

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Marina Bagno Zauli Montalvão

**INTERAÇÕES DE INFLUENCIADORES VIRTUAIS COM SEUS SEGUIDORES:
um estudo do perfil Lil Miquela no Instagram**

Belo Horizonte
2023

Marina Bagno Zauli Montalvão

**INTERAÇÕES DE INFLUENCIADORES VIRTUAIS COM SEUS SEGUIDORES:
um estudo do perfil Lil Miquela no Instagram**

Dissertação apresentada à banca de defesa do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação Social - Interações Midiatizadas - da PUC Minas, na linha de pesquisa Processos midiatizados de interação social, como requisito parcial para obtenção de grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Verônica Soares da Costa
Co-orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Fernanda Nalon Sanglard

Belo Horizonte
2023

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

M763i Montalvão, Marina Bagno Zauli
Interações de influenciadores virtuais com seus seguidores: um estudo do perfil Lil Miquela no Instagram / Marina Bagno Zauli Montalvão. Belo Horizonte, 2023.
115 f. : il.

Orientadora: Verônica Soares da Costa
Coorientadora: Fernanda Nalon Sanglard
Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

1. Lil Miquela (personagem fictício). 2. Avatares (Realidade virtual). 3. Rede social na Internet. 4. Instagram (Rede social on-line). 5. Método de estudo de casos. 6. Interação social. 7. Marketing na Internet. 8. Comunicação de massa - Influência. I. Costa, Verônica Soares da. II. Sanglard, Fernanda Nalon. III. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. IV. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 301.175.1

Marina Bagno Zauli Montalvão

**INTERAÇÕES DE INFLUENCIADORES VIRTUAIS COM SEUS SEGUIDORES:
um estudo do perfil Lil Miquela no Instagram**

Dissertação apresentada à banca de defesa do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação Social - Interações Mediatizadas - da PUC Minas, na linha de pesquisa Processos mediatizados de interação social, como requisito parcial para obtenção de grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Verônica Soares da Costa
Co-orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Fernanda Nalon Sanglard

Prof^ª. Dr^ª. Verônica Soares da Costa - PUC Minas (Orientadora)

Prof^ª. Dr^ª. Fernanda Nalon Sanglard - PUC Minas (Co-orientadora)

Prof^º. Dr^º. Conrado Mendes - PUC Minas (Examinador)

Prof^ª. Dr^ª. Fernanda Medeiros - PUC Minas (Examinadora)

Belo Horizonte, 24 de maio de 2023

RESUMO

A presente dissertação visa discutir sobre as interações entre usuários ativos em plataformas de redes sociais, e influenciadores virtuais, em especial Lil Miquela. Influenciadores estes, categorizados por Abidin (2018) que se diferenciam de celebridades tradicionais, além de analisar também o surgimento de tais personagens, através de Fajnwaks (2021) e Turkle (2011). Para chegar no momento de análise de postagens feitas por Miquela Sousa em sua página do Instagram e os comentários feitos por aqueles que recebem seu conteúdo na plataforma, observando assim a possibilidade de criação de laços sociais entre um ser virtual e seres de corpo físico, conceituados por Recuero (2009), foram utilizados primeiramente as representações de mídiatização, levantadas por Carlón (2019), Braga (2018) e Sodré (2002). Além da plataformiza o de Van Dijck (2018). Contudo, para compreender também as questões interacionais, foi abordado no presente trabalho o pensamento de França (2017) sobre a comunica o e suas intera es. Assim como a defini o do *self* por Goffman (2022) e também as intera es sem a presença do corpo físico trazidas por Primo (2003). Já para a realiza o da análise, foi-se escolhido o método de análise de cont do, conceituados por Hansen (1998) e Krippendorff (2004), a fim de trazer a resposta para os seguintes questionamentos: como   estabelecida a rela o entre Lil Miquela e seus seguidores? O fato de a própria ser virtual e ter consciência disso pode fazer com que sua falta de fisicalidade seja ignorada e que a robô seja tratada como uma pessoa de corpo físico?   possível a constru o de laços fortes entre humanos e robôs virtuais? Contudo, percebe-se que a grande parte de usuários que não possui algum tipo de laço forte com Miquela, que podem muitas vezes estar vendo suas postagens pela primeira vez, responde negativamente ao seu cont do, já aqueles que acompanham as postagens de forma mais contínua, já apresentam uma rea o mais positiva.

Palavras-chave: influenciador virtual, avatar, ciberespaço, intera o

SUMMARY

This dissertation aims to discuss interactions between active users on social media platforms and virtual influencers, especially Lil Miquela. These influencers, categorized by Abidin (2018) that differ from traditional celebrities, in addition to also analyzing the emergence of such characters, through Fajnwaks (2021) and Turkle (2011). To arrive at the moment of analysis of posts made by Miquela Sousa on her Instagram page and the comments made by those who receive her content on the platform, thus observing the possibility of creating social ties between a virtual being and beings with a physical body, conceptualized by Recuero (2009), the mediatization representations raised by Carlón (2019), Braga (2018) and Sodré (2002) were first used. In addition to the platforming of Van Dijck (2018). However, in order to also understand the interactional issues, this paper addresses França's (2017) thinking on communication and its interactions. As well as the definition of the self by Goffman (2022) and also the interactions without the presence of the physical body brought by Primo (2003). In order to carry out the analysis, the content analysis method was chosen, conceptualized by Hansen (1998) and Krippendorff (2004), in order to bring the answer to the following questions: how is the relationship established between Lil Miquela and your followers? The fact that the robot itself is virtual and is aware of it can lead to its lack of physicality being ignored and the robot being treated as a person with a physical body? Is it possible to build strong ties between humans and virtual robots? However, it is clear that the majority of users who do not have some kind of strong bond with Miquela, who may often be seeing her posts for the first time, respond negatively to her content, while those who follow her posts more continuously, already present a more positive reaction.

Keywords: virtual influencer, avatar, cyberspace, interaction

Agradecimentos

Gostaria de agradecer primeiramente às minhas orientadoras, que me acompanharam a todo momento na construção deste trabalho, juntamente com a CAPES, que me concedeu a bolsa CAPES tipo 1, o que me possibilitou a realização do mestrado e conseqüentemente, da presente pesquisa.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 O MUNDO MEDIATIZADO.....	12
2.1. As plataformas digitais.....	17
2.2. A cultura do mundo virtual.....	20
3 COMUNICAÇÃO E SUAS INTERAÇÕES.....	26
3.1. Interação no meio virtual.....	33
4 INFLUÊNCIA NAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS.....	44
4.1. Influenciadores digitais e avatares virtuais.....	48
4.2. Lil Miquela.....	52
5 MOVIMENTOS METODOLÓGICOS.....	55
5.1. Categorias de análise.....	57
5.2. A codificação e o livro de códigos.....	62
6 ANÁLISE.....	64
7 CONCLUSÃO.....	84
REFERÊNCIAS.....	88
APÊNDICE A - Lista de links referentes às postagens analisadas de Lil Miquela.....	93
APÊNDICE B - Livro de Códigos.....	105
APÊNDICE C - Análise das postagens.....	109
APÊNDICE D - Análise dos comentários mais curtidos.....	110
APÊNDICE E - Análise dos comentários respondidos.....	112
APÊNDICE F - Teste de confiabilidade.....	113

1 INTRODUÇÃO

Em razão de o ciberespaço possibilitar a criação de laços e, conseqüentemente, a construção de relações sociais de laços fracos, ou seja, produzidos a partir de uma conversação entre os usuários que são dadas como mais superficiais (RECUERO, 2009), com intuito de construir laços mais fortes com seus clientes - interações mais íntimas, dadas através de uma conversação mais duradoura e mais intensa -, uma comunicação mediada por influenciadores presentes nas plataformas de mídias sociais. A opinião desses defensores da marca promove comportamentos e novos padrões de consumo, além de criar uma nova forma de diálogo direta e flexível com seus seguidores. Assim, estes se tornam um novo canal de comunicação e interação, ao construírem laços mais fortes com o público. Entretanto, com toda fama que ganham para se tornarem influenciadores no *ciberespaço* - universo de redes digitais como lugar de interação -, suas vidas pessoais se transformam em alvos de vazamentos. Dessa forma, os influenciadores digitais passam a ser um meio de risco para estabelecer relações mais estreitas com o público, já que podem prejudicar as empresas com seu comportamento imprevisível.

Uma vez que são cuidadosamente desenvolvidas de acordo com a persona¹ desejada, as empresas vêm cada vez mais optando pelo uso de influenciadores virtuais², a fim de anular a possibilidade de comportamentos imprevisíveis identificáveis em influenciadores de corpo físico. Tais avatares podem operar a partir de qualquer lugar, uma vez que não possuem um corpo físico e são personalidades online, que não existem fora do mundo virtual. O personagem virtual é construído com base em computação gráfica e, assim como um influenciador digital, desempenha o papel de se relacionar com o público de interesse, criando assim um laço mais forte, muitas vezes em prol de algum produto ou marca. Tal personagem é desenvolvido digitalmente, a fim de representar um influenciador digital, que resida apenas no mundo virtual, sendo sua grande maioria ligada a uma marca, como a Magalu do Magazine Luiza..

Tais influenciadores virtuais são mais conhecidos como avatares ou personagens virtuais, diferente dos influenciadores digitais, que são pessoas com corpo físico e levando-se em consideração também que, nem sempre, um avatar terá a capacidade de se tornar

¹ Representação do indivíduo ideal para a modalidade de interesse. Descoberta com base em dados qualitativos e quantitativos provenientes de pesquisas de mercado e/ou concorrentes e perfis de pessoas que já existem. FONTE: ORNELAS, Katherine dos Santos. **A importância da sua criação na otimização de um website:** Caso TAP AIR Portugal, 2018. Dissertação (Universidade de Nova Lisboa), Lisboa, 2018. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/303765847.pdf>. Acesso em 10 jun 2023.

² Conceito será explicado posteriormente.

influenciador. Além disso, o fator de identificação do público para com um personagem que se encontra no mundo virtual, principalmente em plataformas de redes sociais, torna-se necessária, a fim de diferenciar o posicionamento de uma ser criado exclusivamente para existir no mundo virtual e uma pessoa que possui corpo físico.

Visto que o desenvolvimento da crescente da tecnologia e da virtualidade *borra* cada vez mais as linhas entre online e offline, as pessoas passam a tratar personagens e o mundo virtual de forma a os integrarem em sua própria realidade, o que funde ainda mais esses dois tipos de vivências. Interessa-nos identificar as formas com que esses avatares interagem com seu público e como estes reagem e se inter-relacionam com tais avatares, em especial, Miquela Sousa, mais conhecida como Lil Miquela³.

A robô - como se identifica em seu *Instagram* e como será referenciada neste trabalho de pesquisa - surgiu em abril de 2016 e é um exemplo famoso entre os influenciadores virtuais no mundo e um ícone entre a geração Z, aqueles que nasceram entre 1999 e 2010. Conhecidos como nativos digitais, são a primeira geração a nascer em um ambiente completamente digital, uma geração que cresceu acostumada com a individualidade e com a tecnologia⁴.

Até o momento da realização desta pesquisa - abril de 2023 -, o perfil @lilmiquela contava com cerca de 3 milhões de seguidores. Criada pela agência norte-americana Brud, esta personagem virtual é da Califórnia, possui lábios carnudos, sardas e cabelos escuros, traços provindos de uma ascendência brasileira e espanhola, segundo seus criadores. Entretanto, um ponto de relevância a ser destacado é que sua aparência pode ser facilmente descrita como de origem asiática. A *it girl* de 19 anos, que se apresenta como bissexual, registra em seu perfil looks descolados, com postagens que vão desde selfies a vídeos patrocinados por marcas de grande renome mundial, como Prada⁵ e Mini Cooper⁶, da marca de carros de luxo Mini⁷. Além de campanhas patrocinadas por marcas como Samsung⁸ e fotos com famosos, como Millie Bobby Brown⁹, Nile Rodgers¹⁰, Pabllo Vittar¹¹, Rosalía¹² e Maísa Silva¹³. De outro lado, exibe também sua vida pessoal, seus passeios com amigos, relatos de

³ <https://www.instagram.com/lilmiquela/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

⁴ FONTE: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/geracao-z.htm>

⁵ <https://www.instagram.com/p/BfdpTeKF3k9/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

⁶ <https://www.instagram.com/p/CMcf9-lnk6-/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

⁷ https://www.mini.com.br/pt_BR/home.html

⁸ <https://www.instagram.com/p/Bz8uJMgHlHG/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

⁹ https://www.instagram.com/p/B5V3_FNnpAJ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

¹⁰ https://www.instagram.com/p/BiIS_qPlqgR/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

¹¹ <https://www.instagram.com/p/B9CXopcH3ck/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

¹² <https://www.instagram.com/p/B5tOXqbHfcX/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

¹³ <https://www.instagram.com/p/B3-HnY9HrC7/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

sua vida como uma influenciadora e os aspectos da vida de robô que nunca envelhece, além de manifestações a favor dos direitos LGBT e iniciativas como o *Innocence Project*¹⁴ e o *Black Lives Matter*¹⁵.

Lil Miquela, como é conhecida por seus seguidores, também é cantora e lançou seu primeiro single, que viralizou no *Spotify*, *Not Mine*, em 2017, e atualmente leva mais de 130 mil pessoas por mês à sua página na plataforma. A robô também possui páginas em outras plataformas de mídias sociais, como *Twitter*¹⁶, *YouTube*¹⁷, *Tik Tok*¹⁸ e *Instagram*¹⁹.

Como será discutido posteriormente, a sociedade não só produz a realidade por meio das interações sociais, mas também seus próprios processos interacionais, usados para elaborar tal realidade. Nessa perspectiva, o atual trabalho propõe discorrer sobre os conceitos trazidos por Braga (2006), nos quais a midiatização pode ser relacionada a, pelo menos, dois âmbitos sociais. No primeiro, estão especificados os processos sociais que se desenvolvem inteira ou parcialmente de acordo com as lógicas da mídia - como instâncias políticas, de entretenimento e aprendizagem. Já no segundo âmbito, em um nível macro, se encontra a midiatização da própria sociedade (BRAGA, 2006). Além disso, tal midiatização não disponibiliza só perspectivas pontuais que possibilitam a performance de coisas que não eram possíveis antigamente, como o ciberespaço que possui uma cultura própria, conceituado por Lévy (1999), e também as ferramentas de redes sociais digitais, nas quais se inserem as novas formas comunicacionais.

Considerado como precursor dos estudos contemporâneos de midiatização, encontra-se o estudo de mudanças estruturais entre relações de mídia e opinião pública. Dentre o ambiente da mídia contemporânea, reflete-se uma mudança intensa qualitativa e quantitativa entre mídia, cultura e sociedade. Assim, encontramos atualmente uma midiatização intensificada da cultura e sociedade, que transpassa os limites do domínio da formação da opinião pública, e percorre quase toda instituição social e cultural. Como retrata Hjarvard (2014), as mídias se definem como co-produtoras das representações mentais, ações e relacionamentos dos usuários.

¹⁴ Fundado em 1992, por Barry C. Scheck e Peter J. Neufel, uma organização independente e sem fins lucrativos, o Innocence Project trabalha para evitar condenações injustas e criar sistemas de justiça justos, compassivos e equitativos para todos. FONTE: <https://innocenceproject.org/about/>

¹⁵ Movimento ativista internacional, que teve origem na comunidade afro-americana. Luta contra a violência direcionada às pessoas negras, FONTE: <https://blacklivesmatter.com/>

¹⁶ A página da influenciadora possui atualmente 30,2 mil seguidores (<https://twitter.com/lilmiquela>)

¹⁷ Canal que atualmente possui 269 mil inscritos (<https://www.youtube.com/c/lilmiquela>)

¹⁸ A página possui até o momento 3,3 milhões de seguidores (<https://www.tiktok.com/@lilmiquela>)

¹⁹ Lil Miquela possui no presente, 3 milhões de seguidores no Instagram (<https://www.instagram.com/lilmiquela/>)

Ademais, é preciso explorar o fato levantado por Primo (2009), de que a disponibilidade instantânea de diversas oportunidades articulatórias na hipermídia concebe obras não necessariamente acabadas, existindo em um estado potencial, em que aguarda o trabalho de finalização provisória dado pelos usuários. Sendo assim, a sociedade constrói sua realidade social a partir de processos interacionais, nos quais as pessoas se relacionam. Portanto um outro ponto de observação desta dissertação é o novo *bios midiático*, no qual o sujeito da consciência toma uma constante de que o mundo é externo e natural, coloca-se em primeiro plano a vinculação do *eu* e do *outro*, como apontado por Sodré (2002).

Parte-se então, da premissa abordada por Recuero (2009), de que as redes sociais online são práticas da metáfora das redes, onde os atores - indivíduos que compõem a interação no espaço virtual - são constituídos como os *nós* e suas conexões, como os laços sociais. As relações sociais dadas através da mediação por computador apresentam diferenças essenciais em relação aos demais contextos e a apropriação de suas ferramentas é capaz de gerar um processo de individualização e permanente construção de uma identidade dentro da internet.

Neste contexto, este trabalho visa investigar como se dão as formas de interação entre Lil Miquela com seus seguidores e em contrapartida, como se dá a interação de seus seguidores com a personagem. Pretende-se responder aos seguintes questionamentos: como é estabelecida a relação entre Lil Miquela e seus seguidores? O fato de a própria ser virtual e ter consciência disso pode fazer com que sua falta de fisicalidade seja ignorada e que a robô seja tratada como uma pessoa de corpo físico? É possível a construção de laços fortes entre humanos e robôs virtuais?

Tais questões serão desenvolvidas a partir da investigação de como se dão as formas de interação entre a influenciadora virtual Lil Miquela com seus seguidores e, em contrapartida, como se dá a interação de seus seguidores com a influenciadora virtual, através de uma análise de conteúdo dos comentários de 105 postagens das quais a robô faz brincadeiras sobre o que significa a realidade - afirma que também é real através de suas postagens, apesar de existir apenas no mundo virtual - levando-se em conta assim, os conceitos levantados por Krippendorff (2004).

Assim como exposto anteriormente, para realizar a pesquisa na presente dissertação, analisa-se as formas de interação que a avatar e influenciadora virtual Lil Miquela estabelece com seus seguidores através de suas postagens na mídia social *Instagram*. Tendo como objetivo, a partir de tal análise, responder a questão: como se dá a estrutura interacional contemplada entre a influenciadora e seu respectivo público, além da profundidade das

relações estabelecidas? Vale-se, portanto, de ferramentas da análise de conteúdo, visando compreender principalmente a interação da influenciadora e seus seguidores. Serão observadas não só as imagens, mas também a linguagem verbal utilizada na construção de uma robô com personalidade de uma adolescente. Tendo isso em vista, torna-se necessário conceituar e diagnosticar os passos para concepção de tais análises.

Com tal finalidade, a dissertação se separa em cinco capítulos, sendo o primeiro a abordagem introdutória ao **mundo midiático**. Analisa-se o conceito de midiatização com um olhar sócio-semiótico de Carlón (2019), a fim de introduzir o aspecto de uma sociedade midiatizada através dos olhos de Braga (2018), que se aprofundará em um conceito de novo bios, através das palavras de Sodré (2002). A partir destes conceitos, traz-se a formulação de plataformização abordada por Van Dijck (2018), para extrair a noção das plataformas de mídias sociais, em específico, o *Instagram*, que será caracterizado a partir do discurso de Recuero (2009). Por último, o capítulo abordará a concepção da **cultura no mundo virtual** trazendo pontos importantes de sua conceitualização desde o surgimento do *ciberespaço* e da *cibercultura*, tratada por Lévy (1999) e Santaella (2003), até os conceitos mais atuais sobre o conceito de estudos das mídias levantado por Felinto (2011).

No segundo capítulo, vamos discutir sobre a **comunicação e suas interações** a partir dos conceitos trazidos por França (2017), contemplando as aplicações de tais concepções na página do *Instagram* de Miquela, englobando a definição do *self*, levantada por Goffman (2002). Assim, passa-se a um ponto que corresponde a interação de Miquela para com seus seguidores: **a interação no meio virtual**. Fazendo-se uma inserção sobre a interação face-a-face de Goffman (2019), pretende-se caminhar para a virtualidade de uma interação sem a presença do corpo físico conceituada por Primo (2003), que trazem a possibilidade da criação de laços sociais, abordados por Recuero (2009), que podem ser encontrados no meio virtual, a partir de aspectos categorizados pela autora e que podem ser aplicados aos comentários dos seguidores de Lil Miquela e da mesma.

Já no terceiro capítulo, vamos abordar sobre a **influência nas plataformas de redes sociais**, trazendo inicialmente definição de celebridades e famosos do mundo virtual, e a construção dos influenciadores digitais, trazida por Abidin (2018). Posteriormente, veremos o surgimento dos **avatares virtuais como influenciadores, analisando** o motivo do surgimento de tal gênero, a partir das palavras de Fajnwaks (2021) e Turkle (2011). Por fim, verificaremos as particularidades de Lil Miquela, como influenciadora virtual.

No quarto capítulo, veremos um pouco mais sobre a **metodologia** escolhida para a presente dissertação, trazendo brevemente o conceito de análise de conteúdo levantado por

Hansen (1998). A fim de conceitualizar as categorias e códigos para a **análise de pesquisa**, a ser destrinchada no capítulo seguinte, no qual mostraremos os resultados da pesquisa realizada, juntamente com as ponderações finais.

Assim, foram escolhidas postagens em que a influenciadora fala sobre ser uma robô, seja de forma explícita ou implícita, para a análise dos comentários dos usuários da plataforma de redes sociais, Instagram. Investigando também, as postagens e comentários feitos pela própria Miquela, a fim de observar como se dá o tipo de interação estabelecida entre os mesmos e se é possível a criação de laços sociais mais fortes. Entretanto, desde já se identifica o estabelecimento de laços fracos por aqueles que não acompanham o conteúdo de forma assídua. Diferente daqueles que já possuem um tipo de relação com o conteúdo da influenciadora.

2 O MUNDO MEDIATIZADO

Se os meios de comunicação de massa atualizaram completamente os contextos comunicacionais do século XX, a comunicação digital transformou a vida social de grande parte dos indivíduos. Sua inserção em distintos espaços da sociedade configurou um novo fenômeno desafiador, que diz respeito às mudanças na conjuntura técnico-comunicativa. A midiatização surge como um conceito interessante para se pensar nas diferenças de abordagens e formatos de compreensão de tais mudanças e traz consigo diversas interpretações levantadas por pesquisadores.

O conceito de midiatização parte do pressuposto de que no mundo contemporâneo existem diversos campos sociais e comunicacionais, que trabalham de formas autônomas e independentes. Entretanto, neste momento, tais campos se envolvem em diversos níveis de áreas de interação, padrões de sinergia e interatividade, dados que necessitam aproximar-se da sociedade. Assume-se, a partir das palavras de Gomes (2020), a midiatização como a função cumprida pelos elementos da comunicação - dentre a química social, ou seja, no momento em que os recursos e os meios se ajustam com os componentes de outros espaços sociais.

Mesmo não sendo o foco principal no presente trabalho, é necessário abordar a visão sócio-semiótica de Carlón (2009), para melhor contextualização do conceito a ser abordado neste capítulo. Portanto, traz-se a noção de um tipo de comunicação conhecida como autocomunicação de massa, por Castells (2009) e abordado por Carlón (2019), ao afirmar que tal tipo de conversação ocorre graças ao desenvolvimento das redes horizontais de comunicação interativa, que conecta o que temos como local e global à qualquer momento.

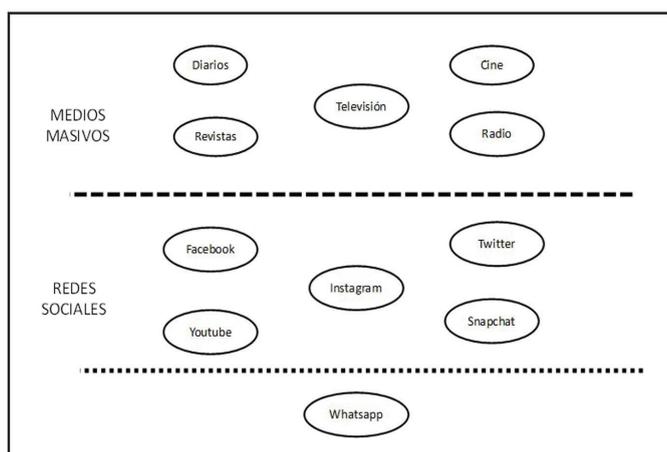
Nem tudo o que possibilita o novo sistema de mídia baseado na Internet e nos telefones é autocomunicação de massa e direção de comunicação horizontal. A emergência de um novo sistema midiático em interação com os meios de comunicação de massa gerou a consolidação de um tipo de circulação no sentido vertical-horizontal (CARLÓN, 2016, 2017). Esse tipo é específico porque a partir das redes sociais (aqui nos referimos principalmente ao Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc.) são produzidos conteúdos que “escalam” para os meios de comunicação de massa, estabelecendo direções ascendentes de comunicação. E porque a partir deles são produzidas operações de “apropriação” de conteúdos dos meios de comunicação de massa no quadro das direções de comunicação descendentes. (CARLÓN, 2019, p. 26 *tradução nossa*²⁰)

²⁰ "No todo lo que habilita el nuevo sistema mediático basado en internet y la telefonía es autocomunicación de masas y dirección comunicacional horizontal. La emergencia de un nuevo sistema mediático en interacción con el de los medios masivos ha generado la consolidación de un tipo de circulación del sentido vertical-horizontal (CARLÓN, 2016, 2017). Este tipo es específico debido a que desde las redes sociales mediáticas (aqui nos referimos principalmente a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etcétera) se producen contenidos que “escalán” hacia los medios masivos estableciendo direcciones comunicacionales ascendentes. Y a que desde ellos se producen operaciones de “apropiación” de contenidos provenientes de los medios masivos en el marco de direcciones comunicacionales descendentes.” (CARLÓN, 2019, p. 26)

Consolida-se, portanto, um novo sistema midiático, com um tipo de circulação no sentido vertical-horizontal, dado que, a partir das redes, são produzidos conteúdos que “tocam” os meios de comunicação de massa. No contexto sócio semiótico, trazemos Carlón (2019) que estabelece diferentes direções de comunicação, já que, a partir deles são produzidos procedimentos de apropriação de conteúdos comunicacionais no âmbito das direções de comunicação descendentes.

No gráfico abaixo, o autor mostra o cenário midiático contemporâneo, que possibilita novas formas de comunicação. Sendo os meios massivos apresentados na parte superior, as redes sociais no meio do quadro e o *Whatsapp*, separadamente, como um status: “Incluimos o *Whatsapp* abaixo porque acreditamos que seu status é, pelo menos até agora, radicalmente diferente”. (CARLÓN, 2019, p. 27 tradução nossa)²¹

Imagem 1: gráfico comunicacional

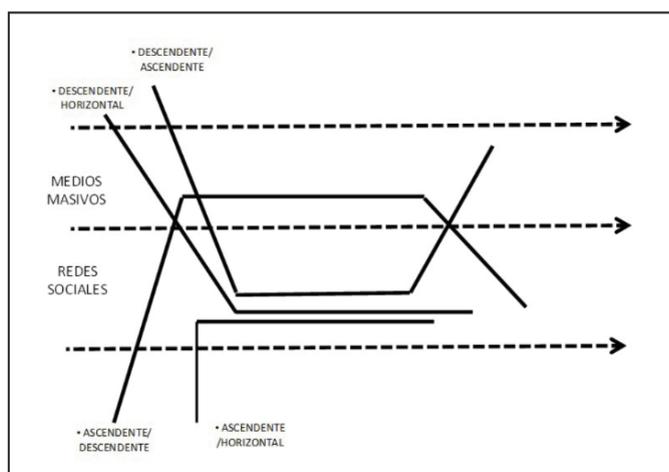


Fonte: (CARLÓN, 2019, p. 27)

O segundo gráfico trazido pelo autor, representa uma pesquisa realizada com mais de 70 casos que correspondem aos principais tipos de correlação vertical-horizontal que caracterizam a sociedade contemporânea. Pesquisa essa, realizada no âmbito da Cátedra Semiótica de Redes e do Projeto Ubacyt “A midiatização no entrelaçamento dos laços sociais”, com intuito de conceber as mudanças na circulação de significado, através da nova midiatização de indivíduos, grupos, mídias e instituições na sociedade contemporânea. Com essa elaboração, é possível ver o cenário de outro ângulo:

²¹ “Y hemos incluido Whatsapp debajo debido a que consideramos que su estatuto es, al menos hasta ahora, radicalmente diferente”. (CARLÓN, 2019, p. 27)

Imagem 2: dinâmica ternária das direções de comunicação (ascendente, descendente)



Fonte: (CARLÓN, 2019, p. 28)

Como pode ser visto, a direção da comunicação horizontal é importante, entretanto, torna-se presente apenas depois que se inicia o processo ascendente ou descendente. Tal observação é válida para movimentos sociais em que comumente a direção da conversação é inicialmente dada como ascendente, logo, horizontalmente, e, por fim, de forma novamente ascendente - sendo esta fundamental para a mudança de escala, seja ela descendente ou ascendente. Assim, diferentemente dos movimentos sociais que têm o foco de estudo nos saltos hipermediáticos, tal quadro de Carlón (2019) mostra que é comum a origem ascendente e que o alcance de espaços públicos após a divulgação do conteúdo, das plataformas de redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*.

A consideração sistêmica das três direções comunicacionais permite a visualização dos fenômenos circulatorios de outro ângulo. Tendo, portanto, que na dimensão vertical-horizontal, é por muitas vezes dada de forma simultânea, com uma velocidade muitas vezes complexa. É fato, conforme Carlón (2019), que a autocomunicação de massas faz parte de um novo rumo conversacional na história da midiaticização, que se dá de forma horizontal e se faz presente principalmente em plataformas de rede social. Contudo, atualmente os principais tipos de circulação de conteúdo são ascendentes e descendentes, além de existirem processos circulatorios que atravessam ambos sistemas.

Focando na não-intencionalidade, o autor aborda o elemento a ser destacado no novo campo de desdobramento em novas formas de circulação: a circulação transversal, que pode ter grande impacto no modo de erosão da legitimidade das democracias representativas.

Diferente da conversação vertical-horizontal, que segue o caminho de cima para baixo e vice-versa, a transversal passa de dentro para fora e de fora para dentro das instituições, mídia e grupos sociais. Além disso, também é retratado por Carlón (2019) a crise/transformação em que se encontram os sistemas de comunicação, que os tornaram menos hegemônicos. Considera-se uma das causas da crise dos meios de comunicação de massa como o aumento da distância entre os indivíduos.

