (2013).

Com a perspectiva da câmara escura, começa a ser possível a ideia de capturar uma imagem refletida. E apesar de compreendido e difundido o funcionamento da câmara escura, a nova questão era como transferir a imagem refletida para algo físico? Como imprimir uma cópia do mundo? Seria possível imprimir algo visível aos olhos. Veremos que sim, a partir dessa

concepção, muitos admiradores da arte, começaram estudos e experimentos que foram aprimorando o processo fotográfico ao longo dos séculos.

Figura 3: Eclipse solar observado em Lovaina por meio de uma câmara escura.



Fonte: Sougez (2001. p. 19).

Ainda segundo o percurso descrito por Marie-Loup Sougez (2001), tem-se que diversos entusiastas empreenderam a engenhosa e incrível arte de congelar um momento no tempo, como Josiah Wedgwood (1771-1805), que não obteve sucesso na fixação da imagem, uma vez que exigia um conhecimento químico. Conhecimento que o francês Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) que já se dedicava a litografia⁵ dominava e foi com ele que, de fato, a possibilidade de capturar uma imagem, um recorte do real, surgiu.

Niépce protagonizou diversas tentativas de registrar a imagem luminosa, que, até então, podia ser observada, mas não capturada. Após estudar e aperfeiçoar suas tentativas, chegou a uma técnica que vai inaugurar o que temos por fotografia: a heliografia⁶.

Em 1816, depois de diversos experimentos com seus conhecimentos acerca de motores e com a ajuda do irmão, o francês inaugurou o processo de utilização de uma câmera. Com mecanismos motorizados, e com experiências que envolviam processos químicos, consegue

⁵ Litografia consiste em uma técnica de gravura que envolve a criação de desenho feito através do acúmulo de gordura sobre uma superfície matriz. Fonte: Peres (2003).

⁶ Segundo a origem etimológica, a palavra heliografia advém do grego, a partir da junção de HÉLIOS = SOL, GRAPHO = ESCRITA e IA= QUALIDADE, significando, portanto, algo como “escrita do sol” ou “escrever com o sol” (etimologias de chile).

chegar no que desencadeou no primeiro processo fotográfico registrado, e impresso, o qual consistia em imagens refletidas sobre papel tratado com cloreto de prata, mediante ácido nítrico. Inovador, mas ainda distante do que se pretendia: tornar a imagem capturada, fixa.

Os primeiros processos de impressão criados por Niépce se dissolviam rapidamente, fazendo com que a imagem sumisse quando exposta à luz ambiente. A captura dessa luz levava horas, o que tornava o processo todo muito lento. Sendo assim, pouco eficiente uma vez que a prova do feito era perdida em instantes.

Pode-se perceber que não bastava conhecimento, dedicação e entusiasmo. Conceber a fotografia exigia condições financeiras. Niépce que era de família abastada dispunha do necessário para suas investigações. Em fragmentos de cartas de Niépce a conhecidos, pode-se perceber que conseguia buscar compostos e artefatos de diferentes lugares, feito que outros entusiastas não poderiam. Marie-Loup Sougez (2001) traz partes dessas cartas:

Em princípio de janeiro de 1826, Nicéphore Niépce soube que o seu primo, o coronel Niepce, de Senney-le-Grand, estava prestes a partir para Paris. Pediu ao coronel que lhe comprasse vários objectos, especialmente uma câmara escura com prisma menisco, na óptica dos engenheiros Chevelier” (p. 39).

A partir desses excertos de algumas cartas emitidas pelo autor, é possível perceber que em princípio a fotografia não era uma prática comum a todos. Embora entendendo a técnica de captura, era necessário conhecimento químico e mais do que conhecimento, que nessa época era privilégio de algumas camadas sociais, era necessário de tempo de dedicação à arte e o principal: dinheiro. Dessa forma, a fotografia hoje acessível a praticamente todas as camadas sociais era privilégio de pouquíssimos entusiastas.

Esse processo químico foi dando lugar a diversos outros, até chegar ao que tornaria a captura um pouco mais durável, o qual consistia em uma placa de estanho com betume branco da Judéia⁷. A partir dessa técnica, então, Niépce consegue produzir a primeira fotografia registrada da história, que é tida como a precursora, a primeira que se manteve visível ao longo dos anos.

⁷ O betume da Judéia é um tipo de asfalto natural, extraído de minas e não do fracionamento do petróleo. Fonte: General Iron Fittings (2023).

Figura 4: A mais antiga fotografia conhecida.



Fonte: Sougez (2001, p. 33).

A imagem que foi capturada ao longo de oito horas, indicava ser uma captura feita a partir de uma janela. Trata-se da janela do autor, do alto de sua casa de campo em Le Gras, Saint-Loup-de-Varennes, França. Por estar exposta a forte luz, em longo tempo de exposição, a imagem não apresenta uma definição muito clara. Diante das experiências que se sucederam, essas particularidades foram corrigidas ao longo dos anos, com a continuação das pesquisas e testes de Niépce. Essa técnica, foi denominada de *heliograma*, a qual utilizava a heliografia.

A imagem capturada, a fotografia, surge em um contexto de revolução industrial, em que vários processos de produção e criação aconteciam. A fotografia, segundo Boris Kossoy (2001), é uma dessas criações. Neste contexto histórico, de descoberta da fotografia, outro grande nome se destaca, Louis Jacques Mandé Daguerre (1787-1851), outro entusiasta do que viria a ser, no futuro, a fotografia não mediu esforços para unir-se a Niépce em pesquisas acerca de como imprimir a imagem capturada. Amante da pintura, era aficionado também nas práticas fotográficas.

Trabalharam juntos em novas técnicas, e com a sociedade dos dois, os processos foram sendo aprimorados e a busca pela fixação da imagem ganhou novos rumos, que foram divulgados posteriormente. Após a morte de Niépce, em 1833, Daguerre assume como nome à frente da sociedade das descobertas, e segue em busca da melhoria dos processos já desenvolvidos. Para Boris Kossoy (2001) Daguerre foi aquele que “encontrou, por uma série de razões, principalmente de ordem política, o momento propício para sua aceitação e consagração nacional e internacional de sua descoberta” (p. 141), uma vez que diversos pesquisadores estavam em busca do feito.

Em 1839, em uma sessão da Academia das Ciências de Belas Artes, o deputado François Arago (1786-1853) apresentou publicamente o processo do daguerreótipo. Daguerre divulga seu primeiro e considerado mais bem-sucedido processo fotográfico e também o primeiro a ter uma fixação adequada. A técnica, que tem sua assinatura, entra para a história como a primeira fotografia fixada e o fotógrafo é consagrado como o inventor da primeira fotografia da história.

Figura 5: Primeira imagem fixada pelo processo de daguerreotipia.



Fonte: Sougez (2001, p. 46).

O daguerreótipo capturava uma imagem única e positiva, que depois era impressa em uma placa de cobre, revestida com prata e, em seguida, polida e sensibilizada por vapores de iodo. Depois, era revelada por vapores de mercúrio e fixada por uma solução salina. Esses processos químicos garantiam que a fotografia não percesse ao ser exposta à luz.

A fotografia que foi exposta em Paris já com nitidez mais clara e com uma composição que contava com objetos e diversos elementos, impactaram e encantaram os espectadores. Daguerre, assim, ganha a corrida do então, registro oficial e histórico da invenção da fotografia. Seduz e atrai olhares para essa nova arte, ainda desconhecida, porém muito esperada.

Boris Kossoy (2001) aponta, ao explicar acerca da investigação fotográfica no Brasil, que julgamos ser comum aos outros países em que a fotografia se consolidou, que:

O maior desenvolvimento do meio após o período da daguerreotipia, desenvolvimento que tem conexões diretas, por um lado, com as transformações econômicas e sociais por que passou o país naquela época e, por outro, com a chegada da nova tecnologia fotográfica (p. 145).

A fotografia, portanto, encontrou campo fértil para sua consolidação. A invenção não só possibilitou nova forma de expressão, mas campo de atuação em diferentes áreas em ascensão como as ciências. O período sociocultural no qual sua descoberta estava inserida foi fundamental para sua difusão.

Após encantar as pessoas, que mesmo sem entender bem dos processos quase mágicos, Daguerre passa a vender essas visões⁸ que começam a ser objeto. Diferente de seu sócio, soube fazer do invento da fotografia um evento, um espetáculo.

E, pela divulgação grandiosa nos salões de arte de Paris, fez com que seu invento se tornasse objeto de curiosidade quanto aos processos envolvidos e objeto de desejo quanto à inovação e modernidade que a fotografia ostentava. Os pintores queriam aprender a nova técnica de pintar com a luz, aqueles que podiam pagar, queriam possuí-la. O Daguerreótipo passou a ser fabricado em série e foi um marco na sociedade da época.

As famílias de maior poder aquisitivo faziam questão de possuí-lo como uma joia, um tesouro. Marie-Loup Sougez (2001) traz que “essas camadas da média burguesia que encontraram na fotografia o novo meio de autorrepresentação de acordo com suas condições econômicas e ideológicas” (p. 59).

As camadas sociais com mais poder, queriam aproveitar-se dos privilégios da fotografia, a representação era agora algo real. O processo demandava materiais muito caros, fazendo com que em um primeiro momento apenas os “mais ricos interessados e entidades científicas dotadas de fundos” (Sougez, 2001, p. 60) eram capazes de obtê-los, já que a ciência via na fotografia grande função e oportunidade. Assim, mesmo sendo pouco acessível, e ainda muito caro, os daguerreótipos tornaram-se populares e cobiçados pela sociedade da época.

Após a apresentação do processo foram desenvolvidas também as câmaras chamadas *daguerreotypes* assinadas por Daguerre, em sociedade com seu cunhado. Foram fabricadas em série e contavam com o material a ser utilizado no processo e um manual de instruções.

⁸ Visões é como eram chamados os negativos das fotografias.

Figura 6: O daguerreótipo original.



Fonte: Sougez (2001, p. 61).

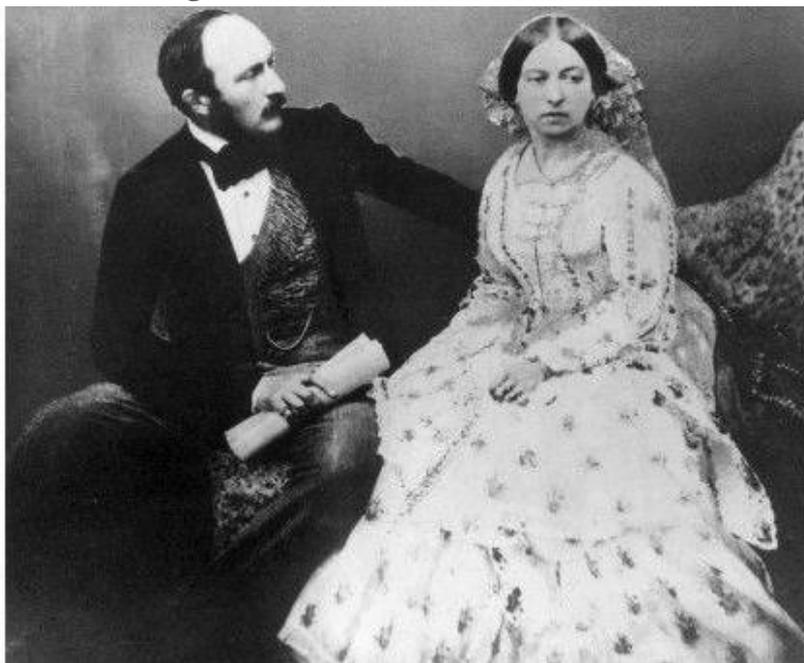
Como o novo invento tornou-se muito popular, iniciou-se uma gama de possibilidades de uso. E com isso uma nova profissão: os daguerreotipistas. A nova profissão era também uma nova arte. Rapidamente os pintores e litógrafistas migraram para a nova forma de retratar.

A fotografia, que era uma captura real e fiel, uma forma de representação, tida como fiel, ganhou a atenção e virou objeto de desejo das famílias e dos novos profissionais que despontaram com técnicas de composição. A exemplo, Antoine Claudet (1797-1867), fotógrafo da rainha Vitória, que detinha o título de *Photographer in ordinary to the Queen*.⁹

A rainha Vitória (1819-1840), foi uma grande entusiasta da fotografia, e ajudou a introduzir a cultura do retrato na sociedade. Segundo Hawksley para o portal BBC (2015), ela “foi uma das primeiras a admirar uma das novidades de sua época: a fotografia. Ela foi a primeira monarca britânica a ter praticamente todo o seu reinado registrado em fotos”.

⁹ Photographer in ordinary to the Queen em tradução livre = fotógrafo em comum para a rainha.

Figura 7: Rainha Vitória e Rei Albert.



Fonte: Hawksley (2015).

Ainda, segundo a matéria, “a rainha e seu marido, o Rei Albert (1819-1861), gostavam de posar para fotógrafos, ajudando a fotografia a ganhar a atenção do grande público em toda a Grã-Bretanha”. Assim como a rainha Vitória, outras figuras importantes da burguesia e da sociedade em geral, passaram a adotar a fotografia como arte e como forma de registro histórico-social.

Segundo Boris Kossoy (2001) “o retrato fotográfico tornava-se uma *necessidade* do ponto de vista psicológico, pois o homem em todas as latitudes nele percebera uma *possibilidade de perpetuação da sua própria imagem*” (p. 109). Além dos nobres, diferentes sujeitos sociais viram na fotografia uma forma de imortalizar sua imagem como gostariam. Boris Kossoy (2001) sobre perpetuar a imagem: Por que não “congelar” sua imagem de forma nobre? Por que não representar através da aparência exterior – o que é, na realidade, a matéria prima para o registro fotográfico – o personagem que ele nunca havia sido ou jamais seria? (p. 109).

Assim, não só os reis e rainhas viam a fotografia como uma forma de congelar sua imagem idealizada. As camadas menos favorecidas da sociedade passaram a ver na fotografia a possibilidade de estarem registrados na história. A fotografia que tinha por objetivo ser um recorte de tempo, passou a ser objeto de desejo e de vaidade entre a sociedade.

Não distante dos filtros em fotos que permeiam o mundo virtual hoje em dia, manipular a posição e o cenário da fotografia é mais uma das diversas possibilidades que a fotografia

comporta enquanto registro. Estar manipulado, não significa necessariamente estar faltando com a verdade.

Boris Kossoy (2001) questiona a manipulação feita pelo fotógrafo nos estúdios e a veracidade dos registros fotográficos: “em que medida esses documentos visuais são ou não fidedignos? Em que medida os fotógrafos-autores desses registros faltaram com a verdade?” (p. 111). Acerca dessas questões, Boris Kossoy (2001) defende que o fotógrafo estava a serviço de seus clientes, analisando com uma relação comercial.

O pensamento do autor corrobora com o entendimento de que a fotografia registra, antes de tudo, uma interpretação do real. O fato registrado, tanto pode ser fidedigno à cena, quanto manipulado, adulterado. Em ambas as situações, será algo interpretado. Ainda assim, se está documentado de forma ajustada, o fato aconteceu.

Com o crescimento da fotografia de família, crescia também o número de fotógrafos e estúdios fotográficos que cada vez mais se especializaram em montar cenários para a produção das fotos. O fotografado que fazia parte do cenário, era como um personagem construído em que era submetido a posições marcadas e adereços que podiam retratar suas as vontades.

Roland Barthes (1984) cita ao discorrer sobre a fotografia, o processo de retratar uma personalidade ou família, que, segundo ele, transforma uma pessoa em objeto, “um objeto de museu” (p. 26), o qual para ser fotografado, era milimetricamente pensado a pose, o ângulo, a métrica, colocando o sujeito como parte do cenário. Afinal, essa imagem entraria para a história, da família e, no caso da Monarquia, no legado do reinado.

Com os daguerreotipistas surgiram, também, estúdios que comportavam os materiais necessários para o processo e inovações e atualizações da câmara, como as lentes e o tempo necessário de captura. As novas luzes, composições, e inovação nas poses passaram a diferenciar as técnicas empregadas pelo retratista, trazendo um tom de arte à fotografia. Barthes (1984), ainda sobre esse processo de captura de imagem do sujeito-objeto, descreve a forma de captura da época:

Era preciso submeter o sujeito a longas poses atrás de uma vidraça em pleno sol; tornar-se objeto, isso fazia sofrer como uma operação cirúrgica; inventou-se então um aparelho, um apoio para a cabeça, espécie de prótese, invisível para a objetiva, que sustentava e mantinha o corpo em sua passagem para a imobilidade (p. 26).

Esse processo objetivava que a imagem fosse nítida, uma vez que com a movimentação a foto perdia foco e nitidez. Também, o cenário montado para a pose era escolhido de forma com que a imagem fosse uma história a ser contada e passada de geração em geração a gosto do fotografado, que como o autor aponta, se tornava objeto da cena.

Essa estrutura de foto, de certa forma, ainda acontece nos dias atuais, com intencionalidades diferentes, mas o sujeito, torna-se objeto-parte da cena fotografada e muitas vezes, diverso à realidade do fotografado. Um trabalhador braçal poderia facilmente ser retratado na história como um nobre aristocrata. E, assim, a rainha Vitória e outros Monarcas de sua época, e posteriores, também, promoveram a cultura do fotógrafo, ou daguerreotipistas particular, dando mais visibilidade à nova profissão e ajudando a difundir ainda mais a fotografia.

Podemos perceber que a fotografia começa a obter um status que predomina até hoje, o de representação tanto da família, quanto da sociedade. Imediatamente as famílias abastadas queriam ser fotografadas. Os mais ricos tinham seu fotógrafo particular, os de classe média, que podiam pagar, frequentavam os estúdios que já dominavam a cena.

Mesmo sendo o primeiro a conseguir manter a captura fixa, o invento era ainda frágil e de difícil reprodução, o que o tornava caro. Após a apresentação e disseminação do primeiro daguerreótipo, começa um expoente crescimento na área da fixação de imagem e de tentativas de melhoria e barateamento do processo e do produto final.

Entusiastas, e agora não mais inventores, uma vez que Daguerre já tomava essa posição, concebiam novas técnicas e aprimoramentos como o britânico William Fox Talbot (1800-1877), que também figurava na corrida pela criação da primeira fotografia. Mais adiante, em 1841, desenvolveu o calótipo, processo fotográfico baseado no princípio do negativo/positivo que permitia que uma mesma imagem fosse refeita, reimpressa. Sendo assim, depois de um longo caminho, tornou-se reproduzível.

A fotografia sendo multiplicável, multiplicava-se também sua popularidade. Enquanto o daguerreótipo era uma “prova única” (Sougez, 2001, p. 90) o calótipo permitia diversas reproduções. Além disso, foram diminuídos os tempos de exposição de captura, o processo demorado, e que gerava resultado pouco satisfatório, a qual as pessoas eram submetidas tiveram uma melhora considerável. Obviamente, a qualidade das imagens capturadas ainda deixava a desejar.

Figura 8: Negativo x Positivo.



Fonte: Galdino (2015).

Esse processo marca o início da industrialização da fotografia, pois, a partir dele, pode ser feito o processo de reprodução da imagem, impossível para o daguerreótipo que, além de caro, era único e irreproduzível. Agora seria possível reproduzir e mais de uma vez a imagem capturada e tornou-se mais acessível aos amantes da prática.

Boris Kossoy (2001) aponta, a partir da invenção da fotografia “seu consumo crescente e ininterrupto e ensejou o gradativo aperfeiçoamento da técnica fotográfica” (p. 25). Assim, as técnicas passaram a ser constantemente evoluídas e com a demanda social, foi se tornando desejo de consumo. O avanço da tecnologia também contribuiu para que os processos passassem a ser cada vez mais modernos e industrializados, como a substituição das placas de vidro e metal por papel.

Pouco depois surgiu um novo processo chamado de os instantâneos de colódio¹⁰ criado por Frederick Scott Archer (1813-1857). Muito parecido com o calótipo de Talbot, por se tratar de um processo positivo/negativo, cativou os amantes de fotografia e se tornou o novo método utilizado pelos retratistas, pois garantia uma revelação instantânea.

Com o processo de colódio era possível produzir os chamados clichês-verre, uma técnica desenvolvida por Camille Corot (1817-1875) a qual permitia a fusão entre fotografia e gravura. Com a técnica era possível a reprodução dos desenhos feitos pelos artistas, que,

¹⁰ Colódio é um explosivo cuja base é a celulose nítrica. Dissolvido em éter alcoolizado, era usado cicatrizante. O colódio transformava-se em produto fotográfico ao juntar-se-lhe iodeto de prata. (Sougez, 2001, p. 106).

riscados sob o vidro escurecido, gerava um negativo, o qual, com a incidência da luz, transformava-se em uma cópia positiva.

Figura 9: Cliché Verre.



Fonte: Arquivo pessoal.

O processo evolutivo da fotografia só crescia, a demanda social era alta e a inovação constante se fazia necessária. Com a fotografia nasce uma nova arte, uma nova profissão e um novo desejo de consumo: fotografar e ser fotografado. Com a crescente industrialização dos processos não tardou para que a fotografia passasse a ter um acesso mais fácil e dinâmico, além de muito mais barato, como alude Marie-Loup Sougez (2001):

A possibilidade de realizar instantâneos que o novo processo possibilitava, o seu custo muito inferior ao do daguerreótipo e o advento da imagem multiplicável abriram o caminho em definitivo ao retrato fotográfico na vida do século XIX. A fotografia alcança todas as camadas da sociedade e começa a aparecer o fotógrafo de rua (p. 111).

Em 1884, George Eastman (1854-1932) desenvolveu o filme fotográfico, um gel seco em papel que substituiu os processos anteriores de revelação. E, em 1888, desenvolveu a primeira câmera Kodak portátil da Eastman, uma caixa de madeira contendo um rolo de filme que admitia diversos tipos de exposição e permitia revelar muitos negativos.

Essa inovação coloca a Kodak a frente da indústria fotográfica e torna obsoletos os processos anteriores. Seus fotogramas mediam cinco cm de diâmetros. A máquina fotográfica

vinha carregada com cem poses, que depois de esgotadas eram enviadas para fábrica para serem reveladas e o rolo de filme recarregado. À época, esse processo custava cerca de 10 dólares e a câmera cerca de 25.

Figura 10: Câmera Kodak.



Fonte: Costa Neto (2011).

A Kodak proporciona que mais pessoas tenham acesso à fotografia, fazendo com que os registros e retratos pudessem ser cada vez mais populares às camadas sociais. Custando 25 dólares, a máquina da Kodak permitia que qualquer cidadão a obtivesse, registrasse o mundo através de lentes e guardasse esse registro em um pedaço de papel. A revelação dos filmes, eram feitas, no início, na própria fábrica e após nos laboratórios de revelação especializados.

Figura 11: Fotografia obtida com a 1ª Kodak.



Fonte: Saturnino (2013).

A Kodak assume o mercado fonográfico e a industrialização da fotografia. Diversas propagandas anunciavam e vendiam as fotografias como um bem de consumo necessário. Com o slogan: *You press the button, we do the rest*¹¹ (Kossoy, 2001, p. 135) a marca consolida a facilidade em capturar imagens. Os processos que anteriormente demandavam conhecimentos físicos e químicos caros e demorados deram lugar a um *click*, que semelhante a um truque de mágica captura cena e imprime-a para sempre.

Seguindo à frente do mercado fotográfico, a Kodak seguiu expandindo suas pesquisas e exitando em criar novos formatos e processos. Também, passou a exportar seus produtos, fazendo com que a fotografia ganhasse, de fato, o mundo. As câmeras nesta época, eram exclusivamente analógicas, para capturar uma imagem, o usuário precisava configurá-la manualmente e de certa forma, economizar registros, uma vez que contava com poses restritas.

Com crescimento exponencial da tecnologia, e sua busca constante por inovação, a Kodak desenvolveu em 1888, a primeira câmera digital chamada de DSRL¹², que são câmeras em que a imagem é refletida por um espelho direto para um visor. Esse novo funcionamento também conta com armazenagem interna, que primeiro vieram com os disquetes¹³ e depois, com cartão de memória, que possibilita salvar diversas capturas, sem a necessidade do filme fotográfico o qual tinha capturas limitadas. As novas câmeras passaram a contar com modo automático de captura que, em um único clique, faz a fotografia com a cor e velocidade ajustadas a qualquer situação.

¹¹ “*You press the button, we do the rest*” tradução livre: "Você aperta o botão, e a gente faz o resto"

¹² DSLR é a sigla em inglês para *digital single-lens reflex*, que em uma tradução livre seria "câmera digital de reflexo por uma lente". Fonte: Shiro (2009).

¹³ Disquete é um tipo de armazenamento removível obsoleto, começou a ser utilizado em 1971 e foi substituído pelos atuais *pendrives*. Fonte: Pedro (2001).

Figura 12: Fotografia colorida técnica de Ducos.



Fonte: Hauron (2023).

A fotografia colorida teve seu início ainda em 1869, com Charles Cros (1842-1888) e Louis Ducos Du Hauron (1837-1920) que se utilizavam de uma técnica que consistia em filtros com as cores primárias com o mesmo tema e depois eram sobrepostas. A técnica era chamada de tricomia.

Marie-Loup Sougez (2001) traz uma fala de Ducos em que explicita em que o estudioso se baseou para o êxito em conseguir imagens coloridas “A experiência dos pintores ensina-me que uma mistura em proporções convenientes de vermelho, amarelo e azul produz quase todas as cores” (p. 188). Assim como nas poses e paisagens, a pintura inspirou a fotografia na reprodução das cores reais.

Ainda sobre o êxito das fotos coloridas é importante destacar que já Niépce pretendia que suas imagens conseguissem exprimir as cores da cena capturada. Porém, ainda com o problema de estabilização da imagem, esse era um feito ainda distante para o inventor. Também Daguerre pretendia o feito, segundo Marie-Loup Sougez (2001), talvez por isso tenha tardado na divulgação do daguerreótipo.

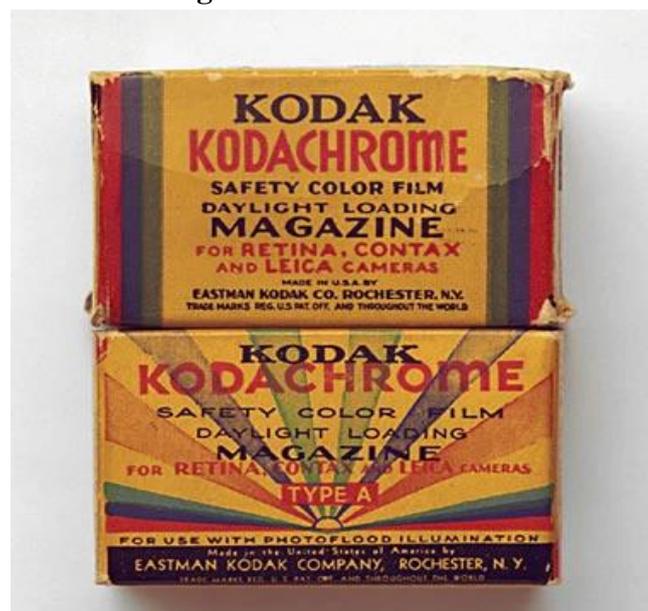
Figura 13: Dispositivo utilizado por Ducos.



Fonte: Hauron (2023).

Na década de 30, Leopold Mannes (1899-1964) e Leopold Godowsky (1900-1983) inauguram o processo denominado Kodachrome: que seriam filmes fotográficos, contendo três camadas de emulsão com as cores primárias sobrepostas.

Figura 14: Kodachrome.



Fonte: Garcia (1935).

O que antes era ofício e privilégio de poucos, passou a ser possível a qualquer pessoa que portasse uma máquina fotográfica. Essa nova forma de registrar o cotidiano e a vida em

geral, evoluiu e foi se tornando mais fácil e sua reprodução mais descomplicada, tornando ainda mais acessível e simplificado o ato de fotografar e de se expressar através das lentes. Boris Kossoy (2001) retrata que “já na década final, do século XIX, quando o homem passou a ter acesso direto aos meios de produção da imagem: o antigo retratado tornou-se retratista” (p. 135).

Mais tarde, com o advento da tecnologia da informação, e com as demandas sociais que cada vez mais utilizavam-se das fotografias, tanto para a atividade de fotografia de retrato, quanto para os papéis sociais que passou a desenvolver, como o de prova, por exemplo, as inovações fotográficas não paravam de se reproduzir.

A Kodak, não acompanha o desenvolvimento constante da tecnologia e, por consequência, começa a perder seu espaço de única a produzir. Outras gigantes como a Fujifilm começam a concorrer no mercado tecnológico visual. E desse momento em diante, inúmeros modelos começam a surgir, com melhorias na qualidade das imagens, na funcionalidade das máquinas e na facilidade do acesso. Porém, todos baseados no mesmo princípio de funcionamento das então chamadas câmeras fotográficas, digitais ou ainda analógicas. Apesar de descomplicado o manuseio das novas câmeras, o usuário precisava, ainda, contar com o equipamento de captura. Era necessário ter uma câmera que servia apenas para esse fim.

Nesse contexto, de inovação tecnológica e com o *boom* da internet, os dispositivos móveis, os celulares já estão em circulação. E é nesse cenário que surge, então, a era dos *smartphones*, celulares que contam com uma câmera acoplada, começam a contar com recurso fotográfico, fazendo com que a fotografia esteja, literalmente, na palma da mão dos usuários, tornando a fotografia instantânea, de uso massivo e infinito.

Figura 15: O primeiro *smartphone*.



Fonte: Ximenes (2022).

O IBM Simon foi o primeiro *smartphone* do mundo, e contava com uma câmera. Apesar de não obter muito sucesso e sair de circulação muito rápido, abriu o caminho para companhias como a *Apple* que pouco tempo depois, lança seu primeiro *Iphone*, que se mantém até os dias de hoje no topo das marcas de *smartphones* mais utilizados pelos consumidores.

Dessa forma, com a facilidade em acessar um dispositivo de captura e a popularidade da fotografia houve uma transformação, também, no ato de fotografar. Com a captura mais acessível, não se faz mais registros de um momento específicos e estratégicos, milimetricamente pensados, como quando havia poses limitadas no rolo de filme fotográfico. Com a possibilidade de armazenagem digital, sem a necessidade de impressão, uma infinidade de capturas pode ser produzida, deletada, armazenada ou compartilhada.

Tal tecnologia colocou a fotografia, ainda mais, no cotidiano das pessoas. A fotografia, e a utilização de uma câmera para experimentar e registrar o mundo passou a ser uma constante na vida das pessoas. Com um *click* é possível registrar o que está acontecendo a cada segundo.

Esse processo evolutivo desaguou na difusão em massa da fotografia, possibilitando que as imagens façam parte da vida das pessoas, transformando qualquer pessoa em um fotógrafo potencial. Permitindo, também, que mesmo quem não domine técnicas sofisticadas de fotografia, consiga fotografar e se expressar através de imagens.

Figura 16: iPHONE.



Fonte: Cardoso (2022).

Além dos incontáveis modelos de câmeras disponíveis hoje, existem as denominadas profissionais, semiprofissionais, digitais e analógicas, câmeras de fotografia instantânea, as polaroides. Mas as mais utilizadas são aquelas que estão na palma da mão de crianças, adultos,

ricos e pobres, as câmeras presentes nos *smartphones*, que são dos mais variados modelos e configurações. São capazes de capturar imagens de qualidade impressionantes e que de forma instantânea podem ser postadas em seus sites de redes sociais, que são como vitrines de interação social.

A evolução da qualidade das imagens geradas pela câmera acoplada nos celulares também evolui muito, fazendo com que muitas pessoas, inclusive fotógrafos profissionais, prefiram adquirir um *smartphone* com uma qualidade superior a uma câmera. Além disso, o celular facilita o processo de armazenagem e compartilhamento das imagens capturadas.

Enquanto o uso da câmera digital exige que as imagens, que são salvas em um cartão de memória, sejam exportadas para um computador para que possa utilizar a fotografia, no celular esse processo é facilitado. É possível enviar a fotografia capturada e compartilhá-la em tempo real, processo esse que ganhou a mais evidência com os sites de redes sociais, onde é possível postar fotografias ilimitadas. Dentre essas postagens se destacou a *selfie* que mesmo tendo seu início ainda em tempo de daguerreótipos, foi a partir da era dos *smartphones* que se tornou popular.

Figura 17: O primeiro *selfie*.



Fonte: Rahman-Jones (2017).

A primeira *selfie* da história, segundo Rahman-Jones para o site BBC (2017), é de Robert Cornelius (1809-1893) em 1839, ainda necessitava de longo um tempo de imobilidade,

uma vez que o tempo necessário de exposição ainda era longo. O autorretrato, obviamente, foi experimentado por diversos praticantes de fotografia, ao longo do tempo, mas foi com os *smartphones* e com a facilidade do *click* instantâneo que foi se tornando uma prática diária, passando a ser uma forma de expressão dos usuários.

Figura 18: *Selfie* século XXI.



Fonte: Yang (2017).

A partir das inovações tecnológicas dos anos 2000 e das novas demandas de mercado, a fotografia assumiu um novo e acessível papel, o de comunicar. Com a alta da internet, os sites de redes sociais passaram a permitir que o autorretrato passasse a ser uma constante na vida das pessoas.

No âmbito dos sites de redes sociais, a cultura do *selfie* abriu caminho para novas demandas tanto de melhoria nas imagens, quanto para seu uso. O que iniciou como um auto registro, passou a possibilitar inclusive carreiras, como veremos mais à frente quando falarmos especificamente fotografias em sites de redes sociais.

À medida que as redes foram fazendo parte das nossas vidas, a evolução das imagens, a qualidade e facilidade de reprodução aumentaram. Inúmeros processos de captura e manipulação/adulteração, fizeram com que mais pessoas fossem tomadas pelo desejo de fotografar e enunciar a partir de imagens.

Para mostrar seu dia, dizer que está triste ou feliz. Anunciar alguma notícia, vender produto. Registrar momentos ou acontecimentos, dos mais simples aos mais inusitados. Fotografar o filho, ou uma cena de crime. A fotografia, com a captura instantânea, passou a ser não só uma prática de captura ou de registro, ela passa a ser uma forma de experimentar e agir

sobre o mundo. E as capturas, que antes demandavam um longo tempo de captura e processo, deram lugar a *clicks* rápidos e descartáveis.

Com o progresso tecnológico, as empresas que dominavam o cenário de produção de câmeras como a Kodak, perderam espaço, já que as capturas podiam ser feitas a partir dos dispositivos móveis (*smartphones*). Algumas dessas empresas souberam migrar para a nova tecnologia e a cada ano, empreenderam mecanismos atributos cada vez mais inovadores para as câmeras, agora acopladas em celular.

Podemos perceber que, em consequência do momento histórico social ser de crescimento econômico e tecnológico a evolução das imagens teve campo fértil. Boris Kossoy (2001) trata que a fotografia poderia ser descoberta em qualquer grau de civilização, já seu desenvolvimento e absorção pela sociedade, se deu nos países onde se processava a Revolução Industrial, que era um campo fértil e ideal para sua aceitabilidade comercial e disseminação.

O mesmo pode ser observado no que se refere à continuação da evolução da fotografia agora junto aos aparelhos celulares. A produção, inovação e popularização dos *smartphones* teve grande assertividade pois havia um campo vasto a ser explorado no que tange ao mercado tecnológico.

Os telefones celulares que em um primeiro momento foram projetados para chamadas, e algum tempo depois, para utilização de mensagem de texto, passou a ser eleito por consumidores como ferramenta para fotografar. Escolhido, principalmente, pela qualidade da câmera e pela capacidade de armazenamento. Dessa forma, ao fornecer maior qualidade e espaço para fotos, e posteriormente de vídeo, maior sua aceitabilidade no mercado e maior a competitividade das empresas em produzir dispositivos cada vez mais avançados em termos de imagem.

O site Techtudo (2021), ao trazer dados da pesquisa Strategy Analytics, realizada no mesmo ano, mostra que:

A base de usuários de smartphones cresceu dramaticamente, de 30 mil usuários em 1994 para 1 bilhão em 2012, e agora bateu o recorde com 3,85 bilhões em 2021 [...] Com uma estimativa de 7,9 bilhões de pessoas no planeta em junho de 2021, isso significa que 50% de todo o mundo possui smartphones (Techtudo, 2021, n.p.).

Por estar dentro desse campo de mercado em crescimento, a fotografia obteve êxito em sua aceitação e conseguiu se manter em alta com a demanda do mercado tecnológico. Isso corrobora com o que apontou Boris Kossoy (2001), quanto à importância do contexto histórico social para o êxito da fotografia ser aceita e se manter em constante evolução.

Dessa forma, essa constante ascensão do mercado tecnológico possibilitou e possibilita que mais pessoas possam adquirir os dispositivos e utilizá-los na comunicação. O que nos leva ao que temos hoje, o uso massivo de celulares, e por conseguinte, de imagens.

Cabe trazer que diversos outros aparatos fotográficos tanto de captura quanto de revelação e visualização de imagem foram lançados ao longo da história da fotografia, mas é com a chegada dos telefones com câmera acoplada que as fotografias passam a entrar de vez na vida da sociedade. E por consequência, tornar-se modo de comunicação.

1.2. Imagens na vida e vida nas imagens. Usos da fotografia enquanto linguagem

Desde sua invenção, a fotografia encantou e se transformou em desejo de consumo de uma sociedade que estava em um contexto de descobertas e inovações. Proporcionar o registro físico de algo que está acontecendo no mundo real trouxe novas possibilidades. E, uma vez estabelecida no cotidiano das pessoas, as imagens passaram a ser utilizadas nos mais diferentes e amplos contextos. Boris Kossoy (2001) aponta que:

O mundo tornou-se de certa forma “familiar” após o advento da fotografia; o homem passou a ter um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram até aquele momento, transmitidas unicamente pela tradição escrita, verbal e pictórica (p. 26).

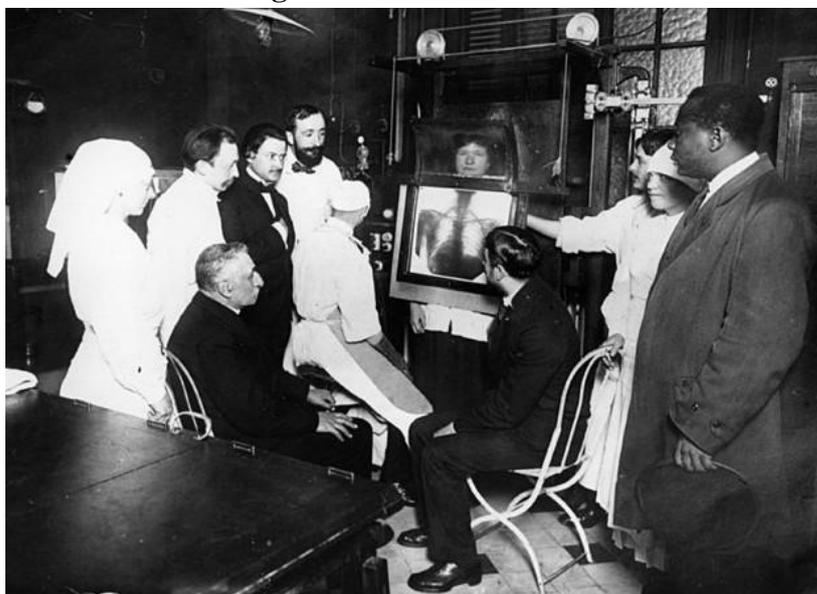
O que o autor aponta é que a partir das fotografias o homem passou a ver de fato outras realidades. O que antes era imaginado, passou a ser visto. As notícias ganharam um tom de realidade, a publicidade conseguiu agregar desejo. O retrato de família passou a ser mais confiável. As pessoas passaram a ter uma dimensão real dos fatos antes contados, pintados ou desenhados.

Durante muito tempo a fotografia era vista como contraponto ou complemento à arte. Seus usos eram a princípio voltados a reproduções artísticas, e as discussões acerca dela também eram voltadas nessa dualidade fotografia x artes. Mas, à medida que a fotografia foi se popularizando e se difundindo por entre as camadas sociais, passou a ser utilizada nas mais diversas áreas. Não só como representação artística, de paisagens, ou registro fotográfico pessoal e familiar, como aqueles retratos posados que marcavam as gerações das famílias fotografadas. Passou a informar, apresentar outras realidades.

A fotografia se difundiu e passou a contribuir para as diferentes áreas de atuação. A ciência, por exemplo, viu potencial na fotografia e obteve com os processos de captura, êxito e comprovação nas mais diversas áreas de atuação. Desde a apresentação do daguerreótipo em

Paris, viu-se que a ciência via na fotografia um grande potencial de uso. A possibilidade de mostrar visualmente o que se estudava há séculos.

Figura 19: Raio-X.



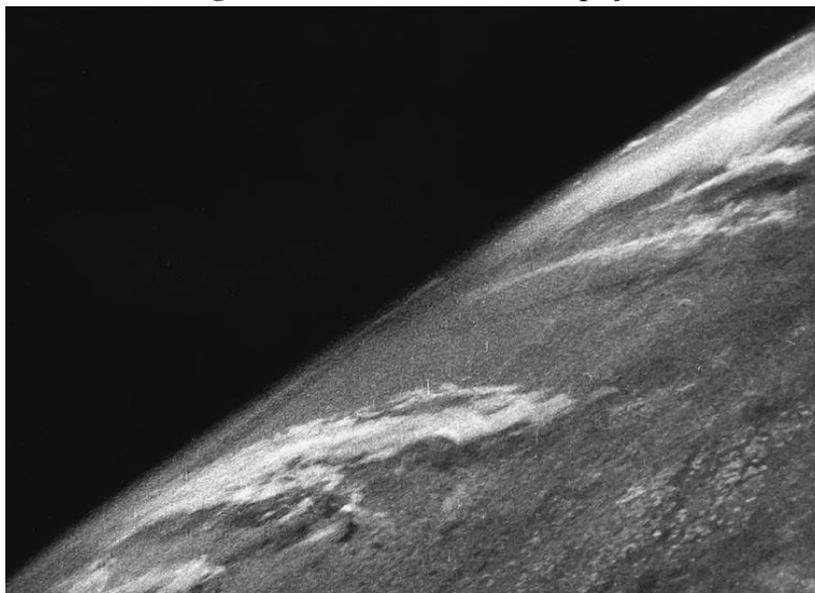
Fonte: Nogueira (2010).

Na medicina ela pode proporcionar a visualização de enfermidades nas mais periféricas áreas do corpo humano, através dos exames de diagnósticos por imagem, como raio x que tem o mesmo princípio funcional da câmera escura, por exemplo. Doenças puderam ser mais facilmente diagnosticadas e, por consequência, curadas graças ao auxílio dos exames por imagens.

Também os exames por imagem, como ecografias e mamografias e ultrassonografias, e uma gama de exames que através da imagem, podem diagnosticar diversas enfermidades. Cabe ressaltar que o potencial de pesquisa científica obteve grandes ganhos ao conseguir utilizar imagens em suas teorias.

Nas ciências da natureza, iniciou-se, já, em séculos anteriores, a concepção do que viria a ser hoje a fotografia, na expectativa de registrar fenômenos astronômicos como o eclipse, por exemplo. Com a fotografia pode-se comprovar teorias ou, pelo menos, dar confiabilidade a estudos, pesquisas e trabalhos científicos. A captura de imagens, além de prova das teorias, proporcionou à sociedade visitas ao espaço, sem sair da terra.

Figura 20: Primeira foto do espaço.



Fonte: Lucy (2017).

Segundo Lucy, em matéria para a *Cosmos Magazine* (2017), a primeira imagem registrada da terra do espaço foi capturada em 24 de outubro de 1946, a partir de uma câmera de cinema acoplada a um míssil V2 lançado da base de White Sands no Novo México, Estados Unidos. A fotografia ainda em branco e preto e granulada foi capturada a 65 milhas de altitude, ou cerca de 104 km.

Hoje, no contexto de uma tecnologia extremamente avançada, diante das lentes acopladas a um telescópio pode-se registrar estrelas e corpos celestes com muito mais eficácia e precisão. A imagem 21, é primeira imagem que “revelou galáxias que estão a 13,5 bilhões de anos-luz de distância da Terra”, feita pelo telescópio espacial James Webb. Segundo Lopes para a revista *Exame* (2022), o mais potente de todos os tempos.

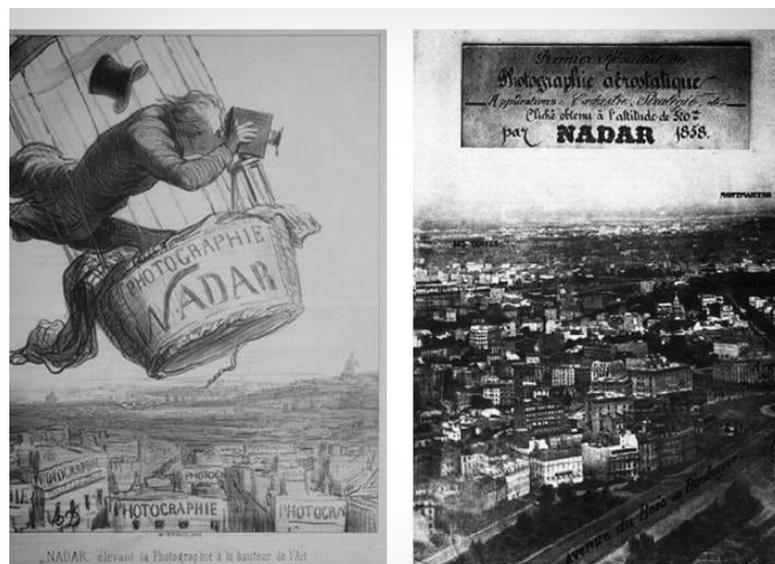
Figura 21: Retrato do infinito.



Fonte: Lopes (2022).

Na geografia, diferentes usos foram e são possíveis, e necessários, como o de localização e mapeamento. Iniciou-se, cabe mencionar, em 1858 com as experiências do fotógrafo e também praticante de voo humano Félix Nadar (1820-1910) que teve a genialidade de, ao subir com seu balão aos céus de Paris, com sua câmara tentar capturar imagens do alto de sua cidade. De inúmeras tentativas fez registros que serviriam como mapa da cidade.

Figura 22: Imagens aéreas de Nadar.



Fonte: Bracons (2020).

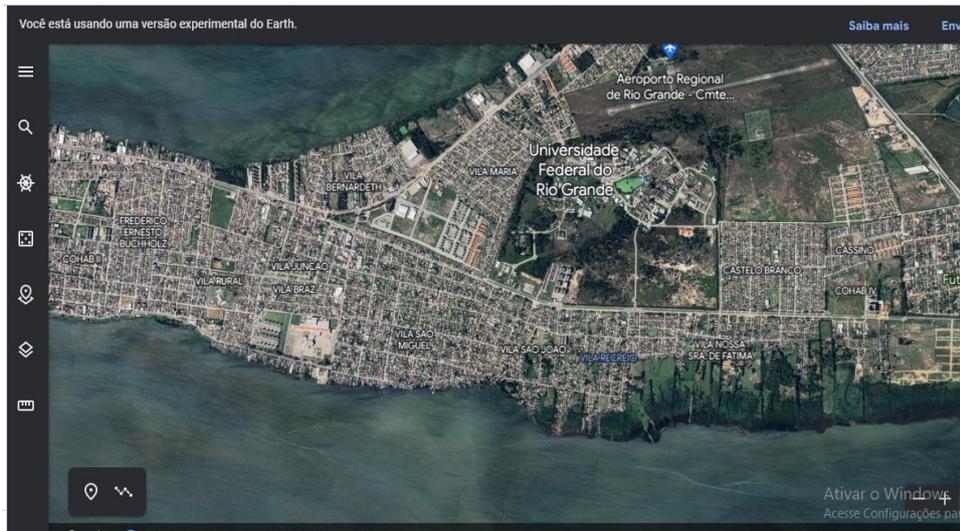
Da ousadia de Nadar, inauguraram-se as primeiras fotos aéreas do mundo. Anos depois, os mais modernos sistemas de localização como o *Google Maps*, e o *Google Earth* contam com o sistema de captura de imagens para a territorialização.

Figura 23: Google Earth – Visualização continente.



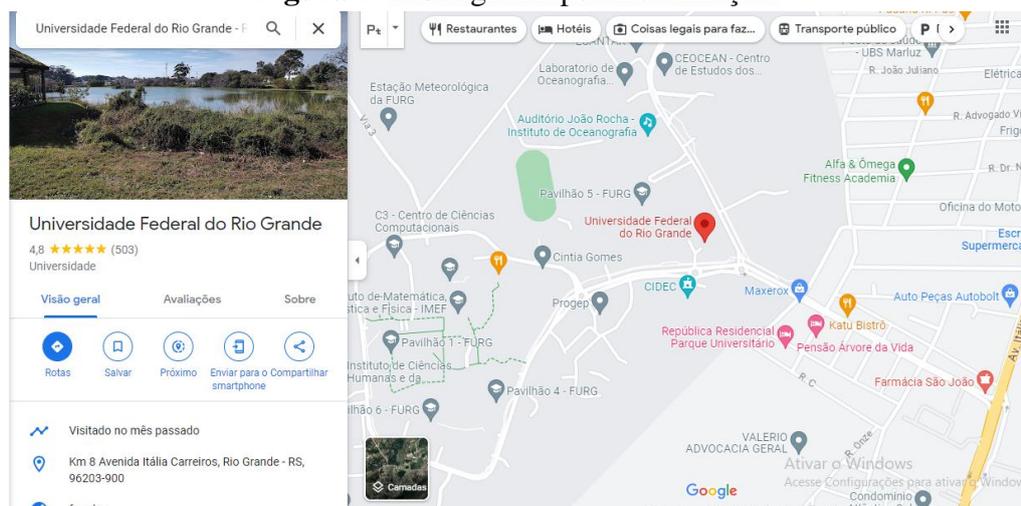
Fonte: Google Earth (2023).

Figura 24: Google Earth – Visualização Cidade do Rio Grande.



Fonte: Google Earth (2023).

Figura 25: Google Maps - Localização.



Fonte: Google Maps (2023).

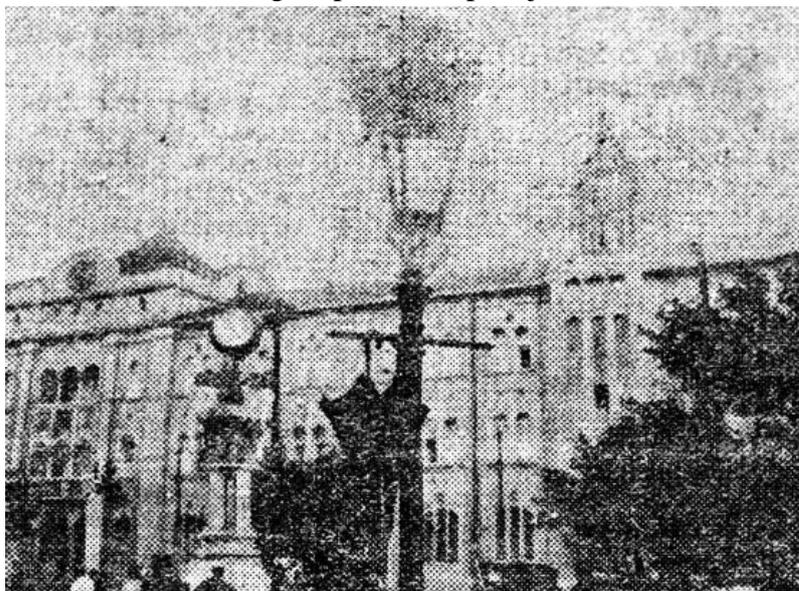
Nas imagens acima, que são prints do programa *Google Earth*, *Google Maps*, *Earth Viewer*¹⁴, podemos ver o quanto acessar fotografias destes lugares facilitou a vida das pessoas a dimensão de poder, além de ter um mapa preciso de determinada localidade. E, para além de localização, com o *Google Earth* por exemplo, que usa uma tecnologia mais avançada, a de imagens por satélite, é possível identificar desastres, queimadas, variação de fenômenos climáticos, e mudanças geográficas.

Diante da exponente ascensão das imagens no cotidiano das pessoas, os veículos de informação também se beneficiaram com o potencial gerador de sentidos e com a “garantia” de verdade que é oferecida pela fotografia. O jornalismo viu na fotografia a possibilidade de noticiar mostrando visualmente a notícia, atingindo um público ainda maior. Corroborando, Boris Kossoy (2001) diz que “qualquer que tenha sido a razão que levou o fotógrafo a registrar o assunto, não haverá dúvida que o mesmo de fato existiu” (p. 103).

De fato, não se pode negar que o fato não existiu, embora interpretado por quem registra, o fato existiu. E essa credibilidade que a fotografia confere, trouxe para o jornalismo uma nova forma de comunicar. A história a ser contada podia ser vista.

¹⁴ Os programas *Google Earth*, *Google Maps*, *Earth Viewer* são programas de localização que permitem buscar qualquer lugar da terra, bem como acompanhar imagens das localizações buscadas.

Figura 26: Primeira imagem publicada pelo jornal Folha de São Paulo.



Fonte: Folha de São Paulo (2022).

A fotografia passou a ilustrar capas de periódicos, livros e revistas. Os fotógrafos, que agora tinham acesso a câmeras de melhor qualidade passaram a fotografar cenas do cotidiano, que viraram ilustrações e notícias. Assim como se fotografava paisagens, famílias, eventos cotidianos, as fotografias de acontecimentos foram ganhando adeptos.

A fotografia passou a se tornar uma ferramenta do jornalismo. Uma ferramenta que trazia a garantia de que o fato realmente aconteceu e, que conseguia prender mais a atenção dos leitores. Por consequência, passou a ser parte das matérias e até hoje, independente do meio de comunicação, está ali, junto ou à frente do texto jornalístico.

Com a utilização de imagens para fins de comunicação, inaugurou-se o Fotojornalismo. Segundo Pereira (2016), Henri Cartier-Bresson (1908-2004) entrou para a história como um dos expoentes mais significativos da fotografia no século XX e como um dos pais da fotojornalismo.

Cartier era aficionado pelas imagens do cotidiano. Utilizava-se do conceito de *The decisive moment* - “instante decisivo”, que consiste em observar com olhar atento às cenas do cotidiano e capturar o instante perfeito, o qual deveria ficar registrado, marcado na história. O instante decisivo acontece quando acontece a união entre os elementos visuais considerados ideais, como enquadramento, foco, luz, e a emoção que emana do acontecimento. O clique certo, no instante dessa união é único, e cabe ao fotógrafo identificá-lo e capturá-lo no momento preciso, pois este se perderá para sempre.

Figura 27: “*The Puddle*”



Fonte: Mohiuddin (2021).

A foto acima, de 1932, ilustra bem a estética do fotógrafo. Uma cena do cotidiano, com as linhas geométricas marcadas e em harmonia, em sintonia com a emoção que a imagem exprime. A captura do momento certo do pulo do homem, com o reflexo perfeito na poça de água, as formas alinhadas são elementos que fazem a captura do momento certo da cena, que fazem da fotografia uma obra de arte, e que é capaz de exprimir o sentimento, a emoção do acontecimento em si.

O conceito de Cartier-Bresson traz essa noção do registro certo. De momento certo para o *click*, de espontaneidade da imagem. Esses e muitos outros registros passaram a documentar e registrar a forma de vida da sociedade. O fotógrafo capturou cenas diversas, que retratavam o comportamento das pessoas, a paisagem urbana e a história por trás daqueles clicks. De forma bem elaborada esteticamente por Cartier, mas que tinham a veracidade que a fotografia carrega. Logo, para além de impressionar, documentavam.

As fotografias realistas, que retratavam o cotidiano, ganharam espaço nos meios de comunicação. As imagens de momentos importantes, como de manifestações, de fatos que aconteciam no mundo passaram a ilustrar os noticiários. Nesse caminho, as fotografias, desde

aquelas triviais do cotidiano a imagens capturadas em momentos de acontecimentos históricos, ganharam espaço na produção e disseminação de notícias.

Para além dos usos ilustrativos em livros, revistas e periódicos, a fotografia pode servir de testemunho, também, do que ocorria na guerra. Marie-Loup Sougez (2001) trata sobre a fotografia servir como prova: “a fotografia ia servir de testemunho gráfico nas contendas da época” (p. 130). A autora traz a Guerra da Crimeia (1854-186) como a estreia da reportagem de guerra. Fotografava-se os soldados e posteriormente as trincheiras e batalhas. Diversos fotógrafos da época dedicaram-se em produzir fotos que conseguissem exprimir o sentimento de quem está nos campos de batalha.

Um dos mais reconhecidos repórteres de guerra foi Robert Capa (1913-1954). Junto de Cartier-Bresson e outros fotógrafos renomados fundou a Agência Magnum, a qual produzia reportagens de guerra. Robert Capa foi um desses fotógrafos de renome da época. Se colocava dentro das trincheiras para mostrar à sociedade a face verdadeira da guerra.

Muitos desses repórteres de guerra morreram nesses trabalhos, fato que ocorreu com Capa. Segundo o site *iphotochannel*, o fotógrafo faleceu em 1954 na cobertura da guerra de Indochina, onde teria pisado em uma mina. Seu corpo foi encontrado com a câmera em suas mãos.

Figura 28: Invasão da Normandia - Dia D.



Fonte: iPhoto Channel (2023).

Essa fotografia, assim como outras muitas de Capa e de outros repórteres de guerra, contribuíram para que a sociedade acompanhasse a guerra no seu âmago. Não só eram fotos que traziam os fatos, mas que feriram as pessoas que não tinham consciência real do que acontecia nas trincheiras.

O que em um primeiro momento serviram para testemunhar como era uma cena de batalha, passou a informar o que de fato acontecia nos campos de contenda. Obviamente, as imagens chocavam as pessoas, pois impressionavam, e transmitiam emoções e sentidos além do que o imaginário permitia conceber quando se noticiava verbalmente. Sobre isso, Susan Sontag (1997) aponta que:

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. Cada foto é um momento privilegiado, convertido em um objeto diminuto que as pessoas podem guardar e olhar outras vezes. Fotos como a que esteve na primeira página de muitos jornais do mundo em 1972 — uma criança sul-vietnamita nua, que acabara de ser atingida por napalm americano, correndo por uma estrada na direção da câmera, de braços abertos, gritando de dor — provavelmente contribuíram mais para aumentar o repúdio público contra a guerra do que cem horas de barbaridades exibidas pela televisão (p. 15).

As imagens impactam. E as imagens de guerra impactam ainda mais. Nos colocam em um lugar diferente do que se tivéssemos lendo a notícia, por exemplo, de uma criança que sofre com os horrores dos combates.

Ver a imagem, nos gera sentidos e emoções diferentes. Segundo Susan Sontag (1997) "O que determina a possibilidade de ser moralmente afetado por fotos é a existência de uma consciência política apropriada" (p. 16). Dessa forma, os impactos das fotos comovem as pessoas que têm consciência política dos horrores de uma guerra.

Figura 29: Foto-símbolo da Guerra do Vietnã.



Fonte: Magnoli (2022).

A fotografia acima, do fotógrafo Huynh Cong "Nick" Ut, é vista como um símbolo das barbáries do Vietnã (1955-1975), e colaborou, a partir de sua repercussão, com o final da guerra.

Como essas imagens são dotadas de discursos, e fotos como essa poderiam perder a aprovação da sociedade quanto aos benefícios da guerra.

Não levou muito tempo para que os fotógrafos fossem impedidos de fotografar as batalhas, ou eram sujeitos a fotografar somente o que era autorizado. “O público não viu tais fotos porque não havia, ideologicamente, espaço para elas” (Sontag, 1997, p.16). Assim como os horrores das cenas, a corrupção, as organizações políticas e criminosas também podiam ser registradas. Logo, a produção dessas imagens-prova, começaram, subitamente, a serem barradas.

As guerras passaram a ser vistas de outra forma a partir da divulgação das imagens. Da mesma forma, as fotos que constatarem crueldade, crimes, abusos e outros fatos brutais ganham maior impacto e credibilidade com as fotografias compondo a notícia. Com a possibilidade de mostrar a cena, o acontecimento, de ilustrar o que se está sendo escrito, ou ainda, dizer com a imagem, transformou o jornalismo.

Sobre ver a foto e ser tocado por ela de forma diferente do texto verbal, Susan Sontag (1997) segue a reflexão sobre sentimento que as imagens exprimem:

Quando olhei para essas fotos, algo se partiu. Algum limite foi atingido, e não só o do horror; senti-me irremediavelmente aflita, ferida, mas uma parte de meus sentimentos começou a se retesar; algo morreu; algo ainda está chorando. Sofrer é uma coisa; outra coisa é viver com imagens fotográficas do sofrimento, o que não reforça necessariamente a consciência e a capacidade de ser compassivo. Também pode corrompê-las. Depois de ver tais imagens, a pessoa tem aberto a sua frente o caminho para ver mais — e cada vez mais. As imagens paralisam. As imagens anestesiaram. Um evento conhecido por meio de fotos certamente se torna mais real do que seria se a pessoa jamais tivesse visto as fotos. (p. 16).

A autora traz essa reflexão que corrobora com o entendimento que as fotos ferem, exprimem sentimentos e emoções únicas. Ao assistir a um vídeo, ler um texto, você alcança emoções diferentes das que sente se estiver observando uma fotografia. Ela é uma cena congelada, paralisada.

Fere e continua ferindo enquanto você a olha. A autora após essa reflexão sobre o sentir com a fotografia, posteriormente, discorre sobre como a repetição em massa da mesma imagem acaba por nos “acostumar”.

Ver milhares de fotos de populações sofrendo com a fome não nos faz lutar para que acabe. Da mesma forma, as fotografias geram sentimentos e, por isso, seguem sendo utilizadas como fonte de comunicação capaz de despertar mais rapidamente a comoção das pessoas, servindo, ainda que com a possibilidade de alterações, manipulações, como fonte de testemunho real.

Por dispor dessa facilidade de informar e por gerar sentido de forma mais imediata, a utilização de recursos imagéticos é priorizada em determinadas situações de comunicação. No trânsito, imagens ou símbolos rapidamente apontam a mensagem ou regra a ser adotada. Não necessitamos de um texto explicativo ao visualizarmos placas.

No marketing, a utilização de elementos imagéticos, simbologias ou ilustrações são postas em primeiro plano para exprimir uma mensagem. Além de comunicar uma imagem ou ilustração conferem à propaganda uma facilidade de provocar desejo de compra em quem assiste/lê.

Em uma propaganda de venda de veículos, por exemplo, se o anunciante colocar o nome e ou marca do automóvel, mesmo que por um preço incrível, por suposto, instiga menos o consumidor do que se for anunciado junto à imagem.

Figura 30: Anúncio verbal.

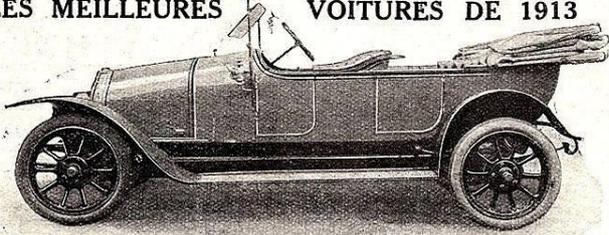


Fonte: Leilões Brasil (2023).

Figura 31: Primeiras imagens nos anúncios comerciais.

SIZAIRE & NAUDIN

LES MEILLEURES VOITURES DE 1913



Châssis 12 H-P. 4 cylindres 75 x 120. 5 000 fr.
Carrossé en torpédo 4 places complètement équipé. 7 250 fr.

Demandez le Catalogue aux
Établis. SIZAIRE & NAUDIN, 79, rue de Lourmel, PARIS

TÉL. Saxe : 10-40 TÉL.ÉG.: Sizairauto

Fonte: Rocha (2018).

Figura 32: Uso de imagens em anúncios – contextos atuais.

Carros que, mesmo parados, mostram aonde você chegou.

Tiguan • A partir de:
R\$ 110.000,00

- Motor 2.0 Turbo TSI a 200cv;
- Sistema de tração All-Drive;
- Novo frente com design esportificado e faróis sofisticados;
- Conjunto de lanternas traseiras totalmente reprodutidas com elementos em forma de "L";
- Ferros Bi-Dinam com luzes de comando e lanternas de LED;
- Novo Rádio de Liga-Lite 17";
- Novo Rádio RNS 315 com navegador GPS integrado;
- Park Assist 2º geração, que avalia no automaticamente em vagas paralelas e perpendiculares;
- Detector de fadiga de série.

Novo Jetta • A partir de:
R\$ 65.755,00

- Motor 2.0 Total Flex;
- 4 air bags;
- Novo CD-MP3 com bluetooth e entrada USB;

Jetta Variant • A partir de:
R\$ 85.990,00

- Câmbio Tiptronic de 6 velocidades;
- Motor 2.5, 5 cilindros e 170 cv;
- Os air bags;
- Sistema de estacionamento traseiro e dianteiro com sinalização na tela de rádio touchscreen;
- Park Assist e novo sensor panorâmico (Opcional);

Novo Passat • A partir de:
R\$ 106.700,00

- Motor 2.0 Turbo TSI 16 válvulas a 211cv;
- Os air bags;
- Instrumentação automática DSG de 16 velocidades;
- Novo design com exclusivas rodas de liga-leve;
- Pneus especiais Conti-Steel (Autobranco);
- Ferros Bi-Dinam com LED e lanternas traseiras com LEDs (Opcional);
- Novos tecnologiaes como ACC – Controle automático de velocidade e distância (Opcional);
- Detector de fadiga (Opcional);
- Park Assist II – Estaciona em vagas paralelas e em vagas de 90°;

ÚLTIMAS UNIDADES Sem pagamento de IPTU.

Disnove 

Caxangá: 3271.6800 • 3271.6700
Arruda: 3134.8100
www.grupo-disnove.com.br • faleconosco@disnove.com.br

Cinto de segurança pode salvar vidas.

Notas sobre as condições de venda: Este anúncio é apenas informativo e não constitui oferta de venda. O preço de venda final pode variar de acordo com as condições de venda e a disponibilidade de estoque.

Fonte: Rocha (2018).

Podemos ver que a figura 30 acaba por prender menos a atenção que as duas seguintes, que trazem a imagem do produto associada. Cabe ressaltar, também, que essa utilização não iniciou apenas com a modernidade na produção de imagens. A figura 31 trata de um anúncio da década de 90, época em que a fotografia já era uma realidade, mas ainda pouco acessível., mas já vislumbra o potencial da imagem para o anúncio publicitário. A imagem da figura 32,

está em um contexto em que o imagético é utilizado junto ao texto verbal para despertar maior desejo no público consumidor.

É possível perceber que já havia o entendimento que as imagens trazem essa noção realista para a comunicação. Você pode ver o que está sendo anunciado. Corroborando, Roland Barthes (1984) aponta que, para o fotógrafo, “as funções da fotografia são: informar, representar, surpreender e fazer significar, dar vontade” (p.48). Assim como fotografar, enunciar com a utilização de imagens, sendo autorais ou não, tende a corroborar com essas funções.

Ainda, as imagens sem os textos explicativos provocam não só o desejo, mas abrem a imaginação do consumidor e, esse processo de ver a imagem, imaginar, formular pensamentos e sentidos, faz com que a imagem do produto se fixe com mais eficácia na mente do consumidor. Com a imagem 33, por exemplo, o valor, tampouco as características do produto necessitam ser descritas. Por ver, efetivamente, que o carro é incrível, e resistente, o consumidor já passa a desejá-lo. Assim, quando se deseja comunicar algo, criar sentidos mais rápidos, gerar desejo ou curiosidade, as imagens ganham espaço.

Figura 33: Desejo de consumo.



Fonte: Sato (2023).

A fotografia atua em inúmeras outras áreas, ao longo de sua trajetória de evolução, a sociedade foi vendo na imagem a possibilidade de utilização e seu uso massivo tornou-se uma necessidade. Como vimos, no marketing, por exemplo, é quase que essencial, uma imagem associada à ideia que se quer exprimir.

Boris Kossoy (2001) afirma que “é a fotografia um intrigante documento visual cujo conteúdo é a um só tempo revelador de informações e detonador de emoções” (p. 28). Portanto, é grande aliada na comunicação, pois não apenas informa, mas sensibiliza, desperta sentimentos, sentidos. Mas não é só nesse campo que a fotografia provoca sensações, desejos ou curiosidades. Diversas fotografias foram e são produzidas ao longo da história a fim de ser expressão, seja artística ou expressão do comportamento, emoção.

A imagem tem por excelência a capacidade de tocar, ferir, emocionar, alegrar e com sua popularização, passando a ser acessível a diversas camadas da sociedade, não foi surpresa que seu uso na comunicação fosse amplamente utilizado.

Atualmente, no campo fértil de usos que é a internet, a tendência da comunicação baseada no imagético é uma realidade. Usar uma imagem para noticiar, para dar bom dia, para mostrar algo extremamente simples, ou algo grandioso é feito através de imagens.

Mostrar em vez de falar verbalmente torna, além de mais atrativo, mais real e essa forma de comunicar, de expressar é uma tendência que começou já nos primeiros usos da fotografia e hoje, é uma realidade quase que absoluta no contexto digital que vivemos. Falaremos mais à frente sobre essa realidade atual ao falarmos de sites de redes sociais e a utilização dos textos não-verbais.

Esses campos são exemplos nos quais a fotografia contribuiu e contribui, são alguns dos inúmeros espaços em que a fotografia atua enquanto linguagem, como forma de expressão humana. São áreas onde a câmera ajuda a falar o que, às vezes, as palavras não dão conta sozinhas.

1.3 Texto, arte, ou mera captura: discussões acerca de intencionalidades da fotografia

Temos a fotografia como um texto, como enunciado capaz de falar, influenciar, ditar e gerar sentidos. As imagens capturadas geram no seu interlocutor emoções, sensações, desejos. Uma foto conta uma história. Nesse sentido, podem ocorrer discussões que pensam se a história contada na foto é de fato intencional ou foi fruto de uma “captura acidental”.

Partimos dos pressupostos de Bakhtin (1997), que nos dizem que a linguagem nunca é neutra, e que a imagem (o estético) não deve ser entendida como um objeto “desprovido de significação de acontecimento, de peso axiológico, mas como acontecimento” (p. 176).

Nessa perspectiva, cabe ressaltar que a fotografia não pode ser vista apenas como algo mecânico, um apertar de botão, um registro desprezioso. Sendo ela um texto, é pensada, imaginada e construída em um processo em que o outro, entendido como interlocutor, ocupa

um papel ativo, atuando sobre a construção e a elaboração do dizer do locutor que a ele se dirige. Sobre isso, Barthes (1984) colabora com nosso entendimento: “A emoção do operador (e portanto a essência da Fotografia-segundo-o-Fotógrafo) tinha uma relação com o ‘pequeno orifício’ (estênopo) pelo qual ele olha, limita, enquadra e coloca em perspectiva o que ele quer ‘captar’ surpreender” (p. 21).

O que Barthes (1984) coloca acerca da captura, através das lentes de uma objetiva, é que o fotógrafo busca o ângulo, o detalhe que faz com que ele consiga exprimir o que deseja, segundo o autor, surpreender. Esse enquadramento é a visão do fotógrafo, é seu olhar diante do fato.

Susan Sontag (1997) ao citar Ansel Adams (1902-1984) “uma foto não é um acidente – é um conceito” (p. 68) falava acerca do fotógrafo insistir em reproduzir diversas vezes o mesmo frame, para fazê-lo e deixá-lo da forma que o idealizava, atrelava a prática das capturas o sucesso do fotógrafo. Mas usamo-nos da citação Adams para reforçar que a foto não é um acidente, não só pela experiência adquirida pelo fotógrafo, mas pela intencionalidade empregada por ele para a escolha do objeto e execução de todo o processo fotográfico. Há sempre a posição valorativa do interlocutor permeando todo o processo de captura e revelação das fotografias, e levando para contexto hodierno, de postagem delas nos sites de redes sociais.

Corroborando com esse pensamento Boris Kossoy (2001) nos traz que “apesar da neutralidade do olho da câmara e de todo o verismo iconográfico, a fotografia será sempre uma interpretação” (p. 114). O que o autor nos diz é que as fotografias, embora tenham um *status* de realidade, uma vez que são capturadas a partir de um momento, de um espaço e tempo real, são assim como qualquer forma de expressão, interpretações de seu interlocutor.

Uma mesma cena pode e vai ser capturada de forma diversa, porque a captura conta com a atuação do fotógrafo. Seja pela sua estética, seja pelas intenções de evidenciar ou minimizar determinados aspectos no *click*. Essa interpretação se dá a partir da posição ideológica de seus interlocutores. É a visão, o olhar que determina como determinado apertar de botão vai resultar.

Boris Kossoy (2001) diz que “toda fotografia tem sua origem a partir do desejo de um indivíduo que se viu motivado a congelar em imagem um aspecto dado do real, em determinado lugar e época” (p. 36). De fato, no momento da captura, o interlocutor sabe, mesmo que inconscientemente, estará congelando uma parte do real, e que essa fração de realidade será congelada para sempre, portanto, o faz da forma como seja transmitido para o mundo. Há uma intenção por trás da captura. Dessa forma ele direciona seu olhar segundo essas intenções.

Há registros que são vistos como *clicks* de “sorte”, que seriam aqueles que “por acidente” registraram uma boa foto, ou um momento certo. Pensamos que, na verdade, esse click de sorte surgiu da observação da cena pelo fotógrafo. E da captura do momento segundo suas intencionalidades, ainda que essa fosse registrar um instante de forma acidental, esperar a surpresa do click. Nunca há neutralidade na linguagem (Bakhtin 2006) e sendo a fotografia uma forma de linguagem, também é sempre ideológica, nunca é neutra ou acidental. Corroborando, Boris Kossoy (2001) aponta que:

O registro visual documenta, por outro lado, a própria atitude do fotógrafo diante da realidade; seu estado de espírito e sua ideologia acabam transparecendo em suas imagens, particularmente naquelas que realiza para si mesmo enquanto forma de expressão pessoal (p. 42).

O que traz o autor, é que não pode o interlocutor fazer um click despido de suas intenções, sempre haverá o posicionamento, a intenção e suas experiências impregnadas em suas expressões. A realidade transmitida na imagem pelo interlocutor, é a realidade a partir da sua visão de mundo. Como vimos e veremos nos exemplos ao longo deste trabalho, a fotografia pode ser manipulada, adulterada, ou ter seu contexto modificado a fim de conseguir exprimir os desejos e intenções do interlocutor.

Por muito tempo a fotografia foi vista como obra de arte. E de fato, pode ser considerada, uma vez que na sua produção foi empregada a emoção e visão de mundo de quem a produziu. As estéticas dos fotógrafos amplamente discutidas ao longo do tempo, a fim de serem avaliadas como arte ou não, aqui neste trabalho, são entendidas como uma forma estilística que o interlocutor utiliza para proferir seu discurso. Para Boris Kossoy (2001):

Um assunto teatralmente construído segundo uma proposta dramática, psicológica, surrealista, romântica, política, caricaturesca etc., embora fruto do imaginário do autor, não deixa de ser um visível fotográfico captado de uma realidade imaginada. Seu respectivo registro visual documenta a atividade criativa do autor, além de ser, em si mesmo, uma manifestação de arte (p. 49).

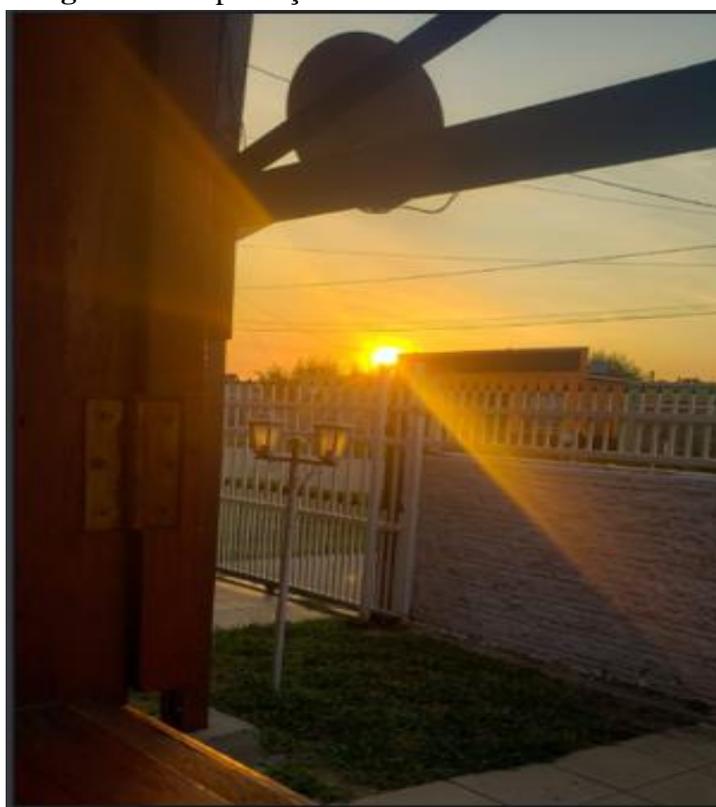
O que nos diz o autor corrobora com o entendimento de que o registro vai exprimir, documentar a personalidade, ou como diz o autor a sua atividade criativa. Essa personalidade, que pode ser entendida como estilística, é única de cada interlocutor. Não obstante, temos diversos estilos fotográficos. E não obtemos fotos capturadas de forma exatamente iguais.

Por isso, vemos tantas imagens, capturadas de um mesmo momento, mesma cena, completamente diferentes. Às vezes podem ser parecidas, mas nunca iguais, pois cada expressão humana é única, pois está imersa na situação de comunicação. E, ainda, atrelada ao

estado de espírito, emoções, vontades e demais aspectos que o interlocutor está envolvido no momento da captura.

Ainda, no contexto de pandemia de COVID 19, em que o mundo passou por uma quarentena. Sair de casa para fotografar não era uma possibilidade. Nesse momento, diversos desafios surgiram para os fotógrafos, como o *fotografar o que você vê na sua janela*. Nesse desafio, as pessoas eram convidadas a fotografar o que viam, da forma que viam. Como exercício me propus a participar e fotografei minha janela, e da mesma forma, convidei meu filho, Ryan, a fotografar também. Como resultado, tivemos fotos completamente diferentes.

Figura 34: Esperança - Foto de Veridiane da Costa.



Fonte: Arquivo pessoal

Figura 35: Dias cinzas - Foto de Ryan da Costa.



Fonte: Arquivo pessoal.

Neste momento, não buscamos uma análise profunda da imagem, mas observando superficialmente, podemos ver, que embora tivéssemos fotografando o mesmo lugar, cenário, a mesma cena, com o mesmo equipamento, que era um celular comum, obtivemos resultados completamente diferentes. Ryan disse, na oportunidade, que optou por preto e branco, estética muito utilizada por fotógrafos que desejam passar dramaticidade, por acreditar que o momento o qual estávamos passando era cinza, triste. E realmente a foto exprime esse sentimento que ele demonstrou ao explicar sua captura.

Já a fotografia capturada por mim, colorida, que busca encaixar um sol, quase escondido, buscava trazer esse sentimento de que embora triste, há um sol no horizonte. Tentei associar ao sol o sentimento de esperança que precisávamos.

Essas interpretações, que são sentimentos, intenções que o fotógrafo deseja exprimir são de cada um, são únicas, que são moldadas a partir de sua forma de ver o mundo, de suas bagagens culturais e sociais, de quem será (ão) seu (s) interlocutor (es). Das relações que se estabelecem na situação de comunicação, na previsão das possíveis respostas. No momento da captura, assim como no de qualquer outra enunciação, todas essas questões são levadas em consideração, mesmo que esse processo não seja percebido pelo interlocutor.

Da mesma forma, a interpretação do sentido a ser percebido por quem lê a fotografia, também será conforme as experiências sociais e culturais que ele carrega, dos discursos que ele foi atravessado ao longo do tempo. Por isso, cada interpretação é única de cada interlocutor.

O que não podemos deixar de considerar, é que o que a imagem traz, influência, exprime emoções, informações e confiabilidade no que diz respeito à realidade, por isso são tão utilizadas desde sua produção. E, posteriormente, sua utilização e vinculação são da mesma forma utilizadas conforme essas intencionalidades. As imagens utilizadas para fins diversos do que foram capturadas, como vimos, ajudam a exprimir discursos, ideologias. Colaboram, dessa forma, para a manutenção ou transformação de ideias, como nos casos de usos em contextos políticos, a qual podem influenciar na aceitação ou rejeição de determinadas ideologias.

1.4 “Isso é *Fake News*”? Possíveis manipulações ou alterações nas imagens ou descontextualizações

Se está capturado é porque aconteceu. Uma prova incontestável do ato. A fotografia sempre, mesmo que com possíveis manipulações, contou com uma posição de realidade. Sobre isso Barthes (1984) aponta que “a foto é literalmente uma emanção do referente” (p. 121). É uma prova de que capturou algo que estava no mundo em determinado tempo e espaço. Era algo real.

Sobre a fotografia ser de fato algo representando o real, Barthes (1984) reflete acerca do *status* da fotografia comprovar algo que aconteceu. Não mais algo que é, mas algo que foi. Sobre isso, retoma uma lembrança na qual se viu em uma foto. Não lembrava do momento que fora capturado, mas como viu a foto não podia negar que tinha estado lá (p. 128).

Ou seja, mesmo sem a concepção e memória de que esteve naquele lugar, a fotografia, com seu status de realidade, de experiência capturada e de verdade, lhe assegura que ele estava. Não podia duvidar que estava, mesmo que tal memória não lhe fosse possível. Se a fotografia disse que estava, então, estava.

Essa marca realística da fotografia consegue dar o *status* de verdade que apenas o texto verbal não era capaz de dar. Nas palavras do autor: “nenhum escrito pode me dar essa certeza” (p. 128). De fato, quando temos uma fotografia, mesmo que com certa dúvida, acreditamos, uma vez que há uma captura, e essa captura reflete alguma realidade, ou parte dela. Como aponta Susan Sontag (1997): “fotos fornecem um testemunho. Algo de que ouvimos falar, mas de que duvidamos parece comprovado quando nos mostram uma foto. Numa das versões da sua utilidade, o registro da câmera incrimina” (p. 9).

E ainda, a fotografia logra conferir uma ampliação nas emoções, no sentimento a ser transmitido. Um registro fotográfico torna o momento palpável, permite um olhar dinâmico, e por vezes focalizado do todo.

Quando ouvimos ou lemos uma notícia temos o tópico, o acontecimento explicado de forma mais abrangente, temos a informação direcionada para o todo. Porém, quando vemos uma imagem, uma captura real desse acontecimento, a compreensão do acontecimento se torna muito mais íntima. Ao ter a imagem, temos a realização da notícia, do fato. As palavras nos dizem, mas a imagem nos mostra, não restando dúvidas e ampliando a emoção que ao ver, alcançamos.

Diante dessa perspectiva de realidade absoluta que a fotografia confere, diversas discussões são levantadas por fotógrafos e teóricos. Tal discussão se dá pelo fato de a fotografia poder ser manipulada, de forma que pode modificar o sentido atrelado a ela. Susan Sontag (1997) postula ao lembrar quando Talbot começa a substituir o daguerreótipo por volta de 1840, expõe a técnica de retocar o negativo deu a população a noção de que ao retomar “suas versões de um mesmo retrato – uma retocada, a outra não” (p. 52) deu aos entusiastas a ideia de que a “câmera podia mentir” (p. 52).

Essa mentira, propiciada pelo processo de retoque no negativo, tanto possibilitava a correção de alguma intercorrência na captura, quanto permitia ao fotógrafo brincar com as poses, desenhar sobre o já capturado. Esse processo é capaz de tornar uma mesma imagem em outra, diferente da capturada. Esse feito passou a ameaçar a ideia convicta de que a fotografia é sempre verdade.

É possível pensar, então, que a fotografia pode ser verdade porque a captura dá ao leitor a sensação de que de fato aquilo existiu. Mas também, e ao mesmo tempo, pode ser mentira, pois pode ser alterada em seus processos, tanto na captura quanto nos processos finais, seja na revelação, nos casos das fotografias analógicas, quanto na pós edição, das fotografias digitais.

Porém, não pensamos que a fotografia mente no sentido de não haver existido o fato, ou nem sequer frações deste, mas que, a depender do click do fotógrafo, das intencionalidades que ele coloca, pode direcionar o interlocutor a percepções diversas.

Segundo Susan Sontag (1997): “a fotografia transforma a realidade em tautologia” (p. 65). A fotografia registra a realidade e essa passa a ser absoluta. Mas essa realidade pode ser uma realidade a partir do olhar do fotógrafo e outra diferente para cada um que a lê. Essa premissa torna ainda mais difícil categorizar a fotografia como verdade absoluta. Se existe o registro é porque existiu, é real. Mas essa realidade pode ser, de certa forma, manipulada. Dessa forma, pode ser estendida como fragmento do real.

Um exemplo disso são as fotografias que são capturadas em eventos, a partir ângulos e perspectivas diferentes. É possível mostrar muitas pessoas ou pouquíssimas, dependendo do ângulo da captura. Ou ainda, do tamanho de um objeto. Ele pode ser grande e ou pequeno. Então, é verdade, pois a captura denota que existiu, mas a realidade dependerá do olhar e intenção do fotógrafo.

Figura 36: A guerra de imagens.



Fonte: Veja (2021).

A imagem acima faz parte de uma manchete da revista *Veja* do dia 14 de junho de 2021, vem acompanhada da seguinte manchete: “A guerra de imagens da ‘motosseata’¹⁵ de Jair Bolsonaro em São Paulo” e traz como subtítulo “com captações feitas em momentos diferentes, bolsonaristas e opositores tentaram dar as suas versões sobre a adesão ao ato político do presidente”. A matéria da revista busca explicar o que tratamos aqui que a imagem pode e vai ser utilizada a partir da intencionalidade do interlocutor.

A depender da posição social, política, ideológica, das intenções e valorações de quem captura ou, nesse caso, posta uma foto, terá um resultado, terá um sentido e gerará sentidos condizentes com o que se está sendo enunciado. A revista corrobora: “as imagens captadas de diferentes ângulos, que mostram uma manifestação ora maior ora menor, dependendo da

¹⁵ Motosseata é um termo utilizado na campanha de Jair Bolsonaro (PL), o qual foi adaptado do conhecido “carreata”, para o uso com motocicletas em vez de carros.

posição política do transmissor”. Entendemos aqui transmissor por interlocutor, pois este atua de forma ativa no enunciado.

Com esse exemplo, podemos perceber que a foto da esquerda foi utilizada por aqueles que desejavam exprimir a mensagem de que havia muitas pessoas, fortalecendo a ideia de apoio recebida pelo político em questão. Já a imagem da direita foi utilizada por aqueles que tinha por objetivo disseminar a ideia de que a manifestação foi um fracasso, ou que pelo menos, teve poucos adeptos.

Ao pensarmos em como as fotografias, tiradas no mesmo evento, podem parecer completamente diferentes, e disseminadas em contextos diversos, podemos pensar que o resultado da ação dependerá da atuação e posição valorativa do fotógrafo. E que os sentidos gerados em quem recebe essa imagem, também, dependerá das relações estabelecidas na situação enunciativa.

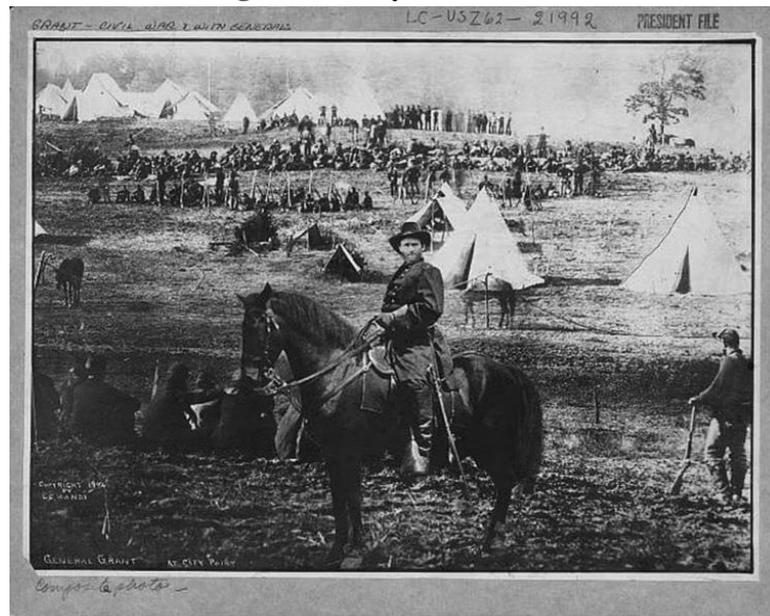
Mas o que nos faz pensar em qual das fotos está se falando a verdade? Qual das duas imagens traz a realidade do evento? Uma das imagens não é realidade? são *fake news*?¹⁶ O termo *fake news* vem sendo amplamente comentado nos últimos tempos. Muitas notícias falsas ganharam vez no contexto político brasileiro. E a disseminação de imagens contribuem na propagação dessas notícias falsas.

Seguindo esse pensamento, não se pode dizer que uma delas é mentirosa, ou não é real. O que se pode dizer é que elas foram capturadas, e posteriormente veiculadas de forma que intencionou aquele que capturou, e depois, que veiculou tais registros. Podemos pensar que há formas diferentes de retratar a mesma cena.

Mas, há imagens que podem ser consideradas *fake news*. São as fotos montadas, preparadas, fora do seu contexto de produção, com legendas que modificam seu entendimento. Enfim, diversas possíveis criações de *fake news* em que a fotografia é inserida, justamente por dispor dessa noção de realidade, de verdade. Sempre houve veiculação de “imagens *fakes*”, ao longo da história como podemos ver na imagem a seguir, datada de 1864:

¹⁶ "*Fake news*" foi eleita a expressão do ano em 2017 pelo dicionário Collins, que a definiu como informações falsas que são disseminadas em forma de notícias, muitas vezes de maneira sensacionalista. Fonte: Hermínio (2022).

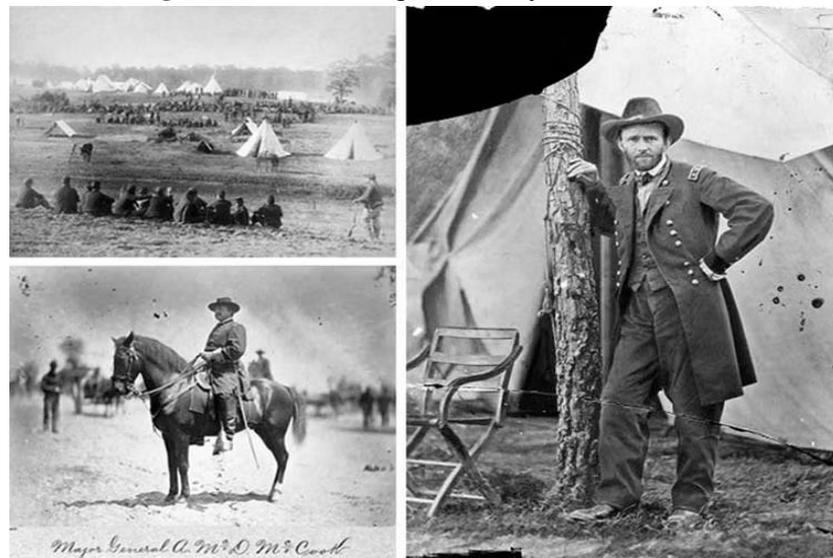
Figura 37: Ulysses S. Grant.



Fonte: Willings (2023).

A primeira imagem é uma soma das imagens a seguir:

Figura 38: A montagem de Ulysses S. Grant.



Fonte: Willings (2023).

Nas imagens acima podemos perceber as manipulações feitas em uma fotografia conhecida pela história, a do ex-presidente dos Estados Unidos e militar Ulysses S. Grant (1869-1877) em que foram utilizadas três fotografias distintas que se converteram em uma única. Segundo Willings, para portal Pocket Link (2023), foi feita uma investigação por pesquisadores

da Biblioteca do Congresso a qual constatou se tratar de uma manipulação para que a foto de Ulysses parecesse um tanto mais heroica.

Assim como nos exemplos anteriores, nos quais se compartilham fotos adulteradas na pós-produção ou ainda na captura, vemos como são capazes de criar sentidos completamente diferentes, mesmo que da mesma cena, do mesmo ato. É possível produzir diversas outras formas de manipular o sentido a ser construído com a utilização de imagens na comunicação.

Sobre a relação da fotografia com a realidade, Susan Sontag (1997) diz que:

A foto pode distorcer; mas sempre existe o pressuposto de que algo existe, ou existiu, e era semelhante ao que está na imagem. Quaisquer que sejam as limitações (por amadorismo) ou as pretensões (por talento artístico) do fotógrafo individual, uma foto — qualquer foto — parece ter uma relação mais inocente, e portanto mais acurada, com a realidade visível do que outros objetos miméticos (p. 9).

Assim, a foto, ainda que possa distorcer, modificar ou conseguir retratar fidedignamente o que está sendo registrado, traz a percepção de que tal fato existiu. Ainda que interpretado, o momento da captura é real. Ainda que editado, modificado, adulterado, o ato não pode ser descartado. O que acontece é que essa interpretação pode modificar a forma com que quem recebe a imagem a lerá.

Sobre manipulações, Boris Kossoy (2001) ressalta que: “cabe nesse sentido considerar, primeiramente, que manipulações e interpretações de diferentes naturezas ocorrem ao longo da vida de uma fotografia, desde o momento em que ela foi materializada iconograficamente” (p. 106). Essas adulterações, manipulações e modificação de contexto sempre aconteceram, desde o advento da fotografia. A partir do seu invento, diversos fotógrafos tentavam unir a arte da fotografia com a arte da pintura, dando retoques, novas cores e novos elementos à captura, além do preparo prévio da cena, as poses e cenários, como já falamos.

O autor trata das manipulações e interpretações, enquanto documento, a partir de sua materialização, porém acreditamos que a imagem, enquanto linguagem, dotada de intencionalidade. São pensadas, imaginadas e executadas a partir de suas intenções, posição social e relações que se estabelecem entre os interlocutores antes mesmo de sua materialização. Podemos não fazer esse processo conscientemente, mas o fazemos.

Da mesma maneira, conscientemente, muitas imagens eram pensadas, idealizadas a partir de uma ideia a ser disseminadas, às vezes inverídicas, fantasiosas, pitorescas.

Figura 39: Foto-montagem.



Fonte: The Metropolitan Museum of Art (2023).

A imagem acima é uma obra de 1847, de Oscar Gustave Rejlander (1813-1875), o fotógrafo, na contramão do que a fotografia pregava, tinha como objetivo transformá-la em arte, fugindo da visão realista que ela proporcionava. Diego Franco para o site Medium.com, diz que:

Como seria impossível capturar uma cena de complexidade tão extravagante em uma única exposição, Rejlander fotografou cada modelo e seção de fundo separadamente, produzindo mais de trinta negativos, que meticulosamente combinou em uma única impressão grande (Franco, 2020, n.p.).

Como o que o artista queria retratar era difícil, ou impossível se considerarmos a cena em questão, ele imaginava, idealizada e produzia seu *click*. Criava a cena e com técnicas de pós-produção, recortava, colava e retocava diversos negativos e remontava em um único.

Rejlander tinha um propósito artístico, de trazer ao real o que estava em sua mente. Produzia cenas, produzia realidades. Da mesma forma, as cenas podem ser criadas. Às vezes, torna-se difícil diferenciar uma cena “criada” de uma cena real, ainda mais se levarmos em consideração o contexto no qual estamos inseridos. Se em 1847 já havia espaço para essas manipulações, o que é possível em um tempo em que a tecnologia traz para a produção de fotografias cada vez mais possibilidades?

Hoje, temos diversos recursos que podem auxiliar o fotógrafo na pós-produção das fotografias. Diversos programas de melhoramento de imagens podem ser acessados, tanto em um computador, quanto no próprio telefone celular.

O *photoshop*, programa de edição e manipulação de fotos, eleito por diversos sites de busca como o melhor para esse tipo de finalidade é capaz de ajustar cor, luz, foco, nitidez, e, de

manipular a imagem, colocar e retirar pessoas, tratar manchas, criar cenários, fundos, personagens. Enfim, uma infinidade de possibilidades de criação e manipulação.

Figura 40: Manipulação *photoshop*.



Fonte: Vírgula (2017).