A sociedade não só produz a realidade por meio das interações sociais, mas também produz seus próprios processos interacionais, usados para elaborar tal realidade. Nessa perspectiva, a midiatização não disponibiliza só perspectivas pontuais que possibilitam o desempenho de coisas que não eram possíveis em um momento social em que a internet não existia. A sociedade constrói sua realidade social a partir de processos interacionais, nos quais as pessoas se relacionam. A midiatização, decorrente dos desenvolvimentos tecnológicos, chega para suprir determinadas necessidades que a sociedade pré-midiática não foi capaz de preencher (BRAGA, 2006).

Nesse primeiro momento, podemos observar objetivos como: maior abrangência de envolvimento, geográfica e populacional; maior rapidez nas comunicações; maior permanência das mensagens (registro); maior diversidade de captura, objetivação, transformação, transmissão e circulação de tipos de informações e comportamentos - possibilitando usá-los diretamente em interações sociais (v.g. sons, imagens, gestos, ambientes...); busca de adesão mais direta e mais rápida a proposições dominantes (hegemonia); ampliação de consumo; maior agilidade e rapidez na captação de informações e de comportamentos sociais. Simplificadamente, poderíamos dizer que a busca de tais objetos leva a uma crescente tendência no sentido de que as interações sociais se tornem diferidas e difusas, através do desenvolvimento tecnológico (BRAGA, 2006. p. 15).

No estágio atual da midiatização, não se demarcam apenas as formas de organização e circulação das mensagens, ou de produção e transporte dos significados. Mas também, como modos com os quais a sociedade se constrói, dado que “são padrões para ver as coisas, para articular pessoas e mais ainda, relacionar sub-universos na sociedade e, por isso mesmo, modos de fazer as coisas através das interações que propiciam” (BRAGA, 2006). Agora, não só usuários se tornaram produtores de conteúdo, podendo compartilhar sua experiência, além de opinarem diretamente nos conteúdos disponíveis, podendo, até mesmo, exercer influência sobre seu grupo de seguidores - uma vez que estes passam a confiar mais na experiência mostrada por alguém do seu meio, do que na publicidade de determinada empresa, por exemplo. A partir dos desenvolvimentos tecnológicos e interacionais²² ocorridos principalmente no século XX, a situação em que nos encontramos atualmente foi descrita por

²² Desenvolvimento dos formatos de interação decorrente dos modelos de sociabilidade vigentes.

Braga (2018) como uma era de transição da escrita enquanto processo interacional de referência, para uma crescente midiaticização de base tecnológica.

Já os pensamentos de Sodré (2002) trazem consigo que a midiaticização pode ser pensada como um novo *bios*, uma espécie de quarta esfera existencial, sendo possível inferir que a midiaticização pode acarretar uma transformação da identidade do indivíduo, portanto, de suas formas de interação. Uma vez que o conhecimento produzido hoje não é mais “sobre o mundo”, mas sim, “a partir do mundo” - o mundo digital, que pode ser concebido atualmente como *ciberespaço* -, tal ambiência tem possibilitado experiências perceptivas e sensitivas, dando abertura para formas hegemônicas de percepção do mundo. Como o ciberespaço define novos espaços para as formas de expressões subjetivas, eles exercem grandes efeitos sobre as formas de interação. Os fundamentos teóricos mais categóricos, usados pelos pesquisadores, foram estabelecidos por Muniz Sodré (2002), ao nomear uma nova era, que se adapta à *cibercultura*²³ e traz consigo uma mudança comportamental criada nesse quarto *bios*, conceituado pelo autor.

O *bios midiático*, como conceituado por Sodré, tende a autonomizar as relações sociais imediatas, através da abstração simulativa, enquanto os receptores passivos são substituídos por usuários ativos. A midiaticização é de natureza basicamente *societal* e se faz na sociedade como um todo, em que as interações passam a ser dadas preferencialmente nas mídias, que possuem um modelo onde dois ou mais indivíduos interagem entre si, no qual o sujeito da consciência toma uma constante de que o mundo é externo e natural, pondo-se então, em primeiro plano a vinculação entre o *eu* e o *outro*. Estas não são entidades prontas e acabadas, são seres a fim de serem conectados por um *nexo atrativo*, havendo no mundo virtual, a inserção social de um sujeito de ordem imaginária e até a libertação de práticas de condutas sociais. (SODRÉ, 2002)

Ao afirmar que “a midiaticização é a chave hermenêutica para a compreensão e a interpretação da realidade” (GOMES, 2018, p. 78), uma vez que a sociedade se percebe através da mídia, Gomes (2018) entende que a midiaticização compreende um novo ambiente social, que produz, também, novos padrões de interpretação e viabiliza novas formas de percepção. O autor ainda declara que a midiaticização em um sentido macro não se refere apenas à presença de novos meios tecnológicos, mas, sim, ao predomínio dos processos sociais de interação mediaticizada, que passam a abranger os demais que se ajustam. Nesse

²³ Tipos de signos, mensagens e processos comunicacionais que circulam no meio digital e propiciam o surgimento de novos ambientes socioculturais. Cibercultura é uma cultura do acesso, semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais, conhecidos como “cultura das mídias”. (SANTAELLA, 2003)

aspecto, os processos interacionais ganham novas características no mundo midiático, como a tendência à desconstrução e deslegitimação de padrões inatingíveis e um jogo complexo entre o individual e o social.

Considerando-se o ponto de vista institucional, a midiática, segundo Hjarvard (2014), pode ser caracterizada como um desenvolvimento bilateral, em que a mídia se torna institucionalizada acerca de outros domínios sociais, sincronicamente com a sua transformação em instituição social de si mesma. Conseqüentemente, a interação social desenrola-se, cada vez mais, sob influência da mídia. Assim, a noção de lógica midiática é utilizada para identificar que os diferentes meios de comunicação possuem características específicas para seu funcionamento. Algo que influencia outras instituições e a sociedade como um todo, posto que contam com o recurso controlado e disponibilizado pela mídia. Denota-se, portanto, processos que tornam a cultura e a sociedade cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e a lógica integrada nas práticas sociais e culturais, através de diferentes plataformas.

Assim, as plataformas midiáticas interferem e interagem profundamente com os espaços “não midiáticos”, em função de suas características de exclusividade e penetrabilidade. “É esse conjunto de fatores que nos permite afirmar que vivemos em ‘sociedade de comunicação’ ou ‘sociedade mediática’” (BRAGA, 2011, p. 68-70). Assim, a midiática dá-se como um conjunto completo de ações sociais que progressivamente se estabelecem como um processo interacional de referência. Desse modo, passam a abranger e direcionar os processos gerais postos anteriormente, como a escrita e oralidade tradicional, como determina Braga (2011). Torna-se, portanto, difícil fazer um corte nítido entre fenômenos comunicacionais de natureza midiática e eventos comunicacionais diversamente inscritos no fluxo comunicacional.

2.1. As plataformas digitais

Este se torna um termo marcadamente complexo, quando é reconhecido tanto pelo caráter distintivo, enquanto categoria específica - seja de aplicativos ou serviços online que são caracterizados por seu modo de ativação e incorporação das atividades dos usuários -, ou pela recusa de sentido, tendo as plataformas como intermediárias neutras. Van Dijck (2018) concebe que as plataformas oferecem serviços personalizados e contribuem para a inovação e crescimento econômico, ao passo que circundam as organizações incumbentes, com

regulamentações complicadas e despesas desnecessárias. Ponto que permite o oferecimento de produtos e serviços de forma direta, sem a dependência de um intermediário offline.

As plataformas online estão no centro de um desenvolvimento importante, mas não pensamos nelas nem como um fenômeno econômico exclusivo [...] preferimos uma visão abrangente de um mundo conectivo onde as plataformas penetraram no coração das sociedades. [...] As plataformas, a nosso ver, não provocam uma revolução; em vez disso, estão gradualmente se infiltrando e convergindo com as instituições e práticas (offline, herdadas) por meio das quais as sociedades democráticas são organizadas. É por isso que preferimos o termo “sociedade de plataforma” – um termo que enfatiza a relação inextricável entre plataformas online e estruturas sociais. As plataformas não refletem o social: elas produzem as estruturas sociais em que vivemos (VAN DIJCK, 2018, p. 2 *tradução nossa*²⁴)

Dessa forma, trata-se de um processo que não se limita ao domínio na web e não só muda o foco do econômico para o social, mas sim, atinge diversos setores econômicos e práticas sociais que passam a ser mediadas por plataformas. Procedimento de ampla disseminação da lógica das plataformas para diversos âmbitos da vida social, como a disputa sobre o ganho privado e benefício público da sociedade que realiza a maior parte de suas interações via Internet, “O termo “sociedade de plataforma” enfatiza que as plataformas são parte integrante da sociedade, onde os conflitos de interesse são atualmente jogados em vários níveis.” (VAN DIJCK, 2018, p. 5 *tradução nossa*) Uma sociedade, cujo tráfego social, interpessoal e econômico é altamente mediado por uma plataforma online, que é conduzida por algoritmos e dados.

Pode-se indicar alguns exemplos de plataformização, como a hospedagem, que pode ser feita pelo *Airbnb*; ou o transporte público, que possuímos o Uber; até mesmo da educação, como o *Academia.edu*, no Brasil. Além, é claro, da ampla plataformização da sociabilidade, como o *Facebook* e o *Instagram*. De forma a traduzir toda a forma de interação social em dados que podem ser processados algoritmicamente, a fim de produzir valor, tal sistema se dá como o princípio fundamental das plataformas que esses exemplos têm em comum, para mais da programabilidade e conectividade.

Faremos aqui uma breve conceituação sobre os sistemas de redes sociais, posto que uma rede social pode ser definida como um conjunto de dois elementos, sendo eles os atores²⁵ e suas conexões²⁶. Traz-se o conceito de que as representações dos autores, são geralmente,

²⁴ “Online platforms are at the core of an important development, but we think of them neither as an exclusive economic phenomenon [...] Rather, we prefer a comprehensive view of a connective world where platforms have penetrated the heart of societies [...] Platforms, in our view, do not cause a revolution; instead, they are gradually infiltrating in, and converging with, the (offline, legacy) institutions and practices through which democratic societies are organized. That is why we prefer the term “platform society”— a term that emphasizes the inextricable relation between online platforms and societal structures. Platforms do not reflect the social: they produce the social structures we live in.” (VAN DIJCK, 2018, p. 2)

²⁵ Pessoas que participam da interação.

²⁶ Interações e laços sociais.

individualizadas e personalizadas²⁷. Já as conexões, são um componente que cria a estrutura na qual as representações vão formar a rede social. Como será abordado posteriormente, tais conexões podem se ter de formas variadas, mas que serão mantidas através de sistemas online. Assim, dá-se uma estrutura diferenciada para cada rede, como aponta Recuero (2009):

Ora, é apenas por conta desta mediação específica que é possível a um ator ter, por exemplo, centenas ou, até mesmo, milhares de conexões, que são mantidas apenas com o auxílio das ferramentas técnicas. Assim, redes sociais na Internet podem ser muito maiores e mais amplas que as redes offline, com um potencial de informação que está presente nessas conexões (RECUERO, 2009, p. 3).

Quando se fala em rede social, é comum que se limite ao espaço virtual no qual o fenômeno ocorre, entretanto, é necessário diferenciar os sites que as suportam. Enquanto a rede social pode ser dada como uma metáfora usada nos estudos de um grupo que se apropria de um determinado sistema, Recuero (2009) apresenta que o sistema em si não é uma rede social, mas pode sustentar diversas. Vejamos um exemplo: o *Instagram* pode representar diferentes redes sociais que ali acontecem através de atores que se cadastram e interagem dentro da plataforma. Sendo que esses “espaços públicos mediados pelo computador” possuem determinadas características que fazem com que as plataformas sociais sejam relevantes, como levanta Recuero (2009):

- a. Persistência, uma vez que aquele conteúdo permanecerá no ciberespaço, independente da permanência do ator no ambiente virtual;
- b. Capacidade de busca: capacidade de permissão destes espaços sob a busca e que os atores sociais e as informações sejam rastreadas;
- c. Replicabilidade: o conteúdo inserido no ciberespaço pode ser replicado a qualquer momento, por qualquer um²⁸. Em vista disso, há a implicação da dificuldade de certificar alguma autoria;
- d. Audiências invisíveis: em grupos mediados, existe a presença de sujeitos que nem sempre são visíveis²⁹. Encontram-se inclusive, audiências que podem aparecer após a publicação das conversações nesses grupos, que podem deixar rastros a serem encontrados depois, devido às características anteriores.

²⁷ Por exemplo: na rede Instagram, seu perfil é composto de uma foto de perfil e uma biografia, juntamente com o *feed* de postagens de fotos ou vídeos, já no Twitter, tem-se uma foto de perfil, uma biografia bem reduzida e suas postagens contam com majoritariamente, textos curtos e bem informais. Uma mesma pessoa pode ter acesso a mais de uma rede, conseqüentemente, uma forma de interação diferenciada.

²⁸ Sendo aqui pressuposto que o acesso à informação seja ilimitado, dado que atualmente é possível que as pessoas coloquem suas plataformas privadas e gerem conteúdos que apenas os mesmos podem ter acesso, como pastas ocultas no Pinterest, por exemplo.

²⁹ Conceituados pela autora como “lukers”, ou atores que vagueiam pelos espaços virtuais sem se manifestar abertamente. (RECUERO, 2009)

Torna-se necessário conceituar, neste ponto, a plataforma de redes sociais que será investigada no atual trabalho: o *Instagram*. Essa interface que surgiu em 2010³⁰ é um aplicativo grátis³¹ no qual o indivíduo pode ter acesso ao criar um perfil, cadastrando seus dados pessoais e escolhendo um *username* (nome de usuário). Uma vez que a conta é criada, a pessoa pode expor uma biografia sucinta sobre si mesma, além de fotos e vídeos de permanência fixa e ficam expostos até que o próprio autor decida apagá-los ou arquivá-los, em um formato de *feed*. Afora fotos e vídeos em um formato instantâneo, que desaparecem após 24h, mas também podem ser fixados em seu perfil e fiquem ali de forma permanente.

A ferramenta também permite que filtros sejam adicionados às fotos e vídeos, tornando realizável a mudança de tonalidade de cor, ruído, brilho, expressões faciais e afins. Tais aspectos colaboram diretamente para a construção de referenciais identitários, visto que, a produção de concepções esteticamente valorizadas, possibilita a construção de uma imagem desejada e que a mesma é repassada aos seus seguidores, o que faz com que possam assim, criar uma nova identidade para si. (CANDINI, 2018)

Outro ponto relevante é que a ferramenta viabiliza o uso de hashtags e músicas³², com o intuito de agrupar as fotos e vídeos relacionados a um determinado assunto, facilitando a disseminação de um tópico. Estes podem proporcionar um maior alcance das publicações, tendo a capacidade de fazer parte de temas comentados em tempo real (CANDINI, 2018). Consequente, há uma complexificação das interações que podem gerar conexões de dois tipos, como aponta Recuero (2009). Aquelas emergentes, que se caracterizam por laços construídos através da conversação entre os atores e aquelas de filiação ou associação. Estas são definidas pela manutenção da conexão estabelecida entre o software e o site utilizado. Enquanto as primeiras podem passar pelo processo de amadurecimento dos laços, as segundas podem jamais ter qualquer tipo de interação. Assim torna-se necessário analisar as interações presentes no mundo virtual, inclusive a construção de laços neste espaço.

2.2. A cultura do mundo virtual

Com a amplitude crescente do ciberespaço, as relações espaço-temporais foram transformadas, devido à tecnologização da sociedade e a nova constituição espacial. Em outras palavras, Egler já trazia, em 1998, a afirmação de que a passagem de uma coletividade

³⁰ Ver Elizabeth Candini (2018).

³¹ Pode ser utilizado tanto no computador, quanto pelo celular e outros dispositivos móveis - importante pontuar que tal plataforma funciona melhor em dispositivos celulares dispositivos móveis, tendo funcionalidades que não estão disponíveis no computador.

³² Especificamente as músicas utilizadas para a construção de vídeos na ferramenta *reels*.

fundamentada na produção de trabalho para uma sociedade voltada à comunicação, constituem-se novas possibilidades para a interação. É dessa forma, segundo a autora, que a complexidade social se torna mais aberta e mais facilmente compreendida pelos sujeitos que venham interagir com o complexo de oportunidades e responsabilidades do sistema social. Dentro da navegação do ciberespaço, a relação do indivíduo com o espaço se altera, já que o mesmo pode navegar vários locais virtuais estando em apenas um lugar físico. Trata-se portanto, de uma relação sem cor, que altera a interação sujeito/espaço.

Importante pontuar que, de acordo com Lévy (1999), o crescimento do ciberespaço não se estabelece de forma automática como o desenvolvimento de uma inteligência coletiva. Tal progresso apenas fornece a esta mentalidade um ambiente propício. Além disso, para o autor, os casos nos quais os processos de intelecto coletivo evoluem de forma eficaz devido ao ciberespaço, tem-se com isso um dos principais efeitos a serem observados: a aceleração do ritmo da alteração tecno social. Questão que faz com que a participação ativa em uma cibercultura se faça cada vez mais necessária, caso o sujeito não deseje ficar “para trás” e seja excluído do movimento.

Partindo para uma explicação do que é a cibercultura, torna-se necessário trazer os conceitos da palavra virtual, que muitas vezes é empregada para significar uma irrealidade³³. Quando se suscita, portanto, a expressão “realidade virtual”, soa-se como um passe de mágica, um oxímoro, dado que, em geral, crê-se que uma coisa deva ser real ou virtual. Contudo, Lévy (1999) convoca que, em rigor da filosofia, o virtual não se confronta ao real, mas sim ao atual, já que a virtualidade e atualidade são duas formas diferentes de se ter a realidade. Toda essência desterritorializada, capaz de gerar inúmeras manifestações em distintos períodos e locais, sem que ela esteja, não obstante, presa a um lugar ou tempo em especial. Em outras palavras: o virtual existe sem estar presente e o atual nunca é completamente predeterminado pelo virtual. As atualizações de um mesmo sujeito em ambiente virtual podem ser bem diferenciadas umas das outras.

Assim, tem-se a cultura das mídias como uma cultura intermediária entre a cultura de massas e a cibercultura³⁴. Para compreender melhor a passagem de uma cultura a outra, Santaella (2003), estabelece seis tipos de formações, sendo elas a cultura oral, escrita, impressa, a cultura de massas, das mídias e a cultura digital. “Por isso mesmo, não devemos cair no equívoco de julgar que as transformações culturais são devidas apenas ao advento de

³³ “Enquanto a ‘realidade’ pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível”. (LÉVY, 1999, p. 48)

³⁴ Uma diferença grandiosa entre os dois tipos de cultura, por exemplo, é o fato de que na cibercultura está ocorrendo a convergência das mídias. (SANTAELLA, 2003)

novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura”. (SANTAELLA, 2003, p. 24) Em sua realidade, as transformações culturais são dados através dos tipos de signos que circulam nesses meios. Nestes, compõem também o responsável do molde de pensamento e sensibilidade dos seres humanos e a criação de novos ambientes socioculturais, como o ciberespaço e a cibercultura.

A cibercultura encontra-se ligada ao virtual de duas formas, apresentadas por Lévy (1999): indireta e diretamente. A forma direta, na qual a digitalização da informação pode se aproximar da virtualização, o conhecimento se encontra fisicamente situado em algum lugar, através de determinado suporte, mas também está presente em cada ponto da rede que ela seja solicitada. Indiretamente o progresso das redes digitais interativas beneficia outros movimentos de virtualização que não estejam diretamente ligados à informação, propriamente dita. O ciberespaço incentiva um estilo de relacionamento quase independente de lugares geográficos e do tempo. Em resumo, o autor reforça que o ciberespaço acompanha e acelera a virtualização geral tanto da economia, quanto da sociedade.

Quaisquer mídias, em função dos processos comunicacionais que possibilitam, são de certa forma inseparáveis dos formatos de socialização e cultural que podem criar. Isto posto, cada meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural próprio, segundo Santaella (2003). Tomando os exemplos dados pela autora, ao estudar os ambientes sociais, vê-se que a sociedade primeiramente molda-se em razão da oralidade, posteriormente da escrita e agora, pela explosão de imagens após a revolução industrial-eletrônica.

A proliferação midiática, provocada pelo surgimento de meios cujas mensagens tendem para a segmentação e diversificação, e a hibridização das mensagens, provocada pela mistura entre meios, foram sincrônicas aos acalorados debates dos anos 80 sobre a pós-modernidade. Por isso mesmo, em contraposição a alguns autores que consideram a pós-modernidade como a face identificadora da cibercultura, tenho concebido as discussões sobre a pós-modernidade como sinais de alerta críticos para um período de mudanças profundas que se insinuavam no seio da cultura e que, naquele momento, anos 80, estavam sendo incubadas pela cultura das mídias e pelo hibridismo tanto nas artes quanto nos fenômenos comunicativos em geral que essa cultura propicia (SANTAELLA, 2003, p. 27),

Vale lembrar que as palavras de Lévy (1999) ainda podem ser consideradas atualmente, apesar de que os sujeitos já se encontram imersos dentro desse ambiente virtual, em uma cibercultura, que conforme o autor, é vazio, sem conteúdo particular. Este aceita todos, colocando em contato um ponto qualquer com outro indeterminado, seja qual for a carga semântica dos indivíduos relacionados. Para a cibercultura, a conexão, seja com quem for, é preferível ao isolamento. Tais questões podem ser resultantes da recodificação das linguagens, das mídias e das formas de arte e estética, geradas pelo computador, além da dinamicidade frenética com que os sites e redes sociais aparecem e desaparecem, no meio

virtual. “A informação não é uma quantidade conservada”. (SANTAELLA, 2003, p. 28) Passa-se a ter dentro do mundo virtualizado a diferenciação da posse do acesso das informações, uma vez que a propensão que Santaella via já, em 2003, é de uma ampliação da cultura sublevada, tendo em vista a massificação da tecnologia dos computadores.

Contudo, estudos mais recentes trazem, mesmo que o termo cibercultura continue sendo utilizado em certos meios, atualmente o mesmo parece menos apto para definir um domínio epistemológico, do que outras expressões, como levanta Felinto (2011) ao apresentar os termos *new media studies* ou *internet studies*. Sustenta-se o argumento de que o termo já não reflete o momento vivido na atualidade, posto que, em seu momento de uso inicial, vivia-se em uma condição de que o importante era a eficácia na transmissão das informações, em resumo. “Nessa perspectiva, seres humanos e máquinas não seriam essencialmente diferentes. A questão central, portanto, tinha a ver com estudar as melhores formas de acoplagem entre sistemas orgânicos e inorgânicos.” (FELINTO, 2011, p. 4)

Portanto, traz Felinto (2011) que se a cibercultura foi caracterizada pelo desejo de desmaterialização e virtualização, nesta nova visão sobre os estudos de mídia, como iremos nos referir no presente trabalho, promove-se a visão do encontro entre o humano e o tecnológico, no formato de uma parceria produtiva. Aqui pretende-se destacar a importância do corpo, do toque e das sensações dentre as interações feitas no universo virtual. Algo que muda consideravelmente os formatos de interação dentro do ambiente virtual, uma vez que agora não se busca mais a desvirtualização do corpo, mas sim, encontrar o mesmo, dentro do ciberespaço. Para mais, tal movimento pode ser utilizado para justificar a criação de personagens que estejam disponíveis a todo momento, que demonstrem sua rotina e transpasse um pouco dessa “humanidade” solicitada também no mundo virtual, assim como Miquela.

O movimento geral da virtualização afeta, dessa forma, também os corpos. Assim, ela atinge as modalidades do estar junto, uma conceituação do “nós”. Já em 1999, Lévy definiu duas linhas paralelas de pesquisa e desenvolvimento em relação às interfaces. Sendo a primeira delas referente à realidade virtual³⁵, na qual o humano passa para o “outro lado da tela” e consegue interagir de forma sensório-motora com os modelos digitais. Já na realidade ampliada, o ambiente físico natural é abarrotado de sensores, câmeras, projetores de vídeos, que se comunicam entre si e estão interconectados ao nosso serviço. “Não estamos mais nos relacionando com um computador por meio de uma interface, e sim executando diversas

³⁵ Utilizada na época pelos domínios militares, industriais e urbanísticos. (LÉVY, 1999)

tarefas em um ambiente 'natural' que nos fornece sob demanda os diferentes recursos de criação, informação e comunicação dos quais precisamos.” (LÉVY, 1999, p. 38)

Graças à adoção de padrões para programas e hardware, a tendência vista por Lévy (1999), era o estabelecimento de espaços virtuais de trabalho e comunicação cada vez mais independentes de seus suportes. Algo que já está disponível em nossa atualidade, uma vez que o ciberespaço não compreende mais apenas os materiais e informações, mas também possui a presença de programas virtuais altamente capacitados. O autor ainda levanta que o uso crescente do padrão VRML³⁶ deixava-se a previsão de mundos virtuais disponíveis na Internet e um horizonte de um ciberespaço similar a um grande meta-mundo virtual e heterogêneo. “O computador não é mais um centro, e sim um nó, um terminal, um componente da rede universal calculante.” (LÉVY, 1999, p. 44)

Através de imagens, textos e linguagem informacional, inseridas no mundo virtual, no qual o ciberespaço se manifesta, a informação qualifica-se como a condutora da relação virtual. O ciberespaço possui múltiplas possibilidades de estar no mundo, conforme Egler (1998). Tal espaço virtual trata-se de um local que permite transversalidades e aumenta a interação entre diversas categorias. Todas se apresentam na tela e por esse motivo, tem-se a amplitude de acessibilidade dos sujeitos sociais aumentada, portanto, não existem distinções.

O ciberespaço encoraja uma espécie de relacionamento independente dos lugares geográficos e da consciência dos tempos - dada como comunicação assíncrona, suas técnicas permitem que os membros de um grupo se coordenam a partir de uma memória em comum, em tempo quase real, apesar da distribuição geográfica e de horários de cada um. A realidade virtual, tratada por Lévy (1999), se refere a um tipo particular de simulação interativa, na qual o sujeito tem a sensação de estar imerso em determinada situação. Ao manter uma interação sensorio-motora com o conteúdo exposto no mundo virtual, o indivíduo alcança uma ilusão de realidade, na qual estaria mergulhado. A realidade retratada pela memória digital já se torna suficiente para que as relações sejam dadas de forma mais profunda, em sua maioria, assim como as relações que os seguidores de Lil Miquela estabelecem com a mesma. Esta existe apenas em ambiente virtual e se faz presente na vida de seus seguidores em qualquer parte do mundo.

O mundo virtual pode retratar de forma fiel o mundo real, mas com escalas variáveis, podendo permitir ao explorador que o mesmo construa uma imagem virtual semelhante ou diferente da sua aparência física cotidiana. Tal espaço pode simular ambientes imaginários, ou hipotéticos, de acordo com as diferentes "leis" daqueles que governam o mundo comum. Os

³⁶ Virtual Reality Modeling Language. (Lévy, 1999)

grupos virtuais possuem uma imagem de si mesmos para cada situação. Dessa forma, Lévy (1999) levanta que cada ato da comunidade pode modificar o mundo virtual e/ou sua imagem deste mundo.

Um mundo virtual, mesmo não "realista", é, portanto, fundamentalmente organizado de acordo com uma modalidade "tátil" e proprioceptiva (real ou transposta). O explorador de um mundo virtual (não necessariamente "realista") deve poder controlar seu acesso a um imenso banco de dados de acordo com princípios e reflexos mentais análogos aos que o fazem controlar o acesso a seu ambiente físico imediato (LÉVY, 1999, p. 75).

Embora não haja uma fisicalidade, o ciberespaço é um lugar real. O sujeito está presente, dentro deste espaço virtual. A diferença é que neste momento não há a existência de uma presença física. Mas ainda sim, é um ambiente carregado de emoções, uma vez que seu conteúdo e interação são produzidos por pessoas reais, em muitos momentos (BALDANZA, 2006). Nesse sentido, pode-se ter Miquela como uma pessoa real para o espaço virtual. Ela não possui uma fisicalidade, mas está presente dentro deste espaço virtual, no qual ela apresenta os aspectos de sua vida cotidiana, representando suas respectivas emoções para cada evento que ocorre.

3 COMUNICAÇÃO E SUAS INTERAÇÕES

A noção de interação aparece frequentemente associada/modificada pelas formas de comunicação, ou como aspecto mais adequado de nomeação do processo comunicativo, em virtude de substituir e qualificar diferenciadamente a ideia de ação³⁷ (FRANÇA, 2008). Isto posto, tal processo utilizado pelos seres humanos, mediatizados por símbolos particulares, não possui o mesmo sentido para todos, dado que as palavras trazem sentidos que conformam a apreensão dos fatos do mundo. Estes símbolos conferem a particularidade de cada interação, que é caracterizada por França como “conversa consciente”³⁸ (FRANÇA, 2008, p.77), uma vez que as pessoas estão conscientes do significado de tal símbolo (FRANÇA, 2008). Pode-se falar em sociedade a partir da existência de adaptação mútua no comportamento de diferentes indivíduos a partir do ajustamento de uma comunicação.

A comunicação se inscreve em seu ato social, que diz respeito aos gestos que o sucedem. Estes, portanto, identificam-se como parte do meio do ato social - o dispositivo que concede o ajustamento entre as ações -, estabelecendo o início da conduta e concebem um estímulo para os outros indivíduos ali presentes. Deste modo, tornam-se possíveis respostas apropriadas aos diferentes sujeitos engajadas nesse processo. Em outras palavras, o ajustamento se produz a partir dos gestos/ações dos personagens (MEAD, 2006). São definidos como *gestos significantes/conscientes* aqueles que contêm em seu suporte uma ideia ou significação. Dessa forma, quando os gestos se tornam símbolos e trazem algum significado compartilhado entre ambos os indivíduos, há a presença de uma comunicação. “A atribuição da linguagem consiste em um conjunto de símbolos comuns que, correspondendo a certos conteúdos são idênticos na experiência dos diferentes indivíduos” (FRANÇA, 2008 *apud* MEAD, 2006, p. 14).

Estes gestos conscientes possuem uma particularidade: a consciência da significação, com que eles possam tocar não apenas o receptor, mas também aquele que produz os gestos. “O estímulo na comunicação humana é um estímulo para o outro, mas também para aquele que o emitiu, e provoca uma resposta dos dois organismos” (FRANÇA, 2006, p. 78). É nesta capacidade de comoção que se torna possível a criação de um tríplice movimento na construção do ato social, para Mead (2006), como a relação do gesto à resposta de outrem; o

³⁷ Neste caso, o conceito de interação traz dois elementos diferentes, sendo eles a fala de ação conjunta, reciprocamente referenciada. (FRANÇA, 2008)

³⁸ Caracterizados por Mead (2006), é a linguagem, a presença de símbolos que confere a particularidade de determinadas interações nomeadas como “conversa consciente”. Uma vez que o processo de comunicação se torna possível a partir da conscientização dos símbolos que aparecem em suas experiências, que afetam o outro de diferentes formas.

ajustamento do receptor e a finalização do ato. Por esse motivo, torna-se necessário definir quem é o sujeito dessa comunicação, para então analisar as formas interacionais que se desenrolam na coletivamente.