A foto acima, tratada no programa *photoshop*, mostra um pouco do que suas ferramentas proporcionam, e como a imagem pode ser alterada. Foi feito um recorte da imagem-original e colada em uma outra na qual o fundo é completamente diferente. Da mesma forma outros *apps*¹⁷ o fazem e são muito utilizados por fotógrafos que desejam melhorar suas capturas, ou os que desejam modificá-la por completo.

As manipulações sempre foram possíveis, “o fotógrafo sempre manipulou seus temas de alguma forma: técnica, estética ou ideologicamente” (Kossoy 2001, p. 108), o que é diverso é o objetivo, a intenção que é empregada ao utilizar tais recursos.

Outra forma possível de utilização da fotografia de forma manipulada é alterando seu contexto de produção ou associando ela a uma legenda, ou outro texto auxiliar diferente do qual ela foi associada inicialmente. A problemática nesse caso, é que a imagem por ser dotada desse

¹⁷ *App* é a abreviação de "aplicativo", um programa de software desenvolvido para ser utilizado em dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*. Fonte: Gottardi (2023).

conceito de realidade, dá credibilidade ao texto a qual foi associada, completamente distorcido, inclusive da realidade.

Boris Kossoy (2001) contribui ao entender que a fotografia, que é uma história, conta com três estágios:

Toda fotografia tem atrás de si uma história. Olhar para uma fotografia do passado e refletir sobre a trajetória por ela percorrida é situá-la em pelo menos três estágios bem definidos de sua existência. Em primeiro lugar houve uma intenção para que ela existisse; [...] Em segundo estágio: o ato do registro que deu origem à materialização da fotografia. Finalmente, o terceiro estágio: os caminhos percorridos por essa fotografia, as vicissitudes por que passou, as mãos que dedicaram, os olhos que a viram, as emoções que despertou (p. 45).

Nesse sentido, pensando nos estágios elencados por Boris Kossoy (2001) para explicar os caminhos percorridos pela imagem, quanto recurso histórico, podemos trazê-los à luz da reflexão acerca das manipulações. Pode-se identificar que o primeiro estágio, que diz respeito à intenção, é o em que aquele que vai fotografar intenciona o que vai ser capturado. Imagina, leva em consideração seus interlocutores e as possíveis réplicas, que são as respostas que essa imagem terá ao ser lida.

É nesse estágio que começam as "manipulações" da imagem. Nesse momento, o fotógrafo vai pensar quais configurações de lente vai utilizar, qual possível enquadramento, ângulo, pose, cenário, enfim, como se dará a produção da imagem. Porém, não é limitado a este estágio, já que na materialização também é possível que a imagem seja alterada, seja na relevação, no caso dos negativos, seja na pós edição, nos casos de fotografias digitais.

E por fim, os caminhos percorridos pela fotografia também pode-se perceber a possibilidade de manipulação, que seriam, por exemplo, as modificações de contexto, de legenda. Sobre isso, Susan Sontag (1997) trata que:

A foto é uma fina fatia de espaço bem como de tempo. Num mundo regido por imagens fotográficas, todas as margens ("enquadramento") parecem arbitrarias. Tudo pode ser separado, pode ser desconexo, de qualquer coisa: basta enquadrar o tema de um modo diverso. (Inversamente, tudo pode ser adjacente a qualquer coisa.) (p. 18).

Podemos entender o enquadramento citado pela autora, tanto aquele que é feito no momento da captura. Uma vez que escolhemos determinada cena, momento estamos enquadrando este ínfimo instante para sempre, cena essa que é uma parte de um grande todo.

Também podemos pensar no enquadramento enquanto contexto no qual vamos incluir essa fotografia depois de materializada. Expor em uma galeria de arte, postar em um site de redes sociais, veicular em uma propaganda de *marketing*. Qualquer que seja a utilização, o

enquadramento acontecerá, e provavelmente o texto verbal ajudará a definir o sentido a ser transmitido.

De fato, as imagens podem ser dissociadas de seu tema se enquadradas em um novo e interpretadas a partir deste. E esse é o perigo quando a utilizamos em contextos de decisões políticas e sociais, por exemplo. Porém, entendemos que há limites nessa interpretação. Não é possível, por exemplo, utilizar um texto verbal que trate de felicidade associado a uma criança chorando. Se não estiver bem construído, perde o sentido. Dessa forma, é arbitrário, no ponto de vista de utilizar a critério das intenções do interlocutor, mas, fica de certa forma atrelado ao discurso que mostra a imagem.

Essas alterações de enquadramento também sempre aconteceram ao longo da história, mas no contexto atual é recorrente. Em contextos eleitorais, por exemplo, é comum encontrar imagens associadas a contextos irreais ou diferentes. Por exemplo, usar uma fotografia em que uma pessoa está com semblante bravo associado a uma manchete que diga, por exemplo: “Fulano não concorda com a nova legislação trabalhista”. A imagem não é de fato desse momento, mas é associada, e reforça o discurso, acabando por exprimir o entendimento que a foto corresponde.

Figura 41: Exemplo de imagem que colabora com o discurso.



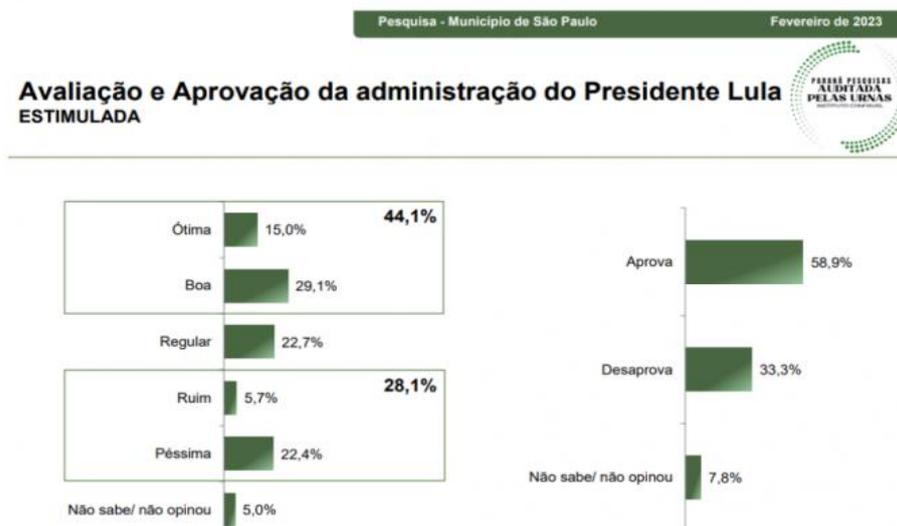
Gestão Lula é avaliada como ótima e boa por 44%, mas 51% consideram o governo péssimo, ruim ou regular - LP Informativo

Fonte: LP Informativo (2023).

A imagem trata de uma manchete de um jornal digital, o LP Informativo, veiculada no dia 28 de fevereiro de 2023. Aponta para uma pesquisa que, segundo consta na chamada, avalia que o governo Lula teve 51% de reprovação. Porém, ao ler a matéria por completo, o leitor

pode averiguar que na verdade, os índices de aprovação são maiores, como mostra o gráfico integrante da mesma matéria.

Figura 42: Gráfico informativo divergente da notícia.



Fonte: LP Informativo (2023).

As informações apresentadas na matéria são colocadas de forma a apresentar o discurso a ser transmitido, e a imagem utilizada colabora com esse discurso. A imagem que traz o atual presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, com semblante bravo e inconformado, abraça o que o texto verbal tenta trazer.

Com a imagem utilizada e as palavras distorcidas, foi possível manipular a informação. Os dados e a imagem são reais, mas os dados foram distorcidos e a imagem não foi capturada nesse contexto, mas serve para o embasar. Da mesma forma, as imagens são utilizadas para enfeitar, credibilizar, aumentar e melhorar a informação.

Além disso, também é possível usar a imagem com um texto verbal auxiliar falso ou desconexo. Nesse caso, utiliza-se uma imagem e associa a ela uma legenda completamente inverídica. Ou, pelo menos, distante do que a imagem originalmente se propunha a exprimir.

Essas imagens *fakes* ganharam muito mais espaço no contexto de sites de redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, mas foi no *Whatsapp* e posteriormente no *Telegram*, que são plataformas de compartilhamento de mensagem, que estas foram disseminadas mais amplamente e com maior dificuldade de controle.

As outras redes citadas passaram a proibir certos termos e bloquear notícias e imagens que soassem como falsas. Também os próprios usuários das redes podiam denunciá-las. Já nos

app's de mensagens, esse bloqueio era mais difícil, facilitando a ação dos criadores de notícias falsas.

Além do cenário eleitoral, no contexto de pandemia de COVID 19, a qual foi decretada em 2019 seguindo até 2023, não foi diferente. Milhares de notícias falsas circularam nas redes, tanto de desestímulo ao uso de máscara e vacina quanto notícias falsas de mortes e incentivo a usos de medicamentos não indicados pela Organização Mundial de Saúde - OMS.

Figura 43: Print da postagem da página @brasilfedecovid - Imagem 1.



Fonte: Brasil Fede Covid (2021).

Figura 44: Print da postagem da página @brasilfedecovid - Imagem 2.



Fonte: Brasil Fede Covid (2021).

As imagens acima são capturas de uma mesma postagem feita na página @brasilfedecovid do site de redes sociais *Instagram*, postada em janeiro de 2022, logo após sua veiculação no site de redes sociais *Twitter*. A @brasilfedecovid fazia, à época, e faz postagens em sua página com o intuito de informar a população e alertar sobre notícias de forma geral e também no combate às *fake news*.

O *print*¹⁸ trata de uma das imagens falsas que circularam nos sites de redes sociais e que desincentivam o uso da vacina contra a COVID -19. A vacina, com o incentivo e orientação da OMS, vinha sendo amplamente divulgada para a população. Em contrapartida, desincentivada por uma parcela da sociedade que não acreditava em sua eficácia e tentava, de várias maneiras, disseminar informações para que esta não fosse utilizada pelas pessoas.

Podemos perceber que trata da mesma imagem, a de um pai desesperado com a morte do filho. Porém a legenda, o texto-auxiliar é modificado, alterado mudando todo contexto da imagem. Foi atrelado à imagem real, um texto de um evento falso.

¹⁸ *print* equivale a captura de tela.

Na imagem à esquerda o texto fala que a morte da criança foi causada pela vacina, utilizando-se da dor transmitida pela imagem, junto a um texto verbal que expressa, também, comoção para reforçar o discurso a ser transmitido: o que o uso da vacina poderia matar. Já na imagem à direita temos o real contexto da imagem, de onde ela foi capturada, um massacre na Síria, meses antes.

Como podemos observar nos exemplos anteriores, a manipulação e a adulteração de imagens, bem como seu enquadramento ou troca de texto-verbal-auxiliar são práticas comuns no que diz respeito à utilização de fotografias. Tal prerrogativa é trazida por Boris Kossoy (2001) ao apontar que “imagens, uma vez associadas ao signo escrito, passam a “orientar” a leitura do receptor com objetivos nem sempre inocentes” (p. 113).

A vinculação de um texto verbal diferente, ou sua utilização em contexto diverso altera o sentido a ser transmitido com a imagem. O que não se pode deixar de considerar é que ainda que haja manipulações, as fotografias seguem sendo um fragmento do real, como corrobora Barthes (1984), que diz que “na fotografia jamais posso negar que a coisa esteve lá” (p. 115).

Ao nos depararmos com as imagens, não duvidamos que aquele fato ocorreu, o que torna mais difícil perceber se é caso de *fake news*. Ainda, Boris Kossoy (2001) aponta que “qualquer que tenha sido a razão que levou o fotógrafo a registrar o assunto, não haverá dúvida de que o mesmo de fato existiu” (p. 103).

O que nos diz o autor é que, apesar das intencionalidades empregadas na fotografia, seja no momento da captura, nas manipulações pré e pós produção, na forma de reprodução delas, ainda assim, não se pode negar que aquele fato existiu. A fotografia, embora passe pelas fronteiras da dúvida, nunca perdeu o *status* de realidade, de forma que segue sendo utilizada e continua mantendo sua credibilidade enquanto registro.

Para Bakhtin (2006) “cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade” (p. 33) dessa forma a imagem é um fragmento de um dado momento real. A fotografia segue conferindo ao discurso uma comprovação do real, mesmo que tenha sofrido manipulações e/ou adulterações.

E como podemos observar, é utilizada a partir das intencionalidades do seu interlocutor. Dessa forma, tanto os veículos de comunicação como a sociedade em geral usam a fotografia para se comunicar utilizando-a conforme suas intencionalidades a fim de exprimir seus discursos.

2 “QUANTOS *LIKES* ESSA FOTO MERECE?” A VIDA CONTADA EM *FRAMES* NOS SITES DE REDES SOCIAIS

A cultura de mostrar a vida através de fotografias em sites de redes sociais, de atuar no mundo pelas lentes modificou o estilo de vida da sociedade. Vivemos hoje em um tempo em que a vida gira em torno do que acontece nos sites de redes sociais. Estamos cada vez mais conectados e interligados nessas redes através da tela do celular. Pesquisas especializadas em mostrar números de usuários e o comportamento destes, como a *Tic Domicílios* (2022) e a *We Are Social* (2021), mostram que é crescente o número de adeptos ao mundo virtual.

O que acontece no mundo aparece primeiro nas telas das redes. As notícias estão lá, na maioria das vezes antes mesmo dos veículos oficiais de comunicação. E, por isso, também, tem-se ampliado o debate acerca da veracidade de determinadas notícias justamente pelo alcance e pela rapidez em que chegam aos usuários, sem haver antes uma checagem do que é ou não verdadeiro.

O que você precisa comprar é encontrado facilmente em uma busca rápida na aba *Marketplace* (mercado) do *Facebook*, ou mesmo consultando a página da marca no *Instagram*. Desde o pastel do fim de semana até um imóvel. Tudo está ao alcance dos usuários, com apenas um clique. Através das *hashtags*¹⁹ você acompanha tudo o que se fala sobre determinado assunto. E é possível, rapidamente, opinar e compartilhar esse assunto, tornando-o ainda mais acessado. A informação nas redes é instantânea.

Os sites de redes sociais conectam pessoas que estão longe e também as que estão perto. Através do *WhatsApp* é possível utilizar todos os tipos de enunciados para a interação. Seja por foto, vídeo, texto, áudio, *emoticon*,²⁰ é possível falar com um amigo do outro lado do planeta e também com sua mãe que está do seu lado no sofá. Os sites de redes sociais na internet, ainda que em certa medida tenham trazidos certos distanciamentos físicos, facilitaram em grande escala o processo de comunicação entre as pessoas.

O mundo na palma de nossas mãos é visto através de *posts*, que na maioria das vezes são feitos através de imagens. A ascensão dos sites de redes sociais na internet fez com que a

¹⁹ *Hashtag* é a união de uma palavra com o símbolo da cerquilha (#), ou "jogo da velha". A hashtag é usada nos sites de redes sociais com o objetivo de direcionar o usuário para uma página com publicações sobre o mesmo tópico. Fonte: Drubscky (2023).

²⁰ *Emoticon* é a junção das palavras inglesas *emotion* (emoção) e *icon* (ícone). Consiste em símbolos tipográficos usados em conjunto para formar figuras que ajudem a simular emoções humanas, como a tristeza ou a alegria, por exemplo. Fonte: Padilha (2014).

cultura imagética se consolidasse na vida da sociedade. Mostrar a vida em *frames* é uma cultura consolidada no meio digital.

Em um contexto onde o mundo físico vem sendo substituído pelo virtual, mostrar sua vida através das lentes tornou-se uma necessidade. Susan Sontag (1997) citando Mallarmé, que dizia que “tudo no mundo existe para terminar num livro”, diz que: “hoje tudo existe para terminar numa foto” (p. 19). O que a autora reflete corrobora com o entendimento de que o ser humano hoje necessita do registro fotográfico para ter comprovação de que determinado evento aconteceu. Mais do que isso, no campo virtual, a fotografia se tornou instrumento de confirmação existencial.

Os usuários se expressam a partir de fotografias. Uma *selfie* mostrando a maquiagem, o penteado; um bom dia desprezioso, uma tarefa executada, uma viagem de férias, aniversário dos filhos – tudo precisa ser e é registrado através das lentes do *smartphone*. A vida precisa ser mostrada, e os sites de redes sociais são como um telão, de visibilidade infinita. Susan Sontag (1997) aponta sobre isso que:

Ao munir este mundo, já abarrotado, de uma duplicata do mundo feita de imagens, a fotografia nos faz sentir que o mundo é mais acessível do que é na realidade. A necessidade de confirmar a realidade e de realçar a experiência por meio de fotos é um consumismo estético em que todos, hoje, estão viciados (p. 18).

A autora tratava da utilização das imagens quando elas ainda não estavam em tamanho uso no mundo virtual. Ao trazermos a fala da autora para o contexto atual, ela se mantém assertiva no que tange ao consumismo desenfreado de fotografias.

Uma imagem é capturada em segundos, na mesma velocidade que pode ser excluída e refeita até atingir a intenção de quem captura. Pode ainda ser editada, postada, visualizada, compartilhada em poucos minutos. A facilidade da produção imagética favorece esse consumismo. E o que antes eram elogios de poucas pessoas que podiam ver sua fotografia, em um álbum, hoje pode gerar milhões de reações dos mais diversos tipos.

Figura 45: *Selfies* e reações.



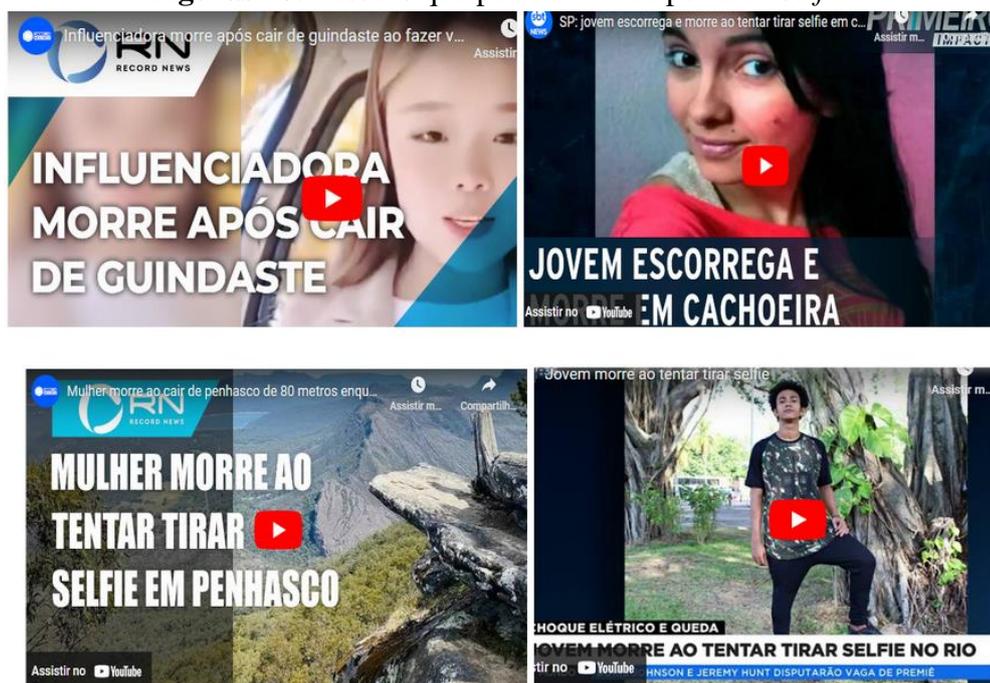
Fonte: Terapeutas Digitais (2020).

Por isso, o ato de fotografar e postar uma imagem tornou-se um ciclo vicioso nas redes. Quando uma imagem gera muita interação ela fica em evidência no site de redes sociais, trazendo sucesso àquele que a postou. Esse sucesso gera mais visibilidade, fazendo com que esse sujeito deseje postar ainda mais.

Assim, a cultura do *selfie* e da vida contada em *frames* entrou de vez na vida da sociedade, trazendo consigo uma série de consequências. O sucesso passou a ser medido pela quantidade de *likes* que sua fotografia recebeu. Dessa forma, as pessoas vêm buscando maneiras de além de se expressarem através das lentes, de que sua expressão seja vista, curtida e compartilhada.

Da mesma forma que não receber tantos *likes* é um indício de que talvez o usuário não é bem aceito, não agradou, ou sua fotografia não foi relevante para seus seguidores. Esse *feedback* imediato faz com que ele busque novas capturas incansavelmente até alcançar (ou não) os *likes* desejados. Isso tem por vezes trágicas consequências:

Figuras 46: Pessoas que perdem a vida por uma *selfie*.



Fonte: ISTO É (2021).

Os *prints* acima são de uma matéria realizada pela revista ISTO É (2021),²¹ a qual traz episódios reais de pessoas que perderam a vida ao tentar fazer uma *selfie*. A matéria aponta alguns casos de tragédia que acontecem por atos irresponsáveis, cometidos em nome dos *likes*. Muitos desses atos podem ser observados em algumas postagens de sites de redes sociais. Para alguns usuários, tudo é válido na tentativa de obter visibilidade nas redes.

Assim como as *selfies* em nome dos *likes*, existem as fotografias que são feitas exclusivamente para serem postadas. Diferentemente de tirar fotografias de determinado momento, inventa-se o momento para fotografar e postar. Cenas que são montadas para gerar uma imagem, que posteriormente vai ser curtida. Não é difícil ver pelas redes, jovens que se vestem, se maquiam, se produzem apenas para a fotografia, fazem a foto e logo tiram a montagem.

²¹ O site e indica *links* para clipes que podem ser assistidos na plataforma de vídeos, *YouTube*.

O exemplo citado é um dos que circulam nas redes. Segundo elas, é apenas para o conteúdo a ser postado, para manter seu *feed*²² atualizado, com suas curtidas diárias. Em alguns casos, postar fotografias tornou-se um aprisionamento.

Para além das questões que envolvem essa prática de postar indiscriminadamente, temos que essas postagens trazem influência, ajudam a ditar comportamentos sociais. Quando um usuário posta uma imagem em seu site de redes sociais, rapidamente aquele que interage com ela, seja de forma verbal, ou apenas por observá-la, é atravessado pelo seu conteúdo, pelos discursos contidos nela e é influenciado por eles. Sobre isso, Raquel Recuero (2009) afirma que:

Os atores são conscientes das impressões que desejam criar e dos valores e impressões que podem ser construídos nas redes sociais mediadas pelo computador. Por conta disso, é possível que as informações que escolhem divulgar e publicar sejam diretamente influenciadas pela percepção de valor que poderão gerar (p. 118).

Esse entendimento se corrobora ao pensarmos acerca da cultura do *selfie*, da vida contada em imagens e quais discursos são vinculados a estes enunciados imagéticos, as maneiras como as informações vêm sendo disseminadas no mundo virtual através de fotografias. Dessa forma, observar os sites de redes sociais e seus sites na internet significa estudar o comportamento de grupos humanos e entender suas especificidades à medida que podemos compreender os impactos que os locutores podem provocar com fotografias nos usuários de sites de redes sociais.

2.1 O advento da internet e dos *smartphones*

Vivemos conectados, interagimos com amigos e familiares que, hoje, estão a um click de distância, graças ao advento da *internet*. A partir dos anos 2000 o mundo passou a experimentar as inovações no campo da tecnologia. Dentre essas inovações aconteceu o *boom* da *internet*, evento que colocou a sociedade de vez dentro do mundo digital.

Segundo conceito trazido pelo Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE "a internet é uma rede global de computadores, porém, tecnicamente

²² “*Feed*” é uma organização do conteúdo que permite que ele seja percorrido. A palavra vem do inglês, que significa “alimentar”. Logo, a rede é alimentada por um conteúdo que é exibido em blocos e em um formato que permite que ele seja percorrido/deslizado.

pode-se afirmar que ‘Internet é a união de um enorme número de redes ao redor do mundo que se comunicam através do protocolo TCP/IP’²³.

Com a internet presente na vida da sociedade, as relações humanas passaram a estar conectadas de forma digital no chamado ciberespaço. Segundo Pierre Lévy (2010), ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores, com suas relações mediadas pelo virtual. Ou seja, é este lugar onde as relações acontecem de forma virtualizada.

Para que o ciberespaço fosse realidade, diversas inovações acerca do vasto campo da internet e dos equipamentos para conectá-la aconteceram ao longo dos anos. Sobre isso, o autor aponta que: “as tecnologias digitais surgiram, então, como infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (p. 32).

Como já havíamos comentado acerca do contexto histórico favorável para a ascensão da tecnologia, no que diz respeito às formas de utilização da internet não seria diferente. Para o advento da internet ser bem-sucedido se faz necessário que os equipamentos que façam essa conexão também sejam. Assim, as pesquisas de melhoramento e atualização das tecnologias digitais sempre estiveram em crescimento e expansão exponencial dentro do mercado favorável de industrialização e informatização que o mundo experimentava e experimenta.

Traremos alguns desses avanços neste trabalho, pois concordamos com o que sugere Pierre Lévy (2010) ao apontar que “é necessário expor as grandes tendências da evolução técnica contemporânea para abordar as mutações sociais e culturais que as acompanham” (p. 32). Dessa forma elencamos, neste subcapítulo, os pontos-chaves de evolução do acesso à internet, dos dispositivos que o permite, e os sites de rede social mais apontados nas pesquisas que norteiam esse trabalho.

No que se refere aos computadores, necessários para a utilização da internet, temos que hoje são capazes de executar tarefas mais inimagináveis, mas, foram precedidos de máquinas imensas que serviam para tarefas simples como cálculos matemáticos, e mera digitação de dados, por exemplo. Esses computadores grandes e, por força do contexto histórico e social, pouco acessíveis, passaram a dar espaço para inúmeras atualizações até o que temos hoje,

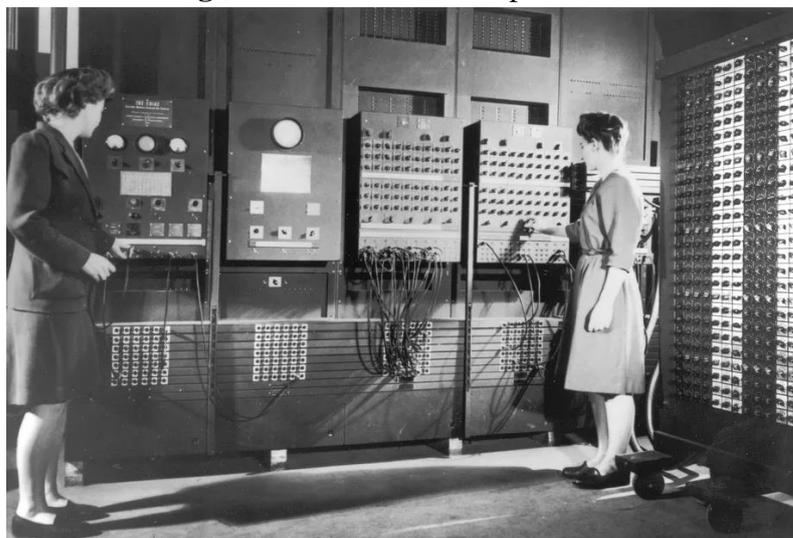
²³ TCP/IP é o conjunto de protocolos que permite todas as redes da Internet se comunicarem. Fonte: Centro de informática (2023).

computadores portáteis, acoplados a dispositivos cada vez mais rápidos e ao alcance de cada vez mais pessoas.

Segundo Gadelha (2023), o percurso da evolução dos computadores iniciou-se no século XVII com uma calculadora que somava e subtraía, que foi projetada pelo francês Blaise Pascal e, posteriormente, o alemão Gottfried Wilhelm Leibniz incorporou operações de multiplicar e dividir à máquina. O que nos parece hoje tão simples, um equipamento que faz contas em segundos, para a época era algo incrível, inovador.

Quanto aos computadores digitais, o ENIAC²⁴ é conhecido como o primeiro computador digital e eletrônico programável do mundo. Foi programado nos Estados Unidos por uma equipe majoritariamente feminina, segundo matéria do site Techtudo (2023). Projetado em 1946, tinha cerca de dois metros de altura, pesava 30 toneladas e ocupava 180 metros quadrados e servia basicamente para cálculo de dados. Cheio de cabos e fios interligados, necessitava de muito aparato para sua utilização.

Figura 47: Primeiros computadores.



Fonte: Lamim; Torres (2023).

Os computadores, então, foram evoluindo ao longo dos anos tanto quanto ao seu aspecto, formato, capacidade de armazenamento, quanto para suas funcionalidades. Ainda nos anos 90 surgem computadores capazes de acessar fax, impressoras e scanners.

As grandes máquinas deram espaço para os notebooks, computadores portáteis, que podem acompanhar seus proprietários sem a necessidade de uma conexão fixa. Esses computadores

²⁴ Electronic Numerical Integrator and Computer, em tradução livre: "integrador e computador numérico eletrônico"

portáteis não substituíram de forma total os computadores, ambos são utilizados conforme as necessidades dos usuários.

Figura 48: OSBORNIE.



Fonte: Bring IT (2023).

O Osborne 1, desenvolvido por Adam Osborne (1939-2003) em 1981, foi o primeiro computador portátil comercialmente bem-sucedido. Desde então, os notebooks e máquinas de computadores seguem em constante evolução.

No que se refere à internet e o quanto ela modificou a vida da sociedade, pode-se dizer que seu início começa nos anos 90. Segundo matéria do *site Rockcontent*, a qual trata da história da internet, foi em 1961 que tal percurso se iniciou. O artigo traz que Leonard Kleinrock apresentou em sua tese de doutoramento no *Massachusetts Institute of Technology* - MIT, sua teoria de comutação de pacotes. Segundo o estudioso, “dois servidores poderiam se comunicar para enviar e receber informações transportadas por pacotes por meio de uma rede de nós.”

Posteriormente, em 1965, foi criada a primeira WAN²⁵ da história, por Lawrence G. Roberts (1937-2018), em Massachusetts, e Thomas Merrill, na Califórnia. Os inventores conseguiram conectar 2 computadores através de uma linha telefônica comutada. No ano seguinte, começa os estudos do plano da ARPANET (Rede de Agências de Projetos de Pesquisa Avançada ou Rede da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada dos Estados Unidos) que possibilitou em 1969 a conexão entre dois computadores.

²⁵ Wide Area Network em tradução livre: Rede de área ampla

A internet, que tinha como propósito inicial servir de meio de comunicação aos militares e cientistas na guerra fria, passou a servir de comunicação para sociedades do mundo inteiro. Assim, com o surgimento da internet, os computadores passaram a estar conectados e interligados na chamada “rede mundial de computadores”. Segundo Pierre Lévy (2010), desde o computador pessoal:

O computador iria escapar progressivamente dos serviços de processamento de dados das grandes empresas e dos programadores profissionais para tornar-se um instrumento de criação (de textos, de imagens, de músicas), de organização (bancos de dados, planilhas), de simulação (planilhas, ferramentas de apoio à decisão, programas para pesquisa) e de diversão (jogos) nas mãos de uma proporção crescente da população dos países desenvolvidos (p. 32).

De fato, após a disseminação das possibilidades de usos do computador ele deixa de ser ferramenta corporativa e abre caminhos para fins pessoais. Pierre Lévy (2010) cita os mais comuns, que no final dos anos 90, contexto em que o autor discorre, eram as possibilidades entregues pela máquina. Porém, nesse contexto de inovações tecnológicas, de crescimento exponencial de funcionalidades dos microcomputadores, as funções elencadas por Pierre Lévy cresceram e muito. Com a ascensão da internet nos anos seguintes, essas funcionalidades permitem muito mais do que ferramentas de uso, mas ferramentas de comunicação.

A partir dessa junção de computadores mais acessíveis e com a possibilidade de conexão à internet, ainda que menos veloz, permitiam, cada vez mais facilmente a interconexão entre pessoas. E assim, a cibercultura entrou de vez na vida da sociedade.

Definida como “um conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 2010, p. 17) a cibercultura que trata o autor é, portanto, um conjunto de transformações socioculturais que vieram com essas inovações tecnológicas.

À medida que a internet foi se popularizando, foi aumentando a possibilidade de usos tanto da conexão quanto dos microcomputadores. Para além de processamento de dados, passou a ser possível programas que executam as mais inovadoras tarefas, busca e pesquisas, e o principal, a conexão entre pessoas.

Ainda na era dos computadores como meio mais utilizado para acesso à internet, diversos novos meios de comunicação começaram a ser utilizados. Programas e aplicativos de troca de mensagens foram aos poucos substituindo os demorados fax e, com o tempo, as ligações telefônicas.

Figura 49: *Notebooks.*



Fonte: Karasinski (2009).

O pioneiro dos *app*'s de mensagem, o e-mail, que é basicamente um aplicativo que envia e recebe mensagens, surgiu ainda com a ARPANET em 1971, porém se popularizou em 1996, quando o *Hotmail* (provedor de e-mail) disponibilizou contas gratuitas para o público em geral. Hoje, é uma ferramenta indispensável para qualquer uso na internet.

Com o passar do tempo, começou a ser possível, além de enviar mensagens de texto, anexar arquivos de mídia, o que permite não só troca de mensagem pessoal. Funciona como uma ferramenta de auxílio à diversas possibilidades de uso como *marketing*, anúncios, vendas, ou seja, comunicação de todo tipo.

O *e-mail* é um dos infinitos programas que surgiram com a cibercultura. O computador, dispositivo capaz de realizar tudo que o mundo da tecnologia e da informação digital pode oferecer, entrou de vez na vida da sociedade. As pessoas passaram a estar cada vez mais informadas, conectadas e tiveram suas atividades facilitadas.

O mundo começou a viver de forma diferente desde então, estar conectado implica e em estar informado imediatamente. As mudanças sociais que ocorreram com a ampliação do ciberespaço são contínuas e até hoje seguem em constante evolução.

Com a internet permeando a vida da sociedade, e com o avanço das configurações dos computadores, surge a possibilidade de colocar nos telefones celulares algumas das principais funções executadas por esses dispositivos. Os telefones móveis, que apenas executavam chamadas telefônicas passaram a contar com a possibilidade de acesso à conexão de internet.

Foi a Nokia, em 1996, a primeira a lançar, o primeiro telefone com acesso à internet no mundo, o Nokia 9000 Communicator.

Figura 50: Primeiro *smartphone*.



Fonte: Kleina (2015).

Os *smartphones* chegaram ao mercado tecnológico com força total. As grandes marcas como a *Apple* passaram a investir e melhorar as configurações dos aparelhos. Com esse mercado em grande avanço e com acesso à internet facilitado, não demorou muito a ser preferência dos consumidores que desejavam conexão para fins mais pessoais do que profissionais.

Segundo dados da pesquisa *Tic Domicílios* (2022), em 2015 50,9 % das pessoas entrevistadas tinham acesso à internet; 49,6% tinham computador. No que diz respeito ao telefone móvel 83,9% tinham celular, porém 56,1% das pessoas usavam internet do aparelho. Já em 2021, 81,5% dos ouvidos têm acesso à internet; já o número de pessoas com computador em casa caiu para 39,2%. 88,8 destes, dizem ter telefone celular e subiu para 84,8 % o número de pessoas que utilizam internet do aparelho celular

Esses dados coletados pela pesquisa *Tic Domicílios* (2022) apontam que o número de pessoas com acesso à internet só cresce, e que o uso do telefone celular para acessá-la vem sendo preferido dentre os consumidores. Assim, no ciberespaço, nos dias atuais, as interconexões são mediadas também por *smartphones* e dispositivos móveis em geral.

Com a utilização de dispositivos móveis para acesso à internet surgiram os mais diversos aplicativos, que são programas que já vêm acoplados no dispositivo, ou podem ser

“baixados” no celular, executando as mais diferentes tarefas. Os telefones, no início de sua evolução, contavam com programas básicos já disponíveis de fábrica, como calculadora, despertador, agenda, jogos e alguns com câmera de foto e vídeo.

Posteriormente, esses apps foram sendo desenvolvidos cada vez com mais especificidades e são atualizados constantemente. Hoje é possível ter um aplicativo para funções das simples até às mais complexas. Jogos mais avançados, app de edição de texto, de imagens, transmissão de dados, localização, câmeras, tradutores, leitura de livros, agendas, compras, banco. Ou seja, executores de tarefas infinitas.

Figura 51: Um mundo de aplicativos.



Fonte: Nuvens (2021).

Esses aplicativos modificaram a vida da sociedade. Cartas foram substituídas por *e-mail*, e depois por mensagens de áudio e chamadas de vídeo; livros físicos por digitais; A escrita já com um corretor avisando os erros gramaticais; cálculos feitos em segundos. Possibilidade de comprar e receber seus pedidos sem sair de casa; pagar contas. Uma infinidade de tarefas que antes eram feitas com dificuldade ou pelo menos com deslocamento, presença física, hoje é feito através de um click, em rede. Consequentemente, o mundo digital começou a substituir o físico. As relações humanas passaram, portanto, a acontecer de forma virtual, no ciberespaço teorizado por Pierre Lévy (2010).

2.2 Ascensão dos sites de redes sociais

Ainda, no campo dos aplicativos, e de tudo que eles podem possibilitar, existem aqueles que permitem o acesso aos sites de redes sociais na internet, que são como espaços ou estruturas no campo virtual, onde os usuários podem manter conexões e interagirem entre si. Raquel Recuero (2009) traz a definição de rede social como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (p. 24).

Na internet, esses atores estão interconectados no ciberespaço. Essa interconexão não se baseia em estruturas fixas, sendo dinâmica e modificável no tempo e no espaço. Ou seja, elas dependem da interação entre os atores e de sua mediação virtual. Assim, “redes sociais” “seria um termo mais amplo para compreender a sociedade em rede e suas relações sociais” (Recuero, 2009). Essa ferramenta mediada pelo computador (Recuero, 2009, p. 24) possibilita que os usuários se expressem e socializem entre si.

As redes sociais e os sites de redes sociais na internet hoje fazem parte de nossas vidas. Vivemos em um tempo em que a vida gira em torno do que acontece nos sites de redes sociais. Estamos cada vez mais conectados e interligados nessas redes através da tela do celular. Temos redes que são hoje indispensáveis para a vida em sociedade; que estão arraigadas no modo de vida da sociedade do século 21.

Alguns fatos sociais corroboram para que as redes tenham ascendido ainda mais, como a Pandemia de COVID 19, que assolou o planeta em 2019, na qual o mundo precisou parar, se isolar para a não proliferação do vírus. Por consequência, passou a depender dos meios digitais para interação e comunicação.

Com a internet e as redes possibilitando a interação das pessoas, foram soluções para problemas que a pandemia trouxe, como divulgação de notícias; contato com familiares, que não podiam ser feitos de forma física, por exemplo. Os sites de redes sociais, nesse contexto, foram essenciais para que as pessoas sobrevivessem ao caos que foi o distanciamento social, devido à pandemia. Sobre esses dados, Inês da Mota (2022) traz um levantamento que aponta que:

O aumento da interação nas redes sociais aumentou 61% durante a primeira fase da pandemia (Fullerton, 2021). Estima-se que 3.23 bilhões de pessoas, ou seja 80,7% de utilizadores da internet do mundo todo, usaram redes sociais pelo menos uma vez por mês em 2020 (p. 22).

Assim, pode-se dizer que as interações nas redes sociais aumentaram pois muitos dos usuários de internet, que ainda que não tinham se rendido ao universo das redes sociais, precisam fazê-lo, pois no contexto, era onde era possível manter contato com familiares e amigos, obter notícias do mundo e ainda, encontrar refúgio e diversão. Porém, esses usuários uma vez dentro do mundo virtual, difícil torna-se para sair dele.

Apesar de as redes e os sites de redes sociais entrarem em evidência depois dos anos 2000, um dos pioneiros, ou que funcionava com o mesmo princípio, foi o site SixDegrees em 1997. Segundo Moura para o site Techtudo (2022):

é considerada a primeira rede social da história da Internet. O site foi pioneiro ao oferecer recursos que são comuns nas plataformas de hoje, como se conectar com outros usuários, criar perfis e organizar grupos. A rede foi batizada conforme a Teoria dos Seis Graus de Separação, que afirma que todas as pessoas do mundo estão interligadas por seis laços de amizade (n.p).

Essas conexões são trazidas por Raquel Recuero (2009) ao citar modelos de redes sociais, que trata como metáforas estruturais. Exemplificando teorias quanto às estruturas das redes, Raquel traz o conceito de teoria “mundo pequeno”, a qual diversos estudiosos se embasam, como o de Watts e Strogatz que utiliza um modelo que, segundo ela:

É especialmente aplicado para as redes sociais e mostra uma rede mais próxima da realidade dessas redes: cada um de nós tem amigos e conhecidos em vários lugares do mundo que, por sua vez, têm outros amigos e conhecidos em vários lugares do mundo que, por sua vez, têm outros amigos e conhecidos. Em larga escala, essas conexões mostram a existência de poucos graus de separação entre as pessoas no planeta (p. 64).

Figura 52: Clusters.



Fonte: Raquel Recuero (2009, p. 64).

A figura trazida pela autora evidencia os nós que surgem a partir desses laços sociais e que conectados, transformam um “mundo pequeno numa grande rede” (p. 64), e que “estaríamos a apenas seis graus de separação uns dos outros” (p. 69).

O SixDegrees, extinto em 1999, tinha como objetivo “estabelecer contatos e fazer conexões pela Internet”. O site foi precursor das redes posteriores, que foram evoluindo até o que temos hoje. Redes que vão se adequando ao modo de vida dos usuários, que moldam comportamento, vontades, costumes e que ajudam a manter ou ditar ideologias.

Figura 53: Primeiro site de redes sociais.



Fonte: Moura (2022).

Baseados nesses estudos, e no sucesso da possibilidade de conectar cada vez mais pessoas, diversas redes foram surgindo, cada uma com seu propósito de diferencial, mas todas conectando os atores (usuários) aos seus desejos de estar próximos, virtualmente, de tudo que acontece no mundo. Como primeiras opções, as redes sociais traziam como grande diferencial a possibilidade de ter “amigos”, permitindo que o usuário envie e aceite convites e possa manter laços com esse amigo. Também, a possibilidade de formar grupos, comunidades com interesses em comum.

No Brasil, nos anos 2000, o *Orkut* foi o site de redes sociais que teve mais adeptos. Desenvolvido por Orkut Büyükkökten, funcionário do Google, suas ferramentas possibilitaram que as pessoas experimentassem o que é estar em rede e ter acesso a informação de forma instantânea.

Figura 54: Orkut.



Fonte: Marques (2022).

Chegou a contar, no seu auge, com mais de 300 milhões de usuários. Ao criar seus perfis, o ator social indicava seus gostos e interesses. Entre os atrativos se destacava poder criar álbuns de fotografias, criar e participar comunidades específicas das mais inusitadas. Ainda, era possível enviar e receber depoimentos e mensagens/recados, que contavam com *scraps*, que eram recados prontos que contavam com imagens e texto animados.

Dessa forma, a sociedade já começa a sentir o que os sites de redes sociais trariam nos anos seguintes. Muitas pessoas aderiram a elas, pois era onde seus amigos estavam. As conexões foram sendo cada vez mais ampliadas e a cibercultura tornou-se realidade.

O *Orkut* perdeu sua preferência com a chegada do *Facebook*, e teve seu fim decretado em 2014, depois de soar cansativo por entregar mais do mesmo. O seu sucessor trouxe novas possibilidades de interações. Novidades que ganharam a atenção dos usuários.

Desenvolvido em 2003 por Mark Zuckerberg, conta com algumas semelhanças com o agora extinto *Orkut*, porém funciona de forma mais dinâmica e é atualizado à medida que as preferências dos usuários vão modificando. Para ser usuário, é preciso criar uma conta e um perfil, o qual, assim como *Orkut*, indica as intenções e características de cada ator.

Figura 55: *Print da tela inicial - Facebook.*



Fonte: *Facebook (2023).*

O *Face*, como é popularmente chamado, conta com ferramentas que permitem que seus atores, além de se conectarem com seus amigos, compartilhem suas vidas através da tela. Com a frase de chamada “no que você está pensando?” te convida a expor histórias, sentimentos, notícias, opiniões. Conta ainda com ferramentas de negócios, como os “anúncios”, que possibilitam promover de forma paga determinada postagem ou perfil.

Com isso, esse site de redes sociais passou a servir como fonte de renda para algumas pessoas. Não à toa, se mantém até hoje como uma das redes mais acessadas pelos usuários. Conta com 2 bilhões de usuários e é, segundo o *Rockcontent (2023)*, o site mais acessado do mundo, atualmente.

No campo dos sites de redes sociais que tem como preceito o envio e recebimento de mensagens, o *WhatsApp* é líder. Criado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum, teve como principal diferencial a possibilidade de enviar e receber mensagens de forma gratuita, o que antes era tarifado com os *SMS's*²⁶ oferecidos pelas companhias telefônicas.

²⁶ Short Message Service, em tradução livre: Serviço de Mensagens Curtas.

Figura 56: *WhatsApp*.



Fonte: Universo Negócios (2020).

Mais que mensagens de texto, com o *WhatsApp* é possível enviar de forma instantânea arquivos de áudio e imagens. Também, traz a ferramenta de criar grupos e postagem de *status*, onde o usuário pode compartilhar suas postagens, que podem ser vistas pelos seus contatos. E a que o torna ainda mais democrático, as chamadas de vídeos, nas quais o usuário pode se conectar em vídeo com uma ou mais pessoas ao mesmo tempo.

O *Facebook*, por sua vez, tem cerca de 2 bilhões de adeptos em todo o mundo e é a ferramenta mais utilizada na comunicação nos dias atuais. Com a chegada desse *app*, as ligações telefônicas e mensagens via *SMS* são quase que dispensáveis e a comunicação passou a ser muito mais dinâmica. Não só entre amigos, mas entre empresa e cliente, entre instituições, entre órgãos governamentais e cidadãos.

No que tange às redes de acesso à informação rápida, em que é possível dar opinião, ter acesso a conteúdos de forma imediata, o *Twitter* é o site de redes sociais dominante. Criada por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone, em 2006 é uma espécie de microblog que permite que o usuário cadastrado publique textos, que na maioria das vezes, são opiniões quanto aos acontecimentos do mundo com caracteres limitados, marca registrada da rede.

Figura 57: Twitter.



Fonte: Figueiredo (2023).

Com as novas atualizações, essas postagens passaram a contar com a possibilidade de incluir fotografias e vídeos, tornando-a ainda mais atrativa. Hoje ela é utilizada por cerca de 229 milhões de pessoas no mundo todo. O grande diferencial dessa rede, além de ser o lugar onde é possível emitir sua opinião, é que existem os *trending topics*, que são os assuntos mais comentados do momento os quais o usuário encontra o que está acontecendo no mundo em tempo real e opina sobre ele. O *Twitter*, assim como outras redes, teve e tem papel fortemente ativo no cenário político. Por ser um espaço que é possível emitir opinião e disseminá-la rapidamente, as intenções políticas e veiculação de notícias que ajudam a firmar posicionamentos políticos.

Da mesma forma que é veiculado fatos reais, pode-se propagar e fazer “viralizar²⁷” as notícias falsas, que podem tanto eleger um candidato, quanto levá-lo à derrota. Utilizando as famosas *hashtags* (#), que funcionam como um *hiperlink*, o assunto entra nos *trending topics*, que são acessados e compartilhados por milhares de pessoas em todo mundo.

E no cenário de eleições esses assuntos giram em torno de disseminação de notícias e opinião acerca dos candidatos. Figuras políticas como Donald Trump, nos Estados Unidos, fizeram do da plataforma um espaço de agenda eleitoral e obtiveram êxito em suas campanhas.

²⁷ Viralizar nas redes é quando determinado conteúdo, postagem se espalha de forma rápida, viral.

Seguindo nesse caminho, no que se refere a sites de redes sociais, existem aqueles que têm como foco o compartilhamento de imagens. O *Fotolog*, que funciona como uma espécie de blog, em que as postagens eram feitas através de imagens. O usuário postava sua foto que poderia ir acompanhada de um texto verbal. Essas fotos eram postadas em uma espécie de álbum que tinha um número limitado de fotografias.

Figura 58: *Fotolog*.



Fonte: Olhar Digital (2016).

Antecessor do *Instagram*, funcionava de forma parecida. Porém, por estar em um contexto onde as fotografias eram feitas a partir de câmeras, demandava um pouco mais de trabalho para serem postadas. Com a chegada do *Facebook*, que permitia o mesmo tipo de interação e acrescida de outras funcionalidades, e posteriormente, com o *Instagram* o *Fotolog* foi perdendo adeptos. O site surgiu por volta dos anos 2000 e saiu do ar, já quase sem acessos em 2016.