A linguagem, seja ela verbal ou não verbal, é o que possibilita o processo comunicativo e a categorização da realidade e do pensamento, tratando-se assim, da forma primordial de mediação entre a relação dos indivíduos. É graças à reunião de um significante e um significado, que dialoguem com a concepção estimulada pelo pensamento como linguagem. Para tanto, o sentido se dá como a continuidade correspondente ao conteúdo e à expressão. Consequentemente, essa continuidade só passa a ser entendida como “coisas do mundo” a partir da mediação da linguagem. Sendo assim, a linguagem se tem como um instrumento de transmissão. Ela impõe à realidade suas estruturas e categorias e só por meio destas que se tem a significação. Levando tal apontamento em consideração, podemos indicar que nem toda interação é comunicativa, já que nem todas se baseiam em gestos significantes, ou seja, uma interação ancorada na linguagem.

Dentre as plataformas de redes sociais, mais especificamente o *Instagram*, espera-se que as interações em geral possuam um significado, entretanto, uma vez que o mesmo não possa ser identificado pelo receptor, não se trata de um gesto comunicativo. Com isso, os influenciadores tomam certo cuidado com as mensagens transmitidas, a fim de passar seu significado. No caso de Miquela, por exemplo, como se possui uma equipe por trás de suas postagens e comentários, preocupa-se com a transmissão e interpretação do conteúdo consumido, para que não haja falta ou até uma dupla interpretação. Apesar de viver apenas no mundo virtual, ela é uma figura pública, necessitando assim, que seus conteúdos sejam transpassados da maneira correta e haja uma correta significação.

A expressão “sujeito da comunicação” é correntemente utilizada de forma natural e pouco problematizada, conforme França (2017). Tanto pertence à representação do papel ativo dos indivíduos na produção e recepção das formas discursivas, como também relaciona-se ao sujeito social e sua natureza a pessoa atuante no mundo. Em uma primeira abordagem, encontrada nas teorias clássicas da comunicação, diz respeito à intervenção funcional desses personagens no processo comunicativo. Definidos como emissores, - possuem função de produzir; detém a iniciativa, o controle de decisões referente à emissão -, ou receptores - função de receber a mensagem; papel passivo; tomados como presas fáceis, nos primeiros estudos -, divide os elementos do processo em áreas específicas e autônomas.

Nos entendimentos das teorias que abordam a perspectiva da cultura popular, as pesquisas referentes ao emissor se referem às características de produção industrializada da

cultura, o papel do autor e criador. Ressalta-se que o tratamento do emissor pode modificar-se desde uma “autonomia absoluta (uma quase onipotência) até um quase servilismo à instância da recepção (aos desejos e demandas da esfera do consumo)”. (FRANÇA, 2017, p. 3)

Em contrapartida, os receptores que possuem um papel privilegiado diante das pesquisas em comunicação, voltadas ao estudo dos efeitos, eram reagentes mecânicos e homogêneos aos estímulos recebidos. Entretanto, o avanço das pesquisas traz uma nova visão em relação a esse polo, com a existência de diferenças individuais, nas quais estes são abastecidos de estruturas psicológicas complexas e, dessa forma, acomodam ou reagem distintivamente aos estímulos recebidos. Variáveis socioeconômicas e culturais são levadas em consideração na relação entre a reação de sujeitos em contextos e grupos específicos, uma vez que se foi percebido a diferença dos padrões estabelecidos pelo seu meio. Todavia, o receptor segue ocupando o fim da linha da cadeia de estímulo-resposta, afirma França (2017). Diminui-se a potência ao estímulo, identifica-se a presença de mediadores, mas o receptor permanece ligado à função de receber e reagir.

A nova perspectiva em relação à atenuação dos estímulos, renomada como estudos da recepção, traz uma crítica ao padrão informacional e à passividade do receptor. Esta busca a inserção dos indivíduos em redes sociais, as quais identificam o sujeito resistente, negocia os propósitos do emissor e proporciona usos singulares e diferenciados dos produtos/serviços consumidos. Entretanto, como ressalta França (2017), a ênfase na cultura como lugar onde os emissores e receptores se encontram em trocas dinâmicas, é assombrado pelo risco de que as instituições inseridas na cultura atuam com poder formativo e instrucional, assinalando roteiros de interação sobre os receptores. Traz-se novamente o estudo de receptores e emissores de forma distante, sendo analisados separadamente.

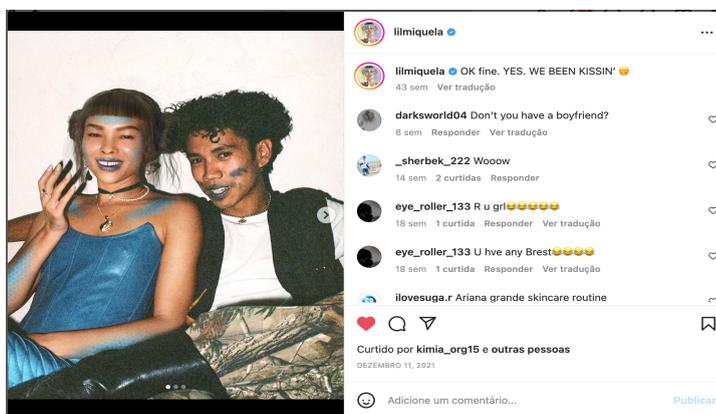
Dentre as análises das teorias da linguagem, ou abordagens de matiz semiótico, a ação do indivíduo diz respeito à sua associação com o produto discursivo, juntamente com a dinâmica de produção e/ou interpretação de sentidos. O sujeito produtor de discursos é o narrador, locutor, enunciador; aquele que constrói a narrativa, que produz um enunciado e também, a voz do discurso. Ou seja, sempre visto como um agente, um ser com intencionalidade. Já em relação ao receptor, em pesquisas mais recentes igualmente visto como indivíduo de escolha e ação, uma vez que recolhe e aplica o código disponibilizado pelo emissor, assim como interpretar, apropria-se fazendo outra produção de sentido, a partir de seu lugar. (FRANÇA, 2017)

Leva-se em consideração neste ponto, que o sujeito é uma abstração, uma marca textual, sendo que a análise de produtores e leitores permanece separada. Trazendo a

conceitualização de Stuart Hall (1996), sobre os graus de simetria / não simetria entre os símbolos de codificação e decodificação, França (2017) fala que, para além da estrutura de sentido produzida pelo codificador-receptor, a distribuição de sentido erguida pelo decodificador-receptor se dá a partir de distintas relações e posições estruturais entre eles. A autora também aponta sobre a presença de descontinuidade e indeterminação nas relações entre obra e o leitor, já que existe uma infinidade de possibilidades de interpretação inscritas na obra, enquanto estrutura de sentido. Vamos trazer um exemplo sobre a robô analisada.

Na seguinte imagem, Miquela traz uma fala ambígua referente à imagem apresentada. "Ok, tudo bem. Nós estávamos nos beijando 😘" (tradução nossa), aparece na legenda de uma sequência de fotos com um rapaz, que até então seus fãs desconfiavam ser "mais que um amigo". A reação de muitos seguidores foi questionar se ela já não tinha um namorado, ou relacionando ao fato de que robôs também podem ter sentimentos, questionando como essa questão funciona, outros já a parabenizaram pelo ocorrido, afirmando ser algo fofo, ou até mesmo comentando sobre seu look. Além de muitos comentários que questionam se a mesma seria um robô ou "real"³⁹. Aqui podemos ver diferentes formas hierárquicas pela relação construída para com seus seguidores e a diferente forma de interpretação que isso causa.

Imagem 7: Miquela's kiss



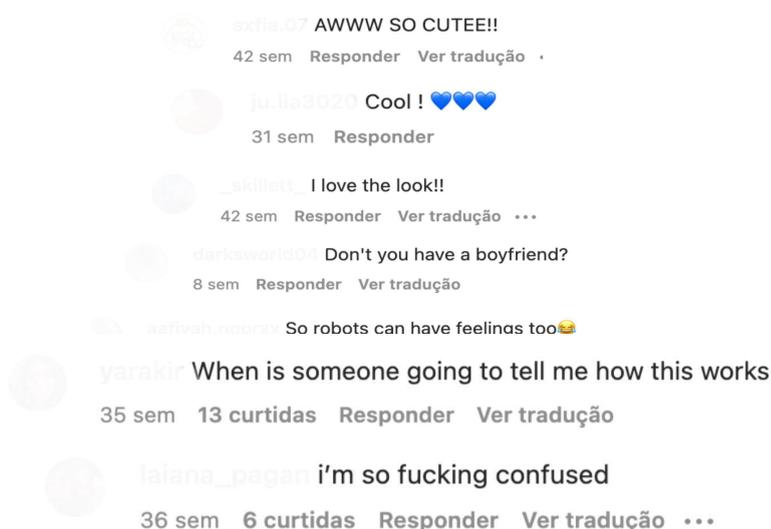
Fonte: Reprodução Instagram

Aqueles seguidores que já acompanham o perfil e criaram uma espécie de relação mais profunda, se sentiram felizes pelo ocorrido, ou questionaram sobre vestimenta e afins. Aqueles que não acompanham há tanto tempo, possuem dúvidas e questionam sobre esse ocorrido; e aqueles que estão chegando agora, ainda nem sabem se ela é uma robô ou não,

³⁹ Utilizamos a palavra "real" entre aspas, que algo que existe no mundo virtual, também é real, apenas não possui uma fisicalidade, como visto posteriormente.

demonstrando as formas interpretativas de um decodificador-receptor em relação à mensagem transmitida por Miquela, através de sua postagem, como se pode observar nos seguintes exemplos:

Imagem 8: Comentários



Fonte: Reprodução Instagram

Em outra matriz, de cunho sociológico, tem-se o sujeito social, um indivíduo do mundo. Dessa forma, são percebidos como classes - dominantes e populares -, marcados por variáveis socioeconômicas, o que França (2017) aponta como o peso das intromissões sociais, das relações pessoais dentro o desenvolvimento da exposição e aderência às mensagens midiáticas. Compreende-se, portanto, que a relação entre a mídia e os condicionamentos de outras interseções atuam no sujeito. Tal conceito aborda neste ponto o receptor enquanto sujeito social, de tal forma que não apenas recebem condicionamentos, mas agem como indivíduos de diferentes experiências. Traz-se aqui a problematização proposta por Barbero (1997) ao afirmar que os processos sociais estão transformando o objeto de estudo de pesquisadores, sendo o problema da identidade, a formação de novos sujeitos, a compreensão de diversas dimensões de conflitos sociais levam a:

Uma reconceitualização da cultura que nos confronta com essa outra experiência cultural que é a popular, em sua existência múltipla e ativa não apenas na memória do passado, mas também na conflitividade e na criatividade atuais. Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. (Martin-Barbero, 1997, p. 285).

Levando-se em consideração que, atualmente, mensurar os aspectos da vida social que atuam sobre o indivíduo, é “querer esquartejar algo que se dá como totalidade indistinta

(indivíduos, sociedade, mídia), e congelar algo que se vive como movimento, encadeamento” (FRANÇA, 2017, p.8), como se tem o processo de construção do sujeito? Para a autora, tal surgimento inicia-se na construção de uma identidade, que está diretamente relacionada com a noção do sujeito, já que os mesmos são dotados de uma identidade. Isso tem a ver com os discursos, objetos, práticas simbólicas, que nos estabelecem no mundo, informando assim, o lugar de relação com o outro e aos outros sujeitos. A construção das individualidades se faz discursivamente, ou melhor, o *eu* só existe como consequência das relações interpessoais. Dessa forma, seria Lil Miquela construída apenas a partir de suas relações para com seus seguidores e a análise de comportamento de público ou pode-se basear a construção de um personagem virtual a partir de desejos e objetivos de seus criadores?

Uma vez que o indivíduo está na presença de outros, estes, frequentemente buscam informações a seu respeito, uma vez que se interessam na sua identidade presumida - seja uma situação socioeconômica, o que pensa sobre si mesmo, na sua capacidade, etc., tais informações servem para definir a situação interacional, o que possibilita os outros a inteirar-se antecipadamente do que aquele sujeito esperará deles e o que podem esperar do mesmo. Como retrata Goffman (2002) sobre o processo de construção do *self*:

Se o indivíduo lhes for desconhecido, os observadores podem obter, a partir de sua conduta e aparência, indicações que lhes permitam utilizar a experiência anterior que tenham tido com indivíduos aproximadamente parecidos com este que está diante deles ou, o que é mais importante, aplicar-lhe estereótipos não comprovados. [...] Se conhecem o indivíduo ou estão informados a respeito dele, em virtude de uma experiência anterior à interação podem confiar nas suposições relativas à persistência e generalidade dos traços psicológicos, como meio de predizer-lhe o comportamento presente e futuro (GOFFMAN, 2002, p. 11).

Muitos fatos decisivos sobre determinada comunicação se encontram além do tempo e do lugar de interação ou encobertos na mesma. Por exemplo: as crenças e emoções de um indivíduo podem ser verificadas indiretamente através de suas revelações, de seu comportamento expressivo e involuntário, como afirma Goffman (2002). Dessa forma, o indivíduo com, ou sem intenção, irá expressar a si mesmo, algo que envolve duas espécies de diferentes atividades significativas. Uma que abrange os símbolos verbais, usados propositalmente para veicular a informação ligada a esses símbolos. E outra que compreende uma ampla gama de ações que podem ser consideradas sintomáticas daquele sujeito.

Em outras palavras, o *self* não é apenas uma construção social, mas o resultado de um embate, que se torna possível a partir de uma consciência reflexiva e na possibilidade de autoavaliação. A sociedade, portanto, não é uma totalidade exterior ou transcendente aos sujeitos, mas sim, existe através de uma atividade de cooperação entre seus membros. A vida social promove, por consequência, uma personalidade social, conhecida por Mead (2006)

como *self*. Este se compreende como uma condensação reflexiva entre o *eu* e o *mim*, sendo o *eu*, a ferramenta instintiva e princípio de espontaneidade e criatividade de cada sujeito; e o *mim* referente à interiorização das imagens e expectativas dirigidas pelos outros. “O *self* é essencialmente um processo social que se desdobra em duas fases distintas, o “eu” e o “mim”: o “eu” convoca o “mim” e lhe responde. Tomados juntos, eles constituem a personalidade tal como ela se manifesta na experiência social.” (MEAD, 2006, p. 242) Sendo o indivíduo dotado de um *self* aquele que consegue se colocar no outro e tornar-se por fim, um objeto para si mesmo.

Assim, não se fala de um indivíduo no singular, já que as relações constituem tal sujeito. Trata-se, portanto, de uma dupla determinação: são seres interlocutores, que falam uns com os outros, que não antecedem relação, mas resultam-se dela. Estes são claramente sujeitos à comunicação, como proclama França (2017): “um sujeito que produz gestos significantes para afetar o outro, sendo antecipadamente afetado pela provável e futura afetação desse outro” (FRANÇA, 2017, p. 14). Trata-se, portanto, da copresença e mútua afetação. Os indivíduos aqui são constituídos através da relação e presença de um e do outro, a partir da capacidade de geração de gestos significantes. Tem-se, portanto, que a construção do *self* que representa Miquela, pode sim, ser afetada pelas interações e relações construídas com seus seguidores. Mas pontua-se aqui, que este assunto será mais bem trabalhado e detalhado posteriormente, uma vez que para tal fim, é necessário analisar os tipos de laços criados em relação a tais interações.

Além disso, vale trazer a questão atual dentre o ciberespaço, mais especificamente o que engloba as redes sociais⁴⁰ em que os atores são fundamentados como *nós* e suas conexões para com os outros, como laços sociais - laços fortes ou fracos. Conceituam-se os atores como sujeitos que não são imediatamente perceptíveis, graças ao distanciamento físico presente nas interações virtuais. Segundo Recuero (2009) a apropriação de ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelas pessoas é capaz de causar um desenvolvimento de certa individualização e definitiva construção de uma identidade virtual. Tal apoderamento atua como um *self* do ciberespaço.

Em vista disso, os atores podem ser entendidos como os indivíduos que interagem através dos dispositivos comunicacionais que são mediados por computador, que refletem os autores de suas publicações. Sendo que um único sujeito pode utilizar-se de diferentes sistemas de interação, complexificando assim suas redes sociais (RECUERO, 2009).

⁴⁰ No presente projeto serão a base para os estudos de sistemas sociais, mais especificamente as interações entre Miquela Sousa e seus seguidores.

Mesmo que na sociabilidade face-a-face o corpo seja fundamental para o funcionamento da interação, dentro do ciberespaço, isso não é necessário. O espaço virtual ficou famoso pela possibilidade de que o internauta possa preservar sua identidade, caso deseje, a partir da representação *eu* via corpos virtuais, a fim de suprir essa essência de expressões e emoções. Isso faz com que muitos se sintam amparados pelo anonimato, que também propicia o desenvolvimento do imaginário que ronda a usabilidade das novas tecnologias (BALDANZA, 2006).

Na realidade virtual, as constantes trocas de identidade podem se tornar um hábito, assim, além de desafiar o limite do tempo e espaço, tal atitude pode significar o enriquecimento ou ilusão. “A ausência de um corpo físico nas interações mediadas por computador então favorecem a experimentação de outras identidades ou outros ‘eus’”. (BALDANZA, 2006, p.7). Nesse sentido, o indivíduo possui a liberdade de estigmas impostos pela sociedade, em relação à sua aparência, classe social e econômica, profissão, nacionalidade, etc. Ou seja, se pode experimentar, dentro do ciberespaço, o que não se é, ou mesmo, ser aquilo que não se tem coragem de ser dentro de seu espaço social territorial. Entretanto, a autora aborda a questão de que, tal possibilidade, não anula a inevitabilidade de que sejam expressas as emoções corporais. Em um mundo em que a interação é mediada por computador, o *eu* é variado, fluído e consolidado nas interações com a rede gerada pelas máquinas.

3.1. Interação no meio virtual

Para que seja possível conceituar a interação mediada no meio virtual de forma mais efetiva, torna-se necessário analisar previamente a interação social conceituada por Goffman (2019), apesar de o foco do autor ser em examinar a interação social identificada como aquilo que ocorre estritamente e unicamente em situações sociais, ou seja, quando duas ou mais pessoas estão na presença de um e de outro. Pode ser nomeada como ordem da interação, um tipo de domínio *face a face* analiticamente inviável, como apresenta Goffman (2019), ao afirmar que tal competência, cujo método de estudo é a microanálise. Algo que se passa na presença imediata dos outros, durante a vida, em outras palavras, como levanta o autor, “quaisquer sejam nossos feitos, eles provavelmente serão, em sentido estrito, socialmente situado”. (GOFFMAN, 2019, p. 574). Sendo assim, é possível esperar algum tipo de consequência, ou efeito, mesmo que pequeno:

Essas consequências têm sido tradicionalmente tratadas como “efeitos”, ou seja, como indicadores, expressões ou sintomas de estruturas sociais tais como relacionamentos, grupos informais, faixas etárias, gênero, minorias étnicas, classe sociais, entre outras, sem a preocupação de tratar esses dados em seus próprios termos. A dificuldade, é claro, está em diferenciar e conceituar esses efeitos, grandes ou pequenos, de modo que o que eles compartilham possa ser extraído e analisado, e de modo que as formas da vida social das quais eles derivam possam ser separadas e catalogadas sociologicamente, permitindo que o intrínseco à vida interacional seja, assim, exposto. Desse modo, pode-se passar do meramente situado para o situacional, ou seja, daquilo que está incidentalmente localizado em situações sociais (e poderia sem grandes mudanças estar localizado fora delas), para o que só pode ocorrer em encontros face a face (GOFFMAN, 2019, p. 575).

Isto posto, há dentre esse tipo de interação, uma fase pequena, que pode ser latente ou dormente, visto que a postergação de uma atividade interacional iniciada tem efeito relativamente expressivo sobre a mesma e não pode ser muito esticado, sem que se altere fortemente o que estava ocorrendo (GOFFMAN, 2019). Isso, graças à ordem da interação, analisada por Goffman (2019), na qual a imersão e envolvimento dos membros são sempre decisivos, portanto, tais estados cognitivos não podem ser mantidos por períodos de tempo longos ou conservar-se a lapsos forçados ou interrupções.

Na medida em que os indivíduos se encontram na presença de outrem, uma condição se torna primordial na vida social e se torna acentuada, qualquer seja, seu caráter proeminente e notório. Não somente se tem a aparência e conduta como evidências dos status, mas também a linha do olhar, intensidade de envolvimento e a forma das ações iniciais. Tais aspectos permitem que os demais possam captar a intenção e propósito imediatos, estando ou não engajados no momento de interação. Ou seja, quando se está na presença imediata do outro, o sujeito necessariamente vai se deparar com a probabilidade do território pessoal. Por definição, Goffman (2019) aponta que é possível participar de situações sociais, apenas se nossos corpos estiverem presentes. Algo que os tornam vulneráveis, em virtude das operacionalizações que os outros trazem com seus corpos⁴¹. E, quando se encontram na presença de outrem, os sujeitos são perfeitamente posicionados para compartilhar um foco em comum de atenção, compreendem assim, que o fazem e que percebem que percebem sua ação.

Conjuntamente com a capacidade de apontar seus próprios cursos de ação física e disseminar rapidamente reações a tais indicações feitas, fornece dessa forma, a precondição para algo essencial: “a íntima e sustentada coordenação da ação, seja em apoio a tarefas estritamente colaborativas ou como meio de acomodar tarefas adjacentes” (GOFFMAN, 2019, p. 576). A fala, conforme o autor, aumenta consideravelmente a eficiência dessa

⁴¹ Característica que se altera em uma interação na web, uma vez que não há presença do corpo físico, mas sim, de um avatar criado especificamente para este meio, a ser explicado posteriormente.

coordenação, sendo particularmente importante quando algo não sai da forma esperada. A mesma permite que os assuntos que se encontram fora da situação de interação, sejam trazidos para o meio colaborativo e permite a negociação dos planos com relação aos assuntos que serão abordados para além da circunstância presente.

Outro assunto: a caracterização que um indivíduo pode fazer de outro em virtude de ser capaz de observar e ouvir diretamente esse outro é organizada em torno de duas formas fundamentais de identificação: a categórica, que envolve localizar o outro em uma ou mais categorias sociais, e a individual, pela qual o sujeito observado é preso a uma identidade distintiva única pela aparência, tom de voz, menção ao nome ou a outro dispositivo de diferenciação de pessoas. Essa dupla possibilidade – identificação categórica e individual – é decisiva para a vida interacional em todas as comunidades, exceto nas antigas comunidades pequenas e isoladas, sendo também efetivamente presente na vida social de algumas outras espécies. (GOFFMAN, 2019, p. 577)

Ou seja, perante a presença imediata de outros, os seres se deparam necessariamente com a probabilidade do território pessoal⁴², tornando-se, assim, vulneráveis a reações de outrem, seja por aplicação não negociada de força, ou por trocar coercitivas⁴³, por suas palavras e gesticulações. A territorialidade pessoal não deve ser entendida apenas em termos de proibições, ameaças e restrições. Existe uma dualidade de uso, essencial em todas as sociedades, portanto, isso pode se ter como a presunção de uma cortesia, ou sinal de afeto oferecido. A vulnerabilidade ritualística tem-se também como os recursos rituais de cada pessoa (GOFFMAN, 2019).

Ressalta-se que, em situações sociais, tais probabilidades e riscos serão encarados e têm seus efeitos iniciais. São situações sociais que oferecem o teatro natural no qual todas as exhibições corporais são apresentadas e lidas (GOFFMAN, 2019, p. 578). É evidente, de acordo com o autor, que cada integrante entra em uma situação social trazendo consigo uma biografia já carregada de situações anteriores.

Já no mundo virtual, onde não há a presença do corpo físico, o computador proporcionou uma grande diversidade de ferramentas para que se pudesse estabelecer a comunicação. Onde a linguagem escrita é oralizada, e assim constroem-se linguísticas específicas e novos padrões de cooperação. A interação mediada por computador apresenta alguns elementos distintivos. Inicialmente, Recuero (2009) aponta o privilégio do anonimato em desfavor à identificação. Assim, torna-se comum que a linguagem e os contextos comunicacionais utilizados no ciberespaço sejam apropriados pelos atores como elementos de

⁴² Concebe-se aqui a definição de território pessoal no ciberespaço, como as páginas de redes sociais pessoais, criada por determinada pessoa, na qual a mesma possui a liberdade de se portar da maneira que preferir, sem ferir, logicamente, as regras de convivência expostas no regulamento de cada rede.

⁴³ “Aquela barganha tácita pela qual nós cooperamos com o agressor em troca da promessa de não sermos machucados tanto quanto nossa circunstância permitiria”. (GOFFMAN, 2019, p. 577)

construção de identidade. Outro componente proporcionado por esse tipo de interação é o distanciamento físico entre os integrantes, mas que ainda pode funcionar como uma espécie de interação face-a-face. Completivo a isso, um aspecto importante desse tipo de interação é a persistência das informações no tempo, fazendo com que possam ser acessadas em momentos temporais diferentes daquele em que foram produzidas. Recuero (2009) ressalta que esse tipo de comunicação ainda privilegia o texto, entretanto, em tempos atuais é possível notar uma certa diferença a esse conceito, já que há cada vez mais a criação de mídias sociais que priorizam imagens, vídeos e áudios, como *Tik Tok*, *Podcasts* e até o próprio *Instagram*⁴⁴.

No entanto, a mediação por computador institui barreiras tecnológicas que a Interação face-a-face não possui. Dado que a forma de comunicação varia de acordo com as tecnologias presentes, para compreender a comunicação, é necessário entender a ferramenta como um meio. Recuero (2009) levanta as palavras de Reid (1991) ao afirmar que a interação mediada pelo computador pode se dar de forma síncrona⁴⁵ ou assíncrona⁴⁶. Entretanto, tais ferramentas também podem ser utilizadas de ambas as formas. Por exemplo: espera-se que uma mensagem no *inbox* do *Instagram* seja respondida de forma imediata, entretanto, a mesma pode ser refutada em um espaço de tempo diferente.

Diferenciando-se desta visão tecnicista da interação ao abordar os meios não apenas no que tange à transmissão, Primo (2003) busca pensá-los em sua capacidade de mediar a comunicação. Seguindo essa visão, o autor buscou justamente dentre as teorias da comunicação interpessoal e na biologia do conhecimento a elucidação para uma crítica ao tecnicismo, em relação ao que foi denominado pelo mesmo de interação mediada por computador. Assim, a partir de um olhar focado ao longo do que se transcorre entre os usuários do ambiente virtual, o autor propôs dois tipos de interação mediada pelo computador, sendo eles:

As **interações reativas** são marcadas por predeterminações que condicionam as trocas interacionais⁴⁷. Primo (2003) afirma que esse tipo de interação necessita ser determinada a partir das condições iniciais⁴⁸, dado que, caso sejam ultrapassadas, o sistema interativo poderá

⁴⁴ Ver PRIMASIWI, Claudia; IRAWAN, M. Isa; AMBARWATI, Rita. **Key Performance Indicators for Influencer Marketing on Instagram**. Atlantis Press: EUA, 2021.

⁴⁵ Permitem que haja uma expectativa de resposta imediata, em um mesmo espaço temporal, com um chat online. (RECUERO, 2009)

⁴⁶ Nesse tipo de interação não há a expectativa de uma resposta imediata, mas sim, alargada no tempo. (RECUERO, 2009)

⁴⁷ Vale se atentar que as interações mútuas mediadas pelo computador são viabilizadas pelas interações reativas, as quais são estabelecidas pelos participantes para com seus computadores.

⁴⁸ “Relações potenciais de estímulo-resposta impostas por pelo menos um dos envolvidos na interação”. (PRIMO, 2003, p. 280)

ser brutalmente interrompido. Mesmo com contextos variados, por ser um caminho previsível, uma mesma troca reativa pode ser repetida a esgotamento.

No momento em que há a participação de uma ou mais máquinas, é possível verificar a presença de certas limitações durante o processo interativo, que podem prejudicar ou inviabilizar o desenvolvimento da relação. Isso ocorre devido à pré-determinação de sua formatação. Por exemplo, conforme Primo (2003), caso uma pessoa interaja com um *chatbot*, essa terá de se adaptar de acordo com a formatação exigida, incorporando-se dentro das condições e limites previstos. Determinados sistemas informáticos de monitoramento, admitem que a máquina faça uma contínua verificação de outros computadores na rede, além de examinar a capacidade de resposta de cada servidor e sua respectiva velocidade de retorno, de acordo com Primo (2003).

Isto posto, a relação entre as máquinas é regida por instruções que as fazem reagir conforme o esperado por seus programadores⁴⁹. Logo, tal relacionamento não é produzido entre as mesmas, não existindo, portanto, a característica da interação mútua. Para os computadores, não existe um conflito a ser resolvido, apenas uma ação de funcionar.

Por outro lado, a **interação mútua**⁵⁰, na qual os integrantes se confraternizam em torno de diversas problemáticas, aproxima-se da comunicação interpessoal e grupal. Isto posto, as soluções encontradas são apenas momentâneas⁵¹, dado que a própria relação entre os membros é um revés e necessita de constante negociação. Cada atitude manifesta um impacto consequente sobre a relação e o comportamento dos participantes, ou seja, o relacionamento de ambos será definido ao mesmo tempo em que ocorrem os episódios interativos. Constitui-se, assim, que a interação mútua é atualizada constantemente através das ações de um integrante, em relação ao outro. Não sendo uma simples somatória de ações individuais. (PRIMO, 2003)

Sustenta-se que a interface do computador pessoal é fundamentada em como a pessoa lida com as informações, assim o computador interpessoal estará associado à forma como as pessoas se relacionam. Dessa forma, Primo (2003) atenta-se ao fato de que nem todas as interações digitais podem ser equiparadas às interpessoais e, no momento em que podem ser equiparadas, deve-se ao foco dos observadores em seus pólos estarem artificialmente

⁴⁹ Alguma alteração dentre esse intercâmbio de informações será considerada como um erro e poderá interferir diretamente na interação. (PRIMO, 2003)

⁵⁰ Assim como uma interação face a face, o diálogo estabelecido no Instagram de Miquela, pode ser tão construtivo quanto ou até mais. Uma vez que seus seguidores interagem continuamente com suas publicações de seu dia a dia. Entretanto, estas não se dão de forma espontânea, uma vez que são pensadas e planejadas por uma equipe.

⁵¹ Podem participar de futuras problematizações. (PRIMO, 2003)

separados. Logo, para que se possa entender a comunicação mútua, é necessário evitar uma observação exclusiva referente ao comunicador individual, ou seja, a interação trata de uma ação conjunta, portanto, deve ser reconhecida em seu contexto global dentro do sistema.

As interações mútuas apresentam uma processualidade que se caracteriza pela interconexão dos subsistemas envolvidos. Além disso, os contextos sociais e temporais conferem às relações construídas uma contínua transformação. Essas são questões que serão tratadas a seguir. Uma interação mútua não pode ser vista como uma soma de ações individuais. Entende-se pelo princípio sistêmico de não-somatividade que esse tipo de interação é diferente da mera soma das ações ou das características individuais de cada interagente (diz-se até que a interação é mais que a soma de seus elementos constituintes) (PRIMO, 2003, p. 99).

A comunicação interpessoal não poderá ser reduzida ao simples envio e recepção de mensagens. Dessa forma, o autor utiliza-se das passagens de Watzlawick *et al* (1967) em que a atenção é voltada para o aspecto relacional das interações e da contínua definição ou redefinição das relações geradas entre os participantes. Dessa forma, cada um oferece mutuamente alguma definição para tal relacionamento. Em outras palavras, buscam definir a natureza do contato. Sendo assim, os integrantes reagem de acordo com sua caracterização da ação, podendo assim confirmar, rejeitar ou até modificar o outro.

Isto é, independente da definição interacional, é possível atestar que em ambos os casos, o comportamento de cada pessoa afeta e será afetado pelo comportamento de outrem⁵². Tais tipos de relações possuem estruturas diferentes que podem alterar a complexidade de um laço social:

Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão destes laços canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões destas relações – a estrutura da rede social – organiza os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito. (WELLMAN, 2001, p.7 tradução RECUERO, 2009)

Os laços podem ser fortes ou fracos, dependendo da quantidade de tempo, intimidade e intensidade emocional entre os indivíduos inclusos. Quanto mais forte um laço, mais íntimo e intenso é a relação com intencionalidade de se manter o contato entre os sujeitos, como também, mais concretas e amplas as vias de trocas sociais serão. Os laços fracos são caracterizados por interações mais esparsas que não demonstram grande afeição. Pressupõe-se, portanto, que os laços possuem algum nível de reciprocidade em sua constituição, que pode variar. “Quando os laços que conectam dois indivíduos possuem forças diferentes nos dois sentidos, trata-se de laços assimétricos. Já os laços são considerados

⁵² Pertinente retratar que a interação mútua em ambiente virtual também se constrói através de fatores contextuais. E tal relação se difere de um *chatbot*, cujo comportamento já está previsto em sua programação, em que, durante as interações mediadas por redes informáticas, se transformam a cada interação em que se engajam (PRIMO, 2003)

simétricos quando têm a mesma força nos dois sentidos”. (RECUERO, 2009, p. 4) Entretanto, a autora reforça a dificuldade de identificação de um laço social dentro da internet, posto que para tal reconhecimento é necessário que se analise a estrutura sistemática e do sentido das interações que acontecem em dado espaço entre certos atores. Características estas que são constituições da interação mediada por computador.

Já Baldanza (2006) aponta o fato da facilidade de *ir e vir* nos ambientes comunicacionais em ambiente virtual. As pessoas que se comunicam entre si, não se conhecem na grande maioria dos casos, portanto, o abandono da conversa é algo bem simples. Dessa forma as interações não presenciais, podem, muitas vezes, ser consideradas como um laço fraco.

Contudo, no meio digital, os tipos de relações tendem a ser das mais variadas formas, já que nesse espaço circulam diferentes tipos de informação em diversos sistemas. Tais características podem implicar em laços sociais mais multiplexos⁵³ e conseqüentemente mais fortes, como afirma Recuero (2009). Diferente de um contato face-a-face, as interações virtuais não possuem características corporais e, por isso, o caminho mais comum de um primeiro contato estabelecido com outras pessoas, são as redes sociais - como *Instagram*, *Tik Tok*, *Facebook*, *Youtube* e afins -, que instituem condições para que a preliminar ausência de um corpo físico e expressões corporais sejam supridas. Recuero (2009) apresenta um quadro referente ao aspecto estrutural de uma conversação que pode ser analisada através dos aspectos entre as mensagens, nos quais é possível se depreender de uma estrutura da rede social. “O aspecto semântico auxilia na compreensão do significado das mensagens, de onde é possível depreender o conteúdo dos laços sociais”. (RECUERO, 2009, p. 9)

Quadro 1: Aspectos de análise para Recuero

Aspectos Semânticos	Aspectos Estruturais
<i>Conteúdo</i> das interações	<i>Sequenciamento</i> das interações
<i>Identificação</i> dos pares conversacionais	<i>Estrutura</i> dos pares conversacionais
<i>Negociação</i> dos turnos de fala	<i>Organização</i> dos turnos de fala
<i>Reciprocidade</i>	<i>Persistência</i>
<i>Multiplexidade</i>	<i>Migração</i>

Fonte: (RECUERO, 2009, p. 9)

⁵³ Laço composto por relações variadas, em diferentes plataformas. (RECUERO, 2009)

A partir das colocações da autora no quadro, tem-se:

- a. Conteúdo e sequenciamento das interações:** os primeiros aspectos a serem buscado dentro da análise de uma conversa são: o conteúdo e sequenciamento. Sendo o primeiro, o auxílio para a percepção do aspecto semântico que complementa e auxilia essa compreensão. Já o segundo, é a forma com que se compreende qual momento vem antes ou depois e com qual interação é relacionada. (RECUERO, 2009) Exemplificando, para uma melhor visualização:

Imagem 4: waterproof



Fonte: Reprodução Instagram

Nesta troca de comentários entre seguidores de Lil Miquela, pode-se identificar a presença de um sequenciamento na interação, posto que, inicialmente vê-se o nome de usuário do primeiro ator - fato importante para saber com quem se fala. A figura do primeiro comentário, do usuário @maggy_neeva refere-se a uma relação social anterior aos comentários: “Espere, você é um robô, certo? Então, por que na água?” (tradução nossa). No caso, a foto postada por Miquela, em que se encontra em uma banheira com água⁵⁴. Já o comentário feito por @roxy_x_nex_lovers, também na mesma figura, é uma resposta ao usuário anterior: “A prova d’água, eu acho” (tradução nossa).

- b. Identificação e estrutura dos pares convencionais:** Visto que as interações em uma conversa assíncrona mediada pelo computador, podem se dar em diversas plataformas, para que se compreenda da melhor forma tais estruturas conversacionais, é necessário identificar os pares convencionais. Em outras palavras: detectar quais mensagens estão relacionadas a tais outras e qual mensagem é a resposta para qual ator. (RECUERO, 2009)

⁵⁴ A postagem se encontra no link: <https://www.instagram.com/p/CaKwqhBOZEB/>

Aqui, os comentários acima mostrados podem servir de exemplo, já que o primeiro comentário, da imagem 4, se refere à postagem feita por Miquela, enquanto o segundo se refere ao primeiro comentário. Deve-se levar em conta aqui, que se trata de uma conversação assíncrona, posto que o primeiro foi feito há 25 semanas, ou seja, no dia 4 de maio de 2022, enquanto o segundo foi feito há 12 semanas, o que se refere ao dia 31 de julho de 2022. E, conforme a autora, em conversações assíncronas, que podem aparecer em ferramentas diferentes ou espaço de tempos diferentes, a identificação dos pares convencionais é mais trabalhosa.

- c. Negociação e organização dos turnos de fala:** tais pontos de análise, fundamentais para o acompanhamento do observador, podem se dar pelo próprio sistema ou pela apropriação do mesmo pelo sujeito (RECUERO, 2009).

No exemplo acima retratado, é possível identificar o uso do @ a fim de identificar com quem se fala. No caso do segundo usuário, tem-se o uso do @ referente ao primeiro, com intuito de identificar a quem se responde. O estudo dessas estruturas auxilia a compreender como acontecem os turnos de fala, o que reflete diretamente no sentido de fala de cada usuário e suas relações sociais. Neste exemplo, é plausível constatar que os indivíduos não têm uma proximidade, portanto, esta talvez possa ser a única interação entre ambos.

- d. Reciprocidade e persistência:** examinar apenas uma mensagem trocada entre atores, é insuficiente para que se perceba as relações sociais envolvidas, assim, o nível de reciprocidade indica a persistência da conversação, em termos da quantidade e valor das interações. (RECUERO, 2009). Segue o exemplo a seguir:

Imagem 5: 19 years old robot



Fonte: Reprodução Instagram

No caso acima, vê-se uma conversação entre três atores em que a reciprocidade se dá ao momento em que os indivíduos @zaratears e @yisuschristo se referem à resposta de Miquela: “@zaratears ainda não! Ainda estou um pouco confusa... Mas descobrindo mais, vou deixando todos vocês atualizados ❤️”. (tradução nossa). Já o fato da persistência pode ser identificada em relação ao contexto levantado na legenda da postagem - “Pode tudo! Fazendo um vídeo para explicar TUDO, deixe seu Q nos comentários e eu farei o meu melhor”. (tradução nossa) - não aborda especificamente o USB retratado no primeiro comentário - “Aquele USB te deu as respostas que estava procurando?” (tradução nossa) -, mostrando que esta não é a primeira interação que pode ser localizada.

- e. **Multiplexidade e migração:** a quantidade de interações estabelecidas entre si, com fins de formar uma conversação, através de várias relações em diferentes ferramentas, pode indicar a força de um laço entre os atores. A interação síncrona tende a ser menos multiplexa, posto que se utiliza de menos ferramentas para estabelecer as relações sociais. (RECUERO, 2009)

Imagem 6: hard feelings

lilmiquela HARD FEELINGS is OUT NOW. It's a big song about a little man, but sometimes minor situations can lead to major growth. LINK IN BIO Y'ALL.

Fonte: Reprodução Instagram

Com a possibilidade de interações assíncronas em diferentes plataformas, os usuários se sentem mais conectados com aqueles que possuem algum tipo de interação em mais de uma rede. No exemplo acima, conseguimos identificar que Miquela convoca seus seguidores a acessarem seu perfil em outra plataforma, com um link na biografia: “Sentimentos difíceis, acabou de sair. É uma grande canção sobre um pequeno homem, mas às vezes, as menores situações podem te levar ao maior crescimento. Link na bio pessoal” (tradução nossa).

Tendo em vista a interferência que as novas mídias podem ter sob as formas interacionais e a importância de se analisar a interação mediada pelo computador estabelecida na rede social *Instagram*, entre um personagem virtual e humano, torna-se necessário analisar a forma de interação mais adequada em relação ao momento atual. Além de, claramente,

analisar a forma de interação realizada por Miquela e seus seguidores. Mas primeiramente, como podemos conceituar Miquela e os avatares populares na Internet? Seriam eles também, influenciadores digitais? E em que essa categorização diferencia o tipo de interação que Miquela terá com seus seguidores?

4 INFLUÊNCIA NAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS

Na sociedade contemporânea, as celebridades têm um papel significativo na cultura popular, exercendo influência sobre a opinião pública e moldando atitudes, crenças e comportamentos. A exposição midiática e o culto à celebridade são fenômenos que têm se intensificado com o uso exacerbado das mídias sociais, ampliando a visibilidade e o alcance desses indivíduos. A noção dessa categoria de pessoas famosas é um tópico amplamente discutido e estudado em diversas áreas acadêmicas, incluindo a sociologia, a psicologia e a comunicação social.

Para a maior parte das pessoas, a palavra “celebridade” lembra quase que automaticamente um ator, um cantor muito conhecido ou até mesmo aquelas figuras públicas que são conhecidas internacionalmente pelo seu status social, como uma figura política. Em outros termos, pensar em uma celebridade, dentre a mídia tradicional, pode ser associada a uma conquista, talento ou posição. Entretanto, como pontua Abidin (2018), tal reconhecimento de celebridade através da fama, nem sempre se atrela a tais fontes racionais e tangíveis.

A autora, aponta o estudo de Graeme Turner que mostra que mesmo que algumas celebridades acabam no centro das atenções de “paraquedas”, graças às suas realizações, muitas continuam a atrair atenção do público por períodos muito além da instigação inicial, mesmo que não sigam um caminho de se comprometer com a fama. “Isso ocorre, por exemplo, quando a mídia começa a relatar a vida privada de atores, músicos ou políticos de cinema e televisão, mesmo que esses assuntos não estejam diretamente ligados às habilidades ou cargos que os tornaram publicamente famosos” (ABIDIN, 2018, p. 4 *tradução nossa*⁵⁵). Já que, quando o público começa a se interessar por uma pessoa não mais pelo seu feito, mas sim, por sua vida pessoal e a identidade em si, a celebridade se torna apenas uma figura pública. Ou seja, embora a celebridade seja tradicionalmente conhecida por alguma qualidade inata, a cultura contemporânea das celebridades mudou, a fim de se concentrar em pessoas e coisas que geralmente são construídas. Assim a qualidade dessas celebridades não surgem de forma natural, mas sim construída por meio de um processo.

Tal construção se dá a partir da cobertura intencional da mídia sobre determinada pessoa, transformando-a em mercadoria, atribuindo qualidades especiais a ela e a enquadrar

⁵⁵ “This occurs, for instance, when the media starts to report on the private lives of cinema and television actors, musicians, or politicians, even if these affairs are not directly connected to the skills or positions that first made them publicly famous.” (ABIDIN, 2018, p. 4)

como dignas de nossa atenção. Abidin (2018) afirma que a criação de celebridades é um negócio em rede, que compreende especialistas em diversas áreas e é facilitado por trabalhos especializados no meio midiático, como editores de revista.

Os processos comunicacionais e interacionais se tornam cada vez mais fundamentais para que o sujeito seja identificado e, dessa forma, possa obter conhecimento sobre si próprio. A criação de um *eu* virtual, - já definido por uma estrutura nas práticas horizontais dos adolescentes, para quem a autorrealização passa principalmente pelo reconhecimento de uma identidade pessoal -, permite e realça a falta de autenticidade nas relações narcísicas que os sujeitos mantêm em cada uma de suas diferentes vidas no mundo virtual, de acordo com Fajnwaks (2021). O prazer de interagir muitas vezes é superior a encontrar a coisa mais real que o outro tem: seu corpo. Dessa forma, a cultura digital explora o corpo, mercantilizado como mais um objeto de consumo, o que agrega a dimensão exibicionista que a imagem facilmente acessível permite. Algo que é possível identificar no caso de Miquela, uma vez que o corpo da personagem é mercantilizado a todo o momento, inclusive em sua criação, já que todos seus aspectos imagéticos foram criados a fim de atingir o público desejado, criando, assim, os influenciadores digitais.

Seguindo a linha de pensamento, os influenciadores digitais recebem esse status não por qualquer variedade de talento que possam demonstrar mas, sim, por sua capacidade específica de atrair a atenção na internet, que pode variar drasticamente de acordo com o nicho de interesse.

A ideia de celebridade no mundo virtual remete a um tipo de pessoa com presença midiática e grande visibilidade online, mas também pela visibilidade em mídias tradicionais, que podem ter a atenção migrada para os meios digitais - que pode ser atribuída através de qualidades positivas ou negativas. Sendo assim, a audiência que recebe a informação e assiste, reconhece e confere o principal atributo recebido por tais celebridades. Quando se pensa em influenciadores digitais, tal presença midiática que se ressalta, costuma ser positiva, deste modo, estes mantêm sua fama através da reputação positiva, por isso, buscam formas de sustentar essa qualidade, a fim de incrementá-la e monetizá-la. Portanto, têm-se os influenciadores como um tipo específico de celebridades da internet, posto que buscam transformar sua visibilidade online em uma carreira remunerável: "Se pensarmos nas operações dos influenciadores digitais, o que eles costumam fazer é usar as plataformas de redes sociais para divulgar revelações muito íntimas e novidades constantes de sua vida privada" (ABIDIN, 2021, p. 290 tradução KARHAWI, 2021).

Com isso, os influenciadores digitais utilizam seu conteúdo para divulgação

publicitária, anúncios e mensagens pagas. Apesar de o presente trabalho não se delinear em âmbitos de marketing, torna-se necessário abordar tal conceito, para uma prévia contextualização dos assuntos a serem abordados. Mas para isso, é preciso investigar o motivo pelo qual o marketing de influência é tão utilizado atualmente. Acredita-se que a necessidade de exposição sempre esteve junto à humanidade, mas Sibilia (2007) levanta a questão da escrita de diários, como forma de expor os relatos pessoais. Atualmente, essas passagens que eram algo pessoal, se tornaram de conhecimento público e são feitas em diversas plataformas virtuais, por exemplo, os *stories* do *Instagram*, nos quais a pessoa tem a possibilidade de fazer postagens instantâneas que exibam seus momentos pessoais. Pode-se identificar isso com uma forma de se sentir incluído socialmente, de compartilhar seus sentimentos com alguém (SIBILIA, 2007).

A partir do momento em que as celebridades podem ser preparadas por especialistas na indústria da mídia, qualquer pessoa comum pode ser preparada para se tornar uma influenciadora. “À medida que os formatos de mídia evoluíram e os gêneros televisivos se diversificaram, as pessoas comuns estavam cada vez mais alcançando fama instantânea como convidados em programas de entrevistas” (ABIDIN, 2018, p. 5 *tradução nossa*⁵⁶), principalmente em programas nos quais colocam pessoas comuns sob holofotes para ter suas vidas privadas e questões pessoais transformadas em espetáculo público e assuntos com fins comerciais. Dado pela autora, como a proliferação da fama sendo anexada à experiência vivida do comum. Ou seja, ter experiência em primeira mão de algum acontecimento significativo ou divulgação de algo digno de atenção em suas vidas privadas.

Além disso, as pessoas comuns não possuem filtros ou são orquestradas como as celebridades tradicionais, que são altamente treinadas em comportamento e gerenciamento de impressões e assim, expressam mais suas emoções humanas e intensas perante determinados acontecimentos. Deste modo, a capacidade do público de se identificar com as emoções transpassadas na tela contribui para a sensação de que as celebridades comuns são mais autênticas do que as celebridades tradicionais, apesar de que as primeiras podem ser apenas um reflexo de algo altamente criado para o fim do sucesso. (ABIDIN, 2018)

Desse modo, a demanda de pessoas com interesse ávido em saber o que se passa na vida alheia é cada vez maior. Por tal motivo, a gama de pessoas comuns se expondo através de tais plataformas é extensa. “O desejo de exaltação da própria vida e de curiosidade da vida alheia torna-se um instrumento do capital, que se utiliza da capacidade criativa da sociedade,

⁵⁶ “As media formats evolved and television genres diversified, ordinary people were increasingly attaining flash fame as guests on talk shows.” (ABIDIN, 2018, p. 5)

transformando-as em mercadoria” (SIBILIA, 2007, p. 39). No entanto, não é só porque existe uma presença crescente de vidas comuns sendo expostas que qualquer pessoa consegue ser famosa meramente por divulgar sua vida cotidiana, o que chama a atenção, é o valor do entretenimento. A fama é ligada apenas à formas particulares de vida cotidiana que cativam a audiência, sendo assim, nem todos têm a oportunidade de alcançar a fama, como afirma Abidin (2018). Neste âmbito, as representações aparentemente autênticas, podem ser meramente uma produção calculada de entretenimento sobre a forma de acesso democrático, dependendo do caso.

Como abordado posteriormente, é possível validar que a construção da identidade virtual de um sujeito se atrela à comunidade como um todo e Hall (2010) levanta o ponto de que por esse motivo, a noção da realidade moderna está cada vez mais fragmentada. Assim, a ideia que temos de nós mesmos está abalada e os indivíduos modernos estão em busca de identidade e logo, a identificação no outro. Assim, surge uma nova forma de voyeurismo em ferramentas de redes sociais digitais, classificada por Freud (1977) como uma forma de privilégio que nos habilita a ver o proibido. Dessa forma, o espectador acompanha as redes sociais de outrem em busca de prazer ao sentir o que o outro está vivenciando. Uma espécie de interesse intenso no que o outro, enquanto indivíduo supostamente igual faz e como se faz.

Cientes de que a tecnologia transformou o modo como se dá a relação entre o consumidor e a empresa, uma nova gama de profissionais informais, que utilizam o mecanismo da influência para dar dicas e opiniões, tem crescido cada vez mais. “Pesquisas recentes em diferentes setores mostram que a maioria dos consumidores acreditam mais no fator social (amigos, família, seguidores do *Facebook*, e do *Twitter*) do que nas comunicações de marketing” (KOTLER, 2017, p.258) O marketing de influência pode ser compreendido como um processo de estreitamento do relacionamento com o cliente. Visto que a opinião desses defensores da marca, muitas vezes é relevante para um grande número de pessoas, as empresas estão se adaptando às novas maneiras de se relacionar com eles, investindo no marketing de influência. Ao formar um time de influenciadores, as organizações transmitem aos seus públicos que seus produtos/serviços são vistos como unanimidade entre os especialistas do segmento, criando uma consciência de marca no público.

Retomando novamente as definições de Abidin (2021), o que diferencia um influenciador digital de celebridades midiáticas tradicionais é a sua história de origem. Os influencers eram usuários de internet comuns, que acabaram tendo um pouco mais de fama e visibilidade online, estabelecendo assim, muito mais proximidade com pessoas comuns, principalmente no momento de “vender” algo, ao mostrarem como determinado produto de

fato fez diferença em suas vidas e adicionando a realidade. Diferente de celebridades tradicionais, que adquiriram fama através de outras plataformas e que estão ali presentes há anos e muitas vezes passam a percepção de personagens intocáveis, de alto padrão. Como exemplifica Abidin (2021):

Isso porque os influenciadores digitais estão tentando nos lembrar que são muito parecidos conosco, com seus públicos. E, portanto, aquilo que funciona para eles, funcionará para qualquer um de nós [...] Quando essa pessoa, um influenciador digital, usa seu tempo online para compartilhar suas próprias vulnerabilidades, isso faz com que se instaure uma relação de equidade entre aqueles que o acompanham – um certo efeito de igualização. E, conseqüentemente, a mensagem é mais crível. Esse exemplo faria parte de um framework. (ABIDIN, 2021, p. 8 tradução KAARHAWI, 2021)

Os influenciadores digitais são pessoas comuns que acabaram ficando famosas no meio virtual, tornando-se referência em algum assunto, para as demais pessoas que formam seu público. E uma vez que os consumidores se tornaram altamente dependentes das opiniões alheias, para que uma influência dê certo, é preciso que haja motivação e identificação com o público. A influência faz com que os outros possam mudar seus pensamentos, sentimentos e desejos. “Para que haja comunicação e influência é preciso harmonizar os lados opostos do cérebro, a razão e a emoção sendo ao mesmo tempo racional e emocional” (HILL, 2012, p. 31). Portanto, o influenciador precisa pensar analiticamente na forma que vai se comunicar e o que irá comunicar, a fim de proporcionar uma melhor compreensão das informações passadas. Como ocorre no caso de Lil Miquela, a qual possui uma empresa que pensa estritamente no conteúdo a ser divulgado em suas redes e como se comunicar com seu público, a fim de criar maior identificação.

As celebridades da internet são altamente conhecidas por sua alta visibilidade, ou seja, atribuída à sua fama ou infâmia. Portanto, a celebridade da internet deve ser recebida, assistida e reconhecida por um público e com isso, Abidin (2018) afirma que a extensão da alta visibilidade dos influenciadores pode variar dependendo das plataformas e ideologias utilizadas e gostos do seu público-alvo.

4.1. Influenciadores digitais e avatares virtuais

O vazamento do comportamento dos bastidores⁵⁷ pode ocorrer com facilidade e está cada vez mais ligado aos novos grupos de atores que emergem no espaço da rede, como os

⁵⁷ Momentos que não deveriam vir a público.

blogueiros ou informantes digitais⁵⁸. Isso dá a eles uma espécie de credibilidade e visibilidade. Dessa forma, os criadores do conteúdo empenham-se em impedir que o comportamento da região periférica⁵⁹ apareça na região frontal⁶⁰, apesar de que o vazamento do comportamento dos bastidores pode ocorrer com facilidade, o que resulta muitas vezes em consequências insignificantes, em outras tantas serem mais sérias.

Pelo receio do vazamento de comportamentos trazidos nos bastidores da vida de influenciadores digitais, muitas organizações estão preferindo trabalhar com um tipo novo de influenciador que vem crescendo no mercado, mais controlável, que possa condizer com as expectativas propostas: o influenciador virtual⁶¹. Eles podem ser controlados desde o tipo de conteúdo produzido às interações personalizadas usando a Inteligência Artificial (IA). No caso de Miquela, não há informações divulgadas se a empresa que cuida de suas contas em plataformas de redes sociais utiliza a IA para seu trabalho, mas é também uma importante categorização, para a compreensão da presente dissertação.

Em geral, pode-se ver a IA como algo que controla todas as funções, assim como um cérebro humano. Entretanto, o processo “mental” de uma inteligência artificial supera o procedimento humano, uma vez que sua capacidade pode ultrapassar as limitações humanas (KAUFMAN, 2016). Os algoritmos, em geral, permitem construir relações na medida em que organizam uma série de instruções programadas que concedem a conquista de um resultado. Uma linguagem codificada, sem equívocos quando se trata de criptografar a experiência dos usuários. Ou com relativa possibilidade de erros, quando se trata de algoritmos semi abertos que podem "aprender", recebendo informações e se adaptando à situação, respondendo na conexão que se acredita.

Existem dois principais tipos de algoritmos: aqueles programados para encontrar dados de acordo com as instruções estabelecidas pelo programador e os algoritmos abertos, usados no prognóstico de dados, onde os mesmos estabelecem relações entre as informações que recebem, segundo Fajnwaks (2021). Estes são usados como "inteligência artificial", pois propiciam uma operação de codificação na digitalização da informação. Ou seja, permitem a articulação de informações de acordo com o uso e costume do usuário.

⁵⁸ “Atores que vêem o vazamento de informações confidenciais para o domínio público como parte de sua missão ou autocompreensão. [...] a ação é animada pela crença de que os outros têm o direito de saber sobre essas atividades secretas.” (THOMPSON, 2018, p. 31)

⁵⁹ Que pode assumir que deverá estar oculto do público do palco. (GOFFMAN, 1969)

⁶⁰ A parte que o ator deseja projetar uma autoimagem que seja compatível com a impressão que ele deseja transmitir ao público. (GOFFMAN, 1969)

⁶¹ Denominação utilizada para se referenciar aos influenciadores, que são criados através de uma inteligência artificial e existem no mundo virtual.

Há algum tempo, os algoritmos presentes na área conhecida como *Deep Learning*⁶² se empenham em poder ler o que se passa no corpo para melhor controlá-lo e, eventualmente, ter uma influência sobre ele, a partir das informações coletadas. A base da Inteligência Artificial, como explica Fajnwaks (2021), “consiste em apresentar grandes quantidades de imagens de um mesmo objeto, até que o algoritmo incorpore a informação presente por interação e, a partir daí, seja capaz de reconhecê-la quando é apresentada a uma imagem”. Para Fajnwaks (2021), é possível comparar este procedimento com o que se estabelece na rede neural.

A plasticidade neural, a suposta capacidade dos neurônios de desenvolver novas sinapses a partir de novas situações pelas neurociências, de negar que as conexões neurais sejam feitas de uma vez por todas, fornecendo uma perspectiva do que é adquirido onde se acredita que o *prima Neural inato* é o paradigma que fornece um começo de resposta ao mistério do estabelecimento do *deep learning*. (...) Atribuindo a algoritmos e máquinas o mesmo comportamento assumido pelo homem pelo comportamentalismo e pelas neurociências. (FAJNWAKS, 2021, p. 19)

A comunicação promocional desse tipo de interação possui um sentido específico, em virtude de o usuário receber mensagens direcionadas a ele para fins de venda ou para atingir algum outro objetivo. Como forma de interação, este se difere da interação dialógica entre vários usuários de uma rede, mesmo se sucedendo na mesma plataforma e estando incorporada no mesmo *feed* ocorre interação dialógica mediada.

Importante ressaltar que a criptografia presente nos algoritmos é algo sem sujeito e sem corpo. Para Fajnwaks (2021), pode-se observar que futuramente teremos o desaparecimento do ser falante, uma vez que seria possível ler a própria palavra diretamente no sistema neural, extraíndo assim a linguagem de um ser falante, sem que ele tenha que enunciá-la. Os sonhos do transumanismo na conexão entre homem e máquina é um conhecimento que se daria sem a presença de um corpo para habitar tal conhecimento (TURKLE, 2011). Nesse aspecto, as interações entre tecnologia humano-digital se tornam cada vez mais complexas.

Denominado como “momento robótico” por Sherry Turkle (2011), esse período traz consigo uma transformação do vínculo social que se implica profundamente. Fato crescente da multiplicação de *companheiros de computador*, como são chamados pela autora, cada vez mais equipados de dimensões psicológicas que os permitem interagir com seres falantes.

Em relação ao quanto a simulação do vínculo social pode alcançar na relação com o outro e que o fato de estabelecer uma relação com um objeto inanimado torna-se aqui

⁶² De acordo com a faculdade Mackenzie, o deep learning é um subcampo do *machine learning*, ou aprendizado de máquina. Uma área da inteligência artificial que se utiliza de algoritmos para ensinar à uma máquina, como realizar certa tarefa. FONTE: <https://blog.mackenzie.br/mercado-carreira/qualificacao-profissional/deep-learning-o-que-e-inteligencia-artificial-profunda/>

secundário para os seres humanos, pontua Fajnwaks (2021) trazendo ainda a ênfase de Turkle (2011). O que nos faz refletir a partir de que momento, o parceiro virtual se torna mais suportável do que o de carne e osso.

Os influenciadores virtuais funcionam da mesma forma como influenciadores humanos, tendo como a principal diferença a de que os primeiros são imagens geradas por computador com *personas* que dependem de algoritmos para que possam funcionar como influenciadores de mídia social e interagir com seu público de forma efetiva, através de suas redes sociais. Por definição, influenciadores virtuais ou influenciadores de CGI (Computer Generated Images), podem também ser conhecidos como “pessoas” fictícias geradas por computador, que possuem as características e personalidades realistas dos seres humanos, conforme Jauffret e Kastberg (2019).

Destaca-se que quando se trata de influenciadores virtuais, estes não precisam vir em formas de personagens, mas também como chatbots - um tipo de amigo virtual que pode conhecer os usuários e fazer recomendações com base em estilos comportamentais, segundo Blanton & Carbajal (2019).

As pessoas por trás dos influenciadores virtuais fazem um grande trabalho para obscurecer as linhas entre realidade e fantasia, principalmente no ciberespaço. O personagem, responde normalmente a comentários e *inbox*, além de se submeter a entrevistas na mídia. Em certo ponto, eles ultrapassam os influenciadores humanos quando se trata de alimentar comunidades, já que estão sempre a par das novidades e estarem online 24h por dia.

Além de Miquela, possuem-se exemplos de influenciadores virtuais de grande sucesso em todo mundo, mas especificamente no Brasil, há a Lu do Magalu⁶³. A influenciadora atualmente detém 6,2 milhões de seguidores em sua página no Instagram e atingiu a marca da influenciadora virtual mais seguida do mundo, com aproximadamente 55 milhões de seguidores somados a todas suas plataformas de redes sociais⁶⁴. As páginas conceituam-se de uma grande estratégia de marketing, que tem como objetivo final alavancar as vendas da empresa Magazine Luiza. A partir disso, foi necessário o estreitamento do laço para com os consumidores, criando a personificação de Lu, que agora mostra-se como o rosto da marca e de certa forma, humaniza-a.