Cabe ressaltar que os sites citados aqui e outros não trazidos neste trabalho também permitem o compartilhamento de imagens. Porém, não foram desenvolvidas com o intuito de compartilhamento exclusivo ou preferencial de imagens, que é o caso do *Fotolog* e do que falaremos a seguir, o *Instagram*.

2.3 *Instagram* e a cultura do diário em fotografias

Em 2010 surge o *Instagram*, projetado inicialmente para usuários do sistema *IOS*²⁸, teve seu início como uma plataforma que possibilita que os usuários postassem seus cliques em forma de stories e marcassem o local, ou seja, fizessem *check in*. Seus criadores, o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, ambos engenheiros de software, desenvolveram o app que no mesmo dia foi recorde na Apple Store (loja virtual, onde são disponibilizados os app para sistema *IOS*). Em pouco tempo, ganhou o gosto do público e foi disponibilizado para o público usuário de Android.

Figura 59: *Instagram*.



Fonte: Logos Marcas (2022).

Inicialmente o *app* permitia a captura de fotografias inspiradas no formato *Polaroid*, quadrado. Permitia que seus usuários fotografassem a partir da câmera do próprio aplicativo, sendo possível postar apenas essas fotografias em tempo real. A plataforma passou e passa constantemente por diversas atualizações, sempre buscando se adequar às tendências sociais.

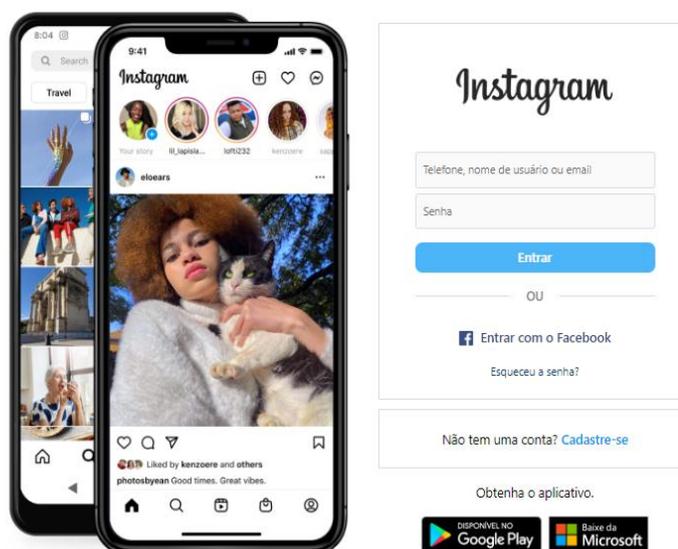
Os textos verbais nesse aplicativo são utilizados como legendas das fotos, não sendo possível postar somente textos verbais, como nas outras redes. Criada com a finalidade

²⁸ IOS: iPhone Operating System, em tradução livre: sistema operacional do iPhone.

exclusiva de compartilhamento de fotografias, ao longo do tempo foi incorporando outras mídias como vídeos e músicas. Fato esse que indica que o *Instagram* prioriza o conteúdo imagético ao verbal.

Cabe ressaltar que a afirmação se refere ao entendimento que o *Instagram* não permite que seja digitado um texto verbal que imediatamente possa ser postado no *feed*, como acontece com os demais sites de rede sociais. Uma forma encontrada pelos usuários é digitar o texto com outro recurso, como um documento de texto. Deste, é produzido um *print*, que posteriormente é postado, em formato de imagem.

Figura 60: *Print* da tela inicial - *Instagram*.



Fonte: *Instagram* (2003).

Para ser usuário da plataforma, é preciso criar uma conta e um perfil, a página inicial onde é mostrado esse perfil é chamado de IG (abreviação para *Instagram*). Com o *nickname* (apelido) escolhido acompanhado do @, o usuário pode adicionar seus amigos, chamados de “seguidores”. Quanto mais seguidores o usuário atingir, maior é sua relevância na plataforma, mais seu conteúdo é entregue a outros usuários e esse ciclo se repete.

Figura 61: @Cristiano: Usuário com maior número de seguidores.



Fonte: Ronaldo (2023).

Até a revisão deste capítulo, em 04 de setembro de 2023, o @ com maior número de seguidores no *Instagram*, além da conta da própria plataforma, é a do jogador de futebol Cristiano Ronaldo, que conta com a marca de 595 milhões de seguidores.

Ter muitos seguidores, implica ser influente. Assim como no mundo físico, uma pessoa influente dita tendências e inspira vontade. Um ator social das redes é influente por ter um número considerável de seguidores e ter muita interação em suas postagens.

O usuário além de postar, ou seja, enunciar, pode curtir, comentar e compartilhar conteúdos de seus seguidores, que assim também podem o fazer. Esse processo de curtir, comentar e compartilhar são as interações entre os atores, cada ator vai reagir de determinada forma ao conteúdo postado.

As reações são uma espécie de régua para definir se o @ é relevante, influente na rede. Ao postar, o “sucesso” da postagem pode ser percebido pela quantidade de curtidas na publicação e/ou pelos comentários que podem ser feitos nestas postagens. Os comentários e compartilhamentos não significam que o sucesso da postagem se deu porque o interlocutor que interagiu de fato gostou.

Podem aparecer também os comentários negativos, pelos usuários chamados de *haters*, que mantêm perfis que disseminam discursos de ódio. Os compartilhamentos também podem acontecer, pois o interlocutor deseja mostrar a outros aquela publicação, mesmo que seja porque não gosta ou não concorda com o enunciado.

A partir desses comentários, é possível perceber as reações à postagem publicada, se aquilo que ela propõe foi aceito ou rejeitado, se agradou ou desagradou os seguidores. E ao

observar tanto o enunciado, quanto as reações a ele, pode-se perceber como estes atores/interlocutores estão recebendo os discursos transmitidos nas postagens. Falaremos mais sobre isso ao longo do trabalho.

Da mesma forma que os sites de rede social anteriores, o *Instagram* é um espaço no qual os atores agem e expressam suas intencionalidades e sociabilizam. Raquel Recuero (2009) aponta que: “estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (p. 22).

Por isso, observar as redes sociais e os sites de redes sociais na internet é estudar as relações humanas. A site de redes sociais modificou a sociedade, modificou os processos sociais que agora são mediados por computador. Observar os comportamentos nesses espaços é observar a sociedade, uma vez que a vida, nos dias de hoje, acontece nos sites de redes sociais.

Segundo a pesquisa *Social Média Trend* realizada em 2019, 76% dos usuários utilizavam a internet para acessar os sites de redes sociais diariamente. Esses números só aumentam, como pode ser observado nos dados publicados em parceria entre a *We Are Social* (2021) e a *Hootsuite* (2021): em média, mais de 1,3 milhão de novos usuários ingressaram nos sites de redes sociais todos os dias durante 2020, o que equivale a cerca de 15½ novos usuários a cada segundo. Os dados estimam, ainda, que são 4.20 bilhões de usuários de sites de redes sociais no mundo, equivalente a 53,6% da população mundial.

Esses dados apontam que a sociedade se modificou. O mundo está conectado e interagindo de forma digital. Portanto, adquirindo novos comportamentos, seguindo novos padrões, que dia após dia, vão se tornando mais distantes do que vivemos até a chegada da cibercultura.

Vivemos em rede, mantemos contato com familiares e amigos, nos comunicamos, e atuamos no mundo mediados por um dispositivo, seja ele um computador ou um celular. As empresas estão cada vez mais dependentes dessas redes para vender seus produtos, e os consumidores buscam produtos almejados nestes espaços virtuais, pois sabem que ali encontrarão. Lemos notícias, fazemos pesquisas, formamos grupos de apoio.

Ou seja, estabelecemos essas relações que são mediadas pelo virtual. Portanto, vivemos conectados, estamos cada dia mais incluídos na cibercultura, teorizada por Pierre Lévy em 1999, que agora é uma realidade ainda mais palpável com a infinidade de atualizações que ocorrem desde então.

2.4 A tendência de comunicação não-verbal nos sites de redes sociais.

Segundo dados da pesquisa *We Are Social* (2021), em 2020, entre os principais motivos para utilizar os sites de redes sociais estão: manter-se atualizado com as notícias e eventos atuais, encontrar conteúdo engraçado ou divertido, ficar em contato com o que os amigos estão fazendo e compartilhar fotos e vídeos com outros.

De fato, as notícias são encontradas mais facilmente nos sites de redes sociais. Mesmo que determinado veículo de comunicação publique determinada notícia em seus sites, uma vez que os jornais impressos, já são coisa do passado, o próprio veículo, seja jornal, revista, informativo irá publicar a chamada também em suas redes sociais. Além disso, diversos são os perfis especializados em notícias.

Da mesma forma substituindo a popular “boca a boca” do mundo físico, nas redes determinado assunto pode se espalhar muito rápido, uma vez que as páginas @ são seguidas, e conseqüentemente, visualizadas por milhares de pessoas. As reações tornam o assunto em evidência e se espalha de forma viral, tanto em um nível micro, como no macro. É possível ter notícia em primeira mão desde um assalto em seu bairro, a um evento no outro lado do mundo. Ter um dispositivo com câmera em mãos e a possibilidade de compartilhar em tempo real torna o acesso à informação instantâneo.

Assim como as informações, as tendências e ideologias são disseminadas de forma muito mais facilitada. Como já comentamos, quando citamos o *Twitter*, correntes políticas podem ser disseminadas e/ou minadas a partir de uma simples postagem. Segundo a pesquisa de opinião realizada pelo DataSenado em 2019, 45% dos entrevistados levam em consideração as informações vistas nos sites de redes sociais em período eleitoral.

A pesquisa aponta ainda que 83% destes acreditam que os conteúdos postados influenciam a opinião das pessoas. A pesquisa avaliou em um contexto eleitoral, no qual é sabido que os sites de redes sociais atuam como campo de debate e propagação de notícias e informações em geral. Mas não é só neste contexto que os sites de redes sociais influenciam a vida dos usuários.

Como mencionamos, compartilhar fotos e vídeos com outros está entre os principais motivos que fazem os usuários de internet entrarem nos sites de redes sociais. Com a popularização destes mostrar a vida, em um contexto no qual as câmeras digitais já estão acopladas aos *smartphones*, se tornou ainda mais atraente.

A dificuldade de postar as imagens e enunciar de forma imagética no início fazia com que o texto verbal fosse eleito pelos usuários. Ainda assim os *posts* com imagens eram muito

mais atrativos e preferidos. A *Social Media Trend*, divulgada em 2019, constatou que 75% dos conteúdos divulgados nos sites de redes sociais eram imagens e *gifs*²⁹. Esses dados seguem aumentado, uma vez que o imagético está cada dia mais presente nas redes.

A pesquisa *We Are Social* (2021) traz que em 2020, o *Instagram* foi o quinto *site* mais visitado do mundo, hoje sendo o 5^a site de redes sociais mais acessada e está em 3^o no ranking de maior tempo gasto pelos usuários, 10.3 horas/mês gastas em tela no *app*. Revela ainda que 64,9% dos conteúdos postados na rede *Instagram*, que como já dissemos prioriza o imagético, são de fotos. Então, nesse contexto de tecnologia e sites de redes sociais em ascensão, a vida evidenciada em fotografias passou a ser cada vez mais inserida no nosso cotidiano.

Passamos a ser mediados digitalmente e expostos ao universo das imagens. Os objetivos dessas postagens são os mais variados como o de apenas mostrar seu dia a dia, mostrar foto do filho; divulgar fatos ou situações cotidianas, dar opinião, aproximar-se de pessoas, ensinar ou dar dicas, tornar-se conhecido, divulgar seu trabalho ou conteúdo artístico que criou e vender produtos e/ou serviços etc.

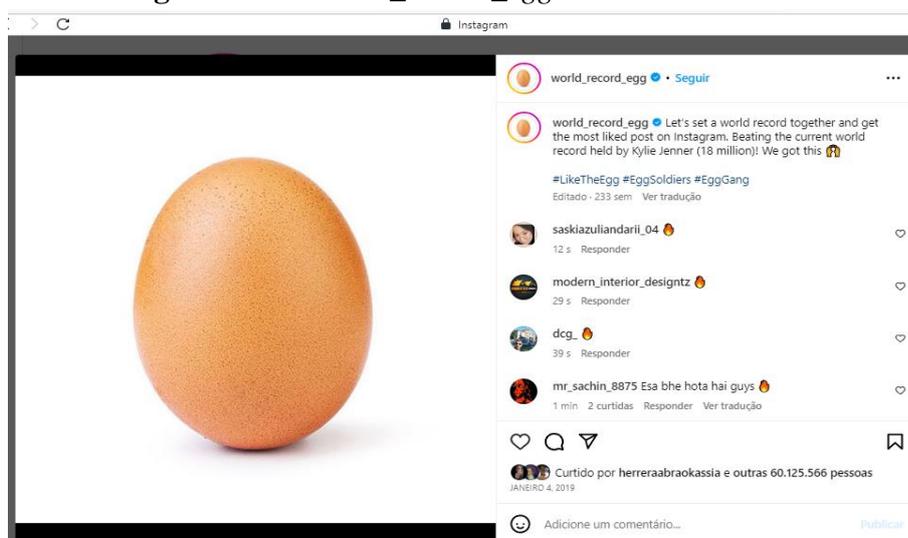
Susan Sontag (1977) cita, quando falamos do contexto da evolução da fotografia, sem ainda estamos necessariamente falando de fotografias postadas nos sites de redes sociais, que “parece decididamente anormal viajar por prazer sem levar uma câmera. As fotos oferecerão provas incontestáveis de que a viagem aconteceu” (p. 11). A autora tratava do *status* de realidade das fotografias, mas essa premissa se aplica na realidade atual.

Os sites de redes sociais são um campo fértil para que essas imagens, que são prova de que o fato aconteceu, sejam mostradas. A sociedade que antes podia apenas imprimir/revelar as imagens e mostrá-las a um número reduzido de pessoas, agora podem divulgá-las ao mundo todo.

Esse processo de mostrar a imagem nas redes e receber curtidas e ou comentários empolgou os atores, que passam não apenas a postar as fotografias capturadas dos seus momentos pessoais. Os usuários passaram a produzir as fotografias para que tenham curtidas e comentários, ou seja, visibilidade nas redes. Hoje se produz imagens e audiovisuais para serem postados, para gerar conteúdo. Quanto mais conteúdo postado, mais chances de estar em alta na plataforma, maior o número de seguidores, curtidas e comentários. Como já mencionamos, as reações nas postagens medem o sucesso, a relevância do conteúdo, e, por consequência, do @, o usuário.

²⁹ *GIF* é sigla para Graphics Interchange Format, em tradução livre: Formato de Intercâmbio Gráfico, é um formato de imagem que pode ser usado para imagens estáticas ou animadas utilizadas em espaços virtuais.

Figura 62: @world_record_egg: Recorde de curtidas.



Fonte: Egg Gang (2023).

Até o final de 2022, a foto com mais curtidas na história do *app* era a de um simples ovo. A postagem foi feita pela conta @world_record_egg que tem apenas essa postagem. Segundo o site *Techtudo*, o propósito era desbancar a foto mais curtida do *Instagram*, da influenciadora digital Kylie Jenner. Com o apelo, a foto circulou o mundo e se tornou por bastante tempo a foto mais curtida da história da plataforma.

A brincadeira foi um desafio para vencer os *likes* da fotografia da influenciadora Kylie Jenner, que recebeu suas curtidas de forma orgânica, 18,3 milhões de *likes*. Obter mais de 18 milhões de curtidas em uma postagem, torna o usuário um @ de sucesso, significa que o que é enunciado por esse ator, é visto por pelo menos esse número de interlocutores.

Dessa forma, as interações geram engajamento ao usuário, que nos sites de redes sociais é primordial para ser bem-sucedido. Por isso, produzir cada vez mais imagens para serem postadas, a fim de se aproximarem de marcas expressivas como essa é uma realidade nas redes.

Não demorou muito para as grandes marcas e empresas perceberem que os sites de redes sociais são um campo fértil de investimento de *marketing* para seus produtos e serviços. Os contratos milionários com canais de televisão, por exemplo, foram trocados por anúncios pagos aos próprios atores, que passaram a ser intitulados, como Kylie Jenner, influenciadores digitais.

Em alguns casos, leia-se muitos casos, o @ passou a ser um negócio lucrativo. O site *Opinion Box* (2023) realizou uma pesquisa que constatou que 70% dos usuários do *Instagram* entrevistados seguem influenciadores e que 61% disseram já ter comprado algo que um influenciador digital estava indicando ou usando.

Dessa forma, ao postar uma foto com uma roupa, calçado de determinada marca, ou simplesmente mostrar determinado produto em sua *timeline*³⁰, é uma propaganda que trará muito mais visibilidade que em um anúncio de tv. Uma vez que a sociedade, hoje, gasta muito mais tempo nas telas de *smartphones* do que assistindo tv aberta, como vimos nas pesquisas anteriores. Como um espelho do que acontece na sociedade, nos sites de redes sociais existem os que vivem de exibir sua aparência, e os que vivem de vender seus serviços e produtos.

Os perfis nos sites de redes sociais começaram como uma forma de conexão com amigos, de mostrar sua vida, postar suas fotografias, seus feitos diários. O *Instagram* foi criado, inicialmente, como um dispositivo para que o usuário pudesse contar seus dias através de imagens. E assim foi. Mas com a ascendência cada vez maior do mundo virtual, com as telas sobrepondo o mundo físico, não demorou muito para que o *Instagram* e as sites de redes sociais em um geral fizessem às vezes do mundo físico, gerando, além de conteúdo de diversão, possibilidade de negócios. Há perfis, hoje, que são apenas fonte de negócio. Não apenas as páginas de instituições corporativas. Há aqueles que utilizam a plataforma como seu palco para seu trabalho, seu conteúdo.

Com as redes, surgiram novas profissões como *digital influencers*, blogueiras, administradores de sites de redes sociais, *social media*. O fato de apenas mostrar seu dia a dia, falar de assuntos específicos como maternidade, assuntos domésticos, maquiagem, moda, arte, educação, até assuntos inusitados como provar alimentos exóticos, tem potencial de sucesso na internet. E quanto mais sucesso, mais visibilidade, mais conteúdo é criado, mais pessoas querendo consumir e o ciclo se repete. Susan Sontag (1997) sobre produzir fotografia reflete que:

A razão final para a necessidade de fotografar tudo repousa na própria lógica do consumo em si. Consumir significa queimar, esgotar — e, portanto, ter de se reabastecer. À medida que produzimos imagens e as consumimos, precisamos de ainda mais imagens; e mais ainda. Porém imagens não são um tesouro em cujo benefício o mundo tem de ser saqueado; são exatamente aquilo que está à mão onde quer que o olhar recaia. A posse de uma câmera pode inspirar algo afim à luxúria (p. 98).

A autora reflete acerca de um contexto onde a produção e consumo de imagens, frente ao que vivemos hoje, são dificultados. No contexto atual em que o *click* pode ser em segundos disseminado para milhares de pessoas, e que irão gerar milhares de interações, torna esse ciclo

³⁰ Time line, em tradução livre: linha do tempo, é a ordem em que aparecem as publicações feitas nas plataformas sociais.

de precisar mais e mais de imagens muito mais latente. E como, disse a autora, consumir significa esgotar, é preciso produzir mais e mais, reabastecer. Manter o *feed* atualizado, gerando interações, para obter cada vez mais sucesso, essa lógica se confirma.

Acerca desse sucesso, Raquel Recuero (2009) traz que atores sociais podem alcançar em suas redes, o que talvez, jamais conseguisse no espaço offline. A autora traz o seguinte exemplo:

No Orkut, um determinado ator pode ter rapidamente 300 ou 400 amigos. Essa quantidade de conexões, que dificilmente o ator terá na vida off-line influencia várias coisas. Pode, assim, torná-lo mais visível na rede social, pode tornar as informações mais acessíveis a esse ator. Pode, inclusive, auxiliar a construir impressões de popularidade que transpassam ao espaço off-line (p. 107).

Assim, postar, ter visibilidade, ter interação são comprovações de aceitação, de influência no meio virtual. Se o sucesso nas redes depende da aceitação, interação nas postagens, essas precisam ser frequentes, contínuas, deixando de ser necessariamente espontâneas.

No primeiro protótipo do *Instagram*, as possibilidades de postagens eram fotografias capturadas através do próprio aplicativo. Não era possível selecionar a foto de outro momento, a fim de que fosse realmente instantâneo e espontâneo. Intencionava-se que usuário pudesse contar sua vida através de imagens instantaneamente. Mas, com a proporção que as postagens e a vida em rede tomaram, manter a naturalidade se tornou raro.

Assim como o mundo *business*, outras áreas da atuação humana se favorecem das influências dos sites de redes sociais. Susan Sontag (1997) diz que: "fotos não podem criar uma posição moral, mas podem reforçá-la – e podem ajudar a desenvolver uma posição moral ainda embrionária" (p. 15). Não obstante, fotos nos sites de redes sociais têm um poder ainda maior de reforçar ou não determinada ideologia. O @ que conta com milhares de contatos, outros @, influenciará através dos discursos contidos em suas postagens suas vontades e escolhas.

Alguns perfis o fazem de forma explícita, como os casos de páginas políticas, de candidatos políticos que têm sua posição conhecida. Mas assim como no mundo físico, há aqueles que utilizam da subjetividade, das entrelinhas para exprimir seus discursos.

Não é difícil perceber nas postagens de influenciadores, reproduções de ideologias, discursos políticos, religiosos em suas falas triviais. E, como sabemos, baseados em Bakhtin, não existe neutralidade no discurso. Mesmo que não conscientemente, o autor mostra seu posicionamento em suas falas, nesse contexto, suas postagens. Susan Sontag (1997) falando sobre isso, e referindo-se a fotografias produzidas pelos americanos, diz que: "tiravam-se fotos

não só para mostrar o que devia ser admirado, mas para revelar o que precisava ser enfrentado, deplorado – e corrigido” (p. 40).

Da mesma forma, nas redes as imagens são produzidas e compartilhadas não só com objetivos financeiros ou de influência, mas para denunciar, de mostrar e refletir a sociedade. Ou seja, se fotografa-se, ou compartilha-se determinada imagem com intencionalidade política e social. Podemos trazer como exemplo páginas que tratam de denúncia contra *fake news*, páginas que tratam de notícias e fatos sociais.

Fato é que as fotografias postadas nessas páginas podem reforçar ou deturpar determinadas posições ideológicas. Ainda existem atores que agem de forma orgânica, que desejam apenas interagir socialmente, e estes que intencionam apenas as relações virtuais, têm seus perfis voltados a isso. Mas, não deixam de estar influenciando outros atores.

Os sites de redes sociais são, portanto, um campo aberto de diálogo. Enunciados se entrelaçam, se atravessam provocando interações imediatas. Essas interações no campo virtual são indicadores das relações que estão sendo constituídas entre os atores, como aponta Raquel Recuero (2009):

A interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na Internet. Mas mais do que isso, a interação mediada pelo computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais (p. 36).

Os laços sociais estão sendo constituídos hoje nos sites de redes sociais, que estão na palma de nossas mãos. Através delas os atores sociais atuam sobre o mundo e são influenciados e atravessados diariamente pelos discursos que são proferidos nos enunciados.

A utilização de imagens com a finalidade de se expressar e comunicar nas redes, como ocorre na plataforma *Instagram*, é uma crescente. São produzidas e postadas para um público-alvo com um objetivo e intenção específicos. Portanto, o que ocorre nas redes sociais na internet reflete em certo sentido os modos como estão organizadas as redes sociais físicas. Observar como acontecem essas interações e reações no ambiente virtual nos permite observar, também, como vem se modificado o comportamento social e como a cultura imagética contribuiu para essas mudanças.

3 TODO SIGNO É IDEOLÓGICO: A FOTOGRAFIA SOB A PERSPECTIVA DIALÓGICA

Neste capítulo trataremos das contribuições da Análise Dialógica do Discurso - ADD para a linguagem, e por conseguinte para nossa pesquisa. Abordaremos alguns conceitos e entendimentos acerca da essência da linguagem e de como o fator social implica em sua constituição.

Como vimos ao longo deste trabalho, temos a imagem como um texto, que diz, que reflete as intencionalidades dos sujeitos. Acreditamos que a fotografia, uma imagem capturada, é um enunciado imagético em que o sujeito interlocutor utiliza a fim de se expressar e agir sobre o mundo.

Nesse contexto, esses sujeitos a utilizam como linguagem, especialmente no *Instagram*, que prioriza o conteúdo imagético. Assim, as fotografias compõem a arena discursiva que são os sites de redes sociais, onde diversos discursos são exteriorizados, recebidos pelos usuários.

Dessa forma, baseados nos pressupostos da Análise Dialógica do Discurso (ADD), baseados nos escritos de Mikhail Bakhtin e o Círculo³¹, vemos a fotografia, assim como qualquer outro tipo de enunciado, como um texto dotado de intencionalidade e utilizado enquanto linguagem para a expressão humana, tal como o texto verbal. A fotografia tem suas dimensões para além do que está posto, de seu texto em si, e que devem ser percebidas a partir de seu uso, nos enunciados imagéticos. Aqui, a ADD nos ajuda a compreender o texto para além do que se apresenta materialmente nele.

3.1 Linguagem, interação e dialogismo

Acerca do que entendemos neste trabalho por linguagem, temos em *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (2006)³² um estudo que trata de duas concepções linguagem correntes na época e destaca aspectos da língua que essas correntes teóricas até então disseminadas

³¹ O Círculo de Bakhtin é formado por um grupo de intelectuais de diferentes formações, cujos principais integrantes da área da linguagem são Mikhail Bakhtin, Valentin Volóchinov e Pável Medviédev, que se reuniam, na Rússia, para debater suas ideias, principalmente entre 1919 e 1929 (FARACO, 2009).

³² Sabendo das diversas versões e traduções acerca da obra, elegemos a citada, com tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira com a colaboração de Lúcia Teixeira Wisnik e Carlos Henrique D. Chagas Cruz.

desconsideravam. Denominadas por ele como Subjetivismo Idealista e Objetivismo Abstrato, as teorias antecessoras do Círculo não viam a língua/linguagem enquanto fato social.

O Subjetivismo Idealista propunha a língua enquanto produto acabado, sistema estável que entende a fala como ato individual, não considerando a interação nos processos de aquisição de sentido. Já o Objetivismo Abstrato entendia a linguagem como um sistema abstrato de regras e significados engessados, dicionarizados a qual as significações independem do contexto de fala.

A partir da carência das correntes linguísticas em tratar do aspecto social e em considerar o extra verbal, ou seja, as situações discursivas, e as situações de uso, o autor propõe então uma filosofia da linguagem que se interessa pela linguagem como fruto e constituinte da interação social.

Cabe ressaltar que a filosofia da linguagem pensada pelos estudos do Círculo não descarta aspectos tratados pelas perspectivas anteriores, mas os complementa. O círculo propõe então que:

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas lingüísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (Bakhtin; Volochínov, 2006. p. 125).

Dessa forma, entende que é na interação verbal, a partir das enunciações, dentro de uma determinada situação discursiva, que a língua se constitui. A língua, portanto, é viva e está em constante transformação.

Para a ADD não existem palavras neutras. Enquanto, em uma visão estrutural ou normativa, a língua possui significação, para o Círculo ela tem igualmente sentido. Assim, os signos para o Círculo são sempre ideológicos, não existindo signo sem valor ideológico pois todos são constituídos a partir de uma dada avaliação social.

Segundo Bakhtin (2006) “Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica (isto é: se é verdadeiro, falso, correto, justificado, bom, etc.)” (p. 30). Signo na ADD difere de sinal, uma vez que a significação para esse signo não é engessada como nas significações atreladas aos sinais. No signo há feixes de sentido que são reflexos refratados da sociedade na qual estão inseridos, sendo dotados de valores ideológicos que são acionados pelos sujeitos na enunciação. Segundo Adail Sobral (2006) o signo sempre se refere a uma realidade da qual faz parte (p. 77).

Sobre signos serem sujeitos a avaliações ideológicas, podemos dizer que ainda que comporte uma significação entendida e aceita pela sociedade linguística, todo signo

compreende um sentido, um valor social. A palavra possui significação, mas, para além desta, comporta um valor social, ideológico. Por exemplo: a palavra “*aborto*” ainda que tenha no sistema da língua uma instância de significância reconhecida e comum à comunidade de fala, em seu uso em enunciados, é dotada de distintos valores ideológicos: uma pessoa que é favorável ao aborto entenderá de uma forma diferente daquela que é contra.

Segundo Bakhtin (2006) “Na realidade, o locutor serve-se da língua para suas necessidades enunciativas concretas (para o locutor, a construção da língua está orientada no sentido da enunciação da fala)” (p. 95). Assim, não é a linguagem um sistema fechado do qual o locutor recebe significações prontas. Ela é fruto das interações sociais e de suas convenções pré-estabelecidas e aceitas por um dado corpo social, em que o sujeito responde ativamente a enunciados e enuncia esperando as respostas de seus interlocutores.

Sobre isso, Bakhtin (1997) aponta que não há ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal. Logo de início, o locutor espera deles uma resposta, uma compreensão responsiva ativa. Todo enunciado se elabora para ir ao encontro dessa resposta (p. 180).

Dessa forma, enquanto os estudos anteriores pensavam, de forma geral, na língua como um conjunto de regras postas, herdadas por um sujeito passivo, o Círculo propõe uma visão de língua como um complexo de que o ser humano participa ativamente, ao servir-se dela língua para realizar suas vontades e necessidades.

Bakhtin (1997) entende que “a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos” (p. 158) e que esses enunciados (que diferem de frases), possuem sentido, pois estão no campo da enunciação. São direcionados e dotados de valores ideológicos, empregados a partir das necessidades do sujeito.

O enunciado é a unidade da comunicação discursiva, que é onde a língua acontece. O sujeito aciona os signos disponíveis para concretizar seu discurso em forma de enunciados. Adail Sobral e Karina Giacomelli (2016) apontam que há três componentes do enunciado: “um componente ligado à referencialidade, um componente ligado à expressividade e um componente ligado à endereçabilidade” (p.1080). Segundo eles:

O componente referencial dá conta do fato de que o enunciado fala de alguma coisa do mundo, tanto concreto como o arroio quanto abstrata como a saudade. O componente expressivo dá conta da avaliação/valoração do locutor sobre esse referente: “Detesto esse arroio!”; “Ai que saudade!”. E o componente de endereçabilidade dá conta do fato de todo enunciado ser dirigido, endereçado a alguém (p. 1080).

Assim, o enunciado se constitui, basicamente, daquilo o que o sujeito pretende dizer, de como diz e a quem diz. E estes elementos estão indissoluvelmente ligados e são interdependentes. Não há um sem o outro, um depende do outro para se constituir.

Pensando na fotografia, um enunciado imagético não verbal, temos que ela é utilizada pelo interlocutor a partir de suas necessidades e intencionalidades. A fotografia, se pensarmos no contexto de captura, é pensada, idealizada e produzida a fim de elucidar a vontade enunciativa do sujeito, que imagina quem a verá e decide de que forma vai realizá-la. Bakhtin; Volochínov (2006) aponta que:

A enunciação, compreendida como uma réplica do diálogo social, é a unidade de base da língua, trata-se de discurso interior (diálogo consigo mesmo) ou exterior. Ela é de natureza social, portanto ideológica. Ela não existe fora de um contexto social, já que cada locutor tem um “horizonte social”. Há sempre um interlocutor, ao menos potencial (Bakhtin; Volochínov, 2006. P. 17).

Nessa perspectiva, vemos a fotografia como enunciado, portanto, não pode ela ser vista apenas como algo mecânico, um apertar de botão, um registro desprezioso. Sendo um texto, ela é pensada, imaginada e construída em um processo em que o interlocutor ocupa um papel ativo, atuando sobre a construção e a elaboração do dizer do locutor que a ele se dirige.

O que é capturado pelas lentes, que perpassa pelo olhar do fotógrafo, é ideológico, ainda que o objeto fotografado continue a ter existência material independente. Da mesma forma, postar a fotografia em um site de redes sociais equivale a utilizar-se do texto para enunciar. O sujeito postar para dizer algo, sabendo quem são os possíveis interlocutores, portanto, endereçando a foto. Ele parte de sua expressividade nessa escolha. Segundo Bakhtin (1997), o enunciado:

Está repleto dos ecos e lembranças de outros enunciados, aos quais está vinculado no interior de uma esfera comum da comunicação verbal. O enunciado deve ser considerado acima de tudo como uma resposta a enunciados anteriores dentro de uma dada esfera (a palavra “resposta” é empregada aqui no sentido lato): refuta-os, confirma-os, completa-os, baseia-se neles, supõe-nos conhecidos e, de um modo ou de outro, conta com eles (p. 177).

O enunciado é sempre uma resposta endereçada a alguém ou a alguma entidade, ainda que pareça não ter um destinatário, é direcionado a uma dada situação discursiva. E essa resposta busca encontrar outra resposta. O enunciado, portanto, se constitui em um contexto de interação social.

Adail Sobral (2006) ao tratar de como o Círculo aborda o conceito de interação, diz que o enunciado “de modo algum se esgota na situação imediata da interação, ao face-a-face entre sujeitos, mas, englobando-a, remete retrospectiva e prospectivamente a todas as enunciações anteriores e posteriores, possíveis e imagináveis (p. 80).” Dessa forma, é na interação que os

enunciados se encontram e assumem sentido, mas o sentido que produzem se limita à interação imediata, mas se enquadra em um contexto interacional mais amplo, que comporta enunciados com que estes sujeitos já interagiram previamente e projeta enunciados que preveem futuramente interagir.

No plano da interação verbal, portanto, é que são constituídos os diálogos que se entrelaçam trazendo tanto os discursos passados quanto os futuros. As interações não são apenas dadas no plano micro imediato, mas também no macro no que se refere aos enunciados acessados na relação que se estabelece.

Segundo teorizado pela ADD, a linguagem é, assim, dialógica por natureza. Ao enunciar o falante estabelece relações de sentidos com enunciados anteriores, (Bakhtin, 2016)³³, como vimos, e, assim, quando o locutor enuncia, mesmo que inconscientemente, ele carrega em seu discurso marcas de sentidos de outros enunciados.

Ainda, no que tange às relações dialógicas, cabe repetir que o falante, para constituir seu discurso, leva em conta a resposta presumida do seu interlocutor. Ele enuncia esperando a resposta do outro, pressupondo suas possíveis réplicas. Dessa forma, os diálogos são sempre respostas, sempre trazem marcas de enunciados anteriores e estão voltadas para um contínuo diálogo. Bakhtin; Volochínov (2006) destacam que:

O diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal. Mas pode-se compreender a palavra “diálogo” num sentido amplo, isto é, não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja (p. 125).

Assim, o diálogo é compreendido na ADD como uma forma de comunicação verbal em que, a partir da alternância de falantes, os discursos anteriores e respostas são também entrelaçados. Quando dizemos que o sujeito enuncia esperando resposta, entende-se que ele fala para alguém, com algum objetivo. A resposta é esperada uma vez que o locutor presume seu interlocutor e o modo como este reagirá frente à sua fala. Ainda, essa resposta presumida também gerará respostas futuras, alimentando assim o constante diálogo que constitui a linguagem.

Portanto, não há um primeiro discurso, pois estamos sempre emanando respostas dos discursos anteriores a partir da situação discursiva que se estabelece. Isso significa, assim, que nenhuma palavra, ou discurso é apenas nosso, uma vez que traz em si a perspectiva de outras

³³ Sabendo das diversas versões e tradução acerca da obra, elegemos a citada, com tradução de Paulo Bezerra.

vozes. Dessa forma, a palavra do outro também constitui o discurso do sujeito. Esse outro é tanto o discurso anterior quanto o futuro.

3.2 @ quem? Quem são os interlocutores e como se dá a interação no contexto de sites de redes sociais

Como já apontamos, é na interação social que encontramos a verdadeira essência da linguagem. A interação acontece quando ao menos dois sujeitos ativamente colocam em diálogo seus enunciados, acionando os signos linguísticos. Sobre isso, Volochínov afirma (2006) que: “a enunciação realizada é como uma ilha emergindo de um oceano sem limites, o discurso interior. As dimensões e as formas dessa ilha são determinadas pela situação da enunciação e por seu auditório” (p. 127).

Com efeito, no campo dos sites de redes sociais, podemos perceber essas relações acontecendo de forma mais evidente. O sujeito usuário ao enunciar, escolhe a fotografia que comporta as suas intencionalidades. Assim como na fala, ao enunciar no campo virtual o sujeito presume seus interlocutores e as possíveis réplicas que poderão surgir.

Não significa que ele saiba de fato quais são as respostas, pois essas serão condicionadas às experiências prévias e situação social de seus interlocutores. Mas, ainda que inconscientemente, espera e prevê, de certa forma, essas respostas, pois essa é a natureza do enunciado: a responsividade.

E a página que é postada a imagem torna-se, então, uma arena discursiva na qual seus interlocutores respondem a partir de sua posição valorativa. Nas relações dialógicas as intencionalidades dos interlocutores emergem e as posições ideológicas, valorativas, se revelam ou ao menos se indiciam.

As interações que geram essas relações dialógicas entre os usuários acontecem em um espaço-tempo, que na ADD é fundamental para delimitar os sentidos que podem ser acionados e entendidos pelos interlocutores. Bakhtin (1997) chama de cronotopo a relação espaço tempo que deve ser acionada quando falamos em compreensão dos sentidos enunciativos.

Para entendermos como se dão os sentidos dos enunciados visuais (fotografias) devemos observar, portanto, o lugar histórico e social a qual foi produzido e nesse caso, transmitido. Bakhtin (1997) sugere que “um ponto de vista é cronotópico, ou seja, inclui tanto o momento espacial como o temporal” (p. 206). Dessa forma, o que vemos, e como vemos

baseia-se no cronotopo. Cabe trazer que o autor trata a noção de cronotopo em textos literários, o qual trazemos também para os textos da vida cotidiana.

No caso das imagens, as questões temporais e espaciais a qual foram produzidas nos dizem que discurso ela carrega, principalmente quando não há texto verbal auxiliar anexado. O texto verbal nesse caso, nos indicam pistas e marcas que ajudam a delimitar o tema proposto no enunciado. Mas caso não haja, é a partir de uma visão cronotópica que podemos pensar sua temática e intencionalidades.

Da mesma forma, para as réplicas que emergem na situação discursiva em tela de sites de redes sociais encontramos no cronotopo uma dimensão da posição valorativa de seus interlocutores.

Bakhtin (1997) traz que “o enunciado, seu estilo e sua composição são determinados pelo objeto do sentido e pela expressividade, ou seja, pela relação valorativa que o locutor estabelece com o enunciado” (p. 177). Então, ao eleger a fotografia que será postada, o interlocutor possui uma posição valorativa acerca dela.

Definindo quem são seus possíveis interlocutores ele espera uma resposta ainda que discorde de sua posição. Nesse sentido, os interlocutores a quem se dirige e a relação espaço-tempo também interferem na escolha do enunciado, uma vez que é a partir destes também, que o sujeito o constitui.

No campo dos sites de redes sociais, que podem existir uma infinidade de interlocutores dos mais diversos posicionamentos vindos de diferentes contextos sociais, o enunciado pode atravessá-los de infinitas formas.

O locutor que nessa pesquisa é um político, que sabe que enuncia tanto para adeptos quanto para opositores e ainda aqueles que não o consideram como opção. Ele sabe, portanto, dessa condição ao eleger os signos que comporão seus enunciados. E espera deles uma resposta que será valorativa, que será atravessada por suas posições sociais. Em suma, as réplicas que emergem desses interlocutores são definidas pela posição valorativa que é estabelecida na interação, na relação que se constitui entre eles.

Desse modo, uma imagem enunciada por esse sujeito, aqui um político em fase de campanha eleitoral trará consigo suas relações anteriores, e ele espera que esse seu enunciado cause um dado efeito em quem a “lê”, seus possíveis eleitores ou não, que igualmente têm suas vivências. E este enunciado produzirá uma resposta futura que gerará outros enunciados.

Então, ao considerar fotografias como enunciados, servindo a um gênero, podemos observar as especificidades das maneiras como se estabelecem relações dialógicas a partir de uma materialidade visual em um contexto virtual. A imagem, especialmente no *Instagram*,

como propõe o nosso recorte, promove em quem a vê uma resposta, uma posição, um olhar, que não desconsidera os seus valores.

3.3 Projeto de dizer e gêneros do discurso: produções de sentido a partir de uma imagem fotográfica

Vimos até aqui que é na interação, no contexto enunciativo que os sentidos se estabelecem. É na situação de fala que o locutor aciona os signos conforme suas necessidades e enuncia esperando resposta de seu interlocutor e o considerado na elaboração desse enunciado.

Diante disso, esses enunciados são sempre respostas. Na verdade, o sujeito está sempre concordando, discordando e emitindo respostas a enunciados anteriores. Da mesma forma que não ouvimos palavras vazias, mas verdades e mentiras, coisas que nos agradam ou não.

Temos na ADD que “qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso” (Bakhtin, 1997, p. 280). Ou seja, esses enunciados que têm suas formas, maneiras mais comuns de uso nas interações com o outro, acabam por estabelecer-se em uma comunidade de fala, sendo assim relativamente estáveis. Estáveis, pois, são mais comumente utilizados. Relativamente pois nada é engessado, pode se alterar conforme suas situações de uso, ao longo do tempo.

Sobre a variedade de gêneros, Bakhtin (1997) traz que:

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa (p. 280).

A relativa estabilidade então, acontece quando uma mesma forma passa a ser utilizada pelos sujeitos. E da mesma forma que se estabilizam podem se desfazer à medida que vai sendo utilizado. Há uma infinita variedade de gêneros porque também é infinita a variedade esferas em que o sujeito enuncia, e os enunciados estão em interação.

Nessa infinita variedade dos gêneros, temos a fotografia, que vimos, é um enunciado uma vez que os interlocutores utilizam como forma de interagir com o outro e atuar sobre o mundo. Podemos entender, portanto, que a fotografia é usada na enunciação de gêneros discursivos, sejam visuais ou verbo visuais.

Ao vermos uma imagem como exemplar de um gênero discursivo não verbal, à luz do pensamento Bakhtiniano, vemos que ela pode servir usos que são diversificados, de acordo com as intenções do interlocutor, e propósito a que servem. Ainda, temos de levar em conta que ela vem desempenhando em nossos dias um papel social diferente do que cumpria anos atrás. Em outros tempos, este recurso imagético era utilizado em primazia para documentar, registrar. Não que hoje ainda não o façamos, mas, agora, uma foto tem um papel muito mais comunicativo e interativo e, acima de tudo, muito mais imediatista.

Sobre isso, Adail Sobral e Karina Giacomelli (2016) apontam que “não importa tanto o texto usado, e sim o que fazemos ao usar esse texto: brincar, repreender, dar ordens, etc.” (p.1084). Então, é a fotografia um enunciado que, a depender do seu conteúdo temático, serve a determinados gêneros do discurso.

Pensando nisso, por entender que a fotografia pode servir a determinados gêneros, pensamos que as postagens em sites de redes sociais, são desta forma, um gênero do discurso, no espaço digital, que é uma nova esfera de atividade social moderna. Acerca disso, Adail Sobral (2006) aponta que: “os gêneros nascem de uma dada inserção sócio-histórica de discursividades, de sua relação com outros gêneros da mesma ou de outras discursividades, por oposição ou assimilação, diretas ou indiretas” (p. 10).

Então, uma vez que as postagens em sites de redes sociais mobilizam enunciados, sejam verbais ou visuais, que são utilizadas pelos interlocutores, na contemporaneidade, para atuar sobre o mundo o entendemos como um gênero discursivo. Sendo assim, o interlocutor executa seu projeto de dizer a partir da mobilização de um enunciado, utilizando-se do gênero *post* em sites de redes sociais.

Ainda sobre os gêneros do discurso, Bakhtin (1997) argumenta que “os três elementos (conteúdo temático, estilo e construção composicional) fundem-se indissolivelmente no todo do enunciado, e todos eles são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação” (p. 280).

De forma explicativa, o conteúdo temático está no campo do que de fato o locutor quer dizer. Na situação de enunciação, parte de significações existentes na língua e as mobiliza para elaborar seu projeto enunciativo, dizer de fato. O estilo é como ele escolhe apresentar seu enunciado, os recursos linguísticos utilizados. Já a construção composicional tem a ver com a textualidade que é empregada, como se organiza e se estrutura o texto.

Ao considerarmos uma imagem, temos que entender o projeto enunciativo a que ela serve. Por exemplo, uma foto de um político abraçando uma criança. Sua unidade temática pode ser “eu sou um homem bom”. É isso que de fato ele deseja exprimir, é seu projeto de dizer

e não que “um homem está com uma criança no colo”, como mostra a imagem superficialmente. No que se refere ao estilo, pode-se pensar em como essa fotografia foi capturada e como é apresentada. Como ele cria a imagem para mostrar o que ele deseja dizer. Quais cores, elementos, composições utiliza ao fotografar.

Já quanto à forma composicional pode-se dizer que trata de como ele organiza e estrutura a fotografia, por exemplo datando a imagem, utilizando um texto verbal auxiliar a fim de ajudar a delimitar o sentido. Esses componentes do enunciado, naturalmente, são considerados a partir do contexto enunciativo, considerando os interlocutores e a situação discursiva a estrutura do enunciado voltada para realizar seu projeto discursivo.

A estilística em Bakhtin (1997) é fundamental na concepção do gênero. Segundo trata está indissolúvelmente ligado aos gêneros do discurso. Ainda que aponte que há aqueles gêneros mais estáticos, que são padronizados, os quais a individualidade do locutor não ganha espaço, traz que é no estilo que encontramos o elemento individual, o autor.

Ao entendimento de estilo, então, podemos relacionar o conceito de autoria em Bakhtin. Uma vez que o estilo é empregado a cada enunciado de forma individual de cada sujeito, o qual comporta as marcas de seu locutor.

Segundo Adail Sobral (2006) “todo locutor é sem dúvida um autor, dirigindo-se a um interlocutor numa dada situação e com um dado projeto enunciativo e dado que esta é a base de sua concepção dialógica da linguagem” (p. 80). Assim, presume-se que o locutor é o autor de seu projeto enunciativo e é na estilística que ele se mostra.

O autor é entendido como o autor do projeto enunciativo, o qual, para dizer, constrói seu enunciado utilizando-se também de suas individualidades. Mas levando em consideração para quem direciona seu discurso. Dessa forma, não é totalmente individual uma vez que é endereçado, traz nesse projeto as marcas do seu interlocutor.

Acerca disso Beth Brait (1994) ao propor uma análise de um discurso fotográfico persuasivo em que conta com uma fotografia que não aparenta possuir um autor, elucida:

Entretanto, a construção da cena enunciativa revela a existência de um sujeito da enunciação, na medida em que o enquadramento, o dimensionamento da luz, e outros recursos da linguagem fotográfica funcionam discursivamente, isto é, não têm um valor em si, enquanto signos de um sistema de comunicação e significação, mas assinalam escolhas de um sujeito, tendo em vista o discurso a ser construído e os efeitos de sentido que devem ser produzidos no enunciatário (p. 23).

Dessa forma, corroborando, Beth Brait (1994) aponta que sempre há um sujeito autor, ainda que não aparente. Este se revela a partir de suas escolhas estilísticas. Essas escolhas que

são ao mesmo tempo individualizadas, são pensadas a partir da imagem que o autor faz de seu interlocutor. Das respostas que prevê.

Na fotografia, portanto, o sujeito autor pode ser o fotógrafo que captura a cena, ou no caso das fotografias postadas nos sites de redes sociais, o usuário que a posta. Uma vez que utiliza o texto de outrem (o fotógrafo) para enunciar, buscar realizar exprimir seu projeto de dizer. Em ambos os casos, as fotografias esperam respostas.

Também, nas réplicas à fotografia, o autor, aquele que constrói seu projeto de dizer, responde ao discurso que foi trazido na imagem. Por sua vez, junto de sua individualidade, e valoração traz as marcas de outros enunciados esperando, da mesma forma respostas.

Dessa forma, o constante diálogo que Bakhtin postula pode ser verificado na situação de interação na qual os interlocutores acionam a língua para atuarem sobre o mundo utilizando-se de enunciados concretos e elevando sempre em consideração a quem se dirige e o meio sócio temporal a qual pertence.