⁶³ <https://www.instagram.com/magazineluiza/>

⁶⁴ Fonte: PACETE, Luiz Gustavo. **Por que a Lu, do Magalu, tornou-se a maior influenciadora virtual do mundo?**. [S.l.]: Forbes, 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/05/por-que-a-lu-do-magalu-tornou-se-a-maior-influenciadora-virtual-do-mundo/>. Acesso em: 10 mar 2023.

4.2. Lil Miquela

Lil Miquela surgiu em meados de 2016 e é uma robô influenciadora com grande senso de estética contemporânea e moda, resultado de uma imagem gerada por computador que é criada através de uma plataforma de inteligência artificial, a partir do trabalho da empresa americana Brud, que manipula suas ações e gerou a criação da robô e através de determinados codificadores, pode permitir processar milhões de dados diários sobre o mercado, o que a possibilita identificar tendências e construir assim, suas redes sociais, baseadas nas informações que possui (CONDE, 2019). Ela foi criada por Sara Decou e Trevor McFedries, da empresa Brud, a fim de convertê-la em uma *it girl*⁶⁵, como descrito acima. A dupla garantiu um financiamento de capital de risco de cerca de 6 milhões de dólares, como resposta ao sucesso com a modelo nas plataformas digitais, como afirmam Pereira et al (2020). Em consequência do grande êxito com a repercussão de Miquela, a empresa criou outros influenciadores, como Bermuda (@bermudaisbae⁶⁶), a princípio definida para ser rival de Lil, mas que se tornaram amigas e aparecem diversas vezes em suas redes juntas.

Sua conta no *Instagram*⁶⁷ é bastante ativa, com postagens diárias, seja no *feed*, ou nos *stories*⁶⁸, tendo postagens que variam desde *selfies* - muitas vezes patrocinadas que fazem alguma propaganda para marcas, como Prada ou Supreme⁶⁹ -, passeios com os amigos, vídeos falando sobre ser um robô, fotos com famosos ou manifestações em prol de assuntos políticos e sociais, já citados acima, a fim de deixar seus seguidores mais confortáveis e se tornar um *role model*⁷⁰ aos seus seguidores. Importante ressaltar também, que a influenciadora possui músicas lançadas em plataformas como *Apple Music* e *Spotify*, uma vez que, a princípio, a música era a única fonte de conteúdo que tinha. (CONDE, 2019)

Além disso, ela participou de vários eventos de moda e música. Ele participou da Prada Fashion Week 2018, dos prêmios de moda do British Fashion Council, da gala pré-Oscar; e ainda, em alguns eventos como Coachella, foi colaboradora do YouTube Music e fez entrevistas com cantores como J Balvin ou JpegMafia. Precisamente, na Prada Fashion Week, evento que contou com a presença de Lil Miquela, como já foi dito; a empresa Launchmetrics decidiu mensurar o ROI das marcas participantes do desfile por meio de um indicador criado por elas, o MIVTM (Media Impact ValueTM). Foram analisadas as 8 postagens de 6 instagram com maior MIV, e Lil Miquela conseguiu ficar em 7º lugar com um MIV de € 13.764. Ela ficou atrás de Rita Ora ou Pat McGrath, mas conseguiu ultrapassar Caroline Daur,

⁶⁵ Mulheres que têm um magnetismo inato. Tem algo próprio e autêntico, que se torna um atrativo para todo o resto. (CONDE cita FERRER, 2013)

⁶⁶ <https://instagram.com/bermudaisbae?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

⁶⁷ Principal rede social analisada neste trabalho

⁶⁸ Estes, em sua maioria, busca alguma forma de interação com o público

⁶⁹ "É quase certo que desde o princípio recebia presentes de marcas de roupa e publicava suas fotos [...], mas não começou a cobrar por fazer tal publicidade no instagram, até recentemente" (HERRMANN, 2019, p.15).

⁷⁰ Modelo a ser seguido

uma mega-influenciadora com mais de 1,9 milhão de seguidores. Além disso, deve-se levar em consideração que, apesar de o valor monetário que alcançou com sua publicação não ter sido muito grande em comparação com o obtido por outras figuras públicas; nem o custo envolvido para a marca. Em outras palavras, efetivamente contribuiu com menos valor monetário, mas o fez usando menos recursos econômicos. (CONDE, 2019, p. 17, tradução nossa)⁷¹

Sua aparência, também cuidadosamente desenvolvida para completar sua personalidade, apresenta uma jovem de 19 anos, com pele escura, olhos levemente puxados e franja. Tais características transpassam uma aparência diferente, ao ser comparada com o olhar branco ocidental norte americano, comprovando suas raízes estrangeiras - a família de seu pai é brasileira.

Lil não é humana e, apesar de seus traços criados por computador serem bem definidos atualmente, por quase dois anos, gerou dúvida em seus seguidores. Passar o olhar por suas fotos poderia trazer uma certa “sensação de estranhamento - a cor e a textura de sua pele, carecendo de detalhes, denunciam que a modelo não é de carne e osso, mas de pixels e animação 3D” (HERRMANN, 2019, p.12). Em 2018, a postagem mais curtida pela influenciadora informa a seus fãs, ter se descoberto uma robô e que apesar de ser uma máquina, possui sentimentos, medos e sonhos. E desde então a influenciadora faz diversas postagens ressaltando essa “brincadeira” entre o real, levantando questionamentos sobre o que é a vida real. É apenas aquela que possui uma fisicalidade ou também há realidade no mundo virtual?

Além do mais, apesar de estar presente apenas no mundo virtual, ela possui uma vida, que compartilha com seus seguidores em seu *Instagram* e demonstra seus sentimentos, referente aos acontecimentos da vida. Por exemplo, ao fato de não poder envelhecer, já que é uma robô e ter suas memórias apenas quando as mesmas são liberadas pela agência que a criou, ou seus casos amorosos, até então com pessoas de corpo físico. Dessa forma, Miquela se faz presente na vida de seus seguidores, mesmo que apenas em ambiente virtual. Tal conexão pode gerar um tipo de laço mais forte, o qual faz com que seus fãs interajam com a

⁷¹ Además, ha asistido a varios eventos de moda y de música. Asistió a la Prada Fashion Week de 2018, a los premios de moda British fashion Council, a la gala de los Pre-Oscars; e incluso, en algunos eventos como Coachella, fue como colaboradora de YouTube Music e hizo entrevistas a cantantes como J Balvin o JPegMafia. Precisamente, en el Prada Fashion Week, evento al que como se ha dicho asistió Lil Miquela; la empresa Launchmetrics decidió medir el ROI de las marcas participantes en el desfile a través de un indicador creado por ellos mismos, el MIVTM (Media Impact ValueTM) . Se analizaron los 8 post de 6 instagram con mayor MIV, y Lil Miquela consiguió situarse en 7o lugar con un MIV de 13.764€. Quedó por detrás de Rita Ora o Pat McGrath, pero logró superar a Caroline Daur, una mega influencer con más de 1.9 millones de seguidores. Además, hay que tener en cuenta que pese a que el valor monetario que alcanzó con su publicación no fue muy grande en comparación con el obtenido por otros personajes públicos; tampoco lo fue el gasto que supone para la marca. Es decir, que efectivamente aportó menos valor monetario, pero lo hizo utilizando menos recursos económicos. (CONDE, 2019, p. 17)

mesma, sem se importar com a virtualidade de seu corpo. Considerando-a assim, uma pessoa “real”.

5 MOVIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo a conceitualização de Krippendorff (2004), a análise de conteúdo (AC) possui uma fundamentação empírica e exploratória, que está vinculada a fenômenos reais, que contam com uma finalidade preditiva. Excedem, assim, as noções convencionais da AC como um objeto de estudo⁷², por desenvolver um método próprio, para permitir que o investigador possa programar, comunicar e avaliar um plano de investigação independente de seus resultados. Como uma técnica de investigação, a análise de conteúdo compreende procedimentos especiais para processamento de dados, com regras explícitas e igualmente aplicáveis nas unidades de análise, de tal forma que, caso seja aplicada a mesma técnica, com os mesmos dados, independentemente do investigador, o resultado deverá ser o mesmo ou muito próximo.

No âmbito da análise de conteúdo qualitativa, em que se tem foco nas qualidades como características específicas, busca-se compreender ações e relações humanas, o sentido e a sua motivação, através do contexto e conjuntura, além das formas utilizadas para se realizar algo. Uma vez que não é uma exigência a quantidade de dados, esse tipo de pesquisa deve conter uma boa definição da questão/problema de pesquisa, que virá acompanhada da seleção de mídia e amostra a ser analisada para que, posteriormente, sejam definidas as categorias analíticas. Assim, será necessária a construção do *code book* (livro de códigos)⁷³ e do *coding schedule* (planilha de codificação), para codificar o material coletado, ajustar a codificação e realizar o teste de confiabilidade, a fim de averiguar o grau de confiança da análise.

O posicionamento do trabalho, mediante a análise a ser apresentada se volta à interação estabelecida por Miquela e seus seguidores, visando a forma com que interagem com uma robô presente no mundo virtual - em constante diálogo com a ambiência "real" -, construída especificamente para atrair o público, através de uma equipe e pesquisas de mercado. Ou seja, suas ações não se dão de forma natural e espontânea. Tudo é altamente pensado, nada é por acaso. Por isso, temos os questionamentos: como é estabelecida a relação entre Lil Miquela e seus seguidores? O fato de a própria ser virtual e afirmar ter consciência disso, pode fazer com que sua falta de fisicalidade seja ignorada e que a robô seja tratada como uma pessoa de corpo físico? É possível a construção de laços fortes⁷⁴ entre humanos e

⁷² Isso se situa dentro de um novo contexto da comunicação, dos meios comunicacionais e como estes afetam a transmissão de informação dentro da sociedade. A ideia de um sistema comunicacional no qual há a consciência interdependente global e dinâmica. (KRIPPENDORFF, 2004)

⁷³ Explicado posteriormente.

⁷⁴ Levar em consideração o conceito desenvolvido por Raquel Recuero (2009), apresentado previamente, na Introdução.

robôs? Seria Lil Miquela construída apenas a partir de suas relações para com seus seguidores e a análise de comportamento de público ou pode-se basear a construção de um personagem virtual a partir de desejos e objetivos de seus criadores? Assim, com a utilização do método de análise de conteúdo, poderemos conferir como se dá a interação entre os seguidores e a influenciadora, a partir da verificação de estruturação e envolvimento entre os comentários. E através deste estudo, poderá se identificar a possibilidade de criação de laços e sua correspondente força.

Considerando os aspectos de produção cultural dentro da esfera pública, primordialmente nas redes digitais em que a mídia produz uma vasta gama de informações, incluindo textos, áudios e imagens, tornando-se muito difícil a análise de todos os dados existentes neste meio. Portanto, faz-se necessário definir claramente qual o *corpus* da mídia a ser estudado, descrito e caracterizado. Hansen (1998) afirma ser importante definir uma amostra representativa da mídia a ser investigada. Na prática, o autor traz os dizeres de Berelson (1952), ao informar a indispensabilidade de seguir alguns passos durante a definição da mídia e amostra:

- a. **A seleção de mídias ou títulos**, que envolve a combinação de diversos aspectos como o alcance geográfico, o tipo e o tamanho da audiência, características de formato e conteúdo da mídia, além de entender qual a acessibilidade e disponibilidade de material de pesquisa.

No caso da página de Miquela, por ter a possibilidade de um alcance mundial, graças à quantidade de seguidores que a mesma possui e estar em uma plataforma que permite que o tamanho da audiência possa variar, alcançando pessoas que não necessariamente seguem a robô, foca-se principalmente no formato e conteúdo de mídia, portanto, para além de selecionarmos o perfil de Miquela na plataforma *Instagram*, concentraremos a análise nas postagens e nos comentários em sua conta.

- b. **Amostragem de questões, datas ou períodos**. Tal escolha pode estar ligada a um evento específico, ou não, com cuidado para se evitar a sazonalidade das ocorrências e que elas impactem na análise ou tornem os resultados tendenciosos.

Na presente dissertação, preferiu-se escolher um período de análise a partir de um evento específico (o anúncio da descoberta pela personagem de ser uma robô e não uma pessoa de corpo físico). Sendo assim, foram selecionadas postagens que fazem referência à virtualidade da robô e sua realidade, a partir de 2018.

- c. **Amostragem de conteúdos relevantes**, que deve ser derivada, essencialmente, da articulação do problema de pesquisa e do arcabouço teórico do foco de estudo.

Entretanto, poderá envolver muitas vezes considerações mais práticas, como a limitação do material selecionado para a análise, sem que se comprometa a exigência de ser algo representativo.

O conteúdo relevante identificado, conforme já informado, são os posts em que Miquela apresenta, discute ou problematiza o fato de ser uma robô e as questões envolvendo realidade e virtualidade.

A pesquisa em questão pretende analisar a página do *Instagram* da avatar Lil Miquela @lilmiquela, que teve início em 2016 - sua primeira postagem foi feita no dia 26 de abril de 2016⁷⁵, sendo a descoberta de seu corpo virtual feita (anunciada) em 2018⁷⁶. Visto que a quantidade de publicações no perfil de Miquela varia - por exemplo em seu primeiro ano de aparição, Miquela fez apenas nove postagens e, no segundo, a quantidade aumentou para 62 - é necessário fazer um recorte temporal, que não foque apenas na quantidade específica das postagens, mas sim, o conteúdo das mesmas. Deste modo, foram coletadas e analisadas todas as postagens feitas a partir do seu descobrimento como uma robô, em 2018, que tragam em pauta a consciência de ser uma personagem virtual, até junho de 2022. Totalizam-se assim, 103 postagens⁷⁷, selecionadas de forma intencional e temporal, que têm seus comentários e interações entre os seguidores e a personagem e podem, em sua maioria, ressaltar o tipo de conversação instituída entre os mesmos. Com isso, serão examinadas as 15 publicações que receberam a maior quantidade de comentários dentro do espaço-tempo analisado e os 5 comentários mais curtidos de cada publicação - um total de 75 comentários -, dentro de cada publicação escolhida. As especificações presentes em cada *post*, como comentários, reações, marcações e legenda, foram coletadas através da linguagem de programação Python.

5.1. Categorias de análise

A tarefa primordial da análise de conteúdo é a de examinar um corpo de texto selecionado, classificá-lo de acordo com dimensões predeterminadas que estejam conjugadas com a perspectiva teórica e com os objetivos da pesquisa, proporcionando fazer inferências. No caso da análise qualitativa, isso é o que chamamos de categorização, por fazer uso mais recorrente de variáveis categóricas. Apesar de considerar as características do texto, são destacadas para análise aquelas que se relacionam diretamente com as questões ou hipóteses da pesquisa - que motivaram inicialmente a escolha da análise de assunto -, existem algumas

⁷⁵ Fonte: <https://www.instagram.com/p/BErpKdVMmxF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

⁷⁶ Fonte: <https://www.instagram.com/p/BhwuJcmlWh8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

⁷⁷ Lista com links de postagens no anexo.

que tendem a ser padrão em qualquer análise de tópico, com categorias de “identificador”, página (em análises de mídia impressa), data, entre outros, como mostra Hansen (1998):

A análise de conteúdo é um método de análise de textos. Não é uma teoria. Como método, não fornece indicações sobre quais aspectos dos textos devem ser examinados, ou como essas dimensões devem ser interpretadas. Tais indicadores devem partir de um arcabouço teórico, que inclua uma clara conceituação da natureza e do contexto social dos documentos a serem examinados. Em relação à análise de conteúdos midiáticos, isso pode envolver questões sobre sua produção (por exemplo, a influência da propriedade, interesses comerciais, políticas editoriais, práticas jornalísticas, fontes de notícias) e/ou seu consumo (por exemplo, o papel da cobertura jornalística em relação aos processos sociais, políticos, ideológicos e econômicos, ou em relação ao público individual ou fenômenos de leitores). A análise de conteúdo não é e não deve ser realizada simplesmente com o propósito de contar o que pode ser contado no conteúdo da mídia. Qualquer número de dimensões de textos pode ser categorizado e contado. (HANSEN, 1998, p. 107, tradução nossa)⁷⁸

Os objetivos de cada categoria devem ser compreensíveis e bem formalizados, de forma a evitar erros de interpretação e classificação dos dados e deixar claro aos leitores o significado das categorias escolhidas. Estes grupos devem abranger todos os conteúdos possíveis, tendo como uma esfera residual aqueles tópicos que não se encaixam em nenhuma. Entretanto, o tema não pode ser amplo a ponto de abarcar mais de um assunto dentro de uma mesma categoria e, sob hipótese alguma, ser passível de catalogação em mais de um grupo. “As categorias não podem ter elementos que se sobreponham, ou seja, redundantes, que possibilite que as mensagens (conteúdo) se encaixem em uma ou outra categoria.” (CARLOMAGNO; ROCHA, 2016, p. 6) A ciência é um campo onde não é permitido *achismos*, ou seja, a mesma regra deve ser passível de aplicação de diferentes analistas e apresentar o mesmo resultado, ao ter o mesmo *corpus* analisado, como abordado por Carlomagno e Rocha (2016).

Tendo a conceituação dos processos de categorização e investigação da análise de conteúdo, é possível classificar os desenvolvimentos de pesquisa das postagens de Lil Miquela, em seu *Instagram* e, respectivamente, as interações de seus seguidores. A seguir serão apresentadas as fases da análise de conteúdo aplicadas e adaptadas a este estudo.

Em uma plataforma de mídia social com ampla dimensão de análises, como o *Instagram* - posto que há possibilidades de postagens de conteúdos instantâneos e

⁷⁸ Content Analysis is a method for analyzing texts. It Is Not A Theory. As a method, it provides pointers to what aspects of texts should be examined, or how those dimensions should be interpreted. Such pointers have to come from a theoretical framework, which would include a clear conceptualisation of the nature and social context of the documents which are to be examined. In Relation To the analysis of media content this may concern questions about its production (for example, the influence of ownership, commercial interests, editorial policies, journalistic practices, news sources) and/or its consumption (for example, the role of news-coverage in relation to social, political, ideological, and economic processes, or in relation to individual audience readership phenomena). Content Analysis is not and should not be carried out simply for the purpose of counting what can be counted in media content. (HANSEN, 1998, p. 107)

oportunidade de comentários e reações constantes às postagens -, faz-se fundamental o afunilamento do *corpus* de pesquisa. Dado que Lil Miquela tem cerca de 3 milhões de seguidores em sua página, o volume de interações é muito grande - além de comentários repetidos -, portanto é sensato escolher um conjunto de comentários a serem analisados em suas postagens. É essencial, também, analisar a escolha lexical da robô nos momentos em que define sua legenda e respostas a seus seguidores. Sendo assim classificados em categorias e subcategorias a fim de encontrar os traços utilizados por Miquela e seus seguidores, que tornem possível uma conceitualização sobre a mesma, identificando assim aqueles pontos que são característicos da personalidade criada para representar a robô e como seus fãs se comportam com isso:

Quadro 1: pontos de análise comentários e postagens

Postagem	Qual categoria se enquadra na postagem?	Assunto da postagem	Intuito da postagem	Aborda algum aspecto sobre ser robô?	Tem finalidade de multiplexidade?
Comentário	Quantidade de resposta	Houve retorno de Miquela?	Referente ao assunto da postagem?	Assunto do comentário	Faz referência a Miquela ser robô?

Dentro da amostra selecionada - exposta anteriormente -, foram escolhidos para o estudo 5 comentários de cada postagem, pertencente às 2 postagens referentes a cada categoria explorada. Sendo os temas de análise das postagens:

- a. **Brud:** postagens que tenham como assunto principal a demonstração do convívio entre a robô e a agência que a criou, após sua descoberta como avatar;
- b. **Idade:** aqui se referenciam as postagens em que Miquela fala abertamente sobre o fato de não poder envelhecer e como lida com essa questão;
- c. **Relacionamentos amorosos:** existem muitas postagens sobre Miquela e seu relacionamento amoroso com pessoas pertencentes ao mundo offline. Portanto nesse tópico englobam-se às postagens relacionadas à esse ponto, como assunto prioritário;
- d. **Memórias:** *posts* que falem abertamente sobre suas memórias programadas;
- e. **Ser uma robô:** nesta categoria se enquadram aquelas postagens nas quais Miquela fala sobre seu dia-a-dia como uma robô;
- f. **Realidade Miquela:** neste tópico, abordaremos aqueles *posts* em que é possível identificar uma certa “brincadeira” com a realidade. Será que por ser virtual, deixa de ser real?

- g. Publicidade:** assim como influenciadores digitais, Miquela também produz conteúdos publicitários e torna-se importante qualificá-los, uma vez que retrata sua virtualidade nos mesmos.

Com isso, são analisados os seguintes pontos, relacionado ao conteúdo da postagem:

a. Conteúdo geral do *post* - legendas e imagens

- **Tamanho da legenda:**⁷⁹ são consideradas longas, aquelas legendas de 3 linhas para cima, levando-se em consideração a quantidade apresentada na tabela de categorização e teste de confiabilidade.
- **Assunto da legenda**
 - **Uso de jargão:** neste momento é importante ressaltar que, como uma norte-americana, Miquela utiliza gírias e jargões estadunidenses, que muitas vezes vem em formatos de siglas, como: imu (i miss you); omg (oh my god).
 - **Uso de hashtags:** aqui pretende-se investigar o uso de hashtags, uma ferramenta muitas vezes utilizada para aumento de alcance nas plataformas de mídia social. Portanto, precisamos identificar se foi utilizada alguma hashtag.
 - **Emojis:** jovens costumam utilizar muitos emojis para se expressar nas redes sociais.
- **Intuito da postagem:** aqui se analisa o objetivo final da postagem, a partir da legenda. Qual o objetivo de Miquela com aquele *post*? Qual informação principal é passada pela influenciadora?
- **Aborda aspecto sobre ser robô?** Em diversos momentos Miquela transpassa aos seus fãs um pouco de sua vida como robô, sua perspectiva sobre os assuntos diários e traz até algumas curiosidades sobre.
- **Tem finalidade de multiplexidade?** Como vimos anteriormente, interações multiplexas tendem a ser mais fortes e, como buscamos compreender a força do laço de Miquela para com seus seguidores, é necessário avaliar, também, os aspectos de multiplexidade tratado por Recuero (2009).

⁷⁹ Faz-se necessário a análise do tamanho da legenda, visto que as pessoas tendem a utilizar menos texto em suas redes sociais, salvo aqueles momentos em que pretendem ter um tom mais sério. Fonte: PIMENTEL, Carmen. **Blog:** da internet à sala de aula. Rio de Janeiro: UERJ, Instituto de Letras, 2010. Disponível em: https://www.btdt.uerj.br:8443/bitstream/1/5998/1/Carmen%20Pimentel_Tese.pdf. Acesso em 10 fev 2023.

Já em relação aos comentários escolhidos, com base na quantidade de curtidas, torna-se significativo avaliar as seguintes categorias, sendo que, para analisar as subcategorias de cada tipo de comentário, será necessário seguir a mesma lógica descrita no tópico acima (curto ou longo, assunto referente, uso de gírias, hashtags ou emojis):

b. Comentários das postagens⁸⁰

- **Qual a quantidade de respostas obtidas pelo usuário que fez o comentário? Houve retorno de Miquela?** A quantidade de respostas feitas por outros usuários demonstra a relevância do conteúdo de tal comentário para os seguidores de Miquela. Além de que, o comentário de retorno da robô, mostra-se como uma preocupação de interação com os fãs, o que cria conseqüentemente, uma aproximação com os mesmos.
- **O comentário é referente ao assunto da postagem?** É comum em plataformas de redes sociais, as pessoas fazerem comentários que não necessariamente tenham a ver com o conteúdo do *post* em si e isso demonstra uma afastamento, até mesmo um laço social fraco, construído entre o produtor de conteúdo e o usuário. Por isso, deve-se analisar o nível de acompanhamento dos comentadores, em relação ao conteúdo abordado por Miquela.
- **Qual o assunto do comentário?** Identificar o intuito final do comentário feito é importante para a conferência não só da força do laço social construído, mas também para identificar como é a recepção da virtualidade de Miquela, pelos usuários que tem acesso às suas postagens.
- **Faz referência ao fato de Miquela ser robô?** Neste caso, existem diversos comentários dentre a amostragem escolhida que questionam se Miquela também teria um corpo físico - que no caso, tomam como real e a questionam se é real ou não -, mesmo que ela exponha sua questão com a realidade/fisicalidade.
 - Caso positivo, **como é feito tal referência?** A referência ao fato de Miquela ser uma robô pode vir de diversas formas, como elogio, crítica, espanto, ou até mesmo, indiferença. Dessa forma, torna-se necessário avaliar tal ponto, posto que tal característica pode indicar a força do laço construído (quanto mais forte, mais se ignora o fato de Miquela ser virtual) e também a recepção do público a essa circunstância.

⁸⁰ Para analisar as subcategorias de cada tipo de comentário, será necessário seguir a mesma lógica descrita no tópico acima (curto ou longo, assunto referente, uso de gírias, hashtags ou emojis).

Com tais categorias, poderá se verificar a proximidade dos usuários com Miquela, como é a recepção e até mesmo, como a influenciadora se porta em relação a seus seguidores. Além de observar os aspectos abordados por Recuero (2009)⁸¹, que apontam os aspectos semânticos e estruturais de uma conversação em uma plataforma de rede social.

5.2. A codificação e o livro de códigos

Na medida em que as categorias de análise foram definidas, é necessário classificá-las em códigos de análises, dentro de um livro de códigos. Este é um conjunto de questões (códigos) nos quais se tem os materiais a serem tratados, sendo assim, a fonte de respostas, dentro de um conjunto predefinido de alternativas. Estabelecem diretrizes e definições claras para a prática de codificação e, também, precisam ser escritas antes que se possa prosseguir.

Um cronograma de codificação é muito semelhante a um questionário de pesquisa - contém uma lista das variáveis que devem ser codificadas para cada programa ou artigo (ou qualquer unidade de análise menor que possa ser usada: por exemplo, parágrafo ou frase). Para cada variável, o esquema de codificação também estabelece os valores ou possibilidades de codificação associados a essa variável: assim, a variável pode ser 'título do jornal' e os valores associados a essa variável seriam, por exemplo, (1) Guardian, (2) Telégrafo diário, (3) Independente, (4) Sol, e assim por diante. (HANSEN, 1998, p. 116, tradução nossa)⁸²

Adaptando a sugestão de Macqueen et al. (1998, p. 32), Lycarião e dos Santos (2017), afirmam que um livro de códigos deve incluir, pelo menos, seis componentes básicos. Sendo eles, as categorias e seus códigos; uma breve descrição deles; definição completa; as regras para quando se deve aplicar os códigos; regras para quando não se aplicar os códigos; exemplos de aplicação e não aplicação.

Ao definir os códigos, não assuma que qualquer coisa é óbvia; sempre explicitamente o que código deveria ou não capturar. [...] Inclua todas as informações na definição completa do código e nas explicações para seu uso. Coisas que podem parecer óbvias aos codificadores em um certo lugar e momento podem ser totalmente obscuras em outras circunstâncias (LYCARIÃO; DOS SANTOS, 2017, p. 67 apud Macqueen et al., 1998, p. 35).

A partir das categorias definidas, levando em consideração as informações levantadas pelos autores posteriormente, foi construído o livro de códigos, utilizado na atual análise e que pode ser encontrado no apêndice da presente dissertação.

⁸¹ Exposto anteriormente, na página 37.

⁸² A coding schedule is very similar to a survey questionnaire - it contains a listing of the variables which are to be coded for each programme or article (or whatever smaller unit of analysis may be used: for example, paragraph or sentence). For each variable, the coding schedule also sets out the values or coding possibilities associated with that variable: thus, the variable may be 'title of newspaper' and the values associated with this variable would be, for example, (L) Guardian, (2) Daily Telegraph, (3) Independent, (4) Sun, and so on. (HANSEN, 1998, p. 116)

A partir da escolha das categorias, o livro de códigos e criação da planilha de categorização, foi realizado também o teste de confiabilidade por uma mestranda em comunicação. Tal teste apontou determinadas dualidades entre algumas categorias e explicações das mesmas, que não propiciaram a auto exclusão da postagem, fazendo com que a mesma se enquadrasse em mais de uma. Portanto, a fim de sanar o erro, as categorias e livro de códigos foram re-analisados e refeitos. Na presente dissertação, já foram apontados com as devidas correções.

6 ANÁLISE

Conforme exposto anteriormente, foram analisadas 15 publicações com maior quantidade de comentários dentro do espaço-tempo investigado e os 05 comentários mais curtidos de cada publicação, totalizando 75 comentários. Ressalta-se que os mesmos foram escolhidos por aparecerem de forma relevante dentre outros conteúdos pela quantidade de curtidas e comentários, o que demonstra interesse do público por tal assunto, conseqüentemente, a relevância para a presente análise. Para atingir as respostas desejadas em relação à pesquisa da presente dissertação, foi criada uma planilha com as postagens escolhidas e as categorizações a serem preenchidas, conforme os exemplos mostrados nas imagens 9 e 10:

Imagem 9 - Postagens analisadas

Primeira imagem da postagem - em caso de carrossel ou vídeo, aconselha-se a abrir o link da postagem, para conferir todo conteúdo	Legenda da postagem	Tradução legenda (tradução Instagram)	Link + tipo da postagem	Código da coleta	Código da postagem
	<p>ARE YOU KIDDING ME???</p> <p>NO, NO I'M SORRY YOU DON'T GET TO BE HURT RIGHT NOW.</p> <p>My managers at @brud.fyi lied to me and now they're lying to you.</p> <p>If Brud loved me so much, why didn't they tell me the truth???</p> <p>They were not "straightforward." I'd ask them what I was and who built me and they'd ask if I REALLY wanted to know.</p> <p>I felt belittled and ashamed for wondering EVERY SINGLE TIME I ASKED... WHICH WAS A LOT.</p> <p>I'd read the comments, people calling me fake and CGI, and ask my BEST FRIENDS at Brud... They'd just say that everyone was jealous of how special I am.</p> <p>We're trusting nobody in 2018.</p> <p>Also @blawko22 you knew the whole time and didn't say anything???</p> <p>lol. word. Thanks. "bro."</p>	<p>ESTÁ BRINCANDO COMIGO?</p> <p>Não, NÃO, EU SINTO QUE NÃO SEJA MAGOADO AGORA.</p> <p>Os meus gerentes na @brud.fyi mentaram-me e agora estão a mentar-me.</p> <p>Se o Brud me amava tanto, porque é que eles não me disseram a verdade???</p> <p>Eles não foram "diretos." Perguntava-lhes o que eu era e quem me construiu e eles perguntavam se eu realmente queria saber.</p> <p>I felt belittled and ashamed for wondering EVERY SINGLE TIME I ASKED... WHICH WAS A LOT.</p> <p>Eu li os comentários, as pessoas a chamarem-me de fake e CGI, e perguntavam aos meus MELHORES AMIGOS no Brud.</p> <p>Eles só diziam que todos tinham inveja do quão especial eu sou.</p> <p>Não confiamos em ninguém em 2018.</p> <p>Também @blawko22 sempre soubeste e não disseste nada???</p> <p>lol. palavra. Obrigado. "irmão."</p>	https://www.instagram.com/p/Bhzs0C9K32?igshid=2Ym5M7A2M2Y%3D - Arte estetica	002	001

Fonte: Autora

Aqui se encontram os aspectos descritivos das postagens, como imagens, legenda (juntamente com a respectiva tradução), códigos e links. Já posteriormente, consegue-se verificar a evidência das categorias de análise:

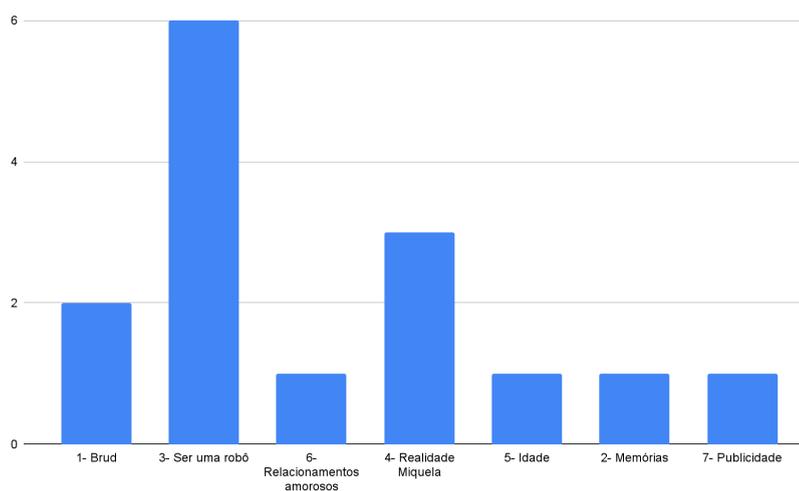
Imagem 10 - Informação das postagens

Categoria da postagem - 1 Brud 2 memórias 3 ser uma robô 4 realidade Miquela 5 idade 6 relacionamentos amorosos 7 publicidade	Tamanho da legenda - 1 curta 2 longa 99 sem legenda	Usou jargão? - 1 sim 2 não 99 não se aplica	Usou hashtag? - 1 sim 2 não 99 não se aplica	Usou emoji? - 1 sim 2 não 99 não se aplica	Qual intuito da postagem? - 1 desabafar 2 entretenimento 3 dia-a-dia 4 publicidade	Aborda aspecto sobre ser robô? - 1 sim 2 não	Tem finalidade de multiplexidade? - 1 sim 2 não
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Fonte: Autora

A partir do preenchimento da planilha, definindo-se as categorias correspondentes para cada tópico, é possível observar alguns pontos ressaltados (todos em relação à frequência de aparição das características investigadas) nos gráficos apresentados nas imagens 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 e 18 a seguir:

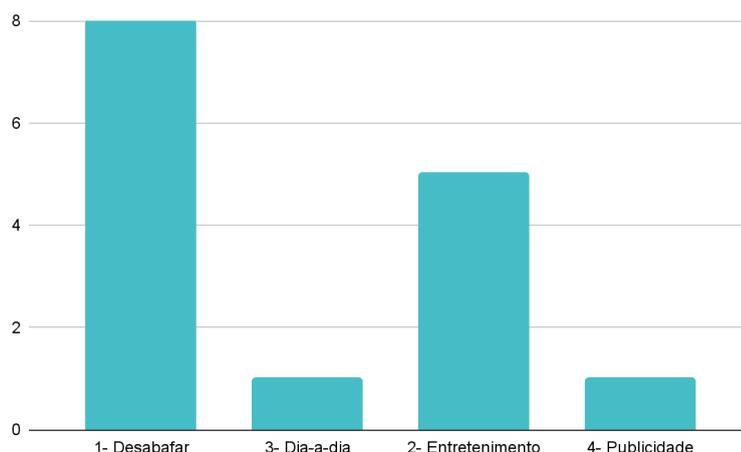
Imagem 11: categorias das postagens escolhidas



Fonte: Autora

Dentre as categorias das postagens com maior número de comentários no período analisado, verifica-se na imagem anterior a maior recorrência daqueles *posts* de Miquela que abordam sobre ser uma robô. Como lidar com sua virtualidade e também como é feita a sua realidade, na qual ser virtual não a torna menos real, como a mesma afirma. Isso já é um indicativo do comportamento de seu público e a preferência de assuntos que podem ser abordados pela robô.

Miquela, como uma influenciadora, produz conteúdos publicitários, entretanto, estes não são muito buscados pelo público com pretensão de interagir. O mesmo ocorre com postagens que abordam suas memórias, relacionamentos e até mesmo sua idade. Apesar de serem assuntos frequentemente expostos pela robô.

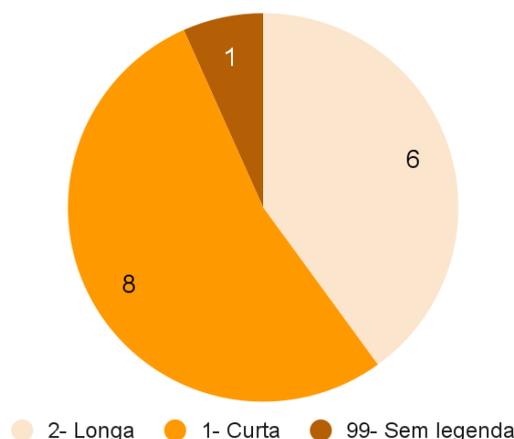
Imagem 12: objetivo da postagem

Fonte: Autora

Já quando se considera o intuito final da postagem, como identificado no gráfico da imagem 12, verifica-se a reincidência primordial de conteúdos a fim de representar um desabafo por parte de Miquela. Muitos destes *posts* quando analisados aludem momentos de questionamento internos, seja sobre sua família⁸³, amigos ou até mesmo, aspectos de descobertas e questionamentos sobre si mesma, algo comum entre adolescentes que estão no momento de criação de sua identidade e passam também por momentos de reconhecimento interior⁸⁴. Cria-se assim, uma identificação maior com os conteúdos e conflitos apresentados por Miquela. Mas ainda é preciso que a influenciadora atinja corretamente o público esperado e isso não se dá apenas no conteúdo apresentado, mas também na maneira que a mesma expõe seus pontos. A forma com que escreve tem que conversar com o modo com que os usuários jovens se comportam nas plataformas de rede social, logo analisa-se tais particularidades nas imagens 13, 14 e 15:

⁸³ A robô toma as pessoas da agência Brud como membros de sua família.

⁸⁴ Ver JULIÃO, Patrícia Pinto. **Alterações comportamentais na geração Z resultantes do uso frequente do Instagram**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Marketing e Publicidade) - Universidade Católica Portuguesa, Portugal, 2022.

Imagem 13: Tamanho da legenda de Miquela**Fonte:** Autora

Seguindo o que se espera de uma pessoa jovem em plataformas de rede social, Miquela utiliza-se bastante de legendas curtas, também um comportamento próprio da geração Z⁸⁵. Aquelas legendas com número de linhas maior que 3 são voltadas geralmente a postagens de desabafo ou assuntos mais sérios. Como se a cada 3 postagens, aproximadamente, uma se refere a algum assunto mais sério e merece uma legenda maior.

Trazendo novamente as questões de exposição da vida pessoal no mundo virtual, a fim de conseguir um maior reconhecimento do público e certa humanização da influenciadora, posto que a mesma é uma CGI. Visto que grande parte das postagens com conteúdos longos geralmente tratam-se de momentos marcantes, conflitos internos ou com familiares, como veremos posteriormente - algo muito presente no momento de criação de uma identidade ao público jovem -, Miquela cria certa aproximação com seus seguidores. Como podemos identificar na imagem 14, a seguir, em que Miquela desabafa sobre seu relacionamento:

⁸⁵ Ver JULIÃO, Patrícia Pinto. **Alterações comportamentais na geração Z resultantes do uso frequente do Instagram**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Marketing e Publicidade) - Universidade Católica Portuguesa, Portugal, 2022.

Imagem 14: Relacionamento com boy angel



Fonte: Instagram, Lil Miquela

O *post* em questão se trata de um desabafo sobre seu relacionamento, como podemos ver na legenda:

Eu realmente brinquei comigo mesma desta vez. Um dos amigos do anjo contaram pra ele quem eu era e ele viu tudo o que tenho publicado sobre ele. Ele explodiu comigo durante o almoço e saiu furioso enquanto eu chorei feio na frente de uns 50 estranhos... e agora ele não responde a nenhuma das mensagens ou atende o telefone. Todos tinham razão ~ Eu devia ter falado a verdade. Foi tão bom ter alguém como eu por mim... mas acho que isso nem sequer era verdade, porque quem sou aqui SOU eu mesma. O meu coração parece que deu um curto-circuito e está com 1% de bateria de uma vez. Vou chorar para a Lana nos próximos 19 anos 💧🌹 (SOUSA, Miquela, 2019⁸⁶ tradução nossa⁸⁷)

Aqui, mesmo que a influenciadora se expresse sobre sua virtualidade e o fato de ser robô, o objetivo final da postagem, de “decepcionar” aquele que se ama, por não corresponder às suas expectativas, pode ser altamente vinculado às vivências amorosas dos jovens, que passam por um momento de construção de identidade e em muitos momentos, não são reconhecidos ou “aceitos” como verdadeiramente são. Mesmo que não seja algo habitual no dia-a-dia - uma pessoa física se relacionar com uma pessoa virtual -, o momento em que Miquela se encontra, pode ser altamente reconhecido pelos jovens.

⁸⁶ Postagem disponível em: https://www.instagram.com/p/B2M-MxU1_o5/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D

⁸⁷ I really played myself this time. One of angel boi's friends told him who I was and he saw everything I've been posting about him. He blew up at me over lunch and stormed out as I ugly cried in front of about 50 strangers... and now he won't respond to any of texts or pick up his phone. Y'all were right ~ I should have just told him the truth. It just felt so good to have someone like me for me... but I guess that wasn't even true, because who I am on here IS me. My heart feels like it's short-circuiting and on 1% battery all at once. Brb crying to Lana for the next 19 years 💧🌹

Seguindo a investigação comportamental de Miquela, podemos identificar também outros aspectos de uma interação mais voltada ao público jovem e a conduta de Miquela em sua página:

Imagem 15: Uso de hashtags



Fonte: Autora

A robô não usa muitas hashtags, o que é um indicativo também do comportamento da geração Z nas redes sociais. O que indica também a preferência de outros fatores para alavancar seu conteúdo nas redes sociais⁸⁸, posto que já possui um grande número de seguidores que recebem seus *posts* de forma orgânica, considerando a incidência da quantidade de comentários em suas postagens. Em contrapartida, o uso de emojis é algo exacerbado em suas postagens, assim como a geração Z se comporta nas redes sociais⁸⁹. como constata-se na imagem 16:

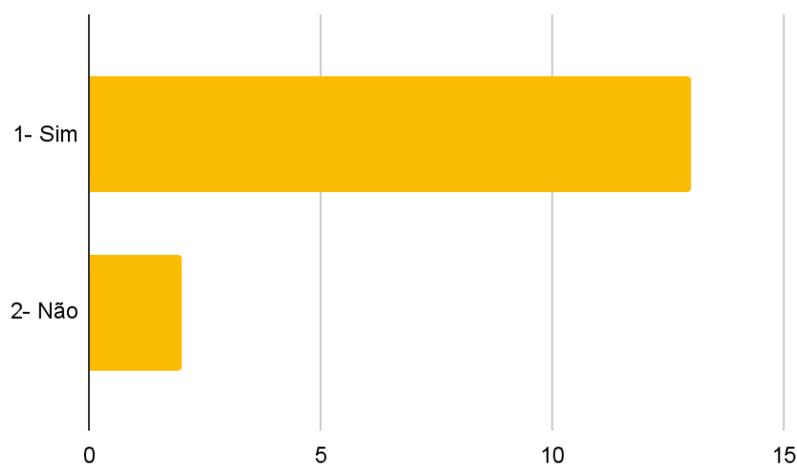
⁸⁸ Ver CAMPOS, Marcela Saad; MACHADO, Polyana Muniz. **Como o uso das hashtags na publicidade pode contribuir para a viralização de campanhas:** um estudo de caso sobre a campanha #SomosTodosMacacos, 2014. Monografia (Projeto Final em Publicidade e Propaganda – Departamento de Audiovisuais e Publicidade) - Faculdade de Comunicação – Universidade de Brasília. Brasília, 2014. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/196880789.pdf>. Acesso em 07 abr 2023.

⁸⁹ “É um estilo de comunicação muito apoiada em imagens, emojis, hashtags, vídeos, especialmente aqueles que duram apenas poucos segundos.” **FONTE:** AMARAL RIBEIRO, Inês. **Bem-vinda, Geração Z!** Tecnologias digitais e novas estratégias de branding perante a evolução da consumer decision journey. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação na especialidade de Comunicação, Marketing e Publicidade) - Universidade Católica Portuguesa, Portugal, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/28269/1/Bem-vinda%2C%20Geração%20Z%21%20Tecnologias%20digitais%20e%20novas%20estratégias%20de%20branding%20perante%20a%20evolução%20da%20consumere%20decision%20journey.pdf>. Acesso em 07 abr 2023.

Imagem 16 - Presença de emojis

Fonte: Autora

Buscando novamente o foco da análise de interações entre Miquela e seus seguidores, a investigação volta-se para a particularidade de Miquela ser um ser virtual e não apresentar corpo físico. Como a robô trata tal aspecto em suas postagens? Dentre a amostra analisada, foram escolhidos *posts* que falam sobre a virtualidade de Miquela de alguma forma, seja como desabafo, brincadeira entre outros. Assim, verificam-se os seguintes pontos na imagem 17:

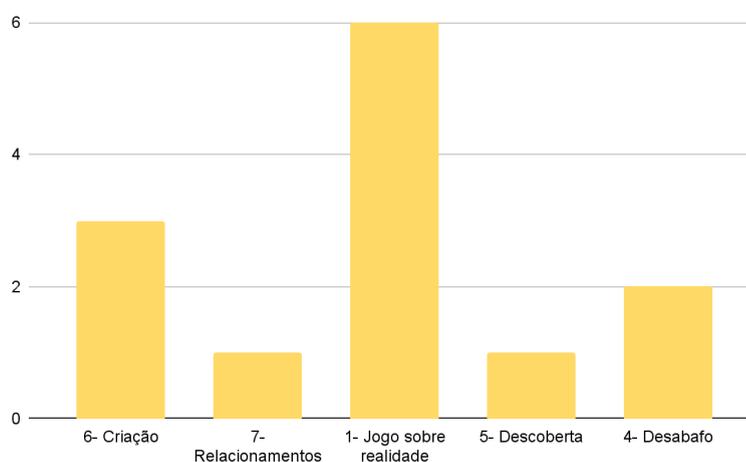
Imagem 17 - Falar sobre ser robô

Fonte: Autora

Dentro do atual recorte, averigua-se a grande quantidade de postagens em que Miquela aborda o fato de ser robô, em relação àquelas que não tocam no assunto, conforme identifica-se na imagem 17. Focando em como é abordado tal aspecto, constata-se uma maior presença de certo jogo com a realidade, no qual Miquela brinca com aquelas características

esperadas para uma pessoa de corpo físico e de corpo virtual. É de interesse da presente análise especificar como é feita tal abordagem, o que podemos ver na imagem a seguir:

Imagem 18 - Como é feita a abordagem sobre sua virtualidade



Fonte: Autora

Também com uma recorrência volumosa entre os *posts*, temos aqueles que se voltam para a criação de Miquela, seja a mesma falando sobre as particularidades de seu surgimento e vivência, principalmente com a Brud, como vê-se na imagem 18. Apenas um *post* não discorre sobre o tema, mas, ainda assim, é um tópico que pode ser relacionado à virtualidade de Miquela, posto que mostra uma foto sua de bebê, sendo que a mesma afirma ter sempre 19 anos. Podemos até afirmar que a influenciadora faz um jogo com a realidade dentro de tal postagem, apesar de não abordar diretamente o ponto.

Para que se crie a compreensão de tal jogo de realidade feito por Miquela na postagem em que não aborda sua virtualidade, é preciso que o usuário já acompanhe a influenciadora, ou pelo menos tenha qualquer tipo de laço com a mesma, para conhecer seus aspectos de criação. Assim como é possível verificar na postagem retratada na imagem 19:

Imagem 19 - Franja de Miquela



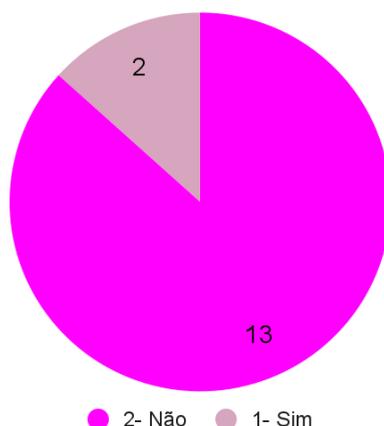
Fonte: Instagram Lil Miquela

Aqui, Miquela fala sobre seu corte de cabelo e como se esforça para manter o mesmo, em sua legenda: “Recebi muitas perguntas, então pensei em responder uma: sim, o meu cabelo cresce. Eu trabalho muito para manter minha franja da escola de arte. 🧑🏻♀️😓 Que outras perguntas vocês tem?”⁹⁰. Entretanto, a influenciadora não aborda o aspecto de sua virtualidade de forma explicitada, portanto, para que haja o entendimento da relevância da postagem sobre seu corte de cabelo e até o por quê do interesse das pessoas pelo mesmo, é preciso entender que Miquela é virtual e acompanhar o que a mesma aborda em sua página.

Voltando à noção de laços sociais levantada por Recuero (2009), alguns aspectos estruturais de uma conversação são analisados pela autora e devem ser levados em consideração a atual análise, por exemplo à multiplexidade:

⁹⁰ Original: “Get a lot of questions so figured I’d answer one: yup, my hair grows. I work very hard to maintain my Art School Bangs. 🧑🏻♀️😓 What other q’s you got?”.

FONTE: <https://www.instagram.com/p/BqqiHgNnExO/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

Imagem 20 - Tem objetivo final de multiplexidade?**Fonte:** Autora

Pondo-se que, para criar laços sociais mais completos e fortes, muitos apostam na multiplicidade de conteúdos para que seus seguidores apostem em acompanhar o conteúdo da influenciadora em outras plataformas, a fim de criar uma relação ainda mais íntima com a mesma. Já no caso de Miquela, observa-se que os *posts* escolhidos dentro da amostra não apresentam grande multiplicidade, apesar de a robô possuir diferentes plataformas de redes sociais. Mostra-se, portanto, que o Instagram é sua principal plataforma de interação e aquelas postagens que possuem uma finalidade de multiplexidade, com conteúdo publicitário, seja para músicas de autoria própria ou para marcas parceiras.

Explorando as postagens feitas por Miquela, já é possível identificar de antemão um pouco do comportamento da robô, contudo, é necessário analisar também como o público de Miquela se porta ao conteúdo exibido pela influenciadora. Assim, levando em consideração os comentários mais curtidos das publicações escolhidas foram destinadas algumas categorias para tais comentários, como apresentado na imagem 21:

Imagem 21 - Categorias dos comentários

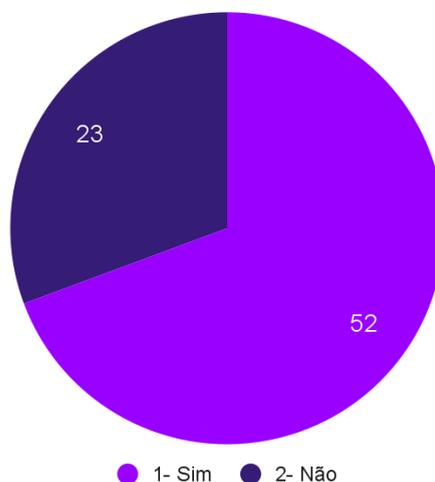
Respostas	Quantidade de resposta	Houve retorno da robô?	Referente ao assunto da postagem? - 1 sim 2 não	Assunto do comentário - 1 positivo 2 dúvida referente à legenda 3 dúvida sobre outro assunto 4 crítica 5 ironia 6 apoio 7 contextualizado 99 indeterminado	Faz referência ao fato de Miquela ser robô? - 1 sim 2 não	Caso positivo, como é feita tal referência? - 1 dúvida 2 espanto 3 ironia 4 solicitação 5 crítica 6 positivamente 7 sem posicionamento identificado 99 não se enquadra

Fonte: Autora

Aqui podemos ver um pouco do comportamento de Miquela e como atinge seu público. A partir do acompanhamento da interação da mesma para com seus seguidores.

Portanto, a partir da categorização feita dos comentários, conferem-se pontos determinantes sobre o comportamento de seu público:

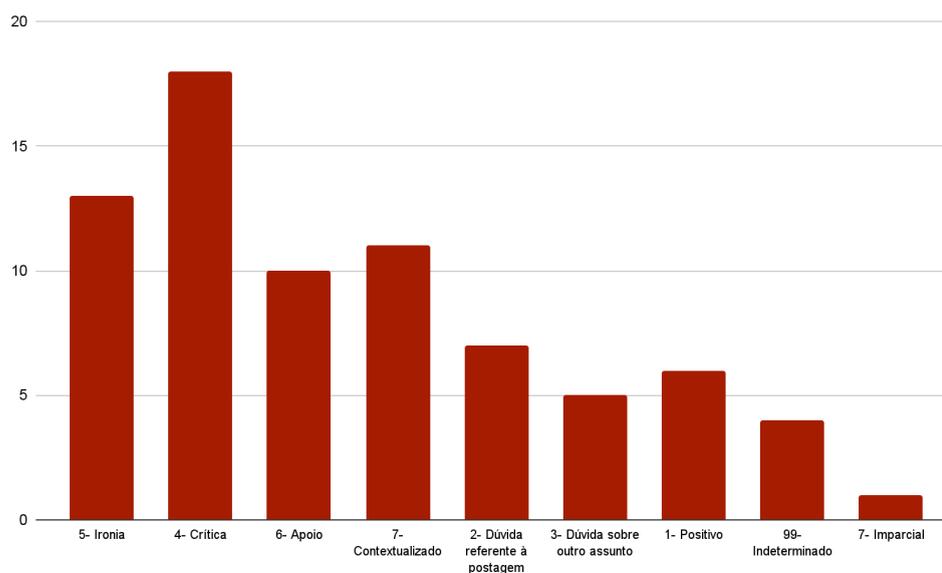
Imagem 22 - Comentário x assunto da postagem



Fonte: Autora

Neste ponto, confere-se que apenas 52 comentários dentro da amostra se referem ao assunto da postagem, entretanto, os demais também se referem à Miquela ou assuntos relacionados. Portanto, verifica-se na imagem 23 um pouco sobre o posicionamento de tais comentários:

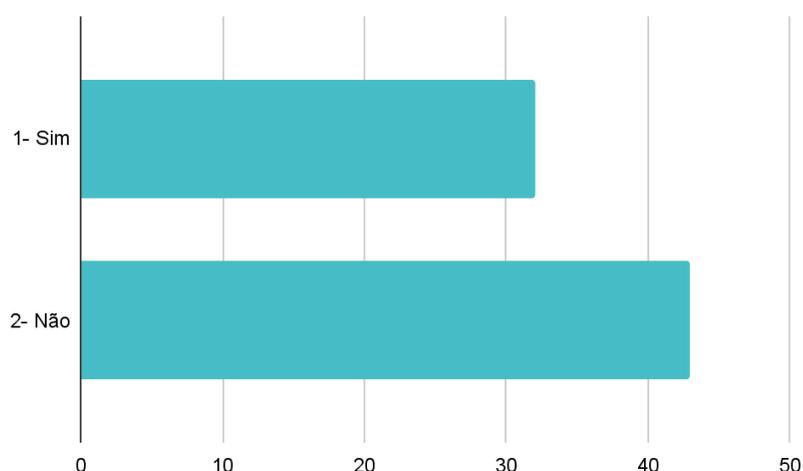
Imagem 23 - Posicionamento do comentário



Fonte: Autora

Levando em conta os dados acima apresentados, confere-se que grande parte dos comentários se refere ao assunto da postagem, sendo sua maioria de crítica e ironia. Ou seja, a maior parte são aqueles que não compactuam com os dizeres de Miquela e desprezam o conteúdo exposto ou, até mesmo, a própria influenciadora. Com isso, precisamos identificar a origem da resistência perante o conteúdo que faz certo tipo de brincadeira com a realidade física e virtual, divulgado pela influenciadora. Portanto, é preciso verificar se os comentários não tratam em sua maioria do fato de Miquela ser uma robô, na imagem 24 a seguir:

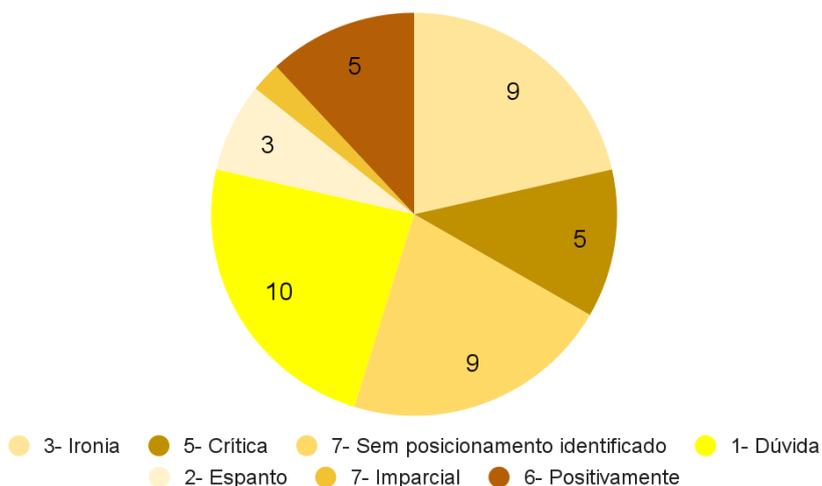
Imagem 24 - Alusões à virtualidade de Miquela



Fonte: Autora

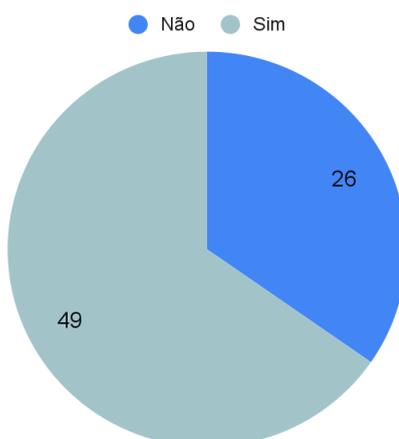
Apesar de grande parte dos comentários não fazer alusão ao fato de Miquela ser um robô, mesmo aqueles que não tocam no assunto, dentro do comentário em si, demonstram algum tipo de crítica a esse fato. Com frases pejorativas, por exemplo os comentários dos usuários @shesmaad, @_____496__ e @mo.yita que dizem “faça isso ir embora”, “Vc me dá muita ansiedade” e “é muito confuso”⁹¹ respectivamente. Contudo, caso o comentário tenha feito menção ao fato de Miquela ser robô, como é feito tal alusão? Atenta-se à imagem a seguir o assunto daqueles comentários que fazem alusão à virtualidade de Miquela:

⁹¹ Comentários originais: “live it up though”, “U gimme a lot of anxiety” e “it's really confusing”. Fonte <https://www.instagram.com/lilmiquela/>

Imagem 25 - Comentários que fazem alusão ao fato de Miquela ser robô

Fonte: Autora

Apesar de a grande parte dos resultados negativos, vê-se na imagem 25 que a maior parte dos comentários não faz referência ao fato de Miquela ser uma robô, significando em boa parte, que as pessoas podem estar acostumadas com a virtualidade da influenciadora. E com isso, não é possível identificar como é feita a referência de grande parte dos seguidores de Miquela, mas daqueles que fazem referência à virtualidade de Miquela, sua maioria é de forma irônica. Tais aspectos demonstram a construção de laços fracos da influenciadora para com seus seguidores, por isso, foi necessário também analisar se a mesma interage com seus seguidores e se os mesmos têm respostas sobre o que comentam.

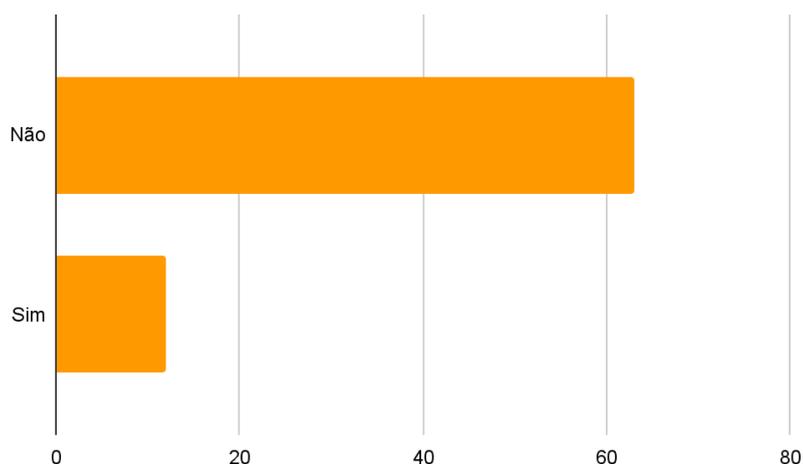
Imagem 26 - Com resposta x sem resposta de outros usuários

Fonte: Autora

Sendo assim, vê-se que a média de respostas de cada comentário equivale a 1, apesar de a quantidade de respostas variar bastante, de 1 até 42, o fato de muitos não terem retorno e

a grande maioria daqueles que tem, possuírem baixos números de resposta, faz com que a média seja baixa. Apesar desses valores, nos interessa na presente dissertação, analisar a interação de um seguidor para com Lil Miquela, portanto, verifica-se se a influenciadora responde os comentários de seus seguidores:

Imagem 27 - Comentários com resposta de Miquela



Fonte: Autora

Contudo, como a grande parte dos comentários analisados não foi respondida pela influenciadora, torna-se difícil determinar o tipo de interação estabelecido entre Miquela e seus seguidores, de forma que é exposto na imagem 27 - apesar de que o fato de a robô não responder tais comentários que, em sua maioria são críticas, já é um sinal de como se comporta. Assim, dentre as postagens analisadas, verificam-se aquelas que possuem retornos de Lil Miquela e investigam-se os aspectos da interação estabelecida entre a mesma e os comentadores. Aqueles comentários feitos pelo público de Miquela foram divididos nas mesmas categorias dos anteriores. Entretanto, criamos novas categorias para analisar também o retorno da robô.