3.4 Descrever. Analisar. Interpretar: Contribuições metodológicas da ADD

Na discussão das seções anteriores, vimos que a ADD rompe com a perspectiva da língua enquanto sistema abstrato e hegemônico, que possui significações limitadas ou herdadas. Apontamos que, como é postulado pelo Círculo, a língua só pode ser compreendida em uma situação interacional, não apenas o face-a-face entre sujeitos, mas a situação enunciativa como um todo.

Ao discutirmos os conceitos basilares da ADD, podemos entender que não recebemos palavras soltas da língua, mas verdades ou mentiras, concordância e discordância e que é na enunciação que esses sentidos emergem. Em Bakhtin (2006) temos que:

A enunciação realizada é como uma ilha emergindo de um oceano sem limites, o discurso interior. As dimensões e as formas dessa ilha são determinadas pela situação da enunciação e por seu auditório. A situação e o auditório obrigam o discurso interior a realizar-se em uma expressão exterior definida, que se insere diretamente no contexto não verbalizado da vida corrente, e nele se amplia pela ação, pelo gesto ou pela resposta verbal dos outros participantes na situação de enunciação (p. 127).

Dessa forma, é na enunciação, diante do seu interlocutor e da situação discursiva que o locutor se mostra, mostra seu discurso e suas marcas ideológicas. É diante da visão do outro, da(s) resposta(s) que espera do(s) outro(s) e do contexto histórico e social a qual está inserida essa relação enunciativa que constrói seu enunciado e, por consequência, seu discurso.

É nesse sentido, que compreendemos a teoria Bakhtiniana como um caminho para as nossas discussões. Por isso, partimos dos conceitos trazidos por ela para emprendermos nossa análise.

Adail Sobral e Karina Giacomelli (2016) trazem, ao explicar didaticamente os conceitos e como proceder com uma análise pautada na ADD, explicam que primeiramente devemos:

1. Partir de textos efetivamente produzidos. Isso se traduz em recolher exemplares reais dos gêneros. Ao fazer isso, a ADD parte da linguagem em uso, em vez da língua das gramáticas normativas, que é estática e trabalha só com frases, não com enunciados/discursos.
2. Verificar de que modo os sujeitos realizam interações com esses exemplares de gênero. Isso se traduz em verificar a que propósitos enunciativos os textos servem, ou seja, que ações eles realizam (fazer um pedido ou dar uma ordem, por exemplo) de acordo com as relações entre os interlocutores (o motorista não multa o guarda; o acusado não julga o juiz) – ao menos em condições normais.
3. Examinar as formas linguísticas em sua significação habitual. Isso se traduz em levar em conta que os gêneros, para criar seus sentidos, usam enunciados/discursos. Ao fazer isso, eles recorrem às significações que os dicionários registram, mas sua base não é essa. Os enunciados transformam as significações, de acordo com o contexto mais amplo, para criar seus sentidos. A transformação ocorre no contexto, na interação, nas relações entre os interlocutores (p. 1092).

Assim, pensando nos preceitos iniciais para observar a língua em funcionamento, partiremos de textos efetivamente produzidos em uma situação real de interação, que, em nossa pesquisa, são fotografias postadas em uma página de site de redes sociais. Na contemporaneidade, como temos dito, as redes têm sido uma potente arena discursiva, em que os sujeitos enunciam para interlocutores dos mais variados contextos sociais e posições valorativas.

O uso de *post* com enunciados imagéticos que podem receber apenas respostas em forma de textos verbais torna a interação ainda mais heterogênea, em que uma infinidade de discursos pode emergir. Assim, verificaremos como se dão as interações nesse contexto e examinaremos as especificidades dos gêneros que surgem.

Não há na teoria bakhtiniana uma metodologia fechada que traga passos definidos a serem seguidos, uma vez que nada na língua é pronto, e sim vivo e evolutivo. Cabe, então, ao analista encontrar dentro dos preceitos da ADD a forma de análise que permita maior entendimento acerca do projeto enunciativo que envolve. De certa forma, o objeto estabelece o que é necessário para sua análise.

Adail Sobral (2006), a partir de Beth Brait, desenvolve em sua tese de doutorado o que chama de “aventura metodológica” voltada para “uma metodologia de estudo do gênero que não o reduza ao texto nem ao discurso, mas os englobe do ponto de vista do gênero em vez de considerar que o gênero é simplesmente pressuposto” (p. 157).

A partir disso, Adail Sobral (2006) propõe três etapas, três passos metodológicos: a descrição, a análise e a interpretação do enunciado objeto. Acerca destes passos, Adail Sobral e Karina Giacomelli (2016) explicam que devemos:

Descrever o objeto concreto em termos de sua materialidade linguística e de suas características enunciativas; analisar as relações estabelecidas entre esses dois planos, o da língua (nível micro) e o da enunciação (nível macro); e, por fim, interpretar que sentidos cria a junção contextual da materialidade e do ato enunciativo (p. 1092).

Dessa forma, segundo explicam os autores deve-se, na primeira etapa, a descrição, buscar a materialidade do objeto, observando como ele se apresenta a fim de revelar o olhar do observador frente a ele. Na segunda etapa, a análise, observar o processo de produção discursiva, quais relações foram estabelecidas a fim de refletir sobre qual é o projeto enunciativo do interlocutor, intencionalidades possíveis e quais respostas apresenta esperar. Também verificar quais posições sociais ocupam os interlocutores nesse contexto discursivo. E, na última etapa, que é a interpretação, reunir os dados das outras etapas e pensar sobre os sentidos que podem emergir a partir da situação discursiva que se estabeleceu.

Portanto, como temos por objeto enunciados imagéticos e verbais, da mesma forma aplicaremos os passos sugeridos, mas levando em consideração as especificidades de cada texto. Na seção seguinte, a qual trata dos caminhos metodológicos percorridos, os explicaremos mais detalhadamente.

4 DISCUSSÃO ACERCA DOS CAMINHOS METODOLÓGICOS.

Como vimos ao longo deste trabalho, as fotografias que são diariamente postadas nos sites de redes sociais na internet, são consumidas massivamente pelos usuários dessas redes, e por consequência, os discursos que são transmitidos a partir delas. Como já tratamos, vemos a fotografia como um texto que traz o projeto de dizer, o discurso que seu interlocutor emprega ao escolhê-lo e proferi-lo.

Para pensarmos como acontece esse processo de postagem das imagens, interações que ocorrem e como se dão as réplicas a esse enunciado nas telas dos sites de redes sociais, faremos uma análise dos dados seguindo os passos sugeridos por Adail Sobral (2006), pautados na Análise Dialógica do Discurso - ADD.

Para trazermos à luz o corpus desta pesquisa, delimitaremos a motivação e o caminho metodológico percorrido. Também, como se deu o processo para a seleção dos objetos de análise, critérios de (e não) seleção.

Esta pesquisa, que é qualitativa, de cunho exploratório quanto aos objetivos e configura-se como estudo de caso quanto aos procedimentos técnicos utilizados (Gil, 2002), seguiu os seguintes passos para a obtenção dos resultados que serão mostrados a seguir:

1. Acesso ao perfil *@lulaoficial* no site e rede social *Instagram*, Análise e contextualização do perfil a fim de entender quem é o interlocutor e para que público fala;
2. Seleção dos objetos de análise (fotografias e comentários) seguindo critérios previamente estabelecidos;
3. Descrição e interpretação e análise das fotografias, e dos comentários postados em resposta delas.

Em um primeiro momento, acessamos a plataforma *Instagram*, a qual se caracteriza como um site de redes sociais que permite que seus usuários deslizem um feed de notícias para ver, assistir e compartilhar imagens e vídeos.

Essa plataforma foi escolhida por ser o site de redes sociais que privilegia o imagético para a comunicação de seus usuários. Como trouxemos no capítulo 2, o *Instagram* surgiu, em um primeiro momento, como um diário em que se enunciava a partir de imagens formato polaroid e, posteriormente, com vídeos.

Segundo dados das pesquisas *Tic Domicílios* (2022) e *We Are Social* (2021) realizadas na época de elaboração do projeto que viria a se tornar esta pesquisa, 76% dos usuários de internet a utilizam para acessar sites de redes sociais e, dentre estas, o *Instagram* era o segundo

mais utilizado. Isso aponta que a utilização de sites e plataformas que privilegiam o compartilhamento de imagens na comunicação são uma tendência no cenário atual.

Somente usuários com uma página cadastrada podem acessar os conteúdos postados. Por isso, no acesso foi feito por meio da página da autora desta pesquisa, que pode, dessa forma, interagir com o @ objeto, bem como observar e captar os dados para as análises.

As imagens trazidas aqui são *prints* da página que coletamos os dados para a análise, uma vez que as imagens não podem ser salvas, nem o texto dos comentários pode ser copiado. Por ser conteúdo postado na internet, não se faz necessária autorização para veiculação no trabalho. Ainda assim, não vamos mostrar os nomes/*nicknames* e imagens dos perfis dos interlocutores a fim de evitar maior exposição.

4.1 @lulaoficial: contextualização do perfil e público a que se dirige

A conta, da qual foram selecionados nossos objetos de análise, foi a @lulaoficial que é o perfil do atual presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, popularmente conhecido por Lula. Conta até a presente data, 18 de julho de 2023, com 13 milhões (número de sorte) de seguidores. Cabe ressaltar que no início da escrita deste trabalho, o atual presidente era ainda candidato à presidência, e hoje está eleito, fato que altera consideravelmente o número de seguidores, que foi crescendo à medida que transcorria o período eleitoral e, por consequência, as interações nas postagens. Segundo Ighor Nóbrega (2023), em matéria para o site Poder 360, o governo ganhou, em 100 dias, 5,8 milhões de seguidores nos sites de redes sociais.

Por outro lado, cabe mencionar que, ainda com o crescimento no número de seguidores engajamento de Lula nos sites de redes sociais, especialmente no *Instagram*, Lula tem quase metade de seguidores que seu oponente direto, Jair Bolsonaro. São em outubro de 2023, cerca de 13 milhões do petista contra 25, 3 milhões de Bolsonaro.

Desde o início dos debates nos sites de redes sociais, Bolsonaro lidera com ampla vantagem no número de seguidores. Pensando na soma em todos os sites de redes sociais, a diferença é ainda maior. Segundo levantamento divulgado pelo site poder 360 (2022), Bolsonaro representava “68,1% do total entre os outros principais 5 postulantes ao Planalto”. E mesmo com o crescimento dos demais, seguiu a frente no quesito engajamento.

Segundo Poder 36 (2022) Bolsonaro detinha “470,1 milhões (66% do total) de curtidas, comentários, compartilhamentos e RTs. Lula não tem nem a metade: atingiu 202,7 milhões (29%). Ciro Gomes (27,5 milhões) e Simone Tebet (4,0 milhões).” Tal marca ampliou os

debates que incitavam que Bolsonaro detinha seguidores robôs. Fato que teve estopim na CPI da COVID 19, ocasião em que mensagens eram disparadas a deputados integrantes da CPI.

Diante dos ataques iniciou-se uma investigação conforme exemplifica Otávio Guedes para O globo (2021): “Uma ferramenta "caça robôs", que utiliza Inteligência artificial para identificar contas inautênticas, detectou que até 78% dos ataques eram artificiais, ou seja, partiam de contas que não tinham um ser humano por trás.” Cabe destacar que, apesar de não votarem, esses robôs ajudam no engajamento e na disseminação de ideias, que é o objetivo em um contexto eleitoral, que é o caso.

O perfil de Luiz Inácio, traz uma interface colorida, contando com 3.631 publicações. Na *bio*, que é a biografia, uma descrição breve de quem é o perfil, e o que é encontrado na página, traz o seguinte enunciado: “Presidente do Brasil”. O perfil começou a ser observado a partir de 2021, quando começamos as seleções dos objetos de análise. Porém, a plataforma é atualizada diariamente, trazendo mudanças significativas, inclusive na visualização da página inicial do @, que agora mostra em ordem de engajamento e cronologia da postagem e não mais somente cronologicamente, forma de quando iniciamos a escrita da pesquisa.

O atual presidente era candidato, e suas postagens diferem do atual. Por ser uma página de um agora presidente, as postagens contam com um auxílio de texto verbal em um formato mais “profissional”, com chamadas de efeito na própria imagem e padrão de edição, algumas contam com a *hashtag* #equipelula, indicando que há uma equipe por trás das postagens, dando suporte ao conteúdo trazido no perfil.

As postagens anteriores, as quais serão também objetos de análise, traziam as fotografias na íntegra, sem padrão visual e com texto verbal apenas na legenda como podemos observar nos exemplos:

Figura 63: Prints do perfil @lulaoficial - candidato.



Fonte: Silva (2023).

Figura 64: Prints do perfil @lulaoficial - presidente.



Fonte: Silva (2023).

As capturas mostram dois momentos políticos de Lula. Na imagem 63, que é um print da página enquanto ainda era candidato à presidência (2022), quando trazia postagens mais direcionadas para o engajamento com o público seguidor, com posts mais irreverentes. As

fotografias postadas eram mais expressivas, com tons de vermelho, outras mais dramáticas em preto e branco. Os textos verbais eram trazidos apenas na legenda.

Já na imagem 64, também um print da página, porém mais atual (2023) no contexto em que Luiz Inácio já havia se tornado presidente, as imagens são como informativos, emolduram o assunto a ser trazido no texto verbal. As imagens correspondem a eventos de que o presidente participou. Em tons mais claros, azuis, as imagens são acompanhadas de um texto verbal indicando a informação a ser transmitida, já conduzindo, de certa forma, ao entendimento da postagem.

O @ em questão é uma página de uma figura política, portanto, uma página política. A página que hoje aborda questões voltadas ao conteúdo presidencial, como agenda, informes e ações desenvolvidas pelo presidente, informava desde nossa escolha pelo @ conteúdos acerca do cenário político brasileiro, obviamente mais voltado ao lado partidário do @.

A escolha do *@lulaoficial* deu-se em função de ser uma figura com grande relevância para o cenário político brasileiro. E, por ser um dos lados da polarização que o país se encontrava e encontra-se, no que tange a escolha presidencial.

Segundo dados da Biografia de Lula, veiculada pelo site do governo federal, Luiz Inácio Lula da Silva nasceu em 27 de outubro de 1945 na cidade de Garanhuns, interior de Pernambuco. Já morando em São Paulo, com cerca de 17 anos tornou-se metalúrgico, quando alguns anos depois, começou a ter contato com o movimento sindical.

Em 1975, foi eleito presidente do sindicato dos metalúrgicos, com 92% por cento dos votos, passando a representar 100 mil trabalhadores. E após diversos movimentos de greve e lutas por melhores condições de trabalho, juntamente com outros sindicalistas, intelectuais, políticos e representantes de movimentos sociais, fundou o Partido dos Trabalhadores, o PT, em 10 de fevereiro de 1980.

Em 1980, uma greve dos metalúrgicos que provocou a intervenção do Governo Federal no sindicato, com base na Lei de Segurança Nacional, culminou na primeira prisão de Lula. Foram 31 dias de prisão.

Começa a concorrer às eleições federais em 1982 quando disputou o Governo de São Paulo. Posteriormente, em 1986, foi eleito o deputado federal mais votado do país, para a Assembleia Constituinte.

Concorre, em 1989, pela primeira vez à Presidência da República em 1989, após 29 anos sem eleição direta para o cargo. Perdeu a disputa, no segundo turno, por pequena diferença de votos concorreu nas eleições seguintes também não se elegendendo.

Até que em 27 de outubro de 2002, aos 57 anos de idade, com quase 53 milhões de votos, foi eleito como Presidente da República, e se manteve na presidência, reeleito em 2006. Afastou-se da cadeira presidencial em 2010, mas deixando no poder pelos dois pleitos seguintes: Dilma Rousseff, sua sucessora, também candidata pelo Partido dos Trabalhadores. Em 2015 Lula e alguns integrantes de seu governo foram investigados na operação Lava Jato, da Justiça Federal. Segundo João Fellet (2017), para o site BBC:

Em julho de 2017, o juiz federal Sérgio Moro condenou Lula a nove anos e seis meses de prisão por corrupção no julgamento em que era acusado de receber um apartamento no Guarujá (SP) em troca da promoção de interesses da empreiteira OAS junto à Petrobras (n.p.).

Lula foi preso em 07 de abril de 2018, coercitivamente, após a condenação de Sérgio Moro. Alguns de seus apoiadores tratam como um golpe contra a democracia brasileira, uma vez que o candidato foi preso após condenação em segunda instância e tal decisão era inconstitucional pois à luz das leis brasileiras, os réus só poderiam ser presos após o chamado "trânsito em julgado", fato que não foi considerado na prisão de Lula.

A prisão de Lula o impediu de concorrer às eleições presidenciais de 2018 que se aproximavam, tempo em que crescia a popularidade de Jair Bolsonaro. Com o candidato preso, mesmo sem julgamento final, o discurso de ladrão se popularizou, fazendo com que Lula enfrentasse uma longa jornada para sua defesa e liberdade, e reconquista da confiança e dos votos brasileiros.

Com sua prisão e com tentativas de *habeas corpus* negadas, Lula esteve preso por 580 dias em uma cela improvisada na Sede da Polícia Federal de Curitiba - PR. Em, 07 de novembro de 2019, o Superior Tribunal Federal - STF decide enfim considerar "trânsito em julgado", após as eleições já sacramentadas, Luiz Inácio Lula da Silva foi solto a fim de respeitar seu direito de esgotar todas as instâncias de julgamento para depois ser preso.

Em junho de 2021, Lula foi inocentado uma vez que a corte entendeu que não havia sido julgado com imparcialidade por Sérgio Moro, que posteriormente se consagrou aliado do partido opositor de Lula, Jair Bolsonaro.

Lula deixou a prisão em 08 de novembro de 2019, a tempo de se preparar para as eleições seguintes, concorrendo com seu principal opositor, Jair Bolsonaro, culminando em uma polarização que dividiu o país em dois. Lula vence as eleições de 2022 com uma campanha marcada por um discurso de retomada da democracia.

Dessa forma, desde as eleições diretas, Lula esteve no centro do debate presidencial. E por ser nas últimas eleições uma das partes da polarização que dividiu o país é uma das figuras

mais relevantes no cenário político brasileiro. Esse cenário marcado pela polarização, trouxe às redes, atual campo de atuação discursiva, amplo debate. Assim, as fotografias postadas por esse usuário, fomentam discussões e exprimem seu discurso através delas, que são recebidas pelos seus milhões de seguidores.

As fotografias postadas na conta são, majoritariamente, capturadas pelas lentes do fotógrafo Ricardo Stukert, fotógrafo brasileiro que é o responsável pelas fotografias do atual presidente, desde 2002, pouco antes da eleição presidencial. Com uma relação duradoura e inédita, no que diz respeito à cumplicidade fotógrafo x político, Ricardo retrata os passos do presidente desde então.

Na página do hoje presidente é possível perceber imagens que vão desde aquelas que possuem um tom artístico, dramático, até as imagens com fins jornalísticos, capturas mais informativas. Da mesma forma, as imagens capturadas por Ricardo são os textos que Lula escolhe para falar para seu público.

O público que segue o *@lulaoficial* é composto por simpatizantes ou da pessoa Luiz Inácio Lula da Silva, político brasileiro, ou de seguidores que simpatizam com a ideologia política exteriorizada por ele. Porém, não são apenas estes que podem interagir com o @. Por ser um perfil “aberto”, qualquer usuário, que tenha conta cadastrada pode tanto visualizar suas postagens, quanto interagir com elas, seja curtindo, compartilhando, comentando. Fator que amplia o debate e a diversidade de sentido a serem produzidos. Uma vez que estes são concebidos a partir da bagagem cultural e social de cada interlocutor.

A interface da página foi se modificando ao longo do tempo, a quantidade atual de interações, como dissemos, é bem diferente das primeiras postagens da página:

Figura 65: Primeira fotografia postada por *@lulaoficial*: **Everton Conceição Santos** [..]



Fonte: Silva (2017).

A captura acima é a primeira postagem do @. A postagem traz uma fotografia de Lula com um de seus eleitores, Everton Conceição Santos, o Lulinha. A postagem é uma dedicatória de afeto do presidente ao apoiador, que parece representar todos aqueles que são como Everton, seus seguidores/eleitores de Luiz Inácio. A imagem postada em 17 de agosto de 2017 contou com 4.106 mil curtidas e 354 comentários. Não é possível observar quantos seguidores o @ tinha nesta data, mas sabe-se, que por ser no início de sua jornada na plataforma, era muito menos que hoje.

Atualmente, o perfil *@lulaoficial* conta com o selo de “verificado”, em que o selo azul³⁴ confirma se retratar de perfil oficial, quando se trata de figuras públicas. Quanto à acessibilidade, o perfil não conta com texto alternativo para cegos.

Ainda, nos “destaques”, que são abas nas quais o usuário pode salvar os *stories*, que costumam sumir em 24 horas. Dessa forma, salva-se ali o que deseja que não seja perdido em um dia. Assim encontra-se os *links* para quem deseja acessar as demais redes do usuário, bem como para o livro “O Brasil no mundo: 8 anos de governo Lula” contendo as fotos de Stuckert.

Sabemos que este é um perfil oficial de um agente político, e que, embora seja um perfil em um primeiro momento pessoal, é, na verdade, um canal de comunicação com seus eleitores, apoiadores e também desafetos. Trata-se de um canal direto entre o político e seu público eleitor, mas também espaço de *post* mais descontraídas voltados para seguidores.

Figura 66: Postagem de *@lulaoficial*: Um domingo na Bahia [...]



Fonte: Silva (2023).

³⁴ O selo azul hoje também pode ser comprado pelo usuário, a fim de garantir segurança em sua conta no site. Da mesma forma, os perfis oficiais seguem com a verificação proposta pelo *Instagram*.

A foto acima é um exemplo de postagens descontraídas feitas pelo usuário. A imagem não tem, pelo menos não de forma explícita, intenções eleitoreiras. Não trata de agenda política ou informes acerca de campanha. É uma imagem de um momento de lazer da pessoa Luís Inácio.

Figura 67: Postagem de @lulaoficial: Estive hoje em Salvador [...]



Fonte: Silva (2023).

Já a postagem acima, que traz duas fotografias de movimentos de campanha, explicita esse conteúdo político bastante abordado no perfil, uma vez que, como já dissemos, trata-se de um perfil de um agente político.

O que podemos perceber é que embora as imagens tenham sido postadas no mesmo dia, 02 de julho de 2023, com o mesmo contexto temporal, espacial, que foi a ida do presidente à Bahia, trazem abordagens completamente diferentes. Nessa segunda postagem, ele traz como legenda uma informação política do contexto baiano.

A imagem do presidente se banhando no mar da Bahia contou com 1.7 milhões de curtidas e 57.7 comentários. Já a postagem com o ato político no mesmo estado obteve 47.6 mil curtidas e 2.258 mil comentários. Talvez essa grande discrepância de interação se dê justamente pela irreverência da fotografia, da humanização da figura de quem detém o poder presidencial. Cabe trazer que embora as interações indiquem que a fotografia que trata do ato político tenha tido menos “sucesso” do que a mais intimista, não significa que não tenha sido consumida. O discurso de ambas circulou pelas *timelines* e atravessaram seus usuários, da mesma forma.

A imagem do presidente do Brasil, como qualquer outro brasileiro comum, talvez traga ao público que, apesar de ser seguidor, não consuma seu conteúdo político para mais perto de

sua rede. E aqueles que não são seguidores, segui-lo por encontrar em sua *timeline* conteúdos leves e irreverentes.

Figura 68: *Prints* do perfil @lulaoficial - Postagens irreverentes.



Fonte: Silva (2023).

No perfil é possível encontrar grande número de fotografias com estética semelhante. Apesar de não trazer informações políticas, a foto traz conexão com seus seguidores, uma vez que humaniza a figura política e aproxima o público que deseja consumir conteúdo que não apenas eleitoral. Essas fotografias mostram o lado humanizado da figura Lula, e além de aproximar o público que não busca conteúdo político, aproxima também o público mais jovem. Cabe trazer que esse público nas últimas eleições ajudou o presidente a se eleger, conforme corrobora Nóbrega (2023), em matéria para o site Poder 360 “Em comparação aos números registrados à época da posse, em 1º de janeiro de 2023, Lula cresceu 8,0% nas redes”.

Segundo dados de pesquisa realizada pelo Tribunal Superior Eleitoral - TSE (2022) “o comparecimento médio de jovens de 16 e 17 anos aumentou 52,3% entre 2018 e 2022”. Os dados apontaram ainda que “Mais de 2,1 milhões de eleitoras e eleitores nessa faixa etária estavam aptos a votar neste ano e, em média, 1,7 milhão foram às urnas”.

Ainda nessa perspectiva, Caroline Oliveira para o site Brasil de Fato (2022), traz dados de uma pesquisa realizada pelo Datafolha a qual apontou que Lula liderava a preferência entre os adolescentes e jovens de 16 a 29 anos de 12 capitais do país, contando com 51% das intenções de voto contra 20% do seu principal oponente, Jair Bolsonaro.

Tais números mostram que apostar nessa camada social é um caminho para obter maior quantidade de votos. E que a irreverência, essa perspectiva mais “jovem” mais humanizada

abordada no perfil de Lula trouxe resultado nas urnas. Tal constatação corrobora com o entendimento que as imagens postadas nos sites de redes sociais ajudam a ditar ou manter ideologias.

Outra abordagem de Lula em seu perfil é a postagem de fotografias que demonstrem o apoio à sua candidatura: personalidades reconhecidas no campo político, social e religioso, líderes mundiais. Todos demonstrando apoio, mostrando a capacidade de diplomacia de Lula.

Figura 69: Prints do perfil @lulaoficial - personalidades.



Fonte: Silva (2023).

Diante da popularidade dos sites de redes sociais, e conseqüentemente do número de seguidores que pode ser convertido em eleitores, Lula aposta ainda em fotografias e posts com personalidades que estão em evidência no mundo virtual. Artistas, famosos, cantores mais experientes e da nova geração, influenciadores digitais, blogueiros e youtubers. Uma fotografia com essas figuras ajuda tanto no engajamento da página, quanto na captura do público desse apoiador que geralmente é bastante alto.

Figura 70: Prints do perfil @lulaoficial - influenciadores.



Fonte: Silva (2023).

As influenciadoras Juliette Freire, Anitta e Bianca Andrade (Boca Rosa) trazidas nas capturas acima contam juntas com mais de 115 milhões de seguidores no *Instagram*. Por mais que a foto veiculada no post não seja com Lula, só de trazer sua fotografia com uma citação em que dizem apoiar o candidato, é suficiente para que seu público seja influenciado.

Quando a foto é de Lula com o @, a influência é ainda maior, conforme podemos observar a seguir:

Figura 71: Postagem de @lulaoficial com Deolane.



Fonte: Silva (2022).

A exemplo disso, a fotografia postada por Lula com a Influencer e advogada Deolane Bezerra (@dra.deolanebezerra), contou com 1.148.169 milhões de curtidas e 58.792 mil comentários. Um engajamento excelente, uma vez que curtidas podem converter-se em votos, ou pelo menos seguidores. Deolane que é conhecida por ser uma advogada irreverente conta mais de 17 milhões de seguidores em seu perfil no *Instagram* e declarou apoio e fez campanha para Lula.

Dessa forma, o perfil de Lula é um campo discursivo muito potente que fomenta discussões acerca de conteúdos políticos, mas que gera também entretenimento e informação

aos usuários. Além de ser uma figura relevante no cenário político brasileiro Lula (@lulaoficial) é um ator influente no espaço virtual. Observar como se dão as relações entre ele e seus interlocutores e que discursos emergem dessas relações podem ajudar a entender de que forma os discursos são percebidos na arena discursiva no espaço virtual.

4.2 Seleção dos objetos de análise

Após a inserção na plataforma *Instagram* e a observação do perfil @lulaoficial, tomamos como próximo passo a seleção das fotografias a serem analisadas nesta pesquisa. Para tanto, foram observadas as postagens com as imagens, levando em consideração as interações que estas contaram.

Selecionamos, dentro de muitas postagens, três fotografias nas quais seguindo uma perspectiva de investigação e tendo como critérios de escolha, fotos que foram postadas em três diferentes momentos, ou seja, contextos enunciativos diferentes.

A pesquisa se desenvolveu em meio às mudanças sociais que ocorreram, como as eleições presidenciais, fato que não poderia passar despercebido nessa dissertação. Desta forma, pelo momento de grande relevância que foi a reeleição do presidente Lula, decidimos optar por incluir esse momento no critério de seleção das imagens.

Assim, como critério de seleção das imagens, elegemos os seguintes contextos: (i) Lula preso (2018) (ii) Lula logo após a soltura e candidato novamente (2019-2022) (iii) Lula eleito (2022).

Para manter a objetividade da escolha, tivemos como critério de escolha para cada período a quantidade de interações. Foram selecionadas as imagens com maior número de curtidas, por entender que as imagens mais curtidas atravessaram, um número maior de interlocutores.

A partir disso, foi feita uma busca nas imagens desde a primeira postagem, posteriormente, foram observadas levando em conta todos os comentários e a situação discursiva. Posteriormente, após avaliarmos a imagem selecionamos as três imagens que correspondiam aos critérios elencados.

Para a análise das réplicas, selecionamos comentários que configuraram reações à fotografia postada. Como mencionado anteriormente, este perfil é um canal de comunicação do político Lula com seus eleitores, apoiadores, mas também desafetos pessoais e políticos e no ambiente dos sites de redes sociais; é comum que alguns usuários expressem reações

“robóticas” ou que não condizem com uma reação propriamente dita para com o enunciado, mas apenas reações que deslegitimam ou ignoram o enunciado.

Assim, comentários de cunho político-partidários prós ou contras à filiação política do perfil analisado que se distanciam do sentido proposto no enunciado, como, por exemplo, “lula livre” “lula ladrão” ou “lindo”. Todavia, selecionamos os que mostrassem posicionamentos tanto favoráveis à ideologia política do candidato quanto contrários, desde que coerentes com a imagem postada.

Também desconsideramos os comentários que foram feitos por artistas e perfis verificados, uma vez que entendemos que estes geram curtidas que advém do engajamento do @. Ocorre que mesmo que o este usuário poste apenas um *emoji*³⁵, contará com milhares de curtidas pois este conta com milhões de seguidores. Comentários com apenas uma palavra, felicitações ou apenas um *emoji* também não foram selecionados.

Tivemos como base a escolha de até trinta comentários para cada postagem. Visto que a publicação pode gerar uma infinidade de respostas. Posteriormente, desses, selecionamos os vinte, que foram analisados seguindo os critérios a seguir.

Delimitamos alguns critérios de escolha, mas não desconsideramos a importância dos demais. Como critérios de seleção, temos que os comentários analisados foram aqueles que tinham relação direta ao suposto tema contido no enunciado, descartamos, portanto, os que fugiam totalmente do tema. Tivemos como delimitação também o período de coleta desses comentários, buscamos os que foram feitos em data mais próxima à publicação da fotografia, a fim de perceber as reações mais imediatas.

Ainda, levamos em consideração as quantidades de curtidas e respostas destes. Um comentário com grande número de curtidas sugere que mais pessoas corroboram com o entendido por este interlocutor. Os comentários da postagem permitem respostas, ou seja, réplicas de comentários que podem ser referentes tanto à postagem, quanto ao próprio comentário, estes também foram considerados, avaliados.

Tanto para as fotografias quanto para os comentários das imagens, foram feitos *prints* da tela, confidenciando a foto e *nickname* dos perfis dos comentários selecionados.

³⁵ A palavra “emoji” vem da união de “e”, que significa imagem e “moji”, que em japonês significa letra. Ou seja, são símbolos que representam uma ideia, palavra ou frase completa. Esses símbolos têm a aparência de expressões, objetos, animais, tipos de clima etc. Fonte: Braga (2017).

A partir disso, aplicamos os passos de Descrição, Análise e Interpretação sugeridos por Adail Sobral (2006) a fim de verificar quais discursos emergem das réplicas às fotografias postadas em página de site de redes sociais, com base na ADD.

4.3 Descrição, análise, interpretação: uma síntese

Na etapa da descrição, nos atentamos para a materialidade da postagem como um todo, observamos em primeira instância o texto visual, a foto, observando como ela se apresenta se conta com algum outro recurso, quem foi o fotógrafo. Ainda, as cores, luzes e enquadramento utilizados e quais os protagonistas na cena. Observamos e descrevemos as características da imagem, a descrição da cena enunciativa.

Ademais, consideramos textos verbais, as legendas, incluindo as marcações na postagem, localização, *hashtags* que acompanham a postagem da fotografia. Analisamos a quantidade de interações, curtidas, comentários, compartilhamentos. A partir dessa descrição, foi possível revelar o olhar do observador frente ao objeto.

Na análise, que deve ser pautada no conhecimento sobre as relações entre língua e enunciação, observamos o processo de produção discursiva da imagem. Por se tratar de um enunciado fotográfico refletimos sobre o seu projeto de dizer, a presumível intencionalidade do usuário ao postar a foto, do fotógrafo ao capturar e o que estes esperavam enquanto resposta enunciativa e quais receberam. Pensamos também quais são as posições sociais e temporais que ocupam os interlocutores nesse cenário discursivo.

E, por fim, na interpretação, pensamos sobre os sentidos que surgiram a partir da postagem da fotografia na determinada situação discursiva. Com propósito de verificar as réplicas que emergiram dessas postagens nesta situação enunciativa, observamos, portanto, os comentários feitos pelos usuários na postagem de cada imagem.

Os passos metodológicos para a análise dos comentários foram os mesmos abordados para a fotografia, porém, por se tratar de enunciado verbal, na etapa de descrição atentamos para a materialidade dos textos dos comentários, como se apresentam. No caso desta plataforma não é possível alterar cor ou fonte. Porém, podem ser observados outros aspectos, se o

interlocutor se utilizou de maiúsculas ou minúsculas, por exemplo³⁶. Ou ainda, se contam com recursos como *emojis*, *hashtags*.

No que se refere à análise, observamos o processo de produção discursiva, quais os mecanismos acessados nesses processos para a elaboração do seu projeto de dizer. E por fim, na interpretação, acionando os aspectos observados anteriormente, pensamos nos sentidos que emergiram nesses comentários e como o usuário pode receber de diferentes formas um mesmo enunciado, que depende, a partir do postulado por Bakhtin, do contexto enunciativo, das relações estabelecidas entre os interlocutores. Através desses passos metodológicos então, podemos refletir acerca da presumível intencionalidade do locutor e das réplicas produzidas a partir das fotografias postadas.

³⁶ No ambiente virtual a utilização de letras em maiúscula sugere que o interlocutor deseja grifar, ou ainda que está “gritando”, falando alto.

5 RÉPLICAS QUE EMERGEM DE FOTOGRAFIAS POSTADAS NO *INSTAGRAM*: ANÁLISE SOB UMA PERSPECTIVA DIALÓGICA

Este capítulo é dedicado ao exame de réplicas de interlocutores a três fotografias postadas pela conta do *Instagram* @lulaoficial, a fim de verificar a responsividade que essas imagens provocam e a valoração envolvida nestas, com base na Análise Dialógica do Discurso.

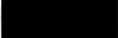
Para isso, seguimos os passos metodológicos apontados na sessão anterior e delimitamos as imagens e comentários que serão apresentados a seguir. A fim de analisar as réplicas pensando no fechamento de sentido da enunciação, faremos a análise da primeira fotografia selecionada, seguida das réplicas a ela, atentando aos sentidos que possam ser alcançados. E, assim faremos para as duas seguintes, para, posteriormente, avaliarmos os resultados de forma mais ampla.

5.1 Fotografia 1: (i) Lula preso - Cuide sempre da sua saúde [...]

 **lulaoficial** 



 Curtido por  outras 229.297 pessoas

lulaoficial Cuide sempre da sua saúde e pratique exercícios.

"Lula está muito bem fisicamente, correndo 9 quilômetros por dia na esteira", relatou o escritor Emir Sader após visita ao ex-presidente Lula na tarde de ontem, acompanhado do ex-presidente da Argentina Eduardo Duhalde.

Foto: @ricardostuckert
#LulaLivre #LulaLivreJá

Ver todos os 13.397 comentários
19 de julho de 2019 • Ver tradução

Fonte Silva (2019).

A captura acima trata de uma postagem feita em 19 de julho de 2019. Conta, até 20 de julho de 2023, data de revisão deste capítulo, com 229.298 mil curtidas e 13,397 mil comentários. O *post* traz como principal informação o enunciado visual acompanhado de um texto verbal auxiliar que é legenda da imagem. É possível verificar a quantidade de curtidas e comentários e as *hashtags* selecionadas. Também, há uma marcação na postagem, que é do fotógrafo oficial de Lula, que assina todas suas fotografias, como já tratamos ao longo do trabalho.

Primeiramente, o que se apresenta de imediato é a fotografia de Lula como personagem único e principal da cena capturada. A cena mostra o atual presidente malhando, com equipamentos de musculação, vestindo camisa vermelha, porém de camiseta esportiva, tipicamente usada nas práticas de exercício físico. No primeiro plano, é possível observar o braço do “personagem” em evidência, que aparenta estar com a musculatura bem definida. Lula parece não estar sofrendo na prática dos exercícios, uma vez que sorri enquanto faz força, com olhar fixado em algo que não nos é mostrado na imagem, dando uma sensação de ser para o horizonte.

A imagem de Lula está bem definida, enquanto o fundo da imagem, o cenário onde ocorre a cena, está em desfoque, sendo possível perceber alguns objetos como roupas e toalhas penduradas. É possível perceber que há uma televisão e um aparelho ventilador no ambiente atrás dele. A apresentação, estética visual da imagem trata do estilo empregado pelo fotógrafo ao capturar a cena. Escolhe cores vivas e foco no físico do personagem a fim de exprimir seu projeto enunciativo.

Como auxiliar da imagem a legenda diz como chamada principal: “cuide bem da sua saúde e pratique exercícios”. A frase ajuda a delimitar o sentido principal que é veiculado na imagem, alguém de aparência saudável que está praticando exercício físico, cuidando da saúde. Lula é aí apresentado como exemplo disso, e como alguém que, nesses termos, aconselha os interlocutores.

Já o trecho que se segue após essa frase tem um tom mais informativo. Ele é separado da “legenda” por um espaço, indicando que há uma ideia de separação do primeiro período. “Lula está muito bem fisicamente, correndo 9 quilômetros por dia na esteira, relatou o escritor Emir Sader após visita ao ex-presidente Lula na tarde de ontem, acompanhado do ex-presidente da Argentina Eduardo Duhalde”.

O texto diz entre aspas, ou seja, trazendo a fala de alguém, o que nos é mostrada, que Lula está bem. E aponta para o possível contexto de que a foto foi capturada, uma vez que diz que aconteceu em uma visita a Lula das pessoas mencionadas.

Somente a imagem e os textos verbais não nos dão aporte suficiente para determinar o lugar em que foi capturada a imagem, e os sentidos que emergem a partir dessas primeiras informações são os de aconselhamento de prática de exercícios físicos, bem como de que Lula estava bem, recebendo visitas e se cuidando.

Mas, pensando na lógica de uma análise que leva em consideração os aspectos enunciativos, precisamos levar em consideração o contexto histórico e social que essa imagem foi capturada e ou veiculada, que é mais importante do que o ambiente físico em que a foto foi tirada. Ou seja, é preciso um olhar cronotópico, que conforme trata Bakhtin “inclui tanto o momento espacial como o temporal” (p. 206).

Em um primeiro momento observamos a data que foi postada a imagem, 19 de julho de 2019. Neste período, observando o contexto histórico, Lula estava preso em Curitiba, em uma cela adaptada no prédio da Superintendência da Polícia Federal. Dessa forma, pode-se perceber que o local da foto é a cela onde Luiz Inácio estava preso. Ao saber disso, temos que as Hashtags trazidas ao fim do texto verbal corroboram o entendimento, uma vez que dizem #LulaLivre e #LulaLivreJá, ou seja, ele não estava livre.

No contexto da foto, além de sabermos que Lula estava preso, sabíamos que ele logo teria novo julgamento, e que poderia ser absolvido. O novo julgamento de Lula aconteceria em 07 de novembro de 2019. Caso absolvido fosse, voltaria para a vida política. Dessa forma, precisava estar em plena forma física.

Portanto, quando o texto diz “Lula está muito bem fisicamente” reforça que Lula está se preparando para a volta e também está respondendo a possíveis discursos de que Lula poderia estar esmorecido ou debilitado. Mostrar que está em plena forma, saudável, traz para seus seguidores, eleitores, a confiança de que ele estaria preparado para assumir seus compromissos na possível corrida presidencial.

Ao mostrar o corpo, principalmente o braço que está em evidência, bem definidos, Lula quebra com outra possível dúvida acerca de sua condição para voltar a governar, a idade. Lula já contava com 72 anos de idade quando foi preso, fato que poderia corroborar uma ideia de que não teria condições físicas de se manter à frente de um novo pleito. A imagem que exprime um homem forte, bem preparado fisicamente, quebra a máxima de idoso cansado.

O olhar atento de Lula para um horizonte indefinido na imagem traz uma sensação de que ele olha para o futuro, sorrindo, forte, com olhar atento, fixo em um objetivo. Esse objetivo tanto pode ser tanto sua saúde como o futuro do Brasil, quando pensamos no contexto político em que a foto foi veiculada. Esse contexto indicava a possibilidade do início de uma nova

corrida presidencial, da qual Lula se preparava para participar, se fosse absolvido. Uma corrida para a qual Luiz Inácio treinava dentro da cela de Curitiba.

A imagem traz a assinatura do fotógrafo oficial de Lula, Ricardo Stuckert, e, como toda fotografia, traz o olhar do fotógrafo, mas não sua imagem. Além disso, a fotografia aparenta ser capturada de um aparelho celular, uma vez que não apresenta resolução de câmera profissional, indicando ser uma fotografia feita em um momento informal ou que pretende criar essa impressão.

Diversas e diversificadas réplicas surgem a partir da situação enunciativa estabelecida pela postagem da foto, a depender do perfil: seguidores, eleitores, detratores....

Como réplicas, temos 229.298 mil curtidas e 13.397 mil comentários. A postagem conta com compartilhamentos que só podem ser acessados pelo próprio usuário que fez a postagem, e, dessa forma, não os podemos observar.

Quanto aos comentários, diversos foram os discursos recebidos pelos interlocutores das imagens. O primeiro comentário que selecionamos responde ao interlocutor da foto com o entendimento de que a fotografia exprime o discurso de que o presidente está “se preparando”:

Comentário 1:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O interlocutor 1 diz: “Se preparando para voltar, meu querido revolucionário”, indicando que tem a informação de que Lula está preso e pode, a qualquer momento, sair da cadeia. Notamos que ele não utiliza os termos que configuram a soltura da prisão como: “sair”, “ser solto”, “deixar a prisão” ele aciona o verbo “voltar”. Ao acionar esse termo, traz à arena discursiva que compreende que Lula se prepara para voltar ao lugar que ocupava, a presidência, ao voltar a ser livre.

Ele usa ainda a adjetivação “meu querido revolucionário”. Segundo o dicionário de português online Dicio (2023), Revolucionário significa: Que provoca revoluções; favorável a transformações radicais no âmbito político ou social; progressista; definido pela criatividade,

originalidade, ousadia; capaz de ocasionar mudanças em normas preestabelecidas; inovador; capaz de inovar nos mais variados aspectos e âmbitos do conhecimento.

Como não levamos em conta apenas as significações amarradas ao dicionário, mas ao contexto social e histórico no qual o signo é acionado, quando trazemos à luz uma visão cronotópica apontando o contexto, temos um ex-presidente de esquerda que está preso de forma injusta e, até o momento da postagem, sem condenação. Ele usa “meu querido” antes de revolucionário, mostrando afeição a Lula. Ainda se utiliza do emoticon 🤝 que nos sites de redes sociais tem um sentido de “força”. Dessa forma, o interlocutor 1 parece alcançar o sentido de que Lula se prepara para a volta à presidência, à revolução.

O interlocutor 2 também alcança o entendimento de que Lula se prepara para voltar à presidência. Ele diz:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Esse usuário tem o mesmo entendimento do usuário 1, mas usa de mais emoção para enunciar. Primeiramente, ele marca seu posicionamento político e afeição chamando Lula de “meu presidente. Ele traz o termo “missão” e diz que a missão para a qual Lula se prepara é salvar o Brasil, ou seja, ele entende que o país precisa ser salvo. Ainda com o advérbio de modo “novamente” indica que Lula já salvou o país alguma vez, e precisa salvar de novo.

Ele ainda roga que Lula não demore, indicando que está havendo demora, que vê urgência na saída de Luiz Inácio, fomentando seu discurso de que o país precisa ser salvo. Ele finaliza sua fala com um “te amo” seguido de três pontos de exclamação, pontuação que geralmente é utilizada para enfatizar o que foi dito. Por fim, três corações vermelhos, corroborando com o tom emotivo de sua resposta à postagem, e seu amor a Lula.

Já o interlocutor 3 recebe o discurso da imagem e responde de forma diferente, subentendendo-se que julga que Lula está se preparando, assim como os primeiros, para a batalha política, mas observa principalmente o corpo físico, o condicionamento de Lula.

Comentário 3:



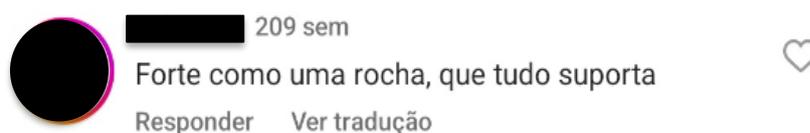
Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O interlocutor diz: “Condicionamento físico ótimo para continuar BRILHANTEEE”. O que se percebe em um primeiro momento é que o interlocutor admira o condicionamento físico de Lula, diz que é ótimo. Quando diz “pra continuar”, e em seguida “BRILHANTEEE”, não há separação entre os termos, e então o enunciado pode ser lido como “condicionamento físico ótimo para continuar”, com o entendimento que ele está em ótimo condicionamento para continuar sua jornada, sua carreira, sua vida e posteriormente esclarecer que o fato de se manter saudável é uma ideia brilhante. Mas o interlocutor também pode ter dito Condicionamento físico ótimo para continuar BRILHANTE, no sentido de dizer que ele continuará brilhante, referindo-se a Lula.

De todo modo, o interlocutor 3 também apresenta um posicionamento favorável a Lula, como vemos a partir de três *emojis* de coração que deixa ao final de sua réplica. Esses *emoticons* emitem um discurso de amor e carinho.

Assim como o 3, o interlocutor 4 também respondeu à postagem acentuando o físico de Luiz Inácio:

Comentário 4:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Observando também o físico, este interlocutor acentua a força de Lula, e não só física. A imagem que traz Lula fazendo exercício físico, usando de força para realizar o movimento, parece atravessar o interlocutor 4, ao perceber que ele é/está forte.

Ele compara Lula a “uma rocha, que tudo suporta”, remetendo ao fato de, na época desta postagem, Lula ter suportado diversas adversidades, como o falecimento de sua companheira Marisa Letícia Lula da Silva (1950-2017) com a qual fora casado desde 1974 até sua morte em 2017 (quando já estava em fase de investigação da Operação Lava Jato, que culminou em sua

prisão alguns meses depois). também perdeu seu irmão, Genival Inácio da Silva, o Vavá (1940-2019), e pouco mais de dois meses depois, também faleceu seu neto Arthur Lula da Silva (2012-2019) quando Lula já estava na prisão, em 2019.

Lula, então, foi acometido por diversas adversidades enquanto estava encarcerado. A morte de Arthur, por exemplo, ocorreu quatro meses antes da postagem. Mesmo com todas as tragédias, Lula manteve-se firme. Manteve firme também seu discurso de liberdade e volta ao cenário eleitoral. Talvez por isso, o interlocutor 4 tenha o comparado a uma rocha.

Comentário 5:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O interlocutor 5 também respondeu ao físico de Luiz Inácio. O interlocutor diz “OLHA-ESSE-BRAÇÃO!”. O interlocutor utiliza-se de duas formas diferentes para enunciar. Utiliza-se de maiúscula, ou caixa alta, que normalmente, na arena do mundo virtual, utiliza-se para enfatizar ou para explicar que caso estivesse falando verbalmente estaria gritando.

Outra abordagem utilizada por este interlocutor é o traço entre as palavras (-), esse uso, nas redes, pode indicar que o interlocutor enfatiza cada palavra: OLHA! ESSE! BRAÇÃO! Como se exclamasse cada palavra. Finaliza seu enunciado com um emoticon de olhinhos apaixonados. Seu uso indica que há paixão, amor ou admiração por alguém.

Da mesma forma, o interlocutor 6 respondeu observando o braço de Lula:

Comentário 6:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Este interlocutor começa seu enunciado dizendo: “As minas piram no Lula” e após na mesma frase a representação textual do som de risada “ahahahha”. “As minas piram” é uma

forma coloquial utilizada pelo grupo social mais jovem que significa dizer que as mulheres, ou meninas mais jovens, gostam, curtem, se enlouquecem, aqui, segundo ele, por Lula. A risada que vem em seguida parece corroborar, ao dar um tom engraçado para a constatação dele.

A seguir, se refere a Lula utilizando -se do termo “maluco”. Esse termo é uma gíria utilizada para referir-se a um homem, não necessariamente o chamando de louco. Normalmente é como se dissesse “esse homem” “esse cara”.

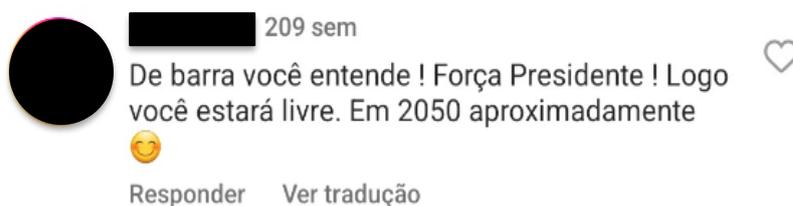
Ele, então, faz sua observação acerca do braço de Lula: “O maluco tava com uns 40 cm de braço aí :c”. Ele reflete acerca do tamanho do braço que Lula mostra na foto. 40 cm de braço significa um braço bastante grande, e pela idade já avançada de Luiz Inácio torna-se algo admirável e surpreendente. E é esse viés que permeia o comentário desse interlocutor. Uma vez que ele traz que as “minas piram” e ainda que o braço está muito grande, ou seja, Lula o surpreende.

Para finalizar, ele utiliza dois caracteres que simbolizam o desenho de uma expressão (:c). Tanto pode ser uma carinha triste com o sorriso para baixo, como pode ser de surpresa, se pensarmos que “:” são os olhos e “c”, o formato da letra equivale ao formato de boca.

Além da constatação de que ele recebe da fotografia o discurso de que Lula está em boa forma física, podemos perceber, por observamos as gírias e a forma coloquial e descontraída que este interlocutor é mais jovem, ou que pelo menos tem uma forma enunciativa menos formal de se expressar.

O interlocutor 7, por sua vez, alcança discursos diferentes:

Comentário 7:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Ele diz “De barra você entende! Força presidente! Logo você estará livre. Em 2050 aproximadamente.” Se não considerarmos o enunciado como um todo, o que envolve o sentido de “barra” (de exercício e de cela), que anuncia a valoração do interlocutor, não poderemos perceber a ironia. O interlocutor começa agressivamente: “De barra você entende!”, e enfatiza a ironia ao dizer “Força, presidente!” nas barras. Traz uma frase aparentemente positiva: Logo

você estará livre.”, que é complementada com “Em 2050 aproximadamente Quando joga a prisão de Lula para 2050, ele quer dizer que este deve ficar preso ainda por muito tempo.

No contexto dessa postagem e comentário, a barra que é trazida na postagem é a barra utilizada para exercícios de tríceps, chamado de “tríceps barra reta”. Já a barra que quer acionar o interlocutor 7 talvez são as barras que compõem as grades da cadeia. Cabe lembrar que Lula não estava em uma cela de prisão propriamente dita, mas em uma cela adaptada no prédio da sede da Polícia Federal de Curitiba, Lula esteve preso também em 1980, como já trouxemos nesta pesquisa. Não sabemos precisar se o interlocutor quer apontar essa informação da primeira prisão, mas sabemos que a detenção, à época do comentário, ele sabe.

Fica evidente a ironia utilizada pelo interlocutor, que é finalizada com um *emoji* de sorriso que também pode ser utilizado em um contexto irônico. E assim foi feito. Ao trazer esse comentário para uma simulação de oral é como se ele finalizasse sua fala com um sorriso irônico.

Esse comentário explica a máxima dialógica que diz que a palavra além de significação comporta um valor social, ideológico. Acionada pelo interlocutor a partir dos sentidos que deseja provocar. Podemos entender que ele deseja força a Lula, a força que ele mostra fazendo seu exercício, mas não para estar preparado para quando estiver solto, como alcançaram os interlocutores anteriores, mas para que ele aguente muito tempo ainda pois vai estar preso até 2050, aproximadamente.

O interlocutor 8 chama de ferro o que o interlocutor 7 chamou de barra:

Comentário 8:



201 sem

As malas de dinheiro desviado pesava mais que esses ferro, logo logo volta a entrar em forma de novo kk👉👈



16

Responder Ver tradução

Fonte: *Print do perfil @lulaoficial no Instagram.*

Percebemos que o interlocutor 8 usa de sarcasmo, um recurso estilístico que serve para fazer provocações, zombarias. Bem parecido com a ironia, trazida pelo interlocutor anteriormente exposto.

Nesse comentário, o interlocutor traz: “As maletas de dinheiro desviado pesava mais que esses ferro”. Para entendermos tal afirmativa, devemos recorrer ao contexto histórico a fim de alcançar os discursos que o interlocutor está acionando.

Em 2017, a Operação Cui Bono, que é um desdobramento da operação Lava Jato, a mesma que deflagrou também a prisão de Lula, apreendeu no apartamento de Geddel Vieira Lima, do Movimento Democrático Brasileiro - MDB, malas e caixas de dinheiro em um imóvel supostamente seu em Salvador. A operação culminou na sua prisão.

Ocorre que, ainda que seja de filiação partidária opositora, Geddel foi Ministro da Integração Nacional do governo Lula, entre os anos de 2007 e 2010. O interlocutor tenta, portanto, trazer à sua fala essa informação que retoma os desdobramentos da Operação Lava Jato que investigou e prendeu Lula e alguns integrantes de seu governo.

Fato é que as maletas de dinheiro apreendidas não foram encontradas na posse de Lula, nem foram atreladas a ele. Mas, da forma como construiu sua enunciação, o interlocutor, induz, leva à percepção que fora com o então ex-presidente.

Ele continua: “logo, logo volta a entrar em forma de novo”. A partir dessa parte do enunciado ele aparenta acreditar que Lula será solto, e solto voltará a levantar malas de dinheiro, e, assim, novamente “ficar em forma”. Ele finaliza com uma representação de risada, comumente usada no campo digital, que é “kk”. Normalmente a quantidade de “k” define o tamanho ou duração da risada. Muitos “k’s”, ou seja, “kkkkkkkkkkkkkk” riu bastante, “kk” nesse caso pode indicar uma risada sem graça ou ainda irônica, parece ser o uso empregado.

Ainda, traz o *emoji* 🙌 que geralmente é utilizado nas redes para indicar comemoração, gratidão. Ou ainda, pode indicar um “toca aqui” como se pedisse a confirmação do escrito. No caso desse enunciado, pela construção sarcástica, pode ser qualquer um dos três usos, uma vez que a “comemoração” ou a “gratidão” pela possível soltura de Lula é sarcástica. Nesse caso, ele coloca o emoji. É como se ele indicasse que Lula deve estar fazendo o gesto, grato por ser solto.

Diferentemente, o interlocutor 9 responde ao enunciado questionando a invalidez de Lula frente a seu porte físico tão bom:

Comentário 9:



209 sem

E POR QUE É APOSENTADO POR INVALIDEZ PELO INSS.?



7

Responder Ver tradução

Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Ele escolhe elaborar seu enunciado em forma de pergunta: “E POR QUE É APOSENTADO POR INVALIDEZ PELO INSS.?”. Notamos, primeiramente, observando a materialidade do enunciado, que ele se utiliza de caixa alta, maiúsculas, como se quisesse dar maior entonação à sua fala, grifando-a.

Ele também recebe o discurso de força e bom condicionamento que o presidente apresenta na fotografia, mas traz um novo discurso, a qual está em suas experiências anteriores. Discurso que o atravessou anteriormente e que ele traz em sua resposta. Ele traz a informação para sua réplica de que Lula é aposentado por invalidez. Antes cabe trazer que o INSS é a sigla para Instituto Nacional do Seguro Social. É o órgão responsável pela concessão ou não de benefícios sociais relativos ao trabalho, como o afastamento do trabalho ou aposentadoria.

Ao buscar a informação, a fim de entender a que se refere o interlocutor, temos que existem boatos de que Luiz Inácio seria aposentado por invalidez, por decorrência de seu dedo ser amputado, como já trouxemos em virtude de um acidente de trabalho em 1964. Porém, em uma busca simples nas páginas de internet, temos que Lula realmente foi aposentado aos 48 anos. Mas não pela perda de seu dedo, uma vez que o acidente ocorreu quando ele tinha 18 anos, e ele seguiu trabalhando.

Na verdade, segundo matéria do site Escobar advogados (2020):

Lula viveu no tempo da ditadura militar no Brasil, naquele tempo ele foi destituído do cargo de presidente sindical dos Sindicatos dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo/SP. Por isso, em 20/04/1993, o Ministro do Trabalho daquele período declarou Lula como anistiado político, porque teve a cassação dos seus direitos sindicais. Com base nessa anistia em 1993, Lula fez o pedido de aposentadoria no INSS, que foi aprovada com data retroativa a 5/10/1988. A aposentadoria foi concedida quando o ex-presidente tinha 48 anos, mas retroativa aos 43. Numa investigação feita pelo Ministério Público Federal, concluíram que essa aposentadoria está de acordo com a nossa Constituição Federal de 1988 (n.p.).

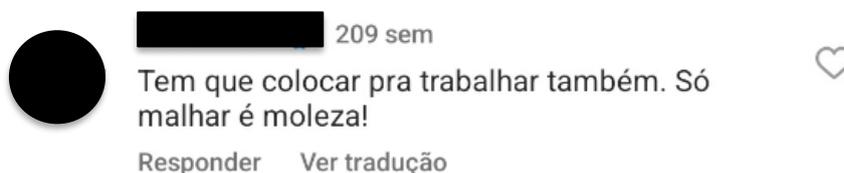
Dessa forma, Lula é realmente aposentado, mas não por invalidez como aponta o interlocutor 9. Assim, trazer à luz do debate essa informação equivocada fomenta o discurso de que Lula é um aproveitador e que se tem tanta força deveria estar trabalhando. A informação

equivocada trazida por esse interlocutor, geralmente é veiculada por atores que se utilizam de *fake news* para que sejam reproduzidas.

Não é possível saber, apenas pelo comentário, se o interlocutor traz essa informação sabendo se é ou não verdadeira, se fez na intenção de fomentar *fake news*, ou foi apenas vítima da desinformação. Fato é que com uma busca rápida nas páginas do Google, encontraria a informação verdadeira.

O interlocutor 10 já se atenta mais para a informação de que Lula está malhando:

Comentário 10:



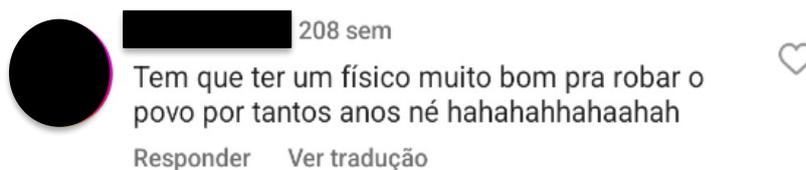
Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Ele diz “Tem que colocar pra trabalhar também. Só malhar é moleza!”. Com essa afirmativa ele deixa transparecer que acredita que Lula deveria estar trabalhando. Por estar malhando na cadeia ele não está sendo “castigado”. Sugere ainda que ele não trabalha ou não trabalhou.

Uma vez que usa do termo “moleza”, traz ao entendimento que a forma como Lula está preso é facilitada, pois não o fazem trabalhar. Ele, aparentemente, recebe o discurso do bom condicionamento de Luiz Inácio, mas responde que esse condicionamento deveria ser utilizado no trabalho.

O interlocutor 11 recebe o discurso do físico de Lula e até elogia, mas constrói ironicamente sua resposta:

Comentário 11:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Percebe-se que o interlocutor em questão observa que o físico do ex-presidente está “muito bom”, mas para apontar essa observação sem parecer que está elogiando, ele traz uma acusação de roubo continuado. Sobre o físico ele diz que está muito bom, mas “pra robar o povo por tantos anos”, ou seja, ele traz para seu discurso que entende que Lula roubou o país por muito tempo, e que tal atividade demanda um bom físico.

Ele utiliza-se do termo “né” que é uma contração do advérbio “não é” que é utilizado tanto para confirmar o que foi falado anteriormente como para pedir aprovação sobre alguma coisa. É como se dissesse “não é mesmo?”.

Ao finalizar sua fala ele traz o “hahahahahaah” que é a representação do som de risada. Essa risada, observada toda a fala do interlocutor, é também irônica. Portanto, este interlocutor, ainda que observe a força física de Lula, constrói seu discurso resposta de forma irônica.

O comentário do interlocutor 12 também traz à sua fala a acusação de roubo:

Comentário 12:



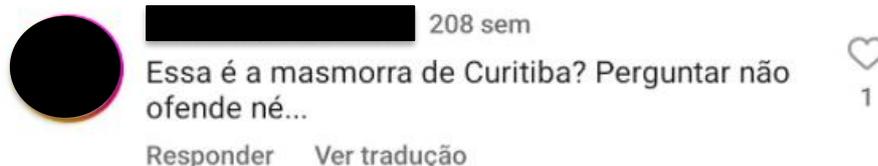
Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Esse faz um jogo de sentidos dizendo que “Rouba até nas séries”. Séries são as etapas que devem ser feitas para cada exercício, na musculação. Por exemplo: “três séries de 12 repetições”, para o exercício tríceps na barra reta, exercício que Lula aparenta fazer na foto. Nas academias, se utiliza comumente a expressão de forma reduzida “3x12”. As duas equivalem a dizer: repetir 12 vezes o exercício, depois refazer mais duas vezes. Assim, se o aluno ou mentorando fizer menos que 12 repetições, ou 1 ou 2 séries no lugar de 3, ou seja, deixar de cumprir o solicitado, diz-se que ele roubou o treino, roubou as séries.

Mas quando traz a preposição “até” fazendo aqui uma função de advérbio, como se dissesse “inclusive”, ele abre para um possível entendimento que Lula rouba em outras situações. Esse interlocutor, portanto, faz um jogo de sentidos, usando de um jargão de academia para formar seu discurso e acusar Luiz Inácio de roubo.

Já o interlocutor 13 alcança um novo sentido, que até aqui não fora observado, o do ambiente em que a cena acontece:

Comentário 13:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O interlocutor pergunta: “Essa é a masmorra de Curitiba?”. Quando faz essa pergunta e relaciona a Curitiba, deixa claro que sabe que se trata da cela improvisada, montada na Sede da Polícia Federal em Curitiba, para que Lula aguardasse seu julgamento. Ele usa o termo “masmorra” para referir-se à cela.

Segundo Dicionário Dicio (2023), masmorra significa: “prisão subterrânea e escura” ou ainda, no sentido figurado, “apartamento sombrio e triste”. É, ainda, sinônimo de prisão, cárcere, cadeia. Mais uma vez o interlocutor usa a palavra a partir de suas intencionalidades. Serve-se da língua conforme sua necessidade.

Logo, percebemos que ele quis falar da cela, mas traz figurativamente e ironicamente sua colocação. Uma vez que toma uma palavra que tem determinado significado, quando na verdade a imagem mostra que não. Ao usar “masmorra” para um ambiente limpo, claro, que mostra o apressado exercitando-se e com sorriso no rosto, traz que a cela de Lula não era “sombria e triste”, então, ele não está de fato preso em uma cadeia.

Mas como consideramos não apenas as significações dicionarizadas, mas a situação discursiva, levando o contexto cronotópico, histórico e temporal, temos que, à época, diversas personalidades apoiadoras, que visitavam Lula na cadeia, diziam que ele estava em uma masmorra. Dessa forma, ele retoma o discurso utilizado por apoiadores para responder negando sua veracidade: não é uma masmorra, sugere ele. Ou seja, retoma seus discursos para contrastar com o que afirma ser a realidade.

Ele finaliza dizendo: “perguntar não ofende né...” Notemos que ele usa reticências em vez de interrogação. Deixando não uma pergunta, mas uma ideia solta, a fim de que os seus interlocutores pensem a respeito. E que possam conceber que a masmorra indicada pelos apoiadores não era tão masmorra assim.

O interlocutor 14 também aponta para as especificações da cela de Lula, e comenta sobre as supostas regalias de que dispõe o ex-presidente:

Comentário 14:

Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Esse interlocutor usa de uma pergunta retórica, para deflagrar seu discurso: “O cara tem até esteira ???”. Primeiramente notamos que ele se utiliza do termo “cara” para citar Luiz Inácio, o termo utilizado mais coloquialmente indica que o interlocutor não deseja tratar com pompas o então ex-presidente. Ao trazer ao final da pergunta três pontos de exclamação ele dá um indício de estar surpreso, ou desacreditando.

Em seguida traz uma abreviação de palavrão, bastante usual no cenário virtual, que é o “Pqp”. Além do uso no sentido de xingamento a alguém ou algo, é utilizado como expressão equivalente a “fala sério” “ah para” não acredito”.

No caso deste enunciado, não parece indicar que está direcionando tal palavrão a Lula, mas em relação à situação, que parece não acreditar, enfatizando com reticências, que geralmente é utilizada para deixar uma ideia no ar, ou com parece, nesse caso, indicar dúvidas. Corroborando, ele aciona o *emoji* 🙄. Esse emoticon é a figura de um menino/homem dando um tapa em sua própria testa. Utiliza-se quando deseja informar que está decepcionado, ou não está acreditando em algo.

O comentário trazido pelo interlocutor 15 reflete outra ideia em relação à imagem de Lula fazendo exercícios:

Comentário 15:

Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O interlocutor 15 recebe o discurso de que Luiz Inácio está malhando e o traz para sua réplica. Traz uma ideia de que esses exercícios, que o preparo que ele demonstra estar fazendo,

é para carregar o país nas costas. Com essa fala o interlocutor indica acreditar que Lula se prepara para voltar novamente ao comando do país.

Por sua vez, o interlocutor 16 responde trazendo a questão do peso também, mas nesse caso de forma sarcástica:

Comentário 16:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O usuário em questão diz: “Levantando o peso da HUMILHAÇÃO”. Ele faz um jogo de sentido com as palavras, coloca o peso que Lula levanta na fotografia como o peso de uma possível vergonha de estar preso. Ao colocar a palavra “humilhação” em caixa alta, ele enfatiza que Lula está sendo humilhado. É como se gritasse humilhação.

O interlocutor 17, por sua vez, responde ao enunciado falando de força, mas aponta outras questões, como “injustiça” e utiliza-se do sagrado para desejar força a Lula:

Comentário 17:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Este comentário foi construído de forma que parece uma mensagem enviada diretamente a Lula. Diz: “Deus continue lhe dando força para suportar tamanha injustiça”. Primeiramente, ao apelar a Deus, mostra sua fé, demonstra ser um interlocutor que acredita em Deus. Ele roga que Deus continue dando força a Lula.

Ao trazer o termo “continue” antes de “lhe dando força” ele mostra que observa a força construída por Lula na imagem, e entende que até aqui Lula se manteve forte, pedindo a Deus que o faça continuar assim. Essa força se destina aqui a outro alvo: “para suportar tamanha injustiça”.

Ao nos apresentar essa afirmativa, o interlocutor nos indica que os acontecimentos que acometeram Luiz Inácio, como investigação e prisão, são injustos. Ela deseja que ele se

mantenha forte, mas com uma força vinda de Deus para além dos exercícios físicos. Não é, portanto, a força física em si que é mencionada.

Outro comentário acerca de força advinda de Deus foi proferido, dessa vez pelo interlocutor 18:

Comentário 18:

  210 sem 

Força, pois essa força vem dado as bênçãos oferecidas pelo Deus eterno e todo poderoso.

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Este usuário deseja que Lula tenha força e explica “pois essa força vem dado as bênçãos oferecidas pelo Deus eterno e todo poderoso”. Ele traz que a força de Lula vem de Deus. É possível perceber, pela construção de seu enunciado, que é um fiel fervoroso. Ele faz questão de adjetivar o Deus que menciona.

Cabe trazer a fim de contextualização, e para um melhor entendimento, que o candidato Jair Bolsonaro, opositor direto de Lula, é tratado como o representante cristão no cenário político brasileiro. Foi apontado pelas principais igrejas, grande parte evangélicas, como o candidato que segue e resguarda os valores cristãos.

Um dos jargões políticos de Jair Bolsonaro é “Deus acima de tudo”. Tal comentário, vindo de um apoiador de Lula, quebra um discurso de que o único possível representante dos cristãos seria Jair Bolsonaro.

O interlocutor 19 alega que Luiz Inácio não tem dignidade para fazer exercícios:

Comentário 19:

  203 sem 
1

Não é digno de malhar ! Es vergonha pra todas as academias

[Responder](#) [Ver tradução](#)

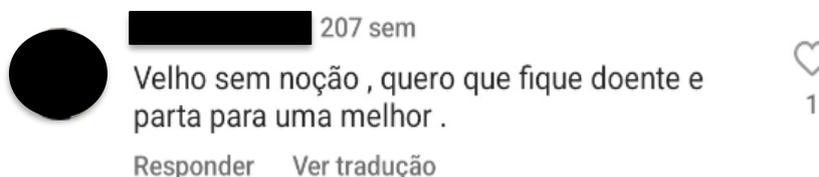
Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

Enfaticamente diz: “Não é digno de malhar!” Tal ênfase pode ser percebida tanto pela objetividade ao enunciar de forma direta, quanto pelo ponto de exclamação ao final. Continua: “Es vergonha pra todas as academias”. Com essa afirmação não se pode precisar se o

interlocutor atribui duplo sentido a “academia”, uma vez que este vocábulo pode ser empregado para designar tanto “qualquer academia de ginástica” como para “qualquer academia”: de ciências, política, ou ainda a Academia Filosófica de Platão. Fato é que, segundo ele, Lula é uma vergonha para qualquer uma delas, seja qual for.

Por fim, apesar de desconsideramos as réplicas que contenham xingamentos ou ofensas, decidimos trazer a do interlocutor 20 a fim de ilustrar uma postura recorrente encontrada nos comentários das fotografias postadas no *@lulaoficial*:

Comentário 20:



Fonte: *Print* da postagem “Cuide sempre da sua saúde [...]” (Silva, 2019).

O último interlocutor selecionado enuncia com um tom de raiva ou ódio pelo que vê na imagem. “Velho sem noção” é a forma como se dirige a Lula. Após, traz um desejo seu: “quero que fique doente e parta para uma melhor”. Talvez aqui o usuário responda mais diretamente ao trecho que diz “cuide bem da sua saúde e pratique exercícios”.

A foto, como sabemos, exprime a mensagem de que devemos cuidar da saúde assim como Lula está fazendo ao praticar exercícios. Mas o interlocutor 20 responde, portanto, em oposição à afirmativa “cuide da sua saúde”, com “espero que fique doente”. E espera que ele “parta para uma melhor”, que, como sabemos, significa dizer que deseja, ou espera, que Luiz Inácio faleça.

Esse tipo de comentário acontece muito nos sites de redes sociais, e no perfil de Lula não é diferente. Aqui é externado um xingamento e um desejo, sombrio, mas um desejo do interlocutor. Esse tipo de comentário, assim como os que contêm ameaças, são considerados crime virtual, conforme GALVÃO & SILVA ADVOCACIA para JusBrasil (2021).

5.2 Fotografia 2: (i) Lula Candidato - Hoje é dia da democracia [...]



lulaoficial 
São Bernardo do Campo 

 Acesse o site da Justiça Eleitoral para encontrar informações oficiais sobre as eleições de 2022. 

 Curtido por  e outras 2.611.888 pessoas

lulaoficial Hoje é dia da democracia.

 @ricardostuckert

Ver todos os 160.594 comentários

Fonte: Silva (2022).

O *print* de tela acima foi postado em 02 de outubro de 2022. Quanto à materialidade da captura, temos que o enunciado traz como texto principal uma fotografia de Lula em um ambiente de eleição, e apresenta a legenda: “Hoje é dia da democracia”. Está marcada na imagem a localização da postagem, São Bernardo do Campo, levando ao entendimento de que o evento aconteceu neste lugar.

Ainda é possível verificar na imagem os créditos da imagem que são dados, assim como todas as imagens trazidas no perfil, ao fotógrafo oficial de Lula, Ricardo Stuckert, que tem seu @ marcado. Logo abaixo é possível observar a quantidade de curtidas e comentários, que, até a revisão deste texto, em 22 de julho de 2023, contava com 2.611.889 milhões de curtidas e 160.594 mil comentários.

Pensando na estilística utilizada pelo fotógrafo, temos que a fotografia traz no plano principal uma cena que se percebe ser de uma seção eleitoral: uma cabine de votação pode ser vista no fundo da imagem, ainda que levemente desfocada. A cabine de votação, que protege a urna, traz a inscrição “JUSTIÇA ELEITORAL” e, abaixo, “CABINA DE VOTAÇÃO”.

Aparece abaixo da imagem, sob a postagem, um aviso da Justiça Eleitoral que diz “Acesse o site da Justiça Eleitoral para encontrar informações oficiais sobre as eleições de 2022” O aviso é comum quando é veiculado em mídias virtuais qualquer conteúdo eleitoral, e essa medida foi uma parceria entre o grupo Meta³⁷ e a Justiça Eleitoral para combate à desinformação.

Luiz Inácio está em evidência na imagem, beijando um papel pequeno, que mostra ser um comprovante de votação. Enquanto beija o papel, como se depositasse nele seus mais profundos sentimentos, olha para algo à frente, com olhar emotivo, aparentemente choroso.

O plano de fundo da imagem, levemente desfocado, é claro, branco e azul celeste. As cores são trazidas nos trajés do personagem principal, que são formais, camisa social e paletó em tons de azul mais vibrante e preto.

Observando o contexto histórico-social no qual a fotografia foi postada, 02 de outubro de 2022, foi o dia em que aconteceu, no Brasil, o primeiro turno das eleições presidenciais, que trouxeram Lula como candidato após prisão e soltura. Havia de fato motivo para a comoção de Luiz Inácio, enquanto candidato, uma vez que sua candidatura anterior fora interrompida.

Outro ponto a ser destacado é a legenda, que diz “Hoje é dia da Democracia”. O enunciado verbal traz a máxima apontada por Lula e seus apoiadores, que solicitava a soltura

³⁷ Meta é a empresa controladora dos aplicativos *Facebook, Messenger, WhatsApp e Instagram*.

do candidato. Acusavam a prisão de Lula de ser um ato antidemocrático, um crime contra a democracia. Impedidos de votar em Lula, por estar este preso, seus votos eram cerceados. Isso abria caminho para o segundo candidato em evidência no cenário político, Jair Bolsonaro. Dessa forma, poder votar e poder ser candidato novamente, é, segundo esse entendimento, um dia que marca o retorno da democracia no país.

A cena capturada, portanto, traz o entendimento temático a qual trata de um eleitor, beijando seu comprovante de votação com olhar de esperança no futuro, que será definido pelos resultados das urnas. Mas, também, nesse caso, a foto é de um candidato à presidência que poderá ser o responsável por esse futuro. A foto retrata a ambiguidade de papéis do personagem da cena.

Como réplica, temos nesta postagem 2.611.8899 milhões de curtidas e 160.594 mil comentários. Como já comentamos, a postagem recebe também os compartilhamentos, que só podem ser acessados pelo próprio usuário, portanto não podemos observar.

Quanto aos comentários, que são nosso objeto de análise, nos quais perceberemos como os interlocutores de @lulaoficial recebem os discursos, trazemos o interlocutor 1 que responde primeiramente ao trecho verbal:

Comentário 1:



[Redacted name]

39 sem



Democracia? Como você explica a censura que seu partido e o TSE está fazendo com os conservadores? Pq supostamente estão espalhando mentiras? Você sabe o que é Democracia? Você sabe que em uma democracia o eleitor tem até o direito de estar errado. Que Deus retire a cegueira espiritual que cega nossa nação

Responder Ver tradução

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

O trecho verbal diz: “Hoje é dia da democracia”, ou seja, dia de votar, dia que Lula retoma sua posição de candidato político, que pode concorrer democraticamente à presidência da república. A primeira parte do que fala do interlocutor 1 é uma pergunta. “democracia? ele questiona.

A seguir traz novas perguntas que são questões que põe à democracia apontada na legenda para caracterizá-la como falsa. As perguntas dirigidas diretamente a Lula são como insinuações de dúvida sobre se realmente houve democracia no rito eleitoral.

O vocativo “você” empregado em todas elas chama o candidato ao debate. “Como você explica a censura que seu partido e o TSE está fazendo com os conservadores?”. Segundo exposto, o partido de Lula, o PT, junto com o TSE, praticou algo que abalou os ditos conservadores.

Segundo Mattos (2017) para o site Politize: O conservadorismo é um pensamento político que defende a manutenção das instituições sociais tradicionais – como a família, a comunidade local e a religião - além dos usos, costumes, tradições e convenções (n.p.).

Assim, os conservadores são os que compõem a oposição de Lula, entendido como quem não seguiria esses critérios. Para entender o que o TSE teria feito, podemos pensar cronotopicamente e recorrer ao contexto histórico, temporal e social. A foto foi postada no primeiro turno das eleições de 2022.

Nessa época, aconteciam ainda as campanhas eleitorais. Na oportunidade, o TSE determinou diversas retiradas de propagandas, e aplicação de multas a diversos canais de veiculação de notícias. Pode ser esse o motivo do questionamento do interlocutor. Em seu entendimento, democracia é poder falar tudo que pensa.

Esse entendimento é corroborado com as perguntas que traz a seguir: “Pq supostamente estão espalhando mentiras?” “Você sabe o que é Democracia?”. Ele traz ainda: “Você sabe que em uma democracia o eleitor tem até o direito de estar errado.” Fato é que ele parece acreditar que democracia é livre expressão de toda coisa, mesmo que errônea. Parece reivindicar o direito de estar errado, e atribui ao PT e ao TSE o impedimento do exercício deste.

Finaliza seu texto com uma prece: “Que Deus retire a cegueira espiritual que cega nossa nação”. Com essa súplica, ele mostra crer que a nação está cega espiritualmente, talvez pelo fato do TSE, ou Lula, atentar, segundo ele, contra enunciados proferidos em nome do conservadorismo.

O interlocutor 2 traz “democracia” já no início de sua réplica:

Comentário 2:



██████████ 42 sem

Democracia...fraudaram as urnas..ai fica facil ganhar.ganha sem fraudar as urnas..kk



3

Responder Ver tradução

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Após o termo ele coloca reticências, como já trazido ao longo deste trabalho, o uso dessa pontuação pode ser atrelado a uma pausa ao pensamento, a uma ideia deixada no ar, ao

entendimento do leitor, ou sugerindo uma reflexão. Em seguida ele acusa: “fraudaram as urnas.. ai fica facil [sic] ganhar”.

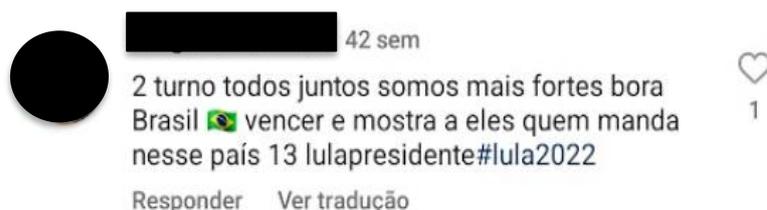
Ao refletirmos acerca do contexto histórico no qual está inserida essa fala, podemos associar a um discurso muito utilizado na campanha eleitoral de 2022, o de que haveria fraude no sistema de contagem de votos das urnas brasileiras. A acusação de manipulação de votos foi trazida pelo candidato Jair Bolsonaro e fomentada por seus eleitores e apoiadores, os quais, além de não acreditarem nos resultados nas urnas, ainda que tenham consagrado eleito o próprio reclamante em 2018, pedem que a contagem de votos seja feita em cédulas impressas.

Segundo Angelo e Fagundes, para o site Poder 360 (2021), ao explicar sobre as acusações de fraude eleitoral do então presidente e candidato à reeleição, Jair Bolsonaro: “O presidente também voltou a dizer que eleições anteriores foram alvo de irregularidades e que querem “fraudar” as próximas votações”. Esse discurso foi amplamente levantado pelo candidato e entronizado por seus apoiadores, que, com a vitória de Lula no primeiro turno em 2022, “confirmaram” a suposta fraude.

O interlocutor 2 finaliza sua réplica provocando o ganhador do primeiro turno: “ganha sem fraudar as urnas..kk” Ou seja, ele provoca dizendo que o resultado foi fraudado e comprova seu sarcasmo com “kk”, que representa o som de uma risada, nesse caso irônica.

Já o usuário 3 se refere à votação, mas fala do segundo turno, que é a próxima etapa para finalizar a eleição de 2022:

Comentário 3:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Pela forma como expressa e chama o segundo turno, este comentário indica ter sido escrito após ser confirmada a vitória de Lula no primeiro turno, como já dissemos, não conseguiu precisar a hora que o comentário é postado.

Ao trazer a máxima “todos juntos somos mais fortes” ela mostra que fazia parte dos brasileiros que à época se uniram para tirar Jair Bolsonaro do poder. Uma aliança se formou com os partidos de oposição a Bolsonaro a fim de que votassem em Luiz Inácio, para que a

democracia não fosse ameaçada, frente aos diversos discursos que cerceavam a campanha e o mandato do então presidente.

Ele segue com uma mensagem que parece se direcionar aos eleitores, ao país: “bora Brasil 🇧🇷 vencer e mostra a eles quem manda nesse país 13 lulapresidente”. Convida esses eleitores para que se unam e segundo o que diz, mostra a quem está no poder que quem manda é o povo.

A inclusão do ícone da bandeira e a falta de pontuação, pode direcionar para dois sentidos. Pode indicar tanto que quem manda é Brasil se lermos de “bora até país”, tanto o Lula, uma vez que pode ser lido “mostra quem manda 13 lulapresidente”. Da mesma forma, o interlocutor convida o Brasil a se unir e votar no candidato Lula.

O interlocutor traz o emoji de bandeira do Brasil, indicando que se apropria novamente do símbolo brasileiro, o qual virou representação da campanha política de Jair Bolsonaro. Cabe ressaltar que, normalmente, nos comentários em sites de redes sociais, quando há uma bandeira ou corações verde-amarelo, estes são feitos por Bolsonaristas. Ao acionar a bandeira verde-amarela em comemoração à vitória de Lula no primeiro turno, ele indica que a seu ver esta não pertence aos adversários.

Finaliza seu enunciado indicando seu voto: 13 lulapresidente e a hashtag #lula2022, a qual significa apoiar, fazer parte do movimento, ação indicada na #.

O interlocutor 4 também responde ao segundo turno, e vê essa vitória como um renascimento:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Diz: “Isso que é renascimento! Foi ao inferno e voltou lá no topo!” Com essas duas exclamações, o usuário parece observar toda a jornada que Lula percorreu até a volta às urnas. As adversidades, como a investigação, prisão, perdas familiares, é comparada ao inferno, destacando-se sua ascensão, vitória no primeiro turno, volta ao topo, ou seja, ele se reergueu. Ademais, deixa um recado-convite: “Bora segundo turno”.

Ele usa o ícone 🔥, que representa uma fogueira, ou fogo, indicando que algo está quente ou pegando fogo, tem no contexto o sentido de animação, excitação. No caso específico, os dois

sentidos parecem conversar com o enunciado completo do interlocutor, pois este mostra entusiasmo e também indica que o segundo turno será decisivo, ou seja, “pegará fogo”.

Os comentários a seguir são de interlocutores que observaram no resultado das eleições do primeiro turno a questão regional. O interlocutor 5 traz seu orgulho pelo Nordeste:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Com letras maiúsculas e vários caracteres a mais, diz “MEU NORDESTE REPRESENTOUUUUUUUUUUUU MUITOOOOOO DNVVV”. Primeiramente, podemos entender que o interlocutor é nordestino, uma vez que traz o pronome possessivo “meu” para se referir ao Nordeste. A caixa alta já indica que o interlocutor grita, com a repetição da última vogal em “representou” e em “muito” é como se sustentasse a palavra por mais tempo, caso fosse na fala oral.

O “DNVVV” é uma abreviação para “de novo”. Com isso, ele traz que, novamente, o Nordeste representou o país, ou fez sua parte. Ao trazermos o contexto no qual enuncia o interlocutor 5, temos que, na contagem de votos do primeiro turno, segundo matéria de Rossi, veiculada pelo site de notícias UOL (2022):

O Nordeste foi responsável pela liderança de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no primeiro turno das eleições de 2022. A região deu ao petista 12,9 milhões de votos de vantagem em relação a Jair Bolsonaro (PL). Considerando o percentual de votos, o Nordeste foi responsável por 10,96 pontos de vantagem de Lula em relação a Bolsonaro. É o dobro da diferença final entre os candidatos —5,19 pontos (n.p.).

Além disso, a votação do Nordeste foi a última a ser apurada. Dessa forma, a disputa seguia acirradíssima, e os votos do Nordeste, com a maioria para Lula, região natal do candidato do PT, consagrou a decisão.

A finalização de sua réplica com 3 corações vermelhos corrobora com o entendimento que o interlocutor está orgulhoso com o papel decisivo que teve o Nordeste nas urnas.

O interlocutor 6 também observa o papel do Nordeste, mas não parece se orgulhar:

Comentário 6:

██████████ 42 sem

Hoje o nordeste mostrou nas urnas pq e a região mais pobre do país



39

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Como responde ao mesmo enunciado, e ao mesmo contexto temporal e histórico, vemos claramente que as valorações diferem. Este interlocutor, a partir de suas crenças, vontades e saberes, não parece ter ficado satisfeito com o resultado que o Nordeste alcançou nas urnas, diferentemente do interlocutor anterior.

Ao afirmar que o Nordeste mostrou porque é a região mais pobre do país, ele insinua que é porque não sabe votar, por ter um povo iludido. Ele não mostra se é sua região natal, mas indica decepção e desgosto pela região que definiu a votação em 2022.

O interlocutor 7 mostra emoção ao ver o resultado nas urnas, no primeiro turno:

Comentário 7:

██████████ 42 sem

Depois desses 4 anos com aquele parasita no poder. Foi muito emocionante ver a foto do nosso Lulinha na urna. Só consegui chorar de emoção quando vi a sua foto na urna meu senhor. Dia 28 estamos lá denovo. Por favor, salva esse país!



1

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Esse interlocutor começa retomando o tempo de governo anterior e ofende o então presidente “Depois desses 4 anos com aquele parasita no poder” ao trazer a marca temporal de 4 anos, que é o tempo de mandato de um presidente. Com a afirmativa: “Foi muito emocionante ver a foto do nosso Lulinha na urna”, ele mostra que ofende um e trata com carinho o outro, o seu preferido. Ele usa o diminutivo “Lulinha”, mostrando o estilo escolhido a fim de talvez agregar sentimento, carinho. Além disso, traz o pronome possessivo “nosso”. Diante do uso, ou ele deseja dizer que o sentimento é comum a todos, ou que Lula é de todos.

Ao trazer “na urna” além de responder ao trecho visual do enunciado, que mostra a cabine que protege a urna, ele marca seu voto. A seguir, confirma sua emoção e repete o sentido

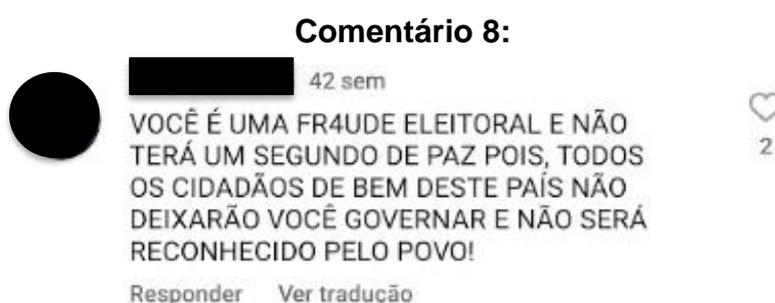
da afirmação anterior, mas com novos elementos a fim de concretizar seu discurso: “Só consegui chorar de emoção quando vi a sua foto na urna meu senhor”.

Dessa forma se mostra emocionado por poder novamente votar no seu candidato preferido e o chama de “meu senhor”, colocando agora o sentimento atrelado a um sentimento pessoal e não mais a todos, como havia feito. Ainda, com essa afirmativa ela indica confiar que Lula é seu mestre, seu senhor.

No trecho a seguir vem a confirmação de sua expectativa pela consagração, que acredita ser o candidato que vencerá as eleições. “Dia 28 estamos lá de novo” e novamente volta a trazer a seu discurso os eleitores que também são favoráveis ao candidato da esquerda.

Finaliza sua fala emotiva com um recado, uma mensagem de súplica direta a Lula “Por favor, salva este país!” Exclama, portanto, que o país precisa ser salvo do que o “parasita”, segundo disse, vem fazendo com o Brasil.

O interlocutor 8 também envia uma mensagem a Lula, mas dessa vez não é de carinho:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Inicia sua fala acusando o candidato, o chama de fraude. O número quatro em “FR4UDE” não é um desvio, um engano. O *Instagram* passou a adotar protocolos de segurança, não permitindo agressão, xingamentos ou palavras com temática pesada. Tal ação pode limitar seu engajamento, ou seja, diminuir a entrega para outros usuários, assim como pode aplicar penalidades como o bloqueio ou banimento do @.

Dessa forma, os usuários passaram a modificar a palavra para que o algoritmo não perceba. É utilizado mescla de letras e números ou caracteres, mas mantendo o máximo da grafia, a fim de que se mantenha o entendimento. Assim, ele pode enunciar o que deseja, a palavra é lida e passa pelo verificador do algoritmo. Dessa forma, ele tem consciência de que usa palavras que ofendem ou acusam.

Ele segue seu discurso ameaçando o futuro mandato do presidente ainda não eleito “E NÃO TERÁ UM SEGUNDO DE PAZ POIS TODOS OS CIDADÃOS DE BEM DESTE PAÍS NÃO DEIXARÃO VOCÊ GOVERNAR”. Em caixa alta ele traz que os “cidadãos de bem” não deixarão Lula governar. A denominação usada por ele para se referir aos eleitores, é como se intitulam os eleitores de Jair Bolsonaro.

Segundo Santos Filho, para o site *Le Monde Diplomatique* (2022):

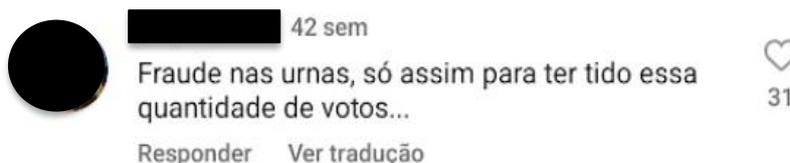
O cidadão de bem seria contraposto à figura do “bandido” ou “vagabundo” – geralmente relacionado ao cometimento de crimes contra a propriedade privada ou à vida humana. Assim, foi ganhando cada vez mais espaço a ideia de uma separação fundamental no corpo social brasileiro entre essas duas categorias. [...] essa classificação dos indivíduos implica em uma divisão entre os “cidadãos plenos” – aqueles que possuiriam direito à vida, liberdade, propriedade e igualdade – e os “não-cidadãos” – que não seriam possuidores de tais direitos (n.p).

Bolsonaro se utilizou dessa retórica do “cidadão de bem” em sua campanha e logo e seus apoiadores se autodenominam assim. Dessa forma ele indica que os contrários a Lula não o deixarão governar.

E finaliza dizendo que o futuro presidente “NÃO SERÁ RECONHECIDO PELO POVO!” Talvez traga essa afirmativa porque acredita que o povo é na grande maioria apoiador de Jair Bolsonaro, por crer que Lula e os votos que recebeu não passam de uma fraude.

O interlocutor 9 também responde ao enunciado, acreditando que houve fraude:

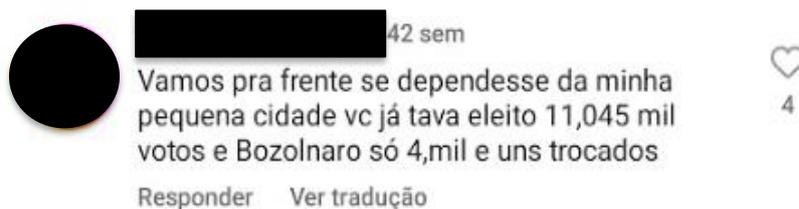
Comentário 9:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Primeiramente fala com convicção “Fraude nas urnas”, e explica sua tese dizendo “só assim para ter tido essa quantidade de votos”. Com o uso das reticências ao final, é como se deixasse seu pensamento no ar, para que os outros usuários reflitam e cheguem ao seu entendimento.

Diferentemente do interlocutor anterior, o usuário 10 mostra os dados de votação de sua cidade indicando ampla vantagem de Luiz Inácio:

Comentário 10:

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Introduz seu discurso de forma motivada “Vamos pra frente”, respondendo a Lula, que ainda há um caminho a ser percorrido. Após, credibiliza a vitória de Lula com dados de sua cidade, “se dependesse da minha pequena cidade vc já tava eleito”. Ele não nomeia a cidade, pela sua fala sabemos apenas que é pequena. Sem dar nomes, logo não podemos avaliar os números que apresenta a seguir: “11,045 mil votos e Bozolnaro só 4,mil e uns trocados”.

Os números que traz realmente mostram a discrepância de votos entre eles. Percebemos que, a fim de dar ênfase ao baixo número alcançado pelo candidato da direita pelo “só” colocado antes da contagem.

Percebemos também que o interlocutor, quando se refere aos números de votos de Lula, preocupa-se em descrevê-los de forma precisa. Quando se trata dos votos da oposição limita-se a primeira casa decimal e o que vem após são apresentados de forma que não parecem significativos são “uns trocados”. Nota-se que ele chega a usar a vírgula, e desiste de atentar-se aos números exatos.

Outro detalhe que cabe contextualizar é a forma como escreve o nome do candidato à reeleição, “Bozolnaro”. Nos sites de redes sociais, diversas formas de escrever o nome de Jair Bolsonaro surgiram, a explicação se deve ao fato de que o apelidavam, às vezes de forma pejorativa e mesclavam o apelido ao nome. Nesse caso, é uma junção de “bozo” (o palhaço) com Bolsonaro. Ainda surgiram outros como: Bolsomico; Biroliro Bonossauro. Dessa forma, além de elucidar a vitória de Lula no primeiro turno, debocha do opositor.

O interlocutor 11 responde ao enunciado questionando a seriedade do país:

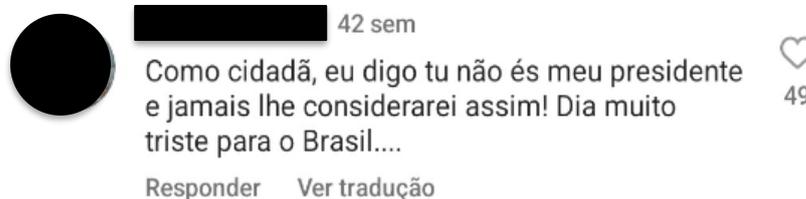
Comentário 11:

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Aparentemente, o interlocutor parece responder à imagem já sabendo da vitória de Lula no primeiro turno, pois diz “Se fosse um país sério, tu nem seria candidato”. Ou seja, ele julga que o país de um modo geral não é sério e que se o fosse Lula não seria candidato. Ele chama Luiz Inácio de “leproso”. Leproso, segundo o dicionário Dicio (2023), é aquele que possui lepra. Mas pode ser empregada no sentido figurado, assumindo o sentido de nojento, repulsivo, repugnante; vicioso, vil. Dessa forma, pode-se entender que este interlocutor não concorda com a candidatura de Lula, tampouco com sua eleição.

O interlocutor 12, por sua vez, também não aceita a vitória de Lula no primeiro turno:

Comentário 12:



42 sem

Como cidadã, eu digo tu não és meu presidente e jamais lhe considerarei assim! Dia muito triste para o Brasil....