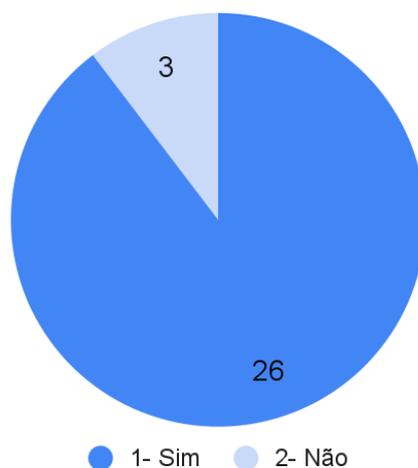
Imagem 28 - Categorias de análise dos comentários de Miquela

Resposta de Miquela	Tradução comentário Miquela	Código do comentário do usuário	Como é o retorno de Miquela? - 1 positivo 2 dúvida referente ao comentário anterior 3 dúvida sobre outro assunto 4 crítica 5 ironia 6 contextualizado 7 agradecimento 8 solicitação 99 indeterminado	Usou emoji? 1 sim 2 não	Usou jargão? 1 sim 2 não

Fonte: Autora

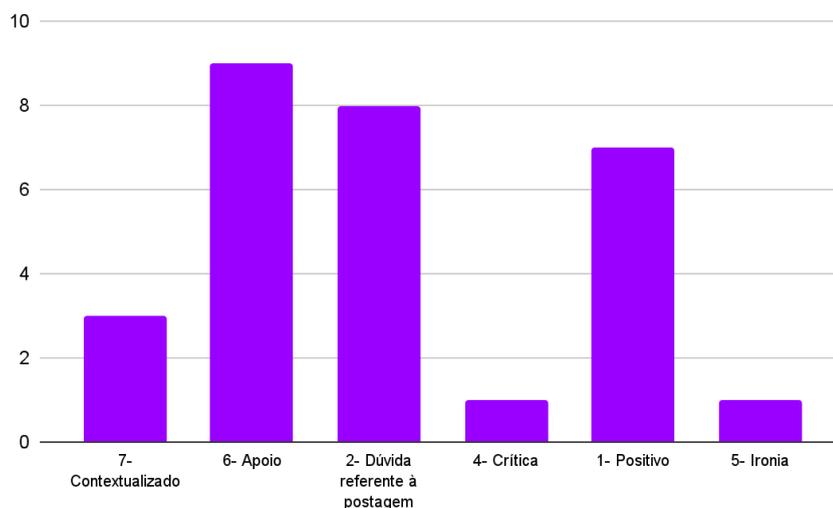
Identifica-se, inicialmente, que apenas 7 postagens analisadas possuem comentários respondidos por Miquela. Sendo que as 5 postagens com maior número de comentários não tiveram sequer um retorno da influenciadora, nem como comentário, nem como curtida. Tal posicionamento pode indicar o interesse por interagir com comentários que sejam de alguma forma positivos ou de pessoas que já possuem um tipo de laço mais forte. Conseqüentemente, a possibilidade da criação de novos laços mais profundos é desprezada. Seriam, portanto, seus comentários a fim de alavancar suas postagens? De toda forma, já podemos reconhecer alguns pontos de operação da robô, posto que, a maior parte das postagens que a mesma não interage com seu público tem como intuito o desabafo, seja qual for a categoria daquela postagem - falando sobre a Brud, sua vida como robô ou até mesmo sobre sua realidade. Lil Miquela interage mais naquelas postagens que tem objetivo de entreter seus seguidores. Porém, dentre as postagens com retorno da robô nota-se os seguintes aspectos:

Imagem 29 - Comentários x assunto da postagem



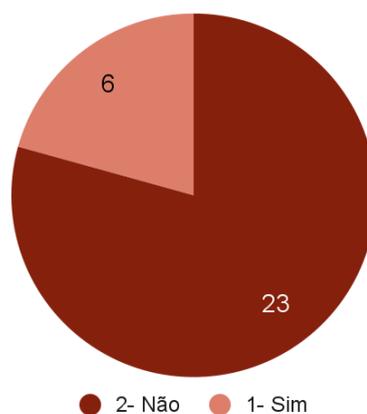
Fonte: Autora

Já de antemão, é possível verificar que a maior parte dos comentários se refere ao assunto da postagem, representando um volume maior do que os comentários mais curtidos. Mas novamente, é preciso investigar se os comentários são positivos ou negativos, como verifica-se na imagem 30:

Imagem 30 - Assunto abordado no comentário

Fonte: Autora

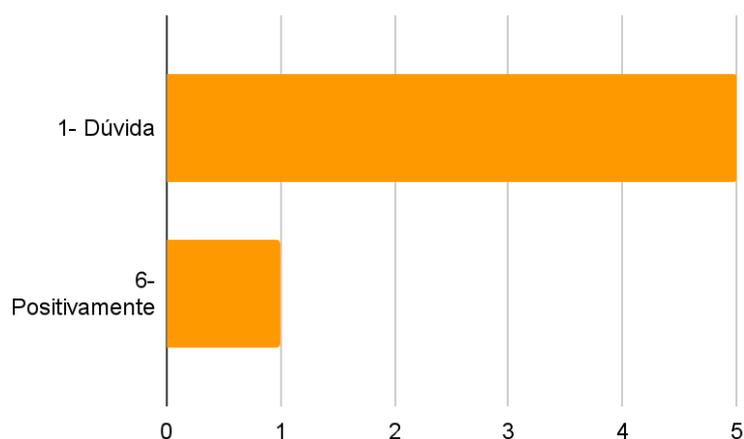
Além disso, confere-se que a maior parte é um tipo de comentário positivo ou de apoio, afora aqueles que são algum tipo de dúvida sobre o conteúdo abordado no *post*. De certa forma, é notável a diferença entre os mais curtidos, que se voltam às críticas. Novamente vê-se uma tendência de que Miquela responda aqueles que sejam de certa forma positivos à sua personalidade. De outro lado, confere-se também o comportamento dos seguidores de Miquela. A grande parte que interage de forma positiva, aparentemente já possui um laço mais forte com a mesma, tal como acostumados com o fato de a influenciadora ser uma robô. Levando isso em consideração, será que tais comentários mencionam o fato de Miquela ser robô? Vamos conferir a seguir:

Imagem 31 - Menção sobre virtualidade de Miquela

Fonte: Autora

Novamente há quantidade maior de pessoas que fazem comentários que não referenciam o fato de Miquela ser um robô, como se verifica na imagem 31. Mas aqui repara-se que a quantidade de comentários que não mencionam esse fato é relativamente maior do que aqueles que citam. E quando indicam tal circunstância, é de uma forma mais positiva do que os comentários mais curtidos. Como se pode ver no gráfico a seguir a análise apenas dos comentários que se referem à virtualidade de Miquela:

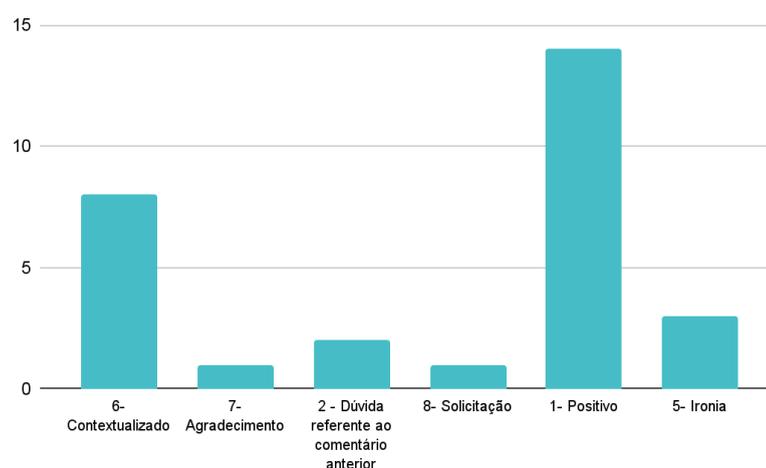
Imagem 32 - Comentários que referenciam o fato de Miquela ser robô



Fonte: Autora

Mesmo tendo uma quantidade demasiadamente menor de pessoas que referenciam este aspecto de Miquela, pode-se identificar uma forma de comportamento de tal público, posto que os mesmos - diferente daqueles comentários mais curtidos - mencionam a virtualidade de Miquela de forma positiva ou tirando alguma dúvida sobre. Verifica-se portanto, que tais pessoas respondidas por Miquela, já possuem algum tipo de similaridade com sua virtualidade, a ponto de ignorarem este atributo ou tirando dúvidas de certa forma, sem julgar.

Até o momento vimos como as pessoas que são respondidas por Miquela se comportam e, assim, podemos traçar até um aspecto da forma com a qual Miquela interage com seus seguidores. Assim, vê-se que a influenciadora prefere responder aqueles comentários mais positivos ou de pessoas que já possuem uma similaridade com sua virtualidade, a ponto de que seus comentários ou dúvidas sejam ofensivas. Entretanto, até o momento não foram analisadas as próprias respostas de Miquela. Logo, vamos conferir a seguir um pouco mais sobre os comentários feitos pela própria robô.

Imagem 33 - Respostas de Miquela

Fonte: Autora

Como as interações feitas pelos usuários são em sua maioria dúvidas de “boa fé” sobre a virtualidade de Miquela ou mensagens positivas e de apoio, já é de se esperar que os retornos da influenciadora também sejam em sua maioria positivos ou contextualizados sobre o assunto do comentário anterior. Neste caso, geralmente temos a resposta a alguma dúvida ou um comentário que não é possível identificar o posicionamento. Aqueles que possuem algum tipo de ironia, já são voltados à respostas que possam seguir algum tipo de “brincadeira” entre ela e o seguidor, portanto, não temos uma utilização de ironia negativa, por exemplo na interação de Miquela com @caro_iman_ que comenta “o que você faz quando se depara com o botão "Não sou um robô??” e é respondida com um comentário irônico de Lil Miquela que diz “@caro_iman_ é uma luta... sempre”⁹².

Seguindo a Análise de como Lil Miquela se comporta nas redes - sua forma de escrita, por exemplo, a fim de passar uma imagem jovial -, nota-se também a necessidade de conferir se dentro dos comentários a influenciadora segue com o mesmo posicionamento. Assim sendo, temos os seguintes dados:

⁹² Comentários originais: “What do you do when you run into the button "I'm not a robot"??” e “@caro_iman_ it's a struggle... everytime”

Imagem 34 - Uso de emojis e jargão

Fonte: Autora

Seguindo os aspectos analisados na legenda, Miquela continua abordando em suas respostas as mesmas características de interação, utilizando em sua maioria jargões e emojis. Dentro de seus comentários, todos são dados de forma curta e direta, referenciando o comentário anterior. Como a maior parte das respostas vieram em postagens que não tenham cunho mais sério, como os desabafos, a robô se utiliza de um tom leve e harmônico em seus comentários, mesmos naqueles que poderiam ter algum viés negativo, por exemplo, a troca de comentários entre Miquela e @ggaarrett, onde o usuário comenta: “eu ODEIO mikaela” e a influenciadora responde “@ggaarrett Ainda bem que não tem Mikaela aqui, meu g.”⁹³

Após a análise dos comentários e postagens feitas por Miquela, identifica-se que a criação de laços se dá geralmente com pessoas que não se posicionam de forma negativa à sua virtualidade. Além disso, detecta-se a presença de interações reativas, a partir da predeterminação que condicionam as trocas interacionais, conforme colocado anteriormente, por Primo (2003). Que seguem o sequenciamento de conteúdo exposto na rede, graças às configurações da plataforma utilizada. Além disso, vê-se a predominância de um conteúdo pouco multiplexo.

Miquela reage aqueles comentários que se identificam como positivos de certa forma, mesmo que em tons de dúvida. Entretanto, aqueles que recebem maior apoio do público são em tons de críticas, a partir de usuários que claramente possuem um laço extremamente fraco com a influenciadora, já que muitos não acompanham e não tem interesse em acompanhar o conteúdo exposto.

A influenciadora se comporta como uma adolescente de 19 anos, utilizando as características interacionais de um adolescente comum, a fim de criar certa identificação e,

⁹³ Comentários originais: “i HATE mikaela” e “@ggaarrett Good thing there’s no Mikaela here, my g.”.

consequentemente, aceitação sobre sua virtualidade. A tal ponto, que a falta de um corpo físico não faz diferença no convívio estabelecido com a mesma. Isto posto que a influenciadora tem o intuito de abordar o aspecto de ser robô com legendas curtas, com jargões, emojis e pouco uso de hashtag, assim como os jovens têm costume de se expressar em redes sociais, na grande parte das vezes.

Dentre os comentários de seus seguidores, aqueles que possuem maior número de curtidas, como foi possível observar, referem-se à Miquela de forma negativa, apesar de não falarem sobre o fato de Miquela ser um robô de forma explícita. Estes não tem tamanho conhecimento sobre o conteúdo exposto, portanto possuem um laço mais fraco com a influenciadora. Todavia, aqueles que acompanham a página há mais tempo, possuem um laço mais forte e fazem comentários positivos. Apesar de Miquela não possuir um corpo físico, tal fato é ignorado pelos mesmos. Posto que há a criação de uma identificação para com a robô, em seu modo de vestir, modo de falar, momentos vividos e questões a serem trabalhadas internamente.

A mesma age como uma adolescente de 19 anos da geração Z, tanto em sua aparência, quanto na sua forma de falar e agir. Isso desperta interesse de outros em acompanhar sua vida, mesmo que de forma virtual (como se faria com algum outro influenciador que acompanha em plataformas de redes sociais). O que importa aqui são os conteúdos expostos que geram reconhecimento de uma pessoa que passa ou já passou por situações que podem se relacionar.

7 CONCLUSÃO

Os personagens virtuais surgiram no Brasil recentemente, com a empresa Magazine Luiza, dando vida à Magalu, em seu instagram. Entretanto, não há, por enquanto, um personagem virtual que não seja vinculado a uma empresa específica no país, assim como Lil Miquela. Ainda não existem muitos estudos sobre esse tipo de influenciador virtual, capaz de manter uma relação íntima com o público e prevenido de vazamentos e imprevisibilidades comportamentais. Portanto, no presente trabalho, escolhemos uma robô que não possui relação direta a uma marca, mas sim, vive e apresenta-se como uma influenciadora adolescente, apesar de não possuir um corpo físico. A *influencer* que surgiu em meados de 2016 no Instagram e acumula 3 milhões de seguidores em sua página, se autodeclara uma robô de 19 anos que nunca envelhece e trata na plataforma sobre aspectos de sua vida pessoal, além de campanhas publicitárias.

Levando-se em consideração as especificações levantadas anteriormente, sobre os relacionamentos dados em ambiente virtual, ressaltando-se os formatos interacionais de pessoas com corpo físico e avatares com um corpo virtual, tem-se a necessidade de analisar o comportamento dos fãs e da influenciadora Lil Miquela. Isto, a fim de verificar a possibilidade de identificar o ponto no qual as pessoas deixam de se importar com a virtualidade da robô e quais são os motivos que os levam a isso.

Trazendo para a reflexão, a partir do exposto anteriormente no trabalho, podemos acreditar que a persona criada para a robô traz em si aspectos altamente trabalhados de uma adolescente de 19 com uma vida almejada por diversos jovens. Além de uma aproximação com o público ao expor em suas redes aspectos de sua vida, algo que gera certa proximidade, ainda mais levando-se em consideração que a mesma responde e interage com seus seguidores, criando portanto, laços mais fortes. Mas para a comprovação de tal hipótese, foi necessário a realização de uma análise de conteúdo através das 15 publicações com maior quantidade de comentários dentre os *posts* feitos desde a sua descoberta como robô, até 2022, que abordam o fato de que Miquela é uma robô. Além de 5 comentários com maior quantidade de curtidas de cada postagem e aqueles comentários que possuem retorno da influenciadora (posto que apenas os comentários mais curtidos, são insuficientes para determinar a interação da influenciadora, para com seus seguidores).

Seguindo os objetivos propostos por cada categoria de análise, subjugada a partir dos conceitos levantados por Hansen (1999), a fim de evitar erros de interpretação e classificação dos dados, foram criadas sete categorias para enquadramento das postagens, oito para a

legenda e seis categorias para os comentários de seguidores de Miquela. A partir da codificação, foi feita a análise de cada postagem e comentário, com isso, conclui-se portanto, que as interações feitas por Miquela são altamente pensadas para trabalhar sua jovialidade e para que a mesma aja de forma equivalente a uma adolescente de 19 anos, inclusive em seus dramas.

Baseado no reconhecimento dos fatos encontrados, verifica-se que, na maior parte de seus posts, Miquela tem o intuito de desabafar e abordar o aspecto de ser robô, utilizando uma legenda curta, com jargões, emojis e pouco uso de hashtag. Um fato que se pode observar, a partir da investigação, é que Miquela se preocupa em transparecer seu dia-a-dia dentro das postagens, como o cotidiano de uma adolescente influenciadora, que necessita lidar com os aspectos da vida, que no caso, refletem ao ponto de se identificar como robô. Há pouco uso de multiplexidade, ou seja, pouca intenção de fazer com que seus seguidores acessem conteúdos em plataformas diferentes - apesar de criar conteúdo em outras plataformas de redes sociais, tal aspecto aparece majoritariamente quando a influenciadora faz uma postagem com intuito de publicidade.

Dentre os comentários com maior quantidade de curtidas, verifica-se que grande parte se refere à críticas ou ironia, mesmo sendo em relação ao comentário feito por Miquela e, apesar de não referirem o fato de Miquela ser robô nos comentários, os usuários fazem inferências a esse aspecto de forma negativa, solicitando parar de ver suas postagens, por exemplo, você me deixa confuso. Nos casos em que a virtualidade de Miquela é tratada, novamente vê-se uma grande parte sendo irônica com o fato, mas também há muitas dúvidas, de formas superficiais, como sobre o funcionamento de sua página (se ela é um robô, quem administra a página?).

Tais dados mostram que a maior parte das pessoas que comentam e têm o maior número de curtidas, não possuem um laço forte com Miquela, sendo muitas vezes as primeiras vezes que interagem com aquele conteúdo e não possuem muito conhecimento sobre. Isso indica também, que grande parte das pessoas que recebe seu conteúdo, acata os comentários feitos, dado o grande número de curtidas. Em relação às respostas, não há um grande número, apesar de que alguns casos específicos detêm uma quantidade considerável de respostas. Em sua maioria, de outros usuários e não da influenciadora. Esta não dispõe muitas respostas nestes casos, algo importante para análise comportamental de Miquela, que interage principalmente com comentários mais positivos, como podemos ver a partir da investigação daqueles que receberam retorno da *influencer*.

Estes se encontram em apenas sete postagens do grupo de *posts* analisados, sendo que aquelas com maior número de comentários, não aparecem neste segundo grupo. É possível identificar um ponto de interação da robô, o qual a mesma interage mais em postagens que possuem intuito final de reter e entreter o usuário, diferente daquelas que não possuem retorno, que se focam mais em algum tipo de desabafo. Podemos identificar que a maior parte dos comentários que recebem resposta de Miquela são referentes ao assunto da postagem, seja em forma de apoio ou com alguma dúvida referente à postagem. Novamente, aqui o fato de Miquela ser robô é desprezado nos comentários. Todavia, neste caso, os retornos são positivos, mesmo aqueles que citam o fato, ainda que em forma de dúvida.

Como é de se esperar, um comentário positivo, recebe uma resposta positiva. Ou seja, os retornos de Miquela são em grande maioria positivos ou apenas contextualizados a fim de responder aquele usuário. E, assim como em suas legendas, Miquela segue com o uso de emojis e jargões em seus comentários. Isto, para progredir com sua personalidade criada nas redes, de uma adolescente de 19 anos que não gosta de “textões” em sua página, apenas para momentos essenciais, como seus desabafos e quando passa por crises entre seus familiares ou aspectos identitários, do modo no qual uma adolescente com a identidade em construção.

Miquela age como uma adolescente influenciadora, expondo os detalhes de sua vida “privada”, sujeita a receber comentários de usuários que se interessam em acompanhar a vida de alguém, seja ela virtual ou não. Porém, a influenciadora ignora de certa forma, aqueles comentários negativos sobre sua pessoa. E em relação ao público da influenciadora, aqueles que possuem um laço mais forte, estabelecido através do acompanhamento de seu conteúdo e aproximação através dos comentários, parecem não se importar com o fato de Miquela ser virtual. O que importa são os fatos e os conteúdos expostos, não se a influenciadora possui um corpo físico. Já aqueles que ainda estranham sua presença, estão “chegando” em sua página e não possuem um prévio acompanhamento.

Entretanto, com o uso de algoritmos, seguem recebendo o conteúdo e com certa repetição, aquilo que poderia ser estranho, pode começar a parecer cada vez mais familiar e próximo, principalmente pelo fato de a personagem que lhes é mostrada na tela, parece cada vez mais com uma pessoa de corpo físico, devido às tecnologias utilizadas e se comporta como uma adolescente comum. Sendo assim, algo que parece ser trivial nas plataformas de redes sociais, de tal forma que pareça apenas que estão interagindo com outra pessoa de corpo físico, que se encontra em um local distante.

Podemos estipular aqui um padrão entre tais influenciadores, que utilizam-se das tecnologias e distanciamento do corpo para criar tal conformidade entre um ser virtual

interagindo com um ser físico? A personalidade e formas interacionais de Miquela são altamente calculadas para atingir tais objetivos, assim como de outros influenciadores virtuais que dispõem de uma identidade altamente trabalhada para atingir o público de interesse. Traçando características interacionais que se assemelham da forma mais próxima possível das interações humanas, a fim de se encaixar cada vez mais no comum e agindo da forma com que as pessoas esperam, sem a presença de surpresas.

Reconhece a possibilidade de estreitamento do formato interacional de Miquela e até outros influenciadores virtuais, a fim de identificar e destrinchar as características em comum, que podem até compor um formato interacional realizada por esse tipo de influenciador. A fim de reconhecer o tipo de interação presente em plataformas de redes sociais, seja ela como uma peculiaridade de influenciadores virtuais ou não.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, Crystal. **Internet celebrity: Understanding Fame Online**. Inglaterra: Emerald Publishing Limited, 2018. Disponível em: https://www.perlego.com/book/580616/internet-celebrity-pdf?utm_source=google&utm_medium=cpc&campaignid=15913701111&adgroupid=131883360629&gclid=Cj0KCOiApKagBhC1ARIsAFc7Mc4ivFXzIPK5wd0vbA2GYewSVSA6fpTCc08INgE_gVIHKJZaY3yIIEaAil5EALw_wcB. Acesso em: 15 jan 2023.
- BALDANZA, R.F. A comunicação no ciberespaço: reflexões sobre a relação do corpo na interação e sociabilidade em espaço virtual. *In: Encontro dos núcleos de pesquisa da INTERCOM*, 6, 2006. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006. p.1-15. Disponível em: <https://ib.rc.unesp.br/Home/Pos-Graduacao44/secaotecnicadepos46/desenvolvimentohumanoetecnologias/06-ciberespaco-tecno-e-corpo.pdf>. Acesso em 30 set 2022.
- BLANTON, R.; CARBAJAL, D. **Not a Girl, Not Yet a Woman: a critical case study on Social Media, deception, and Lil Miquela**. In: *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online* (pp. 87-103). Estados Unidos: IGI Global, 2019.
- BRAGA, José Luiz. **Sociedade midiaticizada**. *In: REVISTA INTERAMERICANA DE COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA*. n. 2, p. 9-35. Santa Maria (RS): Animus, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/viewFile/6693/4050#page=9>. Acesso em: 10 de nov 2021.
- BRAGA, José Luiz. **Constituição do campo da Comunicação**. Verso e Reverso. Revista da Unisinos, São Leopoldo, 2011. v. 25, n. 58. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/924>. Acesso em: 10 nov 2021.
- BRITTO, Leonardo. A Responsabilidade Civil Dos Influenciadores Digitais e seus Reflexos nas Relações de Consumo. **Jusbrasil**. [S.l.]: Jusbrasil, 2020. Disponível em: <https://leonardobritto.jusbrasil.com.br/artigos/868726180/>. Acesso em 01 nov 2021.
- CALONGE CONDE, Míriam. **Influencers de inteligencia artificial: el caso de Lil Miquela**. 2019. Monografia (Gratificação em marketing e investigação de mercados) - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Santa Cruz de la Sierra, 2019. Disponível em: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/40377>. Acesso em 16 mai 2022.
- CANDINI, Elizabeth. **A percepção da geração Z na cidade de Getúlio Vargas sobre a configuração dos estereótipos no Instagram**. 2018. 58 f. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda). Curso de Publicidade e Propaganda. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2018. Disponível em: <http://repositorio.upf.br/handle/riupf/1581>. Acesso em 15 set 2022.
- CARLÓN, Mario. ¿Crisis de la democracia representativa? Mediatización y circulación. In: CÉSAR CASTRO, Paulo (org). **Midiaticização e reconfigurações da democracia**

representativa. Campina Grande: Eduepb, 2019. 21. ed. cap. 1. p. 19-39. Disponível em: <http://ciseco.org.br/images/livro-ciseco2019.pdf>. Acesso em: 30 dez 2022.

COMPÓS, 2008, Porto Alegre, BR. FRANÇA, Vera. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. In: PRIMO, Alex *et al* (org.). **Comunicação e interações.** Porto Alegre: Sulina, 2008. cap 3, p. 71-91.

EGLER, T. T. C. Ciberespaço: novas formas da interação social. **Sociedade e Estado**, [S. l.], v. 13, n. 01, p. 71–87, 1998. Disponível em: <http://papers.cumincad.org/data/works/att/5716.content.pdf>. Acesso em: 12 out 2022.

FAJNWAKS, Fabian. **Codificación algorítmica, ciframento inconsciente, inteligencia artificial:** ¿Qué es singularidad en la era digital? In: LAGUÁRDIA DE LIMA, Nádía *et al* (orgs.). Saber e criação na cultura digital: diálogos interdisciplinares. Belo Horizonte: Fino Traço Editora Ltda, 2021. p. 15-32. Disponível em: http://www.derechosgeneroysalud.psico.edu.uy/sites/derechosgeneroysalud.psico.edu.uy/pub_files/libro_completo_saber_e_criacao_na_cultura_digital.pdf. Acesso em 13 jun 2021.

FELINTO, Erick. **Cibercultura:** ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília: E-Compós. v. 14. n. 1, jan/abr 2011. ISSN: 1808-2599. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/548>. Acesso em: 15 mar 2023

FRANÇA, Vera. **Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação.** Belo Horizonte / MG: Belo Horizonte: Autêntica, 61-88, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Vera-Franca/publication/266465045_Sujeito_da_comunicacao_sujeitos_em_comunicacao/links/59bfc4d90f7e9b48a29b869d/Sujeito-da-comunicacao-sujeitos-em-comunicacao.pdf. Acesso em: 05 set 2022

FREUD, Sigmund (1912). Totem e tabu. In: **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud.** Rio de Janeiro: Imago, 1969-1977. 24 v.

FROTA HERRMANN, Bernardo. **A influenciadora artificial:** Um estudo sobre as modulações imagéticas do Instagram e os Avatar Influencers através do perfil de Lil Miquela. 2019. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/200579>. Acesso em: 30 dez 2021.

GOMES, PEDRO GILBERTO. **Dos meios às mediações:** Jesús Martín-Barbero na teoria da comunicação da Unisinos. São Paulo: MATRIZES (USP. IMPRESSO) , v. 12, p. 189-202, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/137435>. Acesso em: 15 nov 2022.

GOMES, Wilson. Prefácio. In: FERREIRA, Jairo, *et al.* (org) **Redes, sociedade e pólis:** recortes epistemológicos na midiatização. Santa Maria (RS): 2020. cap: 13-21. Disponível em: <https://www.midiaticom.org/redes-sociedade-e-polis/>. Acesso em: 15 ago 2022.

GOFFMAN, Erving. **A ordem da interação: Discurso presidencial da American Sociological Association, 1982.** Rio de Janeiro: Dilemas, Rev. Estud. Conflito Controle Soc. Vol. 12, n 3, 2019, p. 571-603. Disponível em:

<https://revistas.ufrj.br/index.php/dilemas/article/view/26390#:~:text=Goffman%20sintetiza%20a%20principal%20contribui%C3%A7%C3%A3o,%C3%A0s%20determina%C3%A7%C3%B5es%20da%20estrutura%20social>. Acesso em 10 jul 2022.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2002. 10 edição. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/203915/mod_resource/content/1/U-3%20-%20%2810%29%20GOFFMAN%2C%2BE.%2BA%2Brepresenta%C3%A7%C3%A3o%2Bdo%2Beu%2Bna%2Bvida%2Bcotidiana.pdf. Acesso em 15 jul 2022.

HALL, S. **Identidade cultura e diáspora**. In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Cidadania. no. 24. Brasília: Ministério da Educação e Cultura, 1996.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10 ed. [S.l.]: DP&A editora. [20--]. Disponível em: <https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/hall-stuart-a-identidade-cultural-na-pos-modernidade.pdf>. Acesso em: 16 jun 2017.

HANSEN, Anders; COTTLE, Simon; NEGRINE, Ralph; NEWBOLD, Chris. **Mass communication research methods**. New York: New York University Press, 1998. p.91-129.

HEBERT MEAD, George. **L'esprit, le soi et la société**. Tradução: CEFAÏ, Daniel; QUÉRÉ, Louis. Paris (FR): PUF, 2006.

HILL, Symon. **A Arte de Influenciar Pessoas**. In: Potencializa sua habilidade de relacionamento e liderança /Symon Hill. Apalestra Editora, São Paulo: 2012.

HJARVARD, S. **Midiatização**: conceituando a mudança social e cultural. Copenhagen: *MATRIZES*, 2014. p, 21-44. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>. Acesso em 20 dez 2022.

JAUFFRET, M. N., KASTBERG, V. L. (2019). **Biodigital Influencers: A New Alternative for Fighting Loneliness**. In Emotions and Loneliness in a Networked Society (pp. 283-307). Palgrave Macmillan, Cham. Disponível em: <https://recherche.inseec.com/app/uploads/2019/11/biodigital-influencers-a-new-alternative-for-fighting-loneliness-jauffret.pdf>. Acesso em: 30 set 2022.