Responder Ver tradução

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

O usuário que profere o comentário 12 começa se autoafirmando “cidadã” para talvez mostrar propriedade em dizer que não aceita o resultado das urnas. “Como cidadã eu digo tu não és meu presidente e jamais lhe considerarei assim!”. O interlocutor que mostra ser do gênero feminino demonstra que mesmo que seja consagrado como presidente, Lula não a representará.

Por se apresentar como cidadã, ela acredita que pode não aceitar o resultado que foi consagrado de forma democrática, através da maioria de votos. Por fim, marca o dia do segundo turno como um dia muito triste. Dessa forma, além de não aceitar quem a governará ela mostra-se triste pela situação.

Também o interlocutor 13 não se sente representado pelo vencedor do primeiro turno:

Comentário 13:

██████████ 42 sem

Não é ó-dio, mas irá pagar tudo o que fez contra a nação e o pior que seu pago será eterno, tenha vergonha seu men-tiroso e des-carado, la-drão de uma nação, a maior parte do nordeste é cativo seu, porém sou nordestina e você nunca me representou e nunca me representará



[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

O usuário, que podemos conferir que se trata de uma mulher “nordestina”, começa sua fala trazendo uma oposição ao que vai de fato dizer: “não é ó-dio”. Ela precisa explicar que não é ódio, pois o que falará a seguir pode soar como. “mas irá pagar tudo o que fez contra a nação e o pior que seu pago será eterno”. Quando afirma que o pago, que pode ser entendido por pagamento, será eterno, ela aponta para uma cobrança que passa dos limites humanos, uma vez que estes têm validade.

Continua agora demonstrando o ódio que diz não ter no início de sua resposta “tenha vergonha seu men-tiroso e des-carado, la-drão de uma nação”. Alega que Luiz Inácio roubou a nação e lhe profere palavras de ofensa. Para que esse discurso (de ódio) não seja alvo de banimento do algoritmo, ela recorre à separação de componentes das palavras, sabendo que estas podem ser percebidas pelo verificador e fazer que responda, inclusive, por crime digital.

Ela traz a informação subentendida de que o Nordeste foi a região que mais apoiou Lula: “a maior parte do nordeste é cativo seu, porém sou nordestina e você nunca me representou e nunca me representará”. Como parte da região apoiadora, ela faz questão de marcar que não faz parte desse número e que se eleito nunca a representará.

O interlocutor 14 apela para Jesus para que mude o resultado que está por vir:

Comentário 14:

██████████ 42 sem

Como pode as pessoas esquecerem do que esse cara fez, e está na cara que vai fazer mais ainda, o governo atual fez em muita coisa em 2 anos, mais do que o pt fez em 16 anos. Abram os olhos, que esse aí, não vai vencer essa eleição em nome de Jesus! 🔥



[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Ele constrói sua resposta como se fizesse uma reflexão “Como pode as pessoas esquecerem do que esse cara fez”. Esse cara é Lula. Não deixa claro o que julga que Lula fez, mas indica não aprovar. Continua “e está na cara que vai fazer mais ainda”. Esse fazer apontado por ele não fica bem definido em sua fala, por isso gera uma confusão de sentidos.

Na afirmativa a seguir ele volta a mencionar o fazer, agora referindo-se ao atual presidente: “o governo atual fez em muita coisa em dois anos, mais do que o PT fez em 16 anos.” Na forma como constrói seu entendimento acerca dos trabalhos dos presidentes, ele confunde o leitor.

Tanto para falar de Luiz Inácio como para falar de Jair Bolsonaro, ele usa o verbo “fazer” e ambos com a mesma intensidade, os dois fizeram muita coisa. Somente neste último trecho ao dizer que Jair em 2 anos e muito mais que o PT em 16, percebemos que ele parece indicar que as muitas coisas que o presidente petista fez foram ruins, ao passo que as de Bolsonaro foram boas.

A seguir ele conversa com seus leitores, que são eleitores, e suplica: “Abram os olhos”. Sugerindo que eles enxerguem o que ele está enxergando: que Lula não fez nada de bom pelo país. E avisa: “que esse aí não vai vencer essa eleição em nome de Jesus!”. Finaliza sua fala, que é uma resposta-aviso ao seu interlocutor trazendo um apelo de fé.

Ao citar Jesus, ele mostra ser uma pessoa que tem fé cristã, que acredita em Cristo e que ele não deixaria Lula voltar a ganhar as eleições. Contrastando com a citação “em nome de Jesus!”, enunciado muito utilizado por pastores de igrejas evangélicas no Brasil, traz em seguida, no fechamento, o *emoji* símbolo do fogo (🔥), que representa também o inferno. Nesse caso, pode referir-se às eleições pegando fogo, à sua fé, ao seu pedido a Jesus, ou ainda ao inferno como consequência da eleição de Lula.

O interlocutor 15 também traz religião em sua resposta, citando uma passagem da bíblia:

Comentário 15:



██████████ 42 sem

1 Coríntios 13:13

Assim, permanecem agora estes três: a fé, a esperança e o amor. O maior deles, porém, é o amor.

Responder Ver tradução



1

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Este usuário aparentemente não demonstra seu posicionamento ideológico, não deixa evidente se aprova ou desaprova o resultado das urnas. Porém, deixa pistas, marcas que podem indicar seu posicionamento. Assim, somente atentos a elas, poderemos pensar como recebe sentido da fotografia postada.

Primeiramente, podemos nos atentar ao número de capítulo e versículo que cita o interlocutor: 13:13. treze duas vezes. Esse capítulo da bíblia cristã dedica-se a falar de amor e caridade. Poderia ter trazido outro versículo falando de amor, pois existem vários na palavra cristã, mas elege o que traz o número odiado pelos opositores do PT.

Cabe, a fim de contextualizar, dizer que os eleitores, apoiadores de Jair Bolsonaro tem histórico de desprezar o número 13, por se tratar de número já associado diretamente à esquerda no Brasil. Por serem de maioria evangélicos, apegam-se a alguns mitos e crenças de que o número significa maldição ou azar.

Segundo o Dicionário de símbolos (2023), “O 13 (treze), desde a antiguidade clássica, é o número do azar, o portador de coisas más.” e como explicação à atribuição de valor ao número, aponta que pode se dar ao fato de que 13 “resulta do número de elementos presentes na Santa Ceia (13) e do dia seguinte, em que Jesus foi crucificado (sexta-feira).”

Talvez para quebrar com essa ideia de azar e maldição atrelada ao número 13, o interlocutor o usa para falar de fé, esperança e amor. Outro fato que pode corroborar com o entendimento é que um dos slogans usados na campanha de Lula é “O amor vai vencer o ódio”, frase dita por Lula em diversos momentos, por exemplo na sua saída da prisão em 2019.

Dessa forma, o discurso de amor contra o ódio permeou as eleições de 2022. Talvez usar a palavra de Deus para contrapor aqueles que são evangélicos, e desmistificar o desprezo pelo número 13, seja a intencionalidade desse interlocutor.

O interlocutor 16 responde de uma perspectiva mística acerca de um possível pacto feito por Lula:

Comentário 16:



42 sem

Nada em Oculto que não venha ser Revelado, mesmo que isso demore anos. Lembre-se disso #LuizInacio 📌 você fez seu Pacto, e ele virá BUSCAR



Responder Ver tradução

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

Este interlocutor constrói seu enunciado de forma misteriosa e com um tom ameaçador. Ele começa insinuando que há algo de oculto “Nada em Oculto que não venha ser Revelado, mesmo que isso demore anos”. Segundo o que nos traz, insinua, tentando indicar alguma certeza, que o candidato fez algo que ainda será revelado, e cobrado, mesmo que demore. Até este ponto, não deixa claro o que foi feito e o que será cobrado, nem quem ou que cobrará.

A seguir ele indica que essa cobrança será feita a Lula: “Lembre-se disso #LuizInacio” Utiliza-se do ícone  que, segundo significado usual, indica marcação de território, e fixação de avisos. Esse segundo uso parece se encaixar mais nesse contexto.

Porém há um terceiro possível entendimento: alfinetes são utilizados, além de fixar, para perfurações. A afirmação que o usuário traz a seguir deixa claro acreditar que Lula fez um pacto: “você fez seu Pacto, e ele virá BUSCAR”. Ao confirmar que acredita que um pacto foi feito, o alfinete pode representar esse pacto, uma vez que pacto é feito, geralmente, através do sangue.

Ele não diz com quem foi o pacto, mas deixa pistas em seu discurso possibilitando o entendimento de que é um pacto obscuro e que virá a cobrança. Outra lacuna de sentido, que não é clara, mas que pode ser subentendida é sobre o motivo do possível pacto. Uma vez que Lula venceu o primeiro turno, essa pode ter sido a troca, que gerará a tal cobrança.

Ainda no campo discursivo que usa o religioso, o usuário 17 cita Jesus Cristo:

Comentário 17:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

O interlocutor em questão usa da fé em Jesus Cristo para dizer que Lula não ganhará. Quando traz seu Deus, aquele que só faz coisas boas e justas, e afirma que ele não deixará que Lula ganhe, ela diz na verdade que Luiz Inácio ganhar é algo ruim, Como se dissesse: Jesus não deixará que esse mal aconteça.

O interlocutor 18 também traz Jesus ao seu discurso, o mesmo deus do usuário acima, mas este acredita que Cristo tem outro entendimento frente ao destino das eleições:

Comentário 18:

██████████ 42 sem

Nome de Jesus segundo turno a gente leva com todas alegrias eu pedi muito a Deus joguei orelha para o melhor ganhar Deus já deu o resultado a nós só depende de nós agora decidir mas eu vou pedir a Deus todo dia para iluminar a mente do povo brasileiro para botar ou seja melhor para o nosso Brasil melhor para nós todos e Deus te abençoe siga essa caminhada que você já é vitorioso para nós todo brasileiro obrigado senhor Jesus Cristo mais uma vez



1

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

O interlocutor não faz nenhuma pausa em seu enunciado, não há pontuação alguma. Logo, vamos inserir quebras no texto onde julgamos ser as pausas de sua fala.

Começa “Nome de Jesus segundo turno a gente leva com todas alegrias”. Ele confia, rogando o nome de Jesus para que Lula vença novamente no segundo turno das eleições. “eu pedi muito a Deus joguei orelha para o melhor ganhar”.

Procuramos referência para o que pudesse ser “joguei orelha” e não encontramos, pode se tratar de alguma correção feita pelo corretor ortográfico do celular do usuário. Uma vez que ele vinha indicando que pediu a Deus, pode ter escrito “rezei, orei” ou algo semelhante e o corretor ajustou. De qualquer forma, ele diz que colocou o resultado das urnas na mão de Deus, que segundo ele, faria o melhor.

Confirmando que Deus teria feito sua parte ele diz “Deus já deu o resultado a nós”, ou seja, o melhor. E agora traz para o povo decidir o final, que seria o segundo turno. Mas segundo acredita, o povo vai voltar iluminado por Deus: “só depende de nós agora decidir, mas eu vou pedir a Deus todo dia para iluminar a mente do povo brasileiro para botar, ou seja, melhor para o nosso Brasil melhor para nós todos”. Supõe-se que “botar” seja “votar.

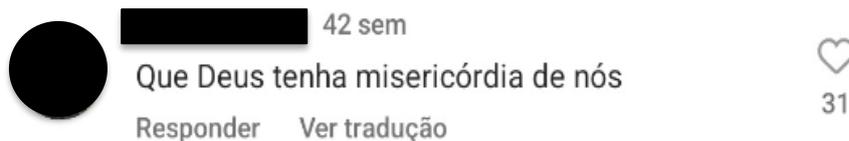
Por fim, segue agradecendo fervorosamente a escolha divina e pede que a caminhada de Luiz Inácio seja abençoada: “e Deus te abençoe siga essa caminhada que você já é vitorioso para nós todo brasileiro obrigado Senhor Jesus cristo mais uma vez

Ele indica pensar que Lula já é vitorioso, parece crer que ele será eleito novamente. “Todo brasileiro” parece também ter sido corrigido automaticamente, aparenta ser “povo brasileiro”, caso seja, indica que o povo vence junto com o futuro presidente e agradece a Jesus novamente.

Vemos que cada interlocutor usa a fé para o que julga correto. O usuário 17 acredita que Jesus não deixaria que Lula vencesse, enquanto o 18, que deixou a escolha nas mãos do mesmo deus, entende, pelo resultado, que Jesus escolhe o candidato petista. Assim, o mesmo signo é entendido de forma diferente a depender da posição ideológica e social do interlocutor.

Ainda na temática divina, comprovando nossa afirmativa, temos o comentário feito pelo interlocutor 19:

Comentário 19:



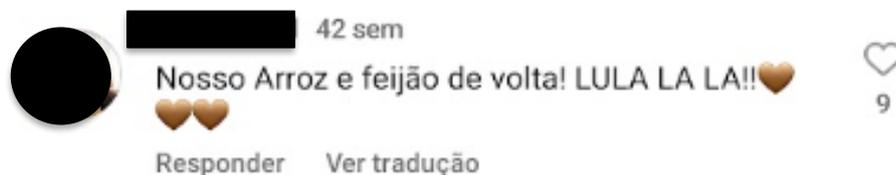
Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

De forma direta ele pede “Que Deus tenha misericórdia de nós”. No primeiro momento ele parece pedir a Deus pelo que virá, e não diz de forma clara, mas diz, pelas marcas discursivas, que serão coisas ruins, uma vez que, para que Deus tenha misericórdia, pena, é porque precisaríamos de intervenção divina na correção de algo ruim.

À luz do contexto social, Eduardo Cunha³⁸ em 2016, ao votar pelo impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, proferiu a frase “Que Deus tenha misericórdia dessa nação”. Ao votar, ele parecia dizer, assim, que coisas terríveis viriam sem essa “correção”. Da mesma forma, o interlocutor 18 constrói sua fala, talvez tomando Eduardo Cunha como referência, uma vez que a frase foi amplamente comentada e compartilhada.

Por fim, o interlocutor 20 responde ao enunciado de forma diferente dos anteriores:

Comentário 20:



Fonte: *Print* da postagem “Hoje é dia da democracia [...]” (Silva, 2022).

³⁸ Eduardo Cunha (Partido Trabalhista Brasileiro) foi deputado federal entre 2003 e 2016, quando teve o mandato cassado pelo plenário da Câmara dos Deputados.

Este interlocutor entende o discurso da imagem da volta de Lula enquanto candidato como a volta de um direito básico do cidadão, que é a comida. “Nosso Arroz e feijão de volta!”, diz. Quando indica que esses itens básicos da alimentação estão de volta, mostra seu discurso que é, na verdade, que o país carecia de comida com o presidente que ainda estava no comando.

Cabe ressaltar que, em 2021, o Brasil voltou para o Mapa da Fome, mostrado pelo relatório da Organização das Nações Unidas – ONU. Segundo Guimarães, para o portal Carta Capital (2021), “entre 2018 e 2020, a fome atingiu 7,5 milhões de brasileiros. Já entre 2014 e 2016, esse número era bem menor: 3,9 milhões.” Ou seja, no governo Lula, o número de brasileiros em insegurança alimentar era quase metade em relação ao do governo de Jair Bolsonaro.

Dessa forma, o interlocutor diz que com Lula de volta, volta a comida e o povo sai do mapa da fome novamente. Finaliza sua fala com “LULA LA LA!!!” que é parte da canção “Sem Medo de Ser Feliz” escrita pelo cantor e compositor brasileiro Hilton Acioli para o segundo turno da campanha presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores, em 1989. E que até hoje é *jingle* de suas campanhas. Nesse contexto, parece assumir um sentido que diz: Lula lá de volta, Lula presidente.

5.3 Fotografia 3: (iii) Lula Presidente - Viva a democracia, viva o Brasil [..]



Fonte: Silva (2022).

A captura acima é de uma foto que foi postada em 30 de outubro de 2022. Atentando-nos à materialidade da postagem, podemos elencar que se trata de um enunciado que conta com uma imagem como elemento principal, e que traz um segmento verbal, uma legenda. A legenda diz: “Viva a democracia, viva o Brasil”. Seguem-se os créditos à fotografia, novamente de Ricardo Stuckert, como de costume, com seu @ marcado na postagem.

É possível verificar abaixo da postagem a quantidade de curtidas, que conta, até a data de revisão dessa escrita, em 22 de julho de 2023, com 3.557.092 milhões de curtidas e 330.186 mil comentários. Trata-se, até a referida data, da fotografia mais curtida da página @lulaoficial.

Quanto à apresentação da imagem, vemos que retrata a parte central da bandeira do Brasil. Com o lema “ORDEM E PROGRESSO”. Há uma luz, que parece ser solar, sob parte da bandeira.

Sobre a bandeira está uma mão, esquerda, se observarmos a posição da imagem. A mão tem veias e músculos evidentes e apenas quatro dedos. O dedo anelar está com uma aliança de casamento, uma vez que está na mão esquerda.

A composição da fotografia tem como foco uma mão com 4 dedos colocada sobre a bandeira do Brasil. O personagem não aparece, não há rostos. Mas traz a principal característica física de Lula, candidato eleito: a mão esquerda sem o dedo mínimo. Mostra-se assim, mesmo sem rosto, quem é o personagem principal da cena. Vale acrescentar que Lula perdeu o dedo mínimo, quando ainda jovem, em uma prensa, enquanto trabalhava como metalúrgico.

A mão que está sob a bandeira é a esquerda, o que sugere uma possível assimilação à posição política do candidato. O Partido ao qual o candidato é filiado é o Partido dos Trabalhadores, PT, que é o principal partido que representa a esquerda no cenário político brasileiro. A aliança indica ser do seu recente casamento com a socióloga Rosângela Silva, a Janja, que aconteceu em 18 de maio do mesmo ano.

Ao trazermos à luz o contexto histórico e social em que a imagem está inserida, temos que a postagem foi realizada no dia 30 de outubro de 2022, dia que ocorreu o segundo turno das eleições presidenciais do Brasil. Não temos, somente a partir da imagem, precisão do horário da postagem, mas é possível constatar que foi feita após o término da apuração da eleição presidencial. Uma vez que nesse dia, às 19h56, Lula foi eleito presidente após receber 50,83% dos votos válidos contra 49,17% dos votos válidos de Jair Bolsonaro, conforme noticiou o site do TSE (2022).

Outro ponto a ser apontado é que, ao colocar a mão sobre a bandeira, Lula quebra com o discurso de que a bandeira de petista é vermelha, e não verde-amarela, como defendem os apoiadores do oponente, Jair Bolsonaro. Com a máxima “nossa bandeira jamais será vermelha”

os apoiadores do candidato da esquerda intensificaram a alegação de que a bandeira verde-amarela os representava, utilizando-a em seus protestos e manifestações, uma vez que se denominavam patriotas.

Segundo matéria de Dias, para o Jornal Opção (2022), “o primeiro a querer grudar em si o conceito de patriota foi o então candidato Fernando Collor, em 1989”. E, em 2022 a onda patriota teve sua retomada pelos grupos de direita que surgiam, como o “Movimento Brasil Livre” (MBL), o “Vem Pra Rua” e o “Nas Ruas”, que se aglutinavam em protestos nas ruas usando as cores verde e amarelo. Ainda segundo a matéria:

A partir da abertura do processo de impeachment de Dilma, Bolsonaro ganha impulso e o País passa a ser definitivamente dividido pela polarização marcada pelo verde e amarelo. A partir de então, usar a camisa oficial da seleção brasileira ou expor a bandeira nacional passou a significar, na maioria dos casos, aderir ou avalizar uma determinada corrente política. (n.p.).

Assim, o fato de utilizar-se das cores do Brasil, enquanto as manifestações esquerdistas utilizavam a do Partido dos Trabalhadores, PT, que é vermelha, acabou por intensificar a máxima da associação das cores às ideologias, numa apropriação da bandeira de todos por alguns.

Esse novo tom valorativo acerca das cores da bandeira atrelada ao movimento de direita culminava na não representação da esquerda. Ou seja, verde amarelo é bolsonarista, e vermelho é petista, não patriota. Tal premissa estabelecida gerava incômodo aos eleitores de Lula que retomavam que o símbolo pátrio não poderia estar atrelado a movimentos partidários, pois a bandeira é de todos, independente de filiação política.

Dessa forma, Lula, com a mão sob a bandeira brasileira, quebra com o discurso partidário que vinha sido colocado sobre as cores do Brasil. Ao veicular a imagem da mão esquerda de Lula sobre a bandeira verde-amarela, o enunciado deseja, talvez, exprimir que esta foi retomada, que a esquerda, e todos os que não se identificam com a política da direita, mais precisamente de Jair Bolsonaro, podem novamente usá-la, sem configurar aliança ao partido.

Ao trazer como texto auxiliar a legenda “viva a democracia, viva o Brasil”, em tom comemorativo uma vez que usa o termo “viva”, sugere, pelo tom de celebração, que a democracia venceu, e o que o Brasil venceu, que, graças à democracia, todos podem celebrar a bandeira nacional novamente.

O tema do enunciado sugere que, eleito, Lula pôs de volta a mão (esquerda) sobre o Brasil e devolveu aos brasileiros seu símbolo pátrio, suas cores. Aponta, portanto, para um

sentido que diz que a mão de Lula volta a estar sobre o país, uma vez que ele voltou à presidência.

A imagem que rapidamente rodou os sites de redes sociais contou, somente no *Instagram*, com 3.558.016 milhões de curtidas, se tornando a fotografia mais curtida da página @lulaoficial. Dessa forma, percebe-se que o alto número de interações com esta imagem indica a grande quantidade de usuários do *Instagram* que foram atravessados pelo discurso contido na imagem.

Como réplica, a fotografia recebeu 3.557.092 milhões de curtidas e 330.186 mil comentários. Como apontado anteriormente, os compartilhamentos só podem ser acessados pelo próprio usuário. Portanto, não podemos observar.

Quanto às réplicas, também aqui diversos foram os discursos que foram recebidos pelos interlocutores que reagem a eles de forma proporcional às suas bagagens discursivas. O primeiro comentário que selecionamos responde diretamente ao conteúdo da foto:

Comentário 1:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

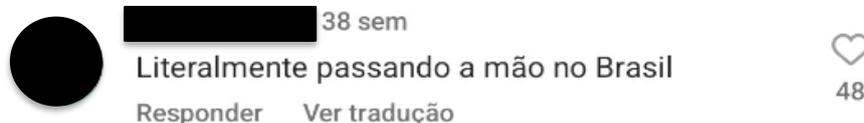
Esse interlocutor responde ao conteúdo da imagem, observa a mão sobre o símbolo pátrio e, mostrando estar descontente, diz enfaticamente “Tira essa mão suja de cima da bandeira brasileira!”. Ao dizer que a mão de Lula é suja, ele indica que ela é manchada, realizou feitos impuros.

Ao adjetivar bandeira “brasileira” ele discursa que é do Brasil, não de Lula, uma vez que colocar a mão sobre ela, pode indicar retomada do Brasil, como já falamos. Assim, ele reforça que a bandeira não é de Luiz Inácio ou partidos políticos, mas do Brasil, sugerindo que Lula não a merece.

Da mesma forma, o interlocutor 2 também constrói sua resposta trazendo a bandeira do Brasil em seu discurso:

Responde o interlocutor 3, acerca da mão de Luiz Inácio:

Comentário 3:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Diz “Literalmente passando a mão no Brasil”. Quando usa “literalmente” quer dizer que algo está posto à letra. Ou seja, às claras. Usa a expressão “Passar a mão”, que significa segundo o Dicionário Informal (2023) o mesmo que relar, que tocar, roubar, pegar o que não é seu. Dessa forma, Lula, que está passando a mão sobre a bandeira do Brasil, a partir de sua construção, vai roubar o Brasil.

Esse usuário parece trazer a retórica de “Lula ladrão”, muito utilizada nas campanhas da direita. Assim, ele constrói seu discurso, trazendo essa retórica que comprova suas valorações acerca da vitória de Luiz Inácio.

Da mesma ideia se utiliza o interlocutor 4:

Comentário 4:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

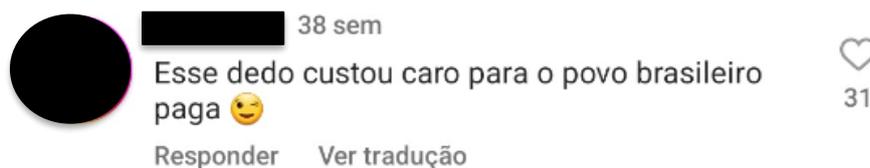
Ele constrói sua fala respondendo mais especificamente ao segmento visual, traz as estrelas da bandeira para o centro de seu discurso resposta, mas, estilisticamente, escolhe trazer seu discurso de forma irônica: “Contém pra ver se não sumiu nem uma estrela da bandeira kkkkkk”.

Primeiramente, o “contém” provavelmente seja a palavra “contem” do verbo contar, que pode ter sido corrigida pelo corretor ortográfico do aparelho celular do usuário. Assim, ele pede que seus interlocutores percebam se faltam estrelas, indicando que Lula já deve ter roubado alguma. A representação da risada “kkkkkk” efetiva o entendimento de que é uma fala irônica, ou pelo menos, debochada.

Percebe-se que este interlocutor se usa da mesma retórica de “Lula ladrão”, que este rouba, e por isso roubaria até as estrelas da bandeira.

O interlocutor 5, por sua vez, traz um elemento do enunciado visual para sua réplica que destaca outro elemento:

Comentário 5:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

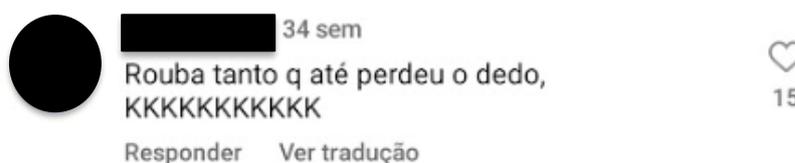
Diferentemente dos anteriores, este usuário traz o dedo de Lula, ou a falta dele, para construir seu discurso que gira em torno da aposentadoria por invalidez que é atribuída ao presidente. “Esse dedo custou caro para o povo brasileiro paga 😏”. Quando diz que custou caro, diz que Lula é aposentado pela perda do dedo, em um acidente de trabalho.

Esse assunto já trazido na análise da fotografia é o tema deste comentário. Ele parece retomar a possível aposentadoria por invalidez de Lula, que já mostramos que não existe. Fato é que essa história se repete entre os diálogos nas redes, mostrando que, ainda que desmentida, uma *fake news* pode embasar diversos discursos e formar posicionamentos.

Assim, ele entende que Luiz Inácio recebeu, pela perda do dedo, um dinheiro que foi pago pelo Brasil, pelo povo. Usa ao final um emoji de piscada de olho, que assume diversos sentidos, mas nesse contexto indica fechar uma ideia sarcástica.

O interlocutor 6 também traz o dedo de Lula para construir seu discurso resposta:

Comentário 6:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

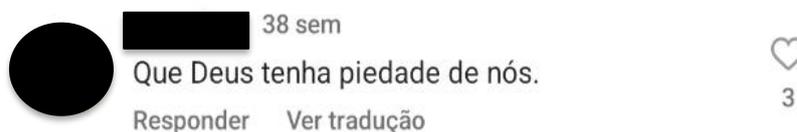
O usuário também usa ironia para em sua fala: “Rouba tanto q até perdeu o dedo,”. Ao unir a ideia de que Lula é ladrão com a falta de um de seus dedos, ele parece apontar para a

prática de mutilação de membros, praticada em algumas culturas como a do Irã, no caso de roubo.

Ao construir seu comentário unindo tais informações, ele parece incitar a ideia de que o presidente perdeu o dedo por prática de roubo, o que se sabe não ser verdade. Finaliza a sentença, como os outros interlocutores que desejam corroborar a ironia, ou sarcasmo empregados na sua fala, com a representação do som da risada “KKKKKKKKKKKK”. Assim, entendemos que ele responde ao que vê no enunciado visual, e mostra seu discurso, que envolve chamar Lula de ladrão.

O interlocutor 7 responde fazendo uma prece a Deus:

Comentário 7:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Este usuário parece fazer uma súplica sem dizer com palavras seu posicionamento. Por crer que os brasileiros (nós) necessitam da misericórdia de Deus com a vitória de Lula, deixa as pistas de que ele desaprova a vitória, ou que pelo menos se preocupa com o que virá.

Ainda, este enunciado é semelhante ao trazido pelo interlocutor 19 no comentário da fotografia 02: “Que Deus tenha misericórdia de nós”. Ao assumir esse sentido pode-se admitir que este usuário também retoma a fala de Eduardo Cunha. Do mesmo modo, indica que ele não está em plenitude com o resultado da eleição.

O usuário 8, por sua vez, elege unir dois discursos que são usados em oposição.

Comentário 8:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Ele profere uma das frases da campanha Bolsonaroista, que foi e é lema de partidos e movimentos conservadores, “Deus, pátria, família”. Segundo Edison Veiga, para DW (2022),

essa fala fazia parte do manifesto de Plínio Salgado (1895-1975), de 1932, o qual lançou o integralismo no Brasil. Segundo ele, este foi um movimento de extrema direita fortemente influenciado pelo fascismo italiano e pelo integralismo português. Dessa forma, segundo Veiga (2022), Jair Bolsonaro retoma essas falas e conceitos que passaram a ser seu lema de campanha.

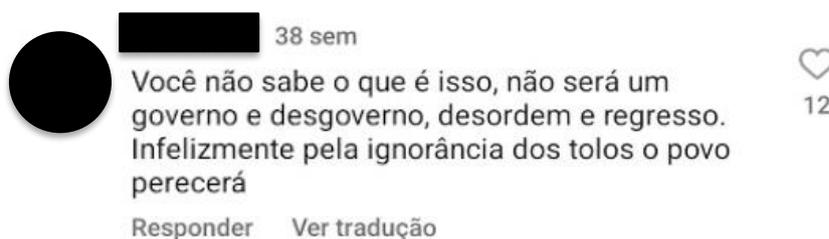
“Lula lá” como já trouxemos, é parte de um dos jingles de campanha de Lula, a canção “Sem Medo de Ser Feliz” de Hilton Acioli. Na construção da letra há uma cacofonia, pois repete-se o final de sílaba de “Lula” com a junção de “lá” de lugar. É utilizado, geralmente, em um contexto no qual o eleitor canta, com esperança de que Lula volte para ou esteja “lá”, na presidência.

Acontece que este usuário traz os lemas de ambos os candidatos unindo-os no mesmo enunciado. Uma possibilidade de sentido, nesse caso, é pensar que o interlocutor resolve unificar os dois discursos, como se quisesse acabar com a polaridade que o país se encontrava. Com a vitória de Lula, este cenário fomentou discussões e embates às vezes violentos. Então, talvez seja uma tentativa de unir as ideologias em prol do país.

Outro possível sentido é que tenha sido sarcástico. Para provocar os interlocutores do perdedor da eleição, ou o próprio, ele retoma seu lema, e sobrepõe o do vencedor, para dizer possivelmente que “tomamos inclusive seu discurso”.

O interlocutor 9 responde ao lema da bandeira do Brasil, em evidência na imagem, usando de trocadilhos com as palavras ideais do país:

Comentário 9:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Ele começa sua resposta dizendo que Lula não sabe o que é isso. Ao que parece, “isso” refere-se ao lema da bandeira, pois explica sua colocação: “não será um governo e desgoverno, desordem e regresso.” Aparentemente houve uma supressão de palavras, provavelmente entre “e” e “desgoverno” haveria um “sim” formando a adversativa “e sim”. Corroborando com esse

possível entendimento, temos a dicotomia “desordem e regresso” com sentidos antônimos aos reais.

Por fim, reflete que o povo foi tolo ao eleger Lula e por isso, infelizmente, segundo ele, quem paga é o povo. Portanto, observa-se que este interlocutor se usa de mecanismos para dizer que Lula transformará o lema do Brasil, adotará o sentido contrário ao que prega os ideais nacionais. Dizendo, portanto, que não concorda, ou não está satisfeito, com o resultado das eleições presidencial de 2022.

Acerca da mesma observação quanto ao lema da bandeira brasileira, responde o interlocutor 10:

Comentário 10:

  33 sem  20

Desordem e retrocesso! Mas Deus é maior e vai fazer justiça.

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Também traz antônimos das palavras descritas na bandeira “Desordem e retrocesso!” Levando ao entendimento que esses serão os rumos do Brasil pós eleições. A seguir, ele usa o nome de Deus para indicar que deverá haver justiça: “Mas Deus é maior e vai fazer justiça.”

Não diz de que que deus é maior, qual foi o motivo que leva a crer que deve ser feita reparação. Pelo contexto, crê que a vitória de Lula não é justa, e que Deus fará a reparação.

O interlocutor 11 faz quase uma oração acerca da vitória de Lula:

Comentário 11:

  37 sem 

Deus abençoe hoje é sempre grandiosamete e poderosamente ão nosso presidente Lula livrando ele de todas as maldades e falsidades que a viagem Maria cubra ele hoje é sempre com o seu divino e Santo manto amem e que deus de sua saúde e muitas décadas de vida para ele se reeleger pela quarta vez na próxima eleição eu creio senhor esse nosso presidente Lula é tudo de bom e muito mais desde do primeiro mandato e nois brasileiros merecemos depois de tantos sofrimentos deus e à viagem Maria nois deu essa grandiosamete e poderosamente vitórias obrigado senhor gratidão gratidão nois nordestinos e brasileiros só temos á lovar á deus e à viagem Maria todos dias e à cada segundo amémmmmmmm

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Esse usuário escreve de forma direta, sem pontuações, o que nos leva a ter de delimitar as pausas, conforme os sentidos que vão emergindo a partir da leitura.

Em tom devocional, como se uma reza fosse, pede que Deus abençoe e proteja o “nosso presidente”. Aceitando, portanto, que Lula é presidente e desejando que ele seja livrado de maldades. A seguir, demonstrando ser de fé católica, cita Maria, mãe de Jesus, segundo a bíblia sagrada.

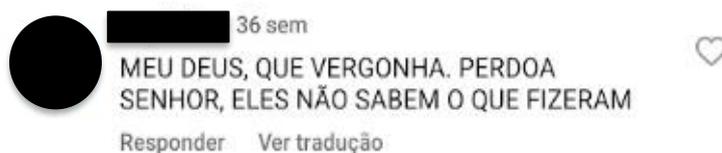
Há um desvio antes da palavra “Maria”, que provavelmente foi uma revisão do corretor ortográfico do aparelho celular do usuário. Assim, entendemos que “viagem” é na verdade “virgem” para se referir à Maria.

Roga que Lula tenha muita saúde a fim de se eleger pela quarta vez. Ou seja, conhece a trajetória política de Lula, já que sabe que esta é a 3º vez que concorre e ganha as eleições presidenciais. Indicando, ser eleitor do presidente. Corroborando, diz que Luiz Inácio é tudo de bom desde o primeiro mandato.

Agradece de forma fervorosa a vitória de Lula, com toda sua fé em Deus e na Virgem Maria. Ao dizer: “merecemos depois de tantos sofrimentos” parece querer citar que o mandato anterior não foi bom, para ele. Finaliza, repetindo sua gratidão e digita um amém prolongado, como se estivesse gritando, se sua fala fosse proferida oralmente.

Também usando da fé, o interlocutor 12 responde ao enunciado, trazendo o nome de Deus, mas com um discurso divergente do anterior:

Comentário 12:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Ao dizer: “MEU DEUS, QUE VERGONHA” indica que está desconfortável com a cena da mão de Lula sobre a bandeira. Sente vergonha e não raiva com os anteriores. Continua “PERDOA SENHOR, ELES NÃO SABEM O QUE FIZERAM”.

Nessa fala diz, à luz do contexto de vitória de Lula, que eles (eleitores) não sabem o que fizeram. Essa frase, porém, é uma passagem bíblica. No livro de Lucas Capítulo 21, versículo 34 diz: “Jesus disse: ‘Pai, perdoa-lhes, pois não sabem o que estão fazendo’” (Bíblia Sagrada, 2007, p. 1057). Sabemos que as palavras empregadas na passagem variam conforme tradução. Mas, a frase proferida pelo interlocutor é a mesma dita por Jesus, em sua crucificação.

Dessa forma, o interlocutor assume o papel de Jesus, como se pedisse perdão pela traição do povo brasileiro assim como a traição do povo de Israel. Dessa forma, em caixa alta, diz que sente vergonha pela escolha do povo, e pede perdão a Deus por eles. O usuário, portanto, utiliza-se da palavra de Deus, e assume o lugar de fala do próprio para condenar a escolha eleitoral do Brasil.

O interlocutor 13, responde acerca da mão de Lula sobre a bandeira e também legitima seu discurso utilizando-se de Deus:

Comentário 13:



38 sem

Acima dessa tua mão manchada de pecado e mentira, está a Poderosa Mão de Deus protegendo e abençoando a nação brasileira. Não esqueça de todos os joelhos que estão dobrados diante do Deus Altíssimo Dono dos Céus e da Terra. O céu está em ação! Lá nem você, nem o STF comprado, nem o TSE corrompido podem fazer alguma coisa. E aqui na Terra estamos esperando a providência Divina sobre sua vida e de seus comparsas.



75

[Responder](#) [Ver tradução](#)

Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Já respondendo a imagem da postagem, diz “Acima dessa tua mão manchada de pecado e mentira está a Poderosa Mão de Deus protegendo e abençoando a nação brasileira”. Com essa fala, aponta crer que Lula é pecador, e que Deus está acima dele, por consequência, sob a bandeira.

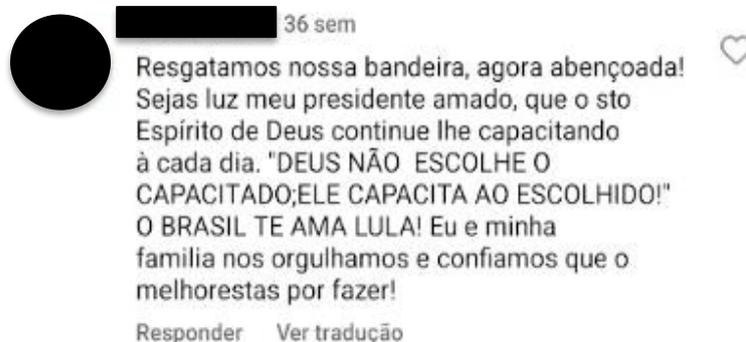
Quando diz: “O céu está em ação! Lá nem você, nem o STF comprado, nem o STE corrompido podem fazer alguma coisa” traz que no céu, onde há justiça divina, os homens nada podem. Ao dizer isso, diz também, que na terra não houve justiça, corroborando com o entendimento que os órgãos superiores da justiça são corrompidos e comprados.

Ao longo do mandato de Jair Bolsonaro e de sua campanha em 2022, diversos desentendimentos entre os órgãos citados e Bolsonaro aconteceram, bem como ameaças de invasão ao STF, por parte de seus apoiadores.

Dessa forma, os eleitores de Bolsonaro, que indica ser o caso deste interlocutor, não concordam com as ações dos órgãos de justiça superiores. Finaliza dizendo que aguarda a citada justiça divina, a qual acredita que castigará Lula, e chama os seus apoiadores de comparsas, ou seja, cúmplices.

O interlocutor 14 também na pauta religiosa, usa o nome de Deus, mas responde acerca da devolução da bandeira ao povo brasileiro:

Comentário 14:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

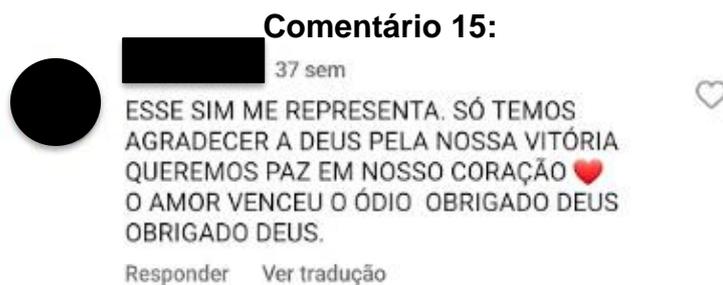
Diz: “Resgatamos nossa bandeira, agora abençoada!” Ao trazer sua resposta voltada para a indicação que a bandeira foi resgatada, indica crer que tinha sido abduzida, roubada, sequestrada. Como já tratamos ao longo dessa análise, as cores do Brasil, viraram símbolo da política extrema-direita no Brasil.

Quando fala em resgate, indica que Lula devolveu a bandeira ao povo, para que todos se sintam representados, não apenas determinada posição ideológica. “Agora abençoada”, indica, pela sua exposição, que antes não era, quando estava em posse de um grupo político.

Deseja luz ao presidente, declara seu amor e deseja que o “Espírito de Deus” continue lhe capacitando. Ao escolher usar “continue lhe capacitando” e não “lhe capacite” mostra que acredita que o presidente eleito já é capacitado. Sentido que é corroborado com o dito popular “DEUS NÃO ESCOLHE O CAPACITADO; ELE CAPACITA AO ESCOLHIDO!”.

Dessa forma, crê que Lula foi escolhido por Deus, e que foi capacitado, se trouxermos o trecho anterior para o entendimento da sentença como um todo. Diz que o BRASIL ama Lula, e traz a confiança e amor de sua esposa que são parte do país para confirmar sua fala.

O interlocutor 15 também agradece a Deus pela vitória de Luiz Inácio:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

O usuário 15 fala em se sentir representado pelo presidente eleito: “ESSE SIM ME REPRESENTA”, ou seja, diz que o outro (o ex-presidente) não. Também parece que traz a sua réplica marcas de um discurso que foi amplamente utilizado a partir de 2013, quando pastor, e à época, deputado federal, Marco Feliciano pelo Partido Social Cristão -PSC que na ocasião, foi eleito presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara.

Porém, o deputado, eleito para representar as minorias, fazia parte da base conservadora da câmara, a chamada bancada evangélica. Era conhecido por proferir ofensas racistas e homofóbicas. Diante dos fatos, diversas manifestações aconteceram contra e a favor da eleição do deputado à Comissão.

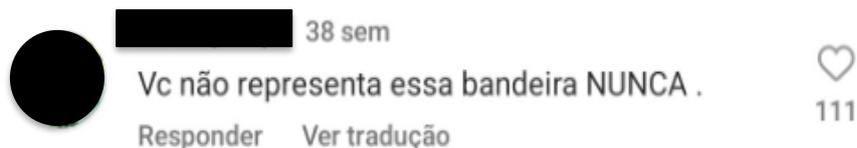
Uma dessas manifestações foi o movimento “Marco Feliciano não me representa”. A reivindicação vinha de cidadãos que não se sentiam representados pelo presidente da pasta. A partir disso, essa máxima passou a ser usada em vários momentos, inclusive nas campanhas eleitorais seguintes, onde a frase era proferida, desta vez a Jair Bolsonaro. Assim, quando o interlocutor diz “ESSE SIM ME REPRESENTA”, está respondendo a essa máxima aplicada ao agora ex-presidente.

Agradece a Deus pela “NOSSA VITÓRIA” não dele, mas nossa indicando ser uma conquista do povo ou ainda dele e do presidente (juntos). Coloca também em 3ª pessoa a paz que diz querer no coração. Traz a frase proferida por Lula na campanha “o amor vai vencer o ódio”, agora ano tempo verbal adequado “O AMOR VENCEU O ÓDIO”.

Finaliza agradecendo a Deus duas vezes. Ou seja, esse interlocutor, aparentemente eleitor de Luiz Inácio, se sente representado e está feliz com a vitória de Lula.

O interlocutor 16, responde ao enunciado, também falando de representação:

Comentário 16:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

O comentário deste usuário responde diretamente o conteúdo da imagem, parece receber o discurso que Lula agora está representando a bandeira do Brasil, ou seja, o país, o povo brasileiro. Porém, por não aceitar o resultado, rebate com a ideia contrária, que é, ao que indica sua fala, seu posicionamento ideológico: “Vc não representa essa bandeira NUNCA”.

“Vc” é abreviação de você, nesse caso o presidente eleito. Quando coloca em letras maiúsculas o advérbio “nunca” parece querer enfatizar que não importa o que faça, ou como governe, Lula jamais, na opinião dele, representará a bandeira nacional.

Também respondendo a imagem observando a bandeira, o interlocutor 17 define que a bandeira que é do Brasil, não pode ser de Lula:

Comentário 17:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

A fim de definir que a bandeira não pode ser de Lula, ele diz de quem ela é: “Essa bandeira é do Brasil 🇧🇷!” Ao dizer que ela já tem dono, o Brasil, ou seja, os brasileiros. Essa colocação perde um pouco sentido se pensarmos que Luiz Inácio é também parte do povo.

Mas o sentido que quer assumir aparece em seguida: “Minha pátria não merece ser comandada por ladroes! Ele compreende que a bandeira representa a pátria, e que por consequência, Lula ao estar com a mão sob a bandeira, está também sob o país. Fato que ele discorda, uma vez que entende que Lula, e quem o ajudará a comandar o país, são ladrões.

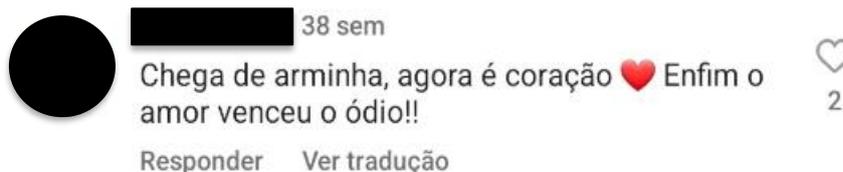
Lembrando, novamente, do discurso “Lula ladrão” sempre levantado pelos apoiadores da direita, e que permeia a campanha de Jair Bolsonaro.

E finaliza sua réplica com “A sua bandeira é vermelha”. O que tenta trazer aqui é que outro postulado na campanha de Bolsonaro “Nossa bandeira jamais será vermelha”, um discurso que atravessa as campanhas eleitorais desde o MBL, em 2014. O movimento de direita, com a utilização dos símbolos pátrios dividiu o país em dois de forma generalizada: os vermelhos (esquerdistas) e os verde-amarelos (direitistas). Dessa forma quem não concorda com o idealismo de um lado, estava fadado ao outro.

Os esquerdistas, nesse caso encabeçados pelo PT, que sempre utilizaram a cor vermelha, ficam definidos como bandeira vermelha e, por isso, não utilizavam as cores do Brasil, com receio de serem confundidos com bolsonaristas. No que tange ao presidente, adotou-se então o princípio que Lula, por usar a bandeira vermelha, não tem o direito de usar verde-amarelo. É dessa forma que parece valorar, o interlocutor 17 (o número foi pura coincidência).

O interlocutor 18 constrói sua réplica trazendo um dos símbolos do bolsonarismo, as armas.

Comentário 18:



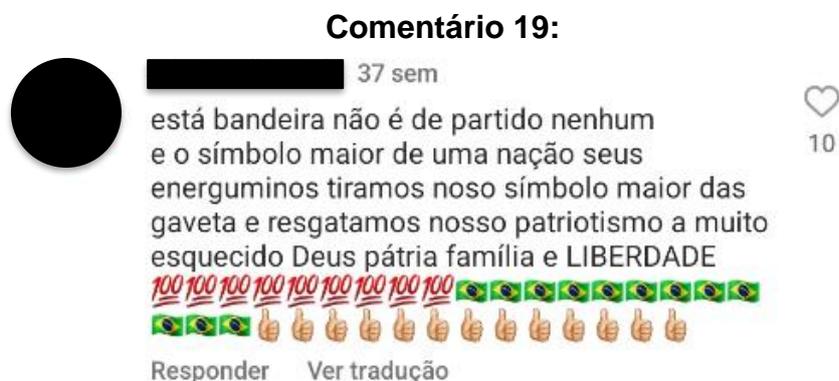
Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Ao começar sua resposta ao enunciado com a afirmativa “Chega de arminha, agora é coração”, ele retoma uma das simbologias da campanha bolsonarista: as armas. Jair Bolsonaro, ex-militar, sempre se mostrou favorável à política armamentista. Ganhou muitos eleitores e simpatizantes com promessas de maior facilidade de acesso ao porte de arma, com o discurso de que o “cidadão de bem” deveria poder se defender dos “vagabundos”.

Assim, fuzis e armas passaram a compor as manifestações pró-Bolsonaro. O candidato, inclusive, em suas aparições em agenda de campanha, fazia gestos que simulavam armas de fogo. Por isso, a arminha é um dos símbolos bolsonaristas.