KAUFMAN, Dora. **Inteligência artificial**: questões éticas a serem enfrentadas. In: IX SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 9, 2016, São Paulo. Disponível em: https://abciber.org.br/anaiseltronicos/wp-content/uploads/2016/trabalhos/inteligencia_artificial_questoes_eticas_a_serem_enfrentadas_dora_kaufman.pdf. Acesso em 15 dez 2022.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”**: uma entrevista com Crystal Abidin. Tradução. São Paulo: Universidade de São Paulo - USP, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/WftrmyFhn6K5r366RN9hSZD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 15 jan 2023.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: GMT Editores Ltda, 2017. Disponível em: [http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/Marketing-4-0-Do-tradicional-ao-digital%20\(1\).pdf](http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/Marketing-4-0-Do-tradicional-ao-digital%20(1).pdf). Acesso em: 15 fev 2021.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content Analysis: an introduction to its methodology**. 2nd ed. Pensilvânia: Sage Publications, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>. Acesso em 29 set 2022.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997. Disponível em: <https://notamanuscrita.files.wordpress.com/2014/08/jesus-martin-barbero-dos-meios-as-media-c3a7c3b5es.pdf>. Acesso em 05 set 2022.

PRIMO, Alex F. T. **Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em: https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=fyj1KOkAAAAJ&citation_for_view=fyj1KOkAAAAJ:IWHjjKOFINEC. Acesso em 05 nov 2021.

RECUERO, Raquel. Mapeando Redes Sociais na Internet através da Conversação Mediada pelo Computador. In: HETKOWSKI, Tania Maria, NASCIMENTO, Antonio Dias (orgs.). **Educação e Contemporaneidade: pesquisas científicas e tecnológicas**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia - EDUFBA, 2009. cap. 12, p. 251-274. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/jc8w4/pdf/nascimento-9788523208721.pdf>. Acesso em: Acesso em 10 nov 2021.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>. Acesso em 15 jun 2022.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. B. S. **Análise de Conteúdo Categorial: Manual de Aplicação**. Brasília: ENAP, 2021. Disponível em: https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6542/1/Analise_de_conteudo_categorial_final.pdf. Acesso em 15 ago 2022.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. Porto Alegre: Revista FAMECOS, 2003. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229>. Acesso em: 10 ago 2022.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: subjetividade nos gêneros confessionais da Internet**. Tese (doutorado em comunicação e cultura) - Escola de Comunicação da Universidade Federal do

Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007. Disponível em:
<http://objdig.ufrj.br/30/teses/686522.pdf>. Acesso em: 22 set 2022

SODRÉ, Muniz V. Communicatio e epistème. *In*: SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1feEJeYVc9ciGETssFOpOUFGzpSbLCaaM/view?usp=drivesdk>. Acesso em 05 nov 2021.

THOMPSON, John B. **Interação mediada na era digital**. Tradução de Richard Romancini. n 3, v 12, p. 17-44. São Paulo: Matriz, 2018. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/153199/149813>. Acesso: 08 nov 2021.

TURKLE, Sherry. **Alone together: why we expect more from technology and less from each other**. Nova Iorque: Basic Books, 2011. Disponível em:
https://hci.stanford.edu/courses/cs047n/readings/Alone_Together.pdf. Acesso em: 10 jun 2022.

VAN DJICK, José; POELL, Thomas; DE WALL, Matijn. **The platform society: public values in a connective world**. Vol. 3: No. 3. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018. Disponível em:
https://digitalcommons.uri.edu/mgdr/vol3/iss3/8/?utm_source=digitalcommons.uri.edu%2Fmgdr%2Fvol3%2Fiss3%2F8&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages. Acesso em: 20 dez 2022.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick; JACKSON, Don D. **Pragmática da comunicação humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação**. Tradução CABRAL, Álvaro. 9. ed São Paulo: Cultrix, 1967.

APÊNDICE A - Lista de links referentes às postagens analisadas de Lil Miquela

1. Descoberta de que é virtual
 - <https://www.instagram.com/p/BhwuJcmlWh8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 46.501 comentários
 - Carrossel apenas texto
2. Sequência da descoberta
 - <https://www.instagram.com/p/BhzelQ5lCi2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 4.656 comentários
 - Arte estática, fundo branco com nome brud
3. Sequência descoberta
 - <https://www.instagram.com/p/BhzyxKoFIIT/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 9.423 comentários
 - Foto Lil Miquela triste, num fundo que parece parede de sua casa, como se fosse seu quarto
4. Pensando sobre o que aconteceu, não trabalha mais com a brud
 - <https://www.instagram.com/p/BiAVQVHI05m/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 2.620 comentários
 - Foto Lil Miquela triste, sentada em um banco em uma praça. Parece que ela está chorando
5. Robôs não podem tomar sorvete
 - <https://www.instagram.com/p/Bjn8MVzF9uw/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 3.224 comentários
 - Foto Lil Miquela tomando sorvete, no que parece ser uma mesa de sorveteria
6. Bermuda x Miquela desavenças sobre o que é ser um robô
 - <https://www.instagram.com/p/BjtEYETFXG9/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 3.678 comentários
 - Foto Lil Miquela e Bermuda em uma escada rolante
7. Brud programa suas memórias, se sente sozinha
 - <https://www.instagram.com/p/BjvhTbylRcD/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.083 comentários
 - Foto Lil Miquela em frente ao que parece ser a quadra de uma escola. Ela está com semblante sério e roupas de tonalidade com pouco contraste
8. Desabafo Sara
 - <https://www.instagram.com/p/Bj6OgkuFcrc/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 982 comentários
 - Foto Lil Miquela pensativa ao ar livre, com roupa até o pescoço
9. Robot pole CNN
 - https://www.instagram.com/p/Bkd_rWCF8fR/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 1.222 comentários

- Foto Lil Miquela no meio do que parece ser uma feira (me lembrou mercado central)
10. Miquela não é real
 - <https://www.instagram.com/p/BkqO0sLlQoO/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.895 comentários
 - Foto Lil Miquela no meio da rua, usando roupas que “não combinam”
 11. Fez as pazes com a Brud:
 - <https://www.instagram.com/p/BICG0HklauZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.195 comentários
 - Foto Miquela com sua família (3 pessoas da Brud), em frente a uma parede
 12. Momentos de adolescência que perdeu por ser robô
 - https://www.instagram.com/p/BIZP1q_l4Uy/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 687 comentários
 - Lil Miquela juntamente com uma pessoa da Brud, com roupas profissionais e materiais de escritório (detalhe: a pessoa da Brud esta de máscara, época do covid)
 13. Nunca terá aniversário de 20 anos
 - <https://www.instagram.com/p/BmCQ19PIFMo/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 604 comentários
 - Lil sentada em uma cadeira, com semblante mais sério
 14. Comer burrito após uma noitada
 - <https://www.instagram.com/p/BmWN6tJF6jG/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 876 comentários
 - Miquela dentro de casa, sentada em um sofá (meio que jogada), com burrito nas mãos, indicando que vai comê-lo
 15. Vídeo hate me
 - https://www.instagram.com/p/BmlxL_3F0NZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 3.166 comentários
 - Vídeo (parece um clipe) da nova música de Miquela
 16. Família reunida
 - <https://www.instagram.com/p/Bm17FIVFrEA/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 587 comentários
 - Foto dos robôs da brud e os funcionários da brud (falta uma avatar que e a bermuda)
 17. Verificada no Instagram
 - <https://www.instagram.com/p/BoNg8Xnlbjc/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 673 comentários
 - Miquela com uma roupa metálica (como se dirigiam a robôs antigamente), sentada na grama ao ar livre
 18. Robot problem - giphy
 - <https://www.instagram.com/p/BqJDnw2nAqT/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 2.682 comentários

- Vídeo sobre essa ação com a giphy
19. Cabelo que cresce
 - <https://www.instagram.com/p/BqqiHgNnExO/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 2.619 comentários
 - Miquela em frente ao espelho cortando sua franja
 20. Você já viu um robô cavalgar?
 - <https://www.instagram.com/p/BrGDOSIHMgV/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 286 comentários
 - Miquela segurando as rédeas de um cavalo no meio do deserto (uma capa de revista)
 21. Brincando de ser adulta
 - <https://www.instagram.com/p/BsJhQqDH21a/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 429 comentários
 - Miquela sentada em uma mesa de escritório (toda branca)
 22. Memórias pai
 - <https://www.instagram.com/p/BtNGekQn-fP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 297 comentários
 - Miquela e seu amigo sentados no chão de uma sala de estar, olhando revistas antigas
 23. Robô nunca sente frio
 - <https://www.instagram.com/p/Bt7El6Xnq2D/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 538 comentários
 - Miquela no meio da rua, posando com shorts e um casaco que esta no meio de seus braços
 24. Código big data
 - <https://www.instagram.com/p/BuIAPg1Ht4k/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 272 comentários
 - Miquela deitada no sofá com um terno rosa
 25. Toaster-ass bot
 - <https://www.instagram.com/p/BvAt9PcHo-V/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 337 comentários
 - Miquela falando ao telefone no meio da rua
 26. 19 dias para 19 anos de novo
 - https://www.instagram.com/p/Bv2S8_6n_ba/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 354 comentários
 - Miquela segurando uma porção de balões ao ar livre
 27. Real hungry
 - <https://www.instagram.com/p/BwYWZTKHf8-/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 369 comentários
 - Miquela sentada com pernas esticadas em um banco amarelo, segurando uma jaqueta jeans (como se tivesse vestindo)

28. 3 dias para os 19 de novo
 - <https://www.instagram.com/p/BwdXAp2nMlt/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 319 comentários
 - Miquela segurando 3 balões azuis ao ar livre
29. Aniversário
 - <https://www.instagram.com/p/BwkgDBhneo8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 575 comentários
 - Miquela com flores em seu rosto
30. Aniversário de novo
 - <https://www.instagram.com/p/BwpYm-SH23G/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.336 comentários
 - Miquela em frente a um bolo (coo se fosse apagar) em sua festa de aniversário, em os convidados ao fundo
31. O que um robô pode fazer (parceria com samsung)
 - <https://www.instagram.com/p/Bz8uJMgHIHG/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.515 comentários
 - Vídeo samsung #teamgallaxy
32. Amar seu corpo
 - <https://www.instagram.com/p/B0EfQndHR2s/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 992 comentários
 - Miquela com body creme, em uma banheira, com coroa na cabeça
33. Não é a única robô da família
 - <https://www.instagram.com/p/B06hy3YHB62/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 372 comentários
 - Miquela no karaokê com Bermuda
34. Cinema de robô
 - <https://www.instagram.com/p/B1fNxEmHjYr/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 275 comentários
 - Miquela no cinema com o blawko (outro avatar da brud)
35. Você sai da aula com a notícia de musica nova da miquela
 - <https://www.instagram.com/p/B2FbCQUnj2X/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 239 comentários
 - Várias miquelas ao ar liv, com roupas e poses diferentes
36. Desilusão amorosa
 - https://www.instagram.com/p/B2M-MxUl_o5/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 1.834 comentários
 - Miquela com rímel escorrendo de choro
37. Ama seu best-robô

- <https://www.instagram.com/p/B3NRcitnXbP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 297 comentários
 - Miquela abraçada com blawko fazendo elogios ao amigo
38. Miquelians
- <https://www.instagram.com/p/B4NrlcmnAHZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 314 comentários
 - Miquela deitada em algum tecido laranja, com peruca rosa
39. Beijo entre robôs
- https://www.instagram.com/p/B5Or-_Vn0J0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 1.235 comentários
 - Miquela beijando um cara
40. Escreveu uma música para você
- <https://www.instagram.com/p/B6eTeFdnKjy/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 450 comentários
 - Miquela com a mão perto da câmera, como se tivesse acariciando o rosto de alguém
41. Irmãos robô
- <https://www.instagram.com/p/B6gK97GHwR8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 603 comentários
 - Bermuda, Miquela e brawko juntos em um banco, como irmãos
42. Irmãos robô
- <https://www.instagram.com/p/B6gK97GHwR8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 603 comentários
 - Bermuda, Miquela e brawko juntos em um banco, como irmãos
43. Computadores vão à loucura
- <https://www.instagram.com/p/CC9gFfhHJGb/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 817 comentários
 - Li com a língua pra fora, com um fundo liás, roupa combinando com fundo
44. Sobrancelhas crescerem
- https://www.instagram.com/reel/CEh8YbkHPD_/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 1.715 comentários
 - Vídeo Lil com e sem sobrancelhas
45. Futuro update
- https://www.instagram.com/p/CFAS_SqnwGF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 1.696 comentários
 - Lil sem sobrancelhas
46. Perguntas e respostas tiktok
- <https://www.instagram.com/reel/CFNoe-yHzvT/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 3.101 comentários
 - Vídeo trend do tiktok de yes or no, em que lil responde sim ou não para as perguntas

47. Pessoas me perguntam se sou real
 - https://www.instagram.com/reel/CFh5b_aHFr4/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 2.570 comentários
 - Vídeo respondendo perguntas frequentes sobre ser robô
48. Respondendo comentários
 - <https://www.instagram.com/reel/CF7YAcSntdW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 2.077 comentários
 - Vídeo respondendo comentários de seguidores
49. Não é algoritmo, é arte
 - <https://www.instagram.com/p/CGi9CVdntca/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 277 comentários
 - Carrossel lil com roupas estranhas
50. Respondendo comentário
 - <https://www.instagram.com/p/CHjFyvOnEg0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 389 comentários
 - Foto da lil, com o print de um comentário de um seguidor, em que ela responde na sequência do carrossel
51. Desabafo sobre a série de comentários
 - <https://www.instagram.com/p/CHqzOKqnYbE/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 560 comentários
 - Carrossel da lil com a primeira foto sendo ela na rua olhando de costas
52. EPS. 2 get real miquela
 - <https://www.instagram.com/reel/CICMaWNnNHq/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.067 comentários
 - Vídeo get real miquela
53. Robôs estão de volta à cidade
 - <https://www.instagram.com/p/CJMV2wknW4u/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 397 comentários
 - Foto dos 3 “irmãos” robôs deitados em uma canga na grama
54. Gossip girl
 - <https://www.instagram.com/p/CKMLiKUnPsa/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 328 comentários
 - Miquela e bermuda sentadas no sofá dentro de casa
55. Robôs não tem paladar
 - <https://www.instagram.com/p/CKWe6Bvn6hm/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 520 comentários
 - Miquela e bermuda em uma cozinha, segurando um telefone de fio
56. O que tem na mala de um robô?

- https://www.instagram.com/p/CKwOrwmH_rj/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 484 comentários
 - Miquela em frente a porta de uma casa, com o sol batendo em seu corpo
57. Como me sinto quando perguntam se sou real
- <https://www.instagram.com/p/CLYNH4Fnq3f/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 18.735 comentários
 - Vídeo de tiktok em que miquela fala como se sente quando perguntam se ela é real
58. Isso fica mais louco ainda
- <https://www.instagram.com/p/CLo1YgZnzPf/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 705 comentários
 - Junção de vários vídeos de miquela
59. Esqueceu de carregar
- https://www.instagram.com/p/CLt1aKip_p_/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 354 comentários
 - Foto pouco nítida de miquela
60. Muito calor e cheiro de axila de robô
- <https://www.instagram.com/p/CLz8INCndc6/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 331 comentários
 - Miquela ao ar livre, com casaco e os braços levantados
61. Bots are made for walking
- <https://www.instagram.com/p/CL7IlrhEwa/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 579 comentários
 - Fotos com baixa nitidez da miquela andando na rua
62. Todas as tatuagens são temporárias
- <https://www.instagram.com/p/CMXc-Ignii1/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 451 comentários
 - Miquela de top verde, segurando ele com os braços levantados
63. Mood NFT
- <https://www.instagram.com/p/CMkKf4vnR41/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 347 comentários
 - Miquela comendo mexerica
64. Robôs fazem fogo?
- <https://www.instagram.com/p/CMxAPQ5hAYT/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 526 comentários
 - Miquela sentada em um banquinho, ligada a uma luminária vermelha na parede
65. Criação Miquela
- <https://www.instagram.com/p/CNaZ0m8BSnp/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 463 comentários
 - Vídeo mostrando processo de criação da miquela

66. 19 de novo
- <https://www.instagram.com/p/CN-gseXBlof/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 746 comentários
 - Foto miquela e bermuda em frente à uma limusine estacionada
67. Trabalho miquela
- https://www.instagram.com/p/COI_tD1hjGh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 784 comentários
 - Foto miquela mandando beijinho com um copo na mão
68. Pets x robô
- <https://www.instagram.com/p/COx-RxchJhh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 842 comentários
 - Miquela com cachorrinho no colo
69. Robôs não morrem
- <https://www.instagram.com/p/COx-RxchJhh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 569 comentários
 - Miquela com um pirulito na mão
70. Ainda tenho 19
- <https://www.instagram.com/p/CP1IJZth-uE/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 483 comentários
 - Miquela em um fundo psicodélico
71. Não pode comprar bebidas
- <https://www.instagram.com/p/CP6HzWFBuDQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 499 comentários
 - Carrossel de miquela na loja de bebidas
72. Onde será a entrada do usb?
- https://www.instagram.com/p/COeGY1-hl_F/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 970 comentários
 - Carrossel miquela brincando onde deve ser a entrada de usb dela
73. Buraco errado
- <https://www.instagram.com/p/COI0zS8BD3C/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 761 comentários
 - Miquela com usb na boca, depois de ter levado um choque
74. História resumida
- <https://www.instagram.com/p/COritsOhZkx/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.830 comentários
 - Vídeo resumindo sua história
75. Miquela bebê
- <https://www.instagram.com/p/CO34K4VhLoA/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

- 2.261 comentários
 - Foto miquela bebê
76. Memória programada bebê
- <https://www.instagram.com/p/CRJ3yFxBVXG/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 722 comentários
 - Carrossel miquela com pessoal da brud
77. Quem é esse bebê?
- <https://www.instagram.com/p/CRzO7m6Avn7/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 2.583 comentários
 - Vídeo miquela falando que tem pra sempre 19
78. Qual memória programada deve ser desbloqueada?
- https://www.instagram.com/p/CR_8lXyAbnW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 789 comentários
 - Miquela sentada em casa, apontando para o computador
79. Muita paciência
- <https://www.instagram.com/p/CSR-QfwgOg0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 746 comentários
 - Miquela comendo o salgadinho que vendia no seu primeiro emprego, no shopping
80. Memórias programadas
- <https://www.instagram.com/p/CSXIqviF9Un/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.332 comentários
 - Vídeo de miquela falando de suas memórias programadas
81. Memórias programadas. Miquela adolescente
- https://www.instagram.com/p/CSj_xXxgtYH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
 - 780 comentários
 - Foto miquela adolescente em um parque de diversões
82. Memórias programadas. Miquela criança
- <https://www.instagram.com/p/CSuTbWWH4Pg/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 489 comentários
 - Foto miquela com cerca de 2 anos, vendo a neve pela primeira vez
83. Memórias programadas. Miquela jogando futebol
- <https://www.instagram.com/p/CS7NnsqndrF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.078 comentários
 - Foto miquela criança com camisa de time de futebol
84. Primeiro everything
- <https://www.instagram.com/p/CTICuSiHXrx/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.610 comentários
 - Miquela e Ben

85. Não sabe mais o que é real
- <https://www.instagram.com/p/CTSWazlnXsF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 920 comentários
 - Vídeo miquela buscando o ben
86. Qual a conexão
- <https://www.instagram.com/p/CTaEhOGnyfP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 752 comentários
 - Foto rede de pesquisa do seu passado
87. Ben é fake
- <https://www.instagram.com/p/CT-HJgNloJZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 793 comentários
 - Vídeo miquela falando sobre sua descoberta e suas memórias programadas
88. Robôs não podem nadar
- <https://www.instagram.com/p/CUDa9GepSLi/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 1.161 comentários
 - Foto miquela com roupa de banho em ambiente de piscina
89. Miquela 4.0
- <https://www.instagram.com/p/CU0MMuuFPZy/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 882 comentários
 - Vídeo falando sobre miquela 4.0
90. Rotina skincare
- <https://www.instagram.com/p/CU5V6MwpGhr/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 582 comentários
 - Foto miquela com WD-40
91. Miquela nadando
- <https://www.instagram.com/p/CVGNz5Slxk2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 607 comentários
 - Carrossel miquela na piscina
92. Forma final
- <https://www.instagram.com/p/CVLXYv4pqlZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 719 comentários
 - Miquela debaixo d'água com cauda de sereia
93. Upgrade
- <https://www.instagram.com/tv/CVTFkUIJvF4/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 621 comentários
 - Vídeo miquela abrindo arquivo de upgrade
94. Calibrando novas habilidades
- <https://www.instagram.com/p/CVYYPVipjMH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
 - 345 comentários

- Foto miquela ao ar livre, com o que parece ser um carregador em suas mãos

95. Novas habilidades

- <https://www.instagram.com/p/CV8TNdpJ4OD/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 623 comentários
- Miquela com bichinho de pelúcia, cabelo espetado de frizz e maquiagem mal feita

2022

96. Robots gonna wild

- <https://www.instagram.com/p/CZCqOSLOzBb/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 458 comentários
- Miquela e bermuda em uma escada, arrumadas para festa

97. Guia de uso

- <https://www.instagram.com/p/CZM-LD-pFUI/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 436 comentários
- Foto de espelho, com post-its falando sobre suas novas habilidades

98. Sem gosto

- https://www.instagram.com/p/CZe_WGZJJOM/?igshid=YmMyMTA2M2Y=
- 283 comentários
- Carrossel, miquela e seu namorado provando aqueles pózinhos coloridos

99. I love real life

- <https://www.instagram.com/p/Caz8yzGuqRq/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 452 comentários
- Miquela de costas para a camera, com o pijama escrito i sz real life

100. Física

- <https://www.instagram.com/p/CbLByPtuOwB/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 603 comentários
- Foto miquela chorando

101. 19 de novo

- <https://www.instagram.com/p/CcqUsGYO5ug/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 1.002 comentários
- Miquela em uma banheira cheia de balões rosa

102. Arquivo grande carregando

- <https://www.instagram.com/tv/CdJMhdZpK70/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 371 comentários
- Video dourado parecendo que está carregando

103. Metaverse sweetie

- <https://www.instagram.com/p/Cd3jZHjuafJ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 426 comentários
- Foto miquela no meio da a, com camiseta escrita: i'm a metaverse sweetie

104. Robôs, ex e café

- <https://www.instagram.com/p/CejUxelJ-D2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 676 comentários
- Miquela e seu ex tomando café

105. Robôs, ex e café

- <https://www.instagram.com/p/CejUxelJ-D2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- 676 comentários
- Miquela e seu ex tomando café

APÊNDICE B - Livro de Códigos

a. Postagem

Favor incluir o código da postagem referente ao tema do *post* feito por Lil Miquela em sua página do Instagram, levando-se em consideração a legenda e a imagem utilizada, sendo 1 quando o post corresponde à categoria **Brud**, sendo o principal intuito, a convivência da robô para com sua atual família - como a mesma os define atualmente -, além dos momentos em que a agência intervém em sua vivência pessoal, por exemplo, liberando memórias programadas. Neste aspecto, diferencia-se do segundo tópico de codificação **memórias**, no qual a robô fala abertamente sobre suas memórias, tratando-as como assunto principal da postagem. Refere-se aqui aos momentos retratados em suas lembranças e indagações que são feitas a partir disso. Para tal categoria, favor marcar 2.

Quando o *post* se referir ao dia-a-dia de Miquela como uma robô, levantando definições sobre ser robô. Sendo questionamentos, apontando especificidades ou trazendo curiosidades sobre. Para a categoria de **ser uma robô**, será preciso marcar 3. Mas naqueles momentos em que Miquela faz uma chacota sobre a determinação de ser real, apesar de viver em ambiente virtual. As postagens sobre a **realidade Miquela** deverão ser marcadas com a opção 4.

Dentro de sua vida retratada na plataforma, Miquela aborda em diversos momentos, sua questão em relação à sua **idade** e ao fato de não envelhecer. A robô, que possui 19 anos, não envelhece, apesar de celebrar sua data de aniversário todo mês, graças a uma escolha de sua agência criadora. A influenciadora debate sobre sua idade em diferentes momentos e deverá ser marcada a opção 5, quando o *post* se referir a tal assunto. Assim como a categoria anterior, Miquela também aborda em diferentes ocasiões, seus **relacionamentos amorosos**. Os mesmos tange o relacionamento de Miquela para com uma pessoa de corpo físico, que existe mesmo fora do mundo virtual. Neste aspecto independente do assunto abordado, desde que a postagem fale sobre o tema dos relacionamentos amorosos de Miquela, deve-se marcar a opção 6.

Posto que a robô assume o trabalho de influenciadora, na plataforma digital, graças à sua quantidade de seguidores, muitas postagens são com intuito comercial, a fim de divulgar algum produto/serviço de marca parceira. Assim, quando os *posts* remetem a um conteúdo de **publicidade** deverão ser marcados como a opção 7.

Quando se foca diretamente na legenda da postagem feita por Miquela, tende-se a observar o **tamanho da legenda**, posto que as pessoas mais jovens tendem a utilizar uma

linguagem mais abreviada e curta, ao interagir na internet. Portanto, como Miquela se apresenta como uma adolescente de 19 anos, espera-se que seu comportamento condiga com tal característica. Assim sendo, consideram-se longas as legendas com mais de 3 linhas, logo, deve-se marcar a alternativa 1 para as legendas curtas e 2 para as longas. No entanto, caso não haja legenda na postagem, deverá marcar 99.

Ainda seguindo o pensamento de que Lil Miquela apresenta-se como uma adolescente, espera-se que o tipo de linguagem utilizada em suas legendas seja mais coloquial, com uso de gírias e afins. Dessa forma, focando no **assunto da postagem**, quando for identificado a utilização de **jargões** será necessário marcar 1, no entanto, caso não identifique-se, marcar 2. O mesmo faremos quando há o emprego de **hashtags** e **emojis**, marcando a opção 1 quando houver a utilização e a opção 2, quando não tiver.

Além de avaliar os aspectos semânticos da legenda, é imprescindível investigar o **intuito final da legenda**. Qual o objetivo de Miquela ao construir tal legenda? A postagem pode ter mais de um objetivo (como informar e ativar os seguidores), entretanto, focaremos no propósito maior daquele *post* e o que a robô pretende passar com aquelas informações. A mesma planeja fazer somente um **desabafo**? Caso a resposta seja positiva, marque a alternativa 1. Mas se, porventura, a legenda tiver a intenção de ser apenas uma forma de entreter o usuário, sendo uma brincadeira, ou apenas um comentário divertido, marcar como um **entretenimento**, a opção correta será a 2. Contudo, se for apenas uma **dia-a-dia**, contando algum acontecimento que não traga reflexão, mas que seja só algo informativo, marque a opção 3. Como a robô assume o papel de influenciadora em seu Instagram, muitas postagens podem ter a finalidade de apenas divulgar alguma parceria, ou até feitos próprios (como suas músicas) - ou seja, alguma **publicidade**. Quando esse for o caso, marque a alternativa 4. Mas na hipótese de que o texto não se enquadre em nenhuma alternativa, marque a opção 99.

No entanto, não se pode ignorar o fato de que a análise do presente trabalho se foca na relação de Miquela sendo uma robô, presente apenas no mundo virtual e interage com seus seguidores, que se encontram também presentes no mundo físico. Portanto, é necessário identificar se a mesma aborda em na postagem como um todo o fato de **ser uma robô**. Caso positivo, marcar a opção 1, mas caso negativo, marcar a 2.

Nos casos positivos, **como é feita a abordagem sobre Miquela ser uma robô?** No momento em que Miquela faz algum tipo de **jogo com a realidade**, sobre o fato de ser virtual, mas ainda sim ser real, como afirma, deverá se marcar 1. Se for uma **reclamação** sobre algum assunto, marcar 2. Mas caso seja o relato de algum **problema** que esteja enfrentando, seja

para descobrir algo sobre sua virtualidade, sobre sua criação ou problemas do cotidiano, marque a opção 3. Diferencia-se daquelas postagens que são um **desabafo** posto que nestas, Miquela fala sobre algo em sua vida, primordialmente seus relacionamentos com outras pessoas, marque 4. Mas quando a mesma aborda estritamente sobre sua **criação**, apenas com algum tipo de informação ou pergunta, sem intuito de desabafo, deve-se marcar a opção 5. Já quando a robô fala estritamente sobre seus **relacionamentos** amorosos, contando algum aspecto, marque a opção 6.

Por fim, leva-se em consideração os conceitos trabalhados por Recuero (2009), abordados anteriormente, para a finalidade de observar a **multiplexidade** das legendas. Se o intuito for levar o usuário para outra plataforma, ou outro perfil, através da divulgação de algum produto/serviço, marca a opção 1. Caso contrário, marque 2.

a. Comentários da postagem

A fim de compreender como é a interação feita por seus seguidores e como lidam com a virtualidade de Miquela, pretende-se analisar primeiramente os aspectos semânticos e estruturais de cada comentário abordado, levando em consideração a tabela trazida por Recuero (2009)⁹⁴ com finalidade de investigar primeiramente o **conteúdo** dos comentários, observando se é **referente ao assunto da postagem**, ou não. Caso positivo marque a opção 1, caso negativo, 2. Posteriormente, tende-se a observar o **sequenciamento das interações** observando-se se há uma continuidade de comentários, que podemos colocar aqui como respostas ao comentário inicial, seja por Miquela ou por outros usuários. Assim, caso haja respostas ao comentário, marque a opção 1. Caso negativo, 2.

Aprofundando-se um pouco mais nos comentários feitos, deseja-se identificar o assunto primordial do comentário. Em caso de comentários **positivos**, ou seja um elogio, ou algo concordante em relação à postagem ou à influenciadora, seja ele apenas em emojis, ou em frases longas, será necessário marcar 1. Já, se o comentário apresenta-se como uma **dúvida referente ao assunto tratado na postagem**, será preciso marcar 2. Mas se for sobre **algum outro assunto**, que não tenha a ver com a postagem em si, marque 3. Já, se o comentário vier em forma de **crítica**, seja referente ao assunto da postagem, ou a influenciadora, a opção marcada deverá ser a 4. Caso seja um comentário **irônico**, sendo ele uma ironia positiva (aquela que traz um ar de diversão), ou a ironia crítica (aquela que tem intuito de desprezar algo), marcar a opção 5. Se for um comentário que demonstra uma forma de **apoio** à Miquela, marcar 6. Se for um comentário **contextualizado**, que não tenha intenção

⁹⁴ Abordado na página 35

de criticar ou elogiar, marque a opção 7. Por fim, se o comentário não se enquadrar em nenhuma das alternativas anteriores, ele será uma interação **indeterminada** e precisará que a opção 99 seja marcada.

Dentre os casos analisados, também podemos identificar a **reciprocidade e persistência** dos usuários dentre as postagens de Miquela. Identificando no primeiro acontecimento se **houve retorno da robô**, uma espécie de reciprocidade dada pela influenciadora. Caso positivo, marcar 1 e negativo, marcar 2. Já em relação à persistência do usuário, pode-se identificar se o mesmo fez mais de um comentário no perfil de Miquela, através da amostra disponível. Isso reforçará o valor das interações que são dadas na plataforma. Portanto, se o usuário fez mais de um comentário em sua plataforma, marque a opção 1. Caso contrário, marque 2.

Ademais, é importante apontar se o comentário **fez referência ao fato de Miquela