Ainda, ele ao dizer “agora é coração” e posteriormente “Enfim o amor venceu o ódio!!” ele traz à cena um dos discursos da campanha de Lula, a qual já trouxemos aqui que é “o amor vai vencer o ódio”. Amor que é representado pelo coração. Dessa forma o coração venceu a arma, usa, portanto, de signos e discursos que lhe foram atravessados nas campanhas, para dizer que Lula venceu Bolsonaro.

O interlocutor 19 trata também acerca da representatividade da bandeira em sua resposta:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Traz a máxima que diz que: “está bandeira não é de partido nenhum e o símbolo maior de uma nação”. Primeiramente atentos à materialidade, entendemos que “e” depois de “nenhum” trata-se do verbo “é” que foi corrigido automaticamente pelo corretor do celular, bem como “está” ganhou um acento indevido, sendo na verdade, “esta”, pronome demonstrativo.

Ele não diz, mas traz marcas em seu discurso que indica não concordar com a mão de Lula sob a bandeira brasileira, da mesma forma, alimenta sua resposta com o discurso de que a bandeira não tem partido. A partir de: “seus energumenos tiramos noso símbolo maior da gaveta e resgatamos nosso patriotismo a muito esquecido” ele começa a mostrar seu verdadeiro posicionamento.

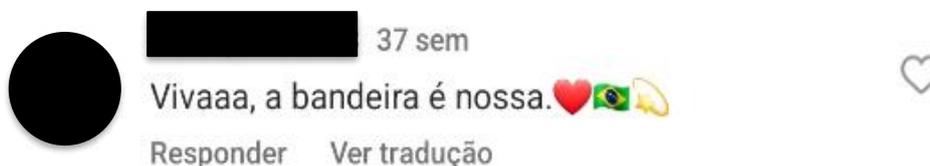
Parece nesse trecho, estar inconformado por Luiz Inácio, demonstrar se sentir possuidor do uso da bandeira, segundo ele esquecida há tempos. Ele refere-se ao patriotismo, que parece não ser do merecimento do presidente, na verdade parece compreender que o patriotismo pode ser usado somente por quem define-se patriota, como ele.

Diz no princípio de sua resposta que a bandeira não é de nenhum partido, e mostra um entendimento que Lula usaria a bandeira em nome de seu partido político. Mas ao que indica sua fala, parece, na verdade, não gostar da ideia que as cores do Brasil possam voltar a ser usadas por todos, inclusive os que não se intitulam patriotas, e, o pior, esquerdistas.

Finaliza a fala com o lema bolsonarista a qual também já trouxemos neste trabalho: “Deus pátria família e LIBERDADE” corroborando com entendimento que é patriota e conservador, logo não aceita que Lula, e a ideologia que representa, possa pôr a mão em sua bandeira.

O interlocutor 20, diferentemente entende que a bandeira é de todos:

Comentário 20:



Fonte: *Print* da postagem “Viva a democracia, viva o Brasil [...]” (Silva, 2022).

Inicia sua fala respondendo ao enunciado verbal trazido junto a fotografia: “Vivaaa” mas também aborda o conteúdo da imagem “a bandeira é nossa”. Ao fazer essa junção quanto aos sentidos que encontrou no enunciado, responde indicando que entende que Lula com a mão sobre a bandeira indica que ele a retomou para o povo.

Os *emojis* de coração, bandeira e estrela que usa, representam respectivamente: amor, Brasil e, nesse sentido, pode ser Lula, uma vez que a estrela é o símbolo do PT, por consequência, do presidente.

5.4 Considerações acerca das análises

Apresentamos, na seção anterior, três fotografias que são enunciados servindo o gênero discursivo *post* em rede social. A partir da descrição, interpretação e análise de cada uma delas podemos perceber que tivemos possíveis entendimentos que foram surgindo à medida que contextualizamos social e historicamente a imagem a ser analisada. Ao pensar cronotopicamente podemos, para além do dado tanto nas fotografias como nos comentários proferidos a elas, perceber discursos outros que foram acionados a fim de constituir o projeto de dizer de cada interlocutor.

Foi possível a partir desse enfoque cronotópico verificar o que trata Bakhtin (1997) quando diz que a relação espaço tempo que deve ser acionada quando falamos em compreensão dos sentidos enunciativos. Uma vez que para verificar os sentidos acionados, foi preciso definir essa relação espaço-tempo e buscar o contexto enunciativo.

Da mesma forma corroboramos com o entendimento que o enunciado está repleto dos ecos e lembranças de outros enunciados (Bakhtin 1997. pág. 177). Com vimos, diversos

discursos foram retomados nas falas dos interlocutores que mostraram, através deles e de marcas em sua fala, qual o tema da sua réplica.

Afim de definir as posições sociais que ocupam os sujeitos no discurso, e como se dá a relação entre eles, consideramos os interlocutores: de um lado, um político conhecido do povo brasileiro. O interlocutor que forneceu o corpus dessa análise, um político esquerdista que é dos lados da polarização política que o país ainda se encontra. Dessa forma, odiado por uma metade do país e amado, ou pelo menos aceito, por outra.

De outro lado os seus interlocutores: seguidores e não seguidores, eleitores e não eleitores, observadores de seu perfil na rede, pessoas que receberam a imagem e interagiram com ela, seja curtindo ou comentando. Mas todos eles, cidadãos brasileiros, homens e mulheres que utilizam as redes para se comunicar, buscar informação, diversão e interagir.

Observamos a situação enunciativa, e as relações dialógicas que se estabeleceram. Constatamos que o *Instagram*, uma página de site de redes sociais com atores sociais que atravessam e são atravessados diariamente pelos conteúdos postados, majoritariamente, visuais é uma potente arena discursiva em que os discursos estão em constante interação.

Percebemos no contexto de fala, essa arena discursiva abrigou diversos discursos que foram emergindo à medida que os interlocutores se serviam da língua para empreender suas necessidades comunicativas.

Na primeira foto que foi observada, a qual traz em sua apresentação Lula malhando na cela onde foi preso em 2019, tivemos alguns entendimentos quanto aos discursos que poderiam surgir. Vemos como conteúdo temático algo como uma demonstração de boa preparação física de Lula. Um dos possíveis discursos que podem ser verificados é a intencionalidade de Lula em mostrar que está bem, preparado fisicamente para sua volta.

Como vimos na análise, as réplicas que surgiram, corroboraram com o entendimento uma vez que a maior parte dos comentários tratava também do preparo de Lula para uma possível volta. Também, elogios e questões acerca de sua forma física, seu condicionamento e força.

Outros aproveitaram o tema da foto para encaixar seus discursos, como roubo, falta de trabalho e invalidez. Alguns observaram a cena da foto, a qual julgavam ser cômoda. Da mesma forma, receberam e responderam acerca do discurso veiculado na imagem. Cabe trazer que observamos, também, que esses comentários também respondiam à legenda, o texto verbal auxiliar.

Na segunda imagem, que apresenta como composição Lula beijando seu comprovante de votação, depois de ser preso e não poder concorrer às eleições anteriores, a temática está

ligada aos sentidos que emergiram, o qual percebemos estarem voltados para a emoção de Luiz Inácio em poder concorrer novamente à presidência do Brasil.

Da mesma forma, as réplicas apontaram para esse sentido, mas contaram também marcas de discursos nas quais os interlocutores têm, enquanto bagagem discursiva. Dentre eles surgiram respostas diretas à imagem e ao texto verbal auxiliar, como democracia, voto, resultado do 1º turno e expectativas para o 2º. Mas também, muitas que respondiam a sentidos que a foto provoca, mesmo que não esteja explícito como fraude nas urnas, roubo, regionalidade, amor e ódio, Deus, ocultismo, religião.

Nessa imagem, especialmente, observamos diversos xingamentos e falta de bom senso nas respostas, comentários que desejavam mal e até o falecimento de Luiz Inácio. Decidimos trazer alguns exemplos para que se observe que a prática de crimes digitais, nesse tipo de página é, infelizmente, comum. Mas também, mensagens de paz e satisfação com a imagem de Lula exercendo a democracia.

A terceira imagem observada a qual trazia em sua composição a mão de Lula, sem o dedo, sobre a bandeira nacional. Diante dos muitos sentidos que podem emergir acerca da imagem, a mão do então presidente sobre a bandeira significa ter de volta o comando da nação representada pela bandeira, que também foi considerada símbolo de seu opositor, até então.

Essa postagem é a mais curtida desde sua postagem, até 27 de julho de 2023, dia da revisão deste capítulo. Dessa forma, foi recebida por um número ainda maior de pessoas que as anteriores.

As réplicas a essa postagem foram construídas principalmente em torno do conteúdo da foto, a bandeira. Seja reivindicando-a de volta ou agradecendo por Lula devolvê-la ao país. E a mão e dedos do agora presidente, indicando roubo, pecado. Também, respostas que alcançaram os sentidos que permeavam o contexto da imagem, como a simbologia do verde-amarelo, o patriotismo, seja em tom de desgosto ou de alegria.

Como foi postada no dia da vitória de Lula nas eleições de 2022, trouxe muitos comentários que refletem satisfação ou desagrado pelo resultado das eleições. Alguns trouxeram passagens da bíblia, e o nome de Deus para defender que este fez sua vontade.

Essa imagem contou com muitos comentários de cunho religioso. Os interlocutores que usaram o nome de Deus parecem transferir para ele suas valorações, creem que fará as suas vontades, julgando serem as ideais, as corretas.

Para as três imagens vimos que o interlocutor, Lula, se utilizou de recursos que foram adotados pelo seu fotógrafo a fim de transmitir seu discurso, sua intencionalidade. Corroborando com disse Beth Brait (1994) quando trata que esses “recursos da linguagem

fotográfica funcionam discursivamente” pois estes “assinalam escolhas de um sujeito, tendo em vista o discurso a ser construído e os efeitos de sentido que devem ser produzidos no enunciatário” (p. 23).

Ainda, para os comentários que emergiram, podemos observar que cada interlocutor acionou discursos prévios, os quais, a partir de um olhar cronotópico puderam ser verificados. Esses interlocutores marcaram sua posição valorativa, que puderam ser observadas a partir de suas escolhas discursivas.

Não obstante, cada interlocutor ainda que respondesse ao mesmo enunciado, trazia discursos diferentes, uma vez que cada um deles traz em seus comentários marcas de sua bagagem cultural e social. Desta forma, podemos perceber que essas marcas são traídas à luz do diálogo em uma situação real de comunicação em que o sujeito responde ativamente a enunciados em constante diálogo.

Os interlocutores que responderam as imagens da mesma forma, foram autores de seu projeto enunciativo, uma vez que constituíram sua réplica utilizando-se de recursos estilísticos diversos. Alguns acionaram *emojis*, pontuações; estilos formais e informais, usos de maiúscula para enfatizar informações.

Utilizaram-se de palavras da língua a partir do valor social que reconheciam. Trataram de mesmos signos adotando valorações diferentes, pois “o locutor serve-se da língua para suas necessidades enunciativas” como aponta Bakhtin (2006).

Podemos perceber que como autor de seu projeto de dizer, cada interlocutor participou ativamente na situação discursiva, trazendo neste suas experiências prévias e considerando a situação discursiva que se estabeleceram. Esperando resposta (s) ao seu enunciado que é uma resposta a outro (s) enunciado (s).

Para finalizar, vimos, a partir das análises, que o Instagram é um potente campo discursivo e que as imagens, que são dotadas de intencionalidades, atravessam interlocutores diariamente. Assim, as fotografias postadas em sites de redes sociais podem ajudar a ditar ou manter determinadas ideologias.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fotografia é um dos textos mais utilizados, no contexto atual de acesso à informação ilimitado. Priorizar esse texto neste trabalho intencionava também, mostrar que uma foto além de comunicar, exprime o projeto enunciativo de quem a utiliza.

Fazer um passeio pela invenção, produção e evolução da fotografia nos possibilitou sentir o quanto ela foi desejada pelos seus entusiastas e o quanto ela modificou a vida da sociedade. Perceber os rumos que trilhou para se tornar um dos textos mais utilizados nas comunicações, permitiu que observássemos a o quanto ela serviu ao público consumidor em diferentes aspectos que foram desde um tesouro destinado apenas a burguesia à clics instantâneos e descartáveis acessível a maior parte da população.

Vimos que fotografias, desde que foram inventadas, fazem parte do cotidiano das pessoas. Com a constante evolução do ciberespaço e das relações mediadas pelo virtual, as imagens capturadas tornam-se o modo de comunicação preferido pelos interlocutores da contemporaneidade

Diante disso, vislumbrávamos que havia uma tendência de comunicação baseada no imagético, em enunciados não-verbais. Tal compreensão se confirmou ao passo que vimos que o *Instagram* privilegia conteúdos imagéticos em sua interface. Também, os dados das pesquisas que trouxemos que indicaram que os interlocutores usam os sites de redes sociais para postar conteúdo, principalmente de imagens.

No inventário que fizemos acerca da ascensão da internet e dos sites de redes sociais, vimos que estes foram primordiais para o *status* que a fotografia alcançou, o de estar presente no cotidiano das pessoas. Também, a partir da observação do funcionamento dos sites de redes sociais, podemos perceber como acontecem as interações dos interlocutores nesses espaços discursivos mediados pelo virtual.

Nos conceitos basilares da ADD, os quais tratamos no terceiro capítulo, tivemos constatação de que a imagem é um texto que serve o interlocutor, que comunica e exprime o seu projeto de dizer. Vimos que este só pode ser percebido se considerado a situação de interação, nesse caso virtual.

Ao partirmos para as análises das imagens, seguindo o caminho intencionado, de buscar uma foto de cada contexto enunciativo em que Lula se encontrava, precisamos modificar os intencionados. Uma vez que a escrita do trabalho perpassou pelas eleições e a vitória de Lula, modificamos o projeto inicial que pretendia observar o contexto de Lula preso, Lula solto e Lula

candidato para Lula preso, Lula solto e candidato e Lula presidente, uma vez que esse fato tão importante não poderia ser desconsiderado.

Também, intencionamos, no início da seleção, respeitar os critérios que consideravam as curtidas, os comentários e outros aspectos mencionados no projeto de escrita. Porém, quando empreendemos na escolha, ao observar a infinidade de imagens postadas em cada contexto, o olhar enquanto interlocutor, por vezes sobressaia o de investigador, por isso, decidimos colocar como critério objetivo a foto com mais curtida do período. Julgamos que assim, a escolha e a análise seriam mais democráticas.

A primeira imagem selecionada, fotografia postada no contexto de Lula preso, traz Lula malhando em uma cela em Curitiba, mostrando bom condicionamento físico e preparo. Abrindo entendimento de que se preparava para voltar a corrida presidência e, como obviamente desejava, para assumir a presidência novamente. Os comentários nessa imagem versaram em sua maioria nesse sentido de observar a força de Lula, seu aspecto físico. Uns para um entendimento que era em preparo a sua volta, enquanto outros entendiam que tinha tempo sobrando, vivia bem em uma cadeia confortável.

Na segunda fotografia, postada em um contexto de Lula solto e novamente candidato, trazia a imagem de Lula votando com os olhos mareados e semblante emocionado. Para essa postagem os comentários traziam apontamentos ao fato de Luiz Inácio estar novamente concorrendo as eleições e agradecendo a possibilidade de votar novamente no candidato. Outros interlocutores proferiam discursos de desagrado a volta de Lula e questionavam a justiça brasileira. Alguns viam fraude nos resultados e outros indicavam já saber o resultado, pois esperavam apenas a soltura do petista para votar nele.

Já a terceira fotografia, veiculada no contexto de Lula presidente, trouxemos a fotografia mais curtida do contexto de Lula presidente, e que é até a finalização dessa pesquisa em 04 de setembro de 2023, a imagem mais curtida de Luiz Inácio em sua página. A foto traz a mão esquerda de Lula, com um dedo a menos sobre a bandeira do Brasil. A fotografia intenciona possivelmente que as mãos de Lula voltam à bandeira, que representa o país.

Essa imagem trouxe diversas réplicas que em sua grande maioria tratavam do dedo de Lula. Alguns apontavam para um possível benefício de Lula em perder o dedo, outros que de forma positiva relacionavam ao trabalho do presidente. Também, a bandeira do Brasil e as cores da nação foram maioria de respostas. Enquanto alguns interlocutores viam a possibilidade de novamente usar as cores do país que estavam em posse de um partido político específico, outros apontavam para o desgosto de ver o símbolo pátrio, que julgavam ser de uso dos denominados patriotas, na(s) mão(s) da esquerda.

Nas três imagens observamos que o mesmo tema era valorado de forma diferente por cada interlocutor. Utilizavam-se de temas como a fé para constituir seu discurso e para corroborar com o que achava correto.

Durante a análise, surgiram inquietações que foram abordadas de forma que ampliaram nossa discussão no que se refere à forma como reagiram os interlocutores. Nas intenções iniciais, pretendíamos excluir da seleção, os comentários que trouxessem xingamentos ou conteúdos ofensivos e ainda palavras de baixo calão. Porém, à medida que fomos observando as réplicas, vimos que muitos desses contavam com esse tipo de discurso. Diante disso, optamos por selecionar aqueles que de alguma forma, representassem outros que traziam sentidos semelhantes, pois percebemos que foram réplicas autênticas e recorrentes aos enunciados escolhidos.

Cabe trazer também, que percebemos ao longo da coleta dos objetos de análise, que alguns interlocutores respondiam de forma que só mencionavam o conteúdo discursivo da fotografia; alguns a ela junto da legenda, tratada aqui como texto verbal auxiliar; e poucos ao texto verbal apenas, corroborando com o entendimento de que a imagem é responsável pela veiculação do conteúdo a ser recebido primeiro pelo interlocutor. Ou seja, a imagem, no caso dos sites de redes sociais, atravessa o interlocutor de forma mais ampla que o texto-verbal que normalmente funciona como norteador de sentido.

No que se refere ao nosso objetivo geral, julgamos que o alcançamos, uma vez que a partir dos passos metodológicos que percorremos podemos examinar as réplicas dos interlocutores às três fotografias selecionadas, os quais foram examinados e interpretados. Verificamos a responsividade que essas imagens provocaram e a valoração envolvida nas réplicas. Vimos que cada interlocutor valorou a partir de sua posição social e ideológica. Também, que acionavam discurso prévios a fim de constituir seu projeto enunciativo.

Por entendermos que as fotografias e o compartilhamento delas nos sites de redes sociais fazem parte de nossas vidas, estão inseridas em nosso cotidiano, compreendemos que este estudo se torna relevante à medida que podemos observar como se dão as relações e as situações de interação em um ambiente virtual.

Podemos inferir, a partir de nossa análise, que tal observação é necessária para que possamos identificar de que forma os discursos atribuídos à uma imagem postada, atravessam os usuários de sites de redes sociais. Também, como estes interlocutores respondem e acessam enunciados e discursos outros que dependem de suas experiências, de sua bagagem cultural e social.

Dessa forma, que os pressupostos da ADD, a qual entende que a linguagem só pode ser vista a partir das interações sociais, em uma situação real de comunicação, se fazem assertivos. Uma vez que só entendendo o papel social que ocupam os interlocutores, e a quem se dirigem podemos perceber as relações que se estabelecem entre eles e por consequência sua posição valorativa.

Observamos, portanto, que as imagens envolveram discursos e valorações que foram recebidas pelos interlocutores de modo que, junto a sentidos que permeiam o contexto no qual as fotografias foram postadas, e atravessamentos discursivos prévios, articularam as réplicas. Podemos perceber as valorações diferentes de cada interlocutor, que, apesar de responderem ao mesmo enunciado, tinham entendimentos e intencionalidades divergentes, algumas completamente contrárias entre si.

O resultado das análises demonstra o postulado por Bakhtin (1997) de que “todos esses valores que acabam a imagem do outro, eu os extraio do excedente de minha visão, vontade e sentimento” (p. 29). Compreendemos assim, que a imagem assinala um processo de identificação, de sentido, de valoração, de vivências orientadas pelo olhar único e singular do ser, em que o interlocutor é autor de seu enunciado e o constrói conforme suas necessidades enunciativas.

Também, que o contexto social e temporal, o cronotopo é parte essencial no que diz respeito à construção do enunciado, bem como recebe e replica o interlocutor. Vimos que as relações que se estabelecem na arena discursiva e posições valorativas e ideológicas moldavam o discurso de cada interlocutor, que respondia ao enunciado, convidando seus interlocutores também para respondê-lo.

Assim, ao analisarmos as réplicas aos enunciados imagéticos, podemos ter dimensão que apontavam Bakhtin e o Círculo, que nos diziam que a língua só pode ser percebida em contexto real de interação, pois é nesse lugar que se estabelecem as relações e os discursos emergem e fazem sentido.

Outrossim, o contexto enunciativo, a relação espaço-tempo envolvida no diálogo, se fazem necessários, uma vez que tivemos de buscar o contexto temporal e sociocultural para compreender o projeto de dizer dos interlocutores. Pois, como vimos nos comentários selecionados, diferentes discursos foram retomados, de contextos temporais outros, a partir de suas intencionalidades. E somente compreendendo esses contextos, chegamos ao entendimento dos possíveis projetos discursivos dos interlocutores.

Consideramos as plataformas e sites de redes sociais, especialmente o *Instagram*, como um potente e presente campo de interação discursiva. Por isso, deve ser observado enquanto

espaço em que acontecem as relações que ajudam a manter ou disseminar posições ideológicas. Portanto, os discursos que emergem a partir dessas posições podem contribuir para mudanças e manutenções de comportamentos e da vida em sociedade em geral.

Diante disso, a partir das considerações explanadas, acreditamos que o presente estudo cumpre ao que se propôs, uma vez que podemos observar com base nos pensamentos de Bakhtin como se dão os sentidos, e os presumíveis projetos de dizer dos interlocutores, bem como que discursos se manifestam nas réplicas que emergem a partir delas considerando a situação discursiva e a relação enunciados-sujeitos. Por fim, esperamos que as contribuições aqui trazidas possam provocar novos diálogos, sabendo que não esgotamos a análise, pois entender que o olhar do pesquisador sob o seu objeto e os estudos realizados ao longo da pesquisa fazem parte do processo da escrita e, conseqüentemente, da própria análise.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANGELO, Tiago; FAGUNDES, Murilo. Sem provas, Bolsonaro fala sobre fraude nas urnas; especialistas analisam. *In: Poder 360*. [S.l.]: Poder 360, 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/sem-provas-bolsonaro-fala-sobre-fraude-nas-urnas-especialistas-analisam/>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes. 1997.
- BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHÍNOV, Valentin. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.
- BAKHTIN, Mikhail. **Questões de literatura e de estética: teoria do romance**. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara: Nota sobre a fotografia**. 9. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BÍBLIA. N.T. Lucas. *In: Bíblia Sagrada*. Tradução: João Ferreira de Almeida. 2. ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2007.
- BRACONS, Antonio. 200 anos de Félix Nadar. **Fascínio da Fotografia**. [S.l.: s.n.], 2020. Disponível em: <https://fasciniodafotografia.com/2020/04/06/200-anos-de-felix-nadar/>. Acesso em: 25 mar. 2023.
- BRAGA, Dafne. O que são os emojis, de onde vieram e como fazer marketing com eles. *Rockcontent*. [S.l.] 17 abr. 2017. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/emoji/>. Acesso em: 25 ago. 2023.
- BRAIT, Beth. **A construção do sentido: um exemplo fotográfico persuasivo**. *Língua e 23 Literatura*, São Paulo, n. 21, p. 19-27, 1994/1995. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/268361534.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2023.
- BRASIL. Biblioteca Presidência da República. Biografia. *In: Biblioteca Presidência da República*. [S.l., 2023]. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/biografia-periodo-presidencial>. Acesso em: 15 jan. 2023.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Lula é eleito novamente presidente da República do Brasil. *In: Tribunal Superior Eleitoral*. Brasília 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/lula-e-eleito-novamente-presidente-da-republica-do-brasil#:~:text=>. Acesso em: 05 abr. 2023.
- BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Participação de jovens de 16 e 17 anos nas eleições cresceu 52% entre 2018 e 2022. *In: Tribunal Superior Eleitoral*. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Dezembro/participacao-de-jovens-de-16-e-17-anos-nas-eleicoes-cresceu-52-entre-2018-e-2022#:~:text=Dados%20obtidos%20a%20partir%20da,3%25%20entre%202018%20e%202022#:~:text=Dados%20obtidos%20a%20partir%20da,3%25%20entre%202018%20e%202022>. Acesso em: 13 mar. 2023.

Brasil Fede Covid. **Arraste para o lado e veja como funciona a excremento-direita brasileira antivacina** [..]. [S.l.], 05 jan. 2021. Instagram: @brasilfedecovid. Disponível em: https://www.Instagram.com/p/CYXhxJQlJyU/?img_index=1. Acesso em: 22. jul. 2023.

BRING IT. Você sabe como surgiram os primeiros notebooks?. In: **Blog Bring IT**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.bringit.com.br/blog/dicas-e-tutoriais-para-notebook/voce-sabe-surgiram-primeiros-notebooks/#:~:text=Em%201981%2C%20Adam%20Osborne%20lançou,kg%20e%20custava%20US%24%201795>. Acesso em: 23 jul. 2023.

CARDOSO, Bruno. Dummy do “iPhone 14 Pro Max” mostra câmeras maiores. In: **Mac Magazine**. [S.l.], 2022. Disponível em: <https://macmagazine.com.br/post/2022/08/08/dummy-do-iphone-14-pro-max-mostra-cameras-maiores/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

CENTRO DE INFORMÁTICA. INTERNET. Recife, 2023. Centro de informática. In: **UFPE**. Disponível em: <https://www.cin.ufpe.br/~flash/resultados/cursos/taais/1997-2/Internet/internet.html#:~:text=O%20que%20é%20a%20Internet,do%20protocolo%20TCP%20FIP>). Acesso em: 25 ago. 2023.

COSTA NETO, Cid. Máquina do Tempo: KODAK. In: **Resumo Fotográfico**, [S.l.], 19 dez. 2011. Disponível em: <https://www.resumofotografico.com/2011/12/maquina-do-tempo-kodak.html>. Acesso em: 15 dez. 2022.

DIAS, Elder. Mesmo sem conteúdo, patriotismo segue como eficiente arma política. **Jornal Opção**. Goiás, 21 ago. 2022. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/mesmo-sem-conteudo-patriotismo-segue-como-eficiente-arma-politica-423484/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

DICIO. Significado de Leproso. In: **Dicio**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/leproso/>. Acesso em: 22 ago. 2023.

DICIO. Significado de Masmorra. In: **Dicio**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/masmorra/>. Acesso em: 22 ago. 2023.

DICIONÁRIO DE SÍMBOLOS. Número 13. In: **Dicionário de Símbolos**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.dicionariodesimbolos.com.br/numero-13/>. Acesso em: 12 ago. 2023.

DICIONÁRIO INFORMAL. Passar a mão. In: **Dicionário Informal**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/passar%20a%20mão/#:~:text=Forma%20de%20dizer%20que%20alguém,o%20que%20não%20é%20dele>. Acesso em: 15 ago. 2023.

DRUBSCKY, Luiza. Entenda o que é hashtag (#) para que elas servem e como utilizá-las. **Rockcontent**. [S.l.], 13 ago. 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-hashtag/>. Acesso em: 10 set. 2021.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico**. 9. ed. Campinas: Papyrus Editora, 2006.

EGG GANG. **World Record Egg**. 04 jan. 2019. Instagram: @world_record_egg. Disponível em: https://www.instagram.com/world_record_egg/. Acesso em: 20 jun. 2023.

ESCOBAR ADVOGADOS. O ex-presidente Lula é aposentado por invalidez? *In: Escobar Advogados*. Goiânia, 2020. Disponível em: <https://escobaradvogados.com/lula-aposentado-invalidez/>. Acesso em: 11 mai. 2023.

FACEBOOK. Página de acesso. *In: Facebook*. Cambridge, 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com>. Acesso em: 15 dez. 2022.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FARACO, Carlos Alberto. O problema do conteúdo, do material e da forma na arte verbal. *In: BRAIT, Beth. Bakhtin, dialogismo e polifonia*. São Paulo: Contexto, 2009.

FELLET, João. Moro condena Lula a 9 anos e meio de prisão por caso do tríplice no Guarujá. **BBC**. Brasília, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40488914>. Acesso em: 11 jan. 2022.

FIGUEIREDO, Ana Luiza. Twitter divide página inicial entre categorias For You e Following. **Olhar Digital**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2023/01/14/internet-e-redes-sociais/twitter-divide-pagina-inicial-entre-categorias-for-you-e-following/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. 2.ed. São Paulo: Editora Contexto, 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. As primeiras vezes da Folha. *In: UOL*. São Paulo, 18 fev. 2021. Disponível em: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1691331844308256-as-primeiras-vezes-da-folha>. Acesso em: 20 dez. 2022.

FRANCO, Diego. Só me interessa o que não é meu: fragmentos para uma genealogia ou um suspiro sobre a colagem. *In: Medium*. [S.l.], 28 jun. 2020. Disponível em: <https://medium.com/diego-franco/só-me-interessa-o-que-não-é-meu-fragmentos-para-uma-genealogia-da-colagem-ou-um-suspiro-c42bcba37c12>. Acesso em: 16 jan. 2023.

GADELHA, Julia. A evolução dos computadores. *In: UFF*. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <http://www.ic.uff.br/~aconci/evolucao.html>. Acesso em: 05 ago. 2023.

GALDINO, Elaine. Calótipo ou Talbótipo. Photo Século XIX. *In: Blogspot*. [S.l.], 10 maio 2015. Disponível em: <http://photoseculoxix.blogspot.com/2015/05/calotipo-ou-talbotipo.html>. Acesso em: 20 dez. 2022.

GALVÃO & SILVA ADVOCACIA. O que é Crime Virtual? *In: JusBrasil*. [S.l.], 2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-que-e-crime-virtual/1288812928>. Acesso em: 25 jul. 2023.

GARCIA, Andres. History of Innovation. AE History. *In: Wordpress*. 1935. Disponível em:

<https://aehistory.wordpress.com/1935/10/08/1935-kodak-kodachrome/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

GENERAL IRON FITTINGS. Betume da Judéia. *In: General Iron Fittings. [S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://ironfittings.com.br/produto/betume-da-judeia/#:~:text=Descrição-,Descrição,do%20caramelo%20ao%20marrom%20escuro>. Acesso em: 15 ago. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**: São Paulo: Atlas, 2002.

Disponível em:

http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_de_pesquisa.pdf. Acesso em: 14 set. 2022.

GOOGLE EARTH. 1.0000 km; Câmera 7.050 km. *In: Google. [S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://earth.google.com/web/search/rio+grande/@-32.06518805,-52.15863206,6.537263a,7043.73919692d,35y,168.93880716h,0t,0r/data=CigiJgokCfvAP0aB CUBAERb9QFTnI0rAGUPKNrOj2ifAIawbhJqEOV3A>. Acesso em: 20 ago. 2023.

GOOGLE EARTH. 2.0000 km; Câmera 10.857 km. *In: Google. [S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://earth.google.com/web/@-12.95747636,-57.79618969,-1076.25420111a,10202624.38658953d,35y,144.19220008h,2.21637903t,0r>. Acesso em: 20 ago. 2023.

GOOGLE MAPS. Universidade Federal do Rio Grande. *In: Google. [S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/place/Universidade+Federal+do+Rio+Grande/@-32.0722348,-52.1967057,14z/data=!4m10!1m2!2m1!1suniversidade+federal+do+rio+grande+furg!3m6!1s0x95119c1050f8efb1:0xeb4889911365b87c!8m2!3d-32.072235!4d-52.160657!15sCid1bml2ZXJzaWRhZGUgZmVkZXJhbCBkbyByaW8gZ3JhbmRIIGZ1cmeSAQp1bml2ZXJzaXR54AEA!16zL20vMDRwem1q?entry=ttu>. Acesso em: 20 ago. 2023.

GOTTARDI, Juliana Romano. App: descubra o que significa e quais tipos existem. **Quero Bolsa. [S.l.]**, 03 mai. 2023. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/revista/app-descubra-o-que-significa-quais-tipos-existem#:~:text=App%20é%20a%20abreviação%20de,parte%20essencial%20da%20vida%20moderna>. Acesso em: 04 ago. 2023.

GUIMARÃES, José. Com Bolsonaro, o Brasil voltou ao mapa da fome. **Carta Capital**. 15 jul. 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniaofrente-ampla/com-bolsonaro-o-brasil-voltou-ao-mapa-da-fome/>. Acesso em: 10 mai. 2023.

HAURON, Ducos du. Louis Ducos du Hauron y la fotografía en color. *In: Ducos du Hauron. [S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://www.ducosduhauron.com/es/la-asociacion/ses-inventions/la-photo-couleur>. Acesso em: 20 jul. 2023.

HAWKSLEY, Lucinda. O casal real que mudou a cultura e os costumes em seu país e no exterior. **BBC Culture**. 21 jul. 2015. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150721_vert_cul_vitoria_albert_artes_ml#:~:text=A%20rainha%20Vitória%20também%20foi,seu%20reinado%20registrado%20em%20fotos. Acesso em: 11 jan. 2023.

HERMÍNIO Beatriz. Fake news: origem, usos atuais e regulamentação. *[S.l.]*, 12 abr. 2022. IEA. *In: USP*. Disponível em: <http://www.iea.usp.br/noticias/fake-news-origem-usos-atuais-e-regulamentacao>. Acesso em: 20 mai. 2023.

HOOTSUITE. *In: Amper*. *[S.l.]*, 2021. Disponível em: <https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relatório-completo> Acesso em: 15 de fev. 2023.

INSTAGRAM. Página de acesso. **Instagram**. *[S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com>. Acesso em 18 jan. 2023.

IPHOTO CHANNEL. Robert Capa – Fotografia ou morte. *In: iPhoto Channel*. *[S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://iphotochannel.com.br/robert-capa-fotografia-ou-morte/>. Acesso em: 18 mar. 2023.

ISTO É. Conheça casos de pessoas que morreram ao fazer selfies ou vídeos para as redes sociais. **ISTO É**. *[S.l.]*, 24 nov. 2021. Disponível em: <https://istoe.com.br/conheca-casos-de-pessoas-que-morreram-ao-fazer-selfies-ou-videos-para-as-redes-sociais/>. Acesso em: 12 mar. 2023.

KARASINSKI, Eduardo. A história do email. *In: Tecmundo*. *[S.l.]*, 21 set. 2009. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/web/2763-a-historia-do-email.htm>. Acesso em: 12 dez. 2022.

KLEINA, Nilton. Qual foi o primeiro celular do mundo com internet? *In: Tecmundo*. *[S.l.]*, 02 set. 2015. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/celular/85491-primeiro-celular-mundo-internet-video.htm>. Acesso em: 12 dez. 2022.

KOSSOY, Bóris. **Fotografia & História**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LAMIM, Jonathan; TORRES Carolina. Primeiro computador moderno foi programado por mulheres; veja história. *In: Techtudo*. *[S.l.]*, 08 mar. 2023. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/03/primeiro-computador-moderno-foi-programado-por-mulheres-veja-historia-edinfoeletro.ghtml>. Acesso em: 12 ago. 2023.

LEILÕES BRASIL. Anúncio de Venda. *In: Leilões Brasil*. *[S.l.]*, 2023. Disponível em: <https://www.leiloesbrasil.net/anuncio-de-venda.php> Acesso em: 12 jul. 2023.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Editora. 34, 2010.

LOGOS MARCAS. Instagram Logo. *In: Logos Marcas*. *[S.l.]*, 14 fev. 2022. Disponível em: <https://logosmarcas.net/Instagram-logo/>. Acesso em: 18 fev. 2023.

LOPES, André. Um retrato do infinito: Nasa divulga primeira imagem feita pelo telescópio James Webb. **Exame**. São Paulo, 12 jul. 2022. Disponível em: <https://exame.com/ciencia/um-retrato-do-infinito-nasa-divulga-primeira-imagem-feita-pelo-telescopio-james-webb/>. Acesso em: 12 fev. 2023.

LP INFORMATIVO. Gestão Lula é avaliada como ótima e boa por 44%, mas 51% consideram o governo péssimo, ruim ou regular. *In: LP Informativo*. 28 fev. 2023.

Disponível em: <https://lpinformativo.com.br/geral/gestao-lula-e-avaliada-como-otima-e-boapor-44-mas-51-consideram-o-governo-pessimo-ruim-ou-regular/> Acesso em: 08 jun. 2023.

LUCY, Michael. The first photograph of Earth from space, taken on 24 October 1946. **Cosmos Magazine**. [S.l.], 24 out. 2017. Disponível em: <https://cosmosmagazine.com/space/the-first-photograph-of-earth-taken-from-space/>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MAGNOLI, Demétrio. Há 50 anos, uma foto definiu a Guerra do Vietnã. In: **Declaração 1948**. [S.l.], 13 jun. 2022. Disponível em: <https://declaracao1948.com.br/2022/06/13/ha-50-anos-uma-foto-definiu-a-guerra-do-vietna-13-6-2022/>. Acesso em: 17 fev. 2023.

MARQUES, Ana Flávia. Do BuddyPoke às comunidades: relembre as principais funções do Orkut. **O Povo**. 28 abr. 2022. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/divirtase/2022/04/28/do-buddypoke-as-comunidades-relembre-as-principais-funcoes-do-orkut.html>. Acesso em: 08 fev. 2023.

MATTOS, Alessandro Nicoli de. Conservadorismo: entenda o conceito em 4 pontos. **Politize!**. [S.l.], 06 jan. 2017. Disponível em: <https://www.politize.com.br/conservadorismo-pensamento-conservador/>. Acesso em: 23 mar. 2023.

MOHIUDDIN, Ssayeed Bin. Historic Photograph and The Photographer: ‘Man Jumping the Puddle’. Photo By Ssayeed. In: **Wordpress**. [S.l.], 2021. Disponível em: <https://photobysayeed.wordpress.com/2021/08/09/154/>. Acesso em: 17 nov. 2022.

MOTA, Inês. **O Impacto da Pandemia na Utilização das Redes Sociais**. 2022. Dissertação (Mestrado em Gestão) - Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/38843/1/203042832.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2023.

MOURA, Kátia de Jesus Zamboni. Qual foi a primeira rede social da história da Internet? In: **Techtudo**. [S.l.], 30 jul. 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/07/qual-foi-a-primeira-rede-social-da-historia-da-internet.ghtml>. Acesso em: 17 jan. 2023.

NÓBREGA, Ighor. Em 100 dias, governo ganha 5,8 milhões de seguidores nas redes. In: **Poder 360**. [S.l.], 07 abr. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/em-100-dias-governo-ganha-58-milhoes-de-seguidores-nas-redes/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

NOGUEIRA, Alessandra. Imagens que mudaram o mundo: os primeiros raios-X. In: **Hypescience**. [S.l.], 26 jan. 2010. Disponível em: https://hypescience.com/27195-primeiros-raios-x/#google_vignette. Acesso em: 28 out.2023.

NUVENS, Eduardo. Seus aplicativos sabem muito sobre você? Você autorizou! In: **Olhar Digital**. [S.l.], 18 ago. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2018/10/12/seguranca/seus-aplicativos-sabem-muito-sobre-voce-voce-autorizou/>. Acesso em: 12 jan. 2023.

OLHAR DIGITAL. Fotolog volta ao ar para que usuários possam resgatar suas imagens. In: **Olhar Digital**. [S.l.], 29 jan. 2016. Disponível em:

<https://olhardigital.com.br/2016/01/29/noticias/fotolog-volta-ao-ar-para-que-usuarios-possam-resgatar-suas-imagens/>. Acesso em: 15 dez. 2022.

OLIVEIRA, Anacláudia da. Câmara Escura. *In: Midiatividades*. [S.l.], 29 set. 2013. Disponível em: <https://midiatividades.wordpress.com/2013/09/29/camara-escura/>. Acesso em: 10 jan. 2023.

OLIVEIRA, Caroline. Datafolha: Lula tem mais que o dobro das intenções de voto de Bolsonaro entre os jovens. **Brasil de Fato**. São Paulo, 27 de jul. 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/07/27/datafolha-lula-tem-mais-que-o-dobro-das-intencoes-de-voto-de-bolsonaro-entre-os-jovens>. Acesso em: 12 mar. 2023.

PADILHA, Adriano. O que são os Emojis e Emoticons. Significados. [S.l.], 2014. Disponível em: <https://www.significados.com.br/emojis-emoticons/>. Acesso em: 10 set. 2021.

PEDRO, Wagner. O que é disquete? [5 curiosidades sobre a mídia de armazenamento]. **Tecnoblog**. [S.l.], 2001. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-disquete-5-curiosidades-sobre-a-midia-de-armazenamento/>. Acesso em: 06 mar. 2023.

PERES, Paulo. Litografia. **UFRGS**. [S.l.], 2003. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/napead/projetos/glossario-tecnicas-artisticas/litografia.php>. Acesso em: 23 ago. 2023.

RAHMAN-JONES, Imran. Uma breve história da selfie desde 1839. **BBC**. São Paulo, 26 nov. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-42094122>. Acesso em: 10 out. 2022.

RECUERO, Carlos. **O discurso sociolinguístico da fotografia: fotógrafo e fotografado construindo sentidos por meio da foto etnotextografia na Ilha dos Marinheiros**. 2015. Tese (Doutorado em Letras e Linguística Aplicada) - Universidade Católica de Pelotas, Pelotas. 2015.

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

ROCHA, Cristal da. Salão de Automóveis da General Motors em 1928. **Estadão**. São Paulo, 20 fev. 2018. Disponível em: <http://m.acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,salao-de-automoveis-da-general-motors-em-1928,13129,0.htm>. Acesso em: 10 jul. 2023.

RONALDO, Cristiano. **Instagram**. 2023. Instagram: @Cristiano. Disponível em: <https://www.Instagram.com/cristiano/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

ROSSI, Amanda. Nordeste dá 1º lugar a Lula; votação de Bolsonaro na região cresce 1,3 mi. *In: UOL*. São Paulo, 03 out. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/03/nordeste-da-1-lugar-a-lula-votacao-de-bolsonaro-na-regiao-cresce-13-mi.htm>. Acesso em: 08 jun. 2023.

RUSSO, Fabio. Atividade com a letra B do alfabeto para educação infantil. *In: Artesanato Total*. [S.l.], 13 dez. 2022. Disponível em: <https://www.artesanatotal.com/atividade-com-a-letra-b-do-alfabeto-para-educacao-infantil/>. Acesso em: 10 jan. 2023.

SANTOS FILHO, João Estevam dos. O bolsonarismo tem como lógica de funcionamento a ideia de uma guerra, para a qual a população e os seus principais representantes deveriam estar preparados se quisessem sobreviver. **Le Monde Diplomatique**. [S.l.], 17 ago. 2022. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/a-biopolitica-do-bolsonarismo-e-a-ideologia-do-cidadao-de-bem/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

SATURNINO, Leticia. Fotos incríveis tiradas com a Kodak 1, a primeira câmera popular, há 125 anos. In: **UOL**. São Paulo, 06 out. 2013. Disponível em: <https://ne10.uol.com.br/mundobit/2013/10/06/fotos-incriveis-tiradas-com-a-kodak-1-a-primeira-camera-popular-ha-125-anos/index.html>. Acesso em: 10 nov. 2022.

SEIJI, SATO. 40 anúncios criativos de empresas de Carro. In: **Pinterest**. 2023. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/116530709092707493/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

SHIRO, Luiz Fuku. O que é DSLR?. **UOL**. [S.l.], 12 fev. 2009. Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/guia-produtos/imagem/ult6186u20.jhtm>. Acesso em: 05 mar. 2022.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Cuide sempre da sua saúde e pratique exercícios** [...]. [S.l.], 19 jul. 2019. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/p/B0GYi61IDC1/>. Acesso em: 22. jul. 2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Esquece, o pai tá estourado!** [...]. [S.l.], 26 abr. 2022. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/p/Cc1CDOLu3in/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Estive hoje em Salvador, na celebração do bicentenário de Independência do Brasil na Bahia** [...]. [S.l.], 02 jul. 2022. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/p/CuNLMFKOfyd/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Everton Conceição Santos** [...]. [S.l.], 17 ago. 2017. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/p/BX6P9PxBxt8/>. Acesso em: 22. jul.2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Hoje é dia da democracia** [...]. [S.l.], 02 out. 2022. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/p/CjNufRQud1B/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **lulaoficial**. [S.l.], 2023. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/lulaoficial/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Um domingo na Bahia e um banho de mar para recuperar as energias** [...]. [S.l.], 02 jul. 2022. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: <https://www.Instagram.com/p/CuNgGrUulAY/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Viva a democracia, viva o Brasil** [...]. [S.l.], 30 out. 2022. Instagram: @lulaoficial. Disponível em: https://www.Instagram.com/p/CkWy_cmO4p2/. Acesso em: 22 jul. 2023.

SOBRAL, Adail. **Elementos sobre a formação de gêneros discursivos: a fase "parasitária" de uma vertente do gênero autoajuda**. 2006. Tese (Doutorado em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 2006. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/13715/1/adail%20sobral%20tese%20doutorado.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2022.

SOBRAL, Adail; GIACOMELLI, Karina. Observações didáticas sobre a análise dialógica do discurso - ADD. **Domínios de Linguagem**, Uberlândia, v.10, n.3, p.1076-1094, jul./set.2016. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/dominiosdelinguagem/article/view/33006/18770>. Acesso em: 10 dez. 2022.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia: Ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

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

TERAPEUTAS DIGITAIS. Boas práticas para Terapeutas Digitais – Redes Sociais. In: **Eu Sem Fronteiras**. [S.l.], 2020. Disponível em: <https://www.eusemfronteiras.com.br/boas-praticas-para-terapeutas-digitais-redes-sociais/>. Acesso em: 15 mai. 2023

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART. Two Ways of Life. In: **Met Museum**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/294822#:~:text=The%20Two%20Ways%20of%20Life,onto%20the%20stage%20of%20life>. Acesso em: 20 ago. 2023.

TIC DOMICÍLIOS. In: **Cetic**, [S.l.], 2022. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/>. Acesso em: 15 fev. 2023.

UNIVERSO NEGÓCIOS. Conheça a História do Whatsapp. In: **Universo Negócios**. [S.l.], 23 set. 2020. Disponível em: <https://universodenegocios.com.br/conheca-a-historia-do-whatsapp/>. Acesso em: 10 nov. 2022.

VEIGA, Edison. Como "Deus, Pátria e Família" entrou na política do Brasil. In: **DW**. [S.l.], 07 out. 2022. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/noticias/s-7111>. Acesso em: 03 jul. 2023.

VEJA. A guerra de imagens da ‘motosseata’ de Bolsonaro em São Paulo. **Veja**. [S.l.], 14 jun. 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/maquiavel/a-guerra-de-imagens-da-motosseata-de-bolsonaro-em-sao-paulo>. Acesso em: 10 jan. 2023.

VIRGULA. Haja Talento, Viu! Russo Cria Montagens Incríveis Apenas Com Photoshop. **Virgula**. [S.l.], 31 jan. 2017. Disponível em: <https://virgula.me/comportamento/haja-talento-viu-russo-cria-montagens-incriveis-apenas-com-photoshop/>. Acesso em: 08 jun. 2023.

WE ARE SOCIAL. In: **Amper**. [S.l.], 2021. Disponível em: <https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relatório-completo>. Acesso em: 15 de fev. 2023.

WILLINGS, Adrian. 44 famous Photoshopped and doctored images from across the age. *In: Pocket Lint. [S.l.]*, 21 mar. 2023. Disponível em: <https://www.pocket-lint.com/apps/news/adobe/140252-30-famous-photoshopped-and-doctored-images-from-across-the-ages/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

XIMENES, Larissa. Qual foi o primeiro smartphone lançado? *In: Hardware. [S.l.]*, 08 jun. 2022. Disponível em: <https://www.hardware.com.br/artigos/qual-foi-o-primeiro-smartphone-lancado>. Acesso em: 10 jan. 2023.

YANG, Canggih. 5 Trik Supaya Foto Selfie Tak Berbuah Ejekan di Media Sosial. *In: Liputan 6. [S.l.]*, 02 abr. 2017. Disponível em: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2906653/5-trik-supaya-foto-selfie-tak-berbuah-ejekan-di-media-sosial>. Acesso em: 10 fev. 2023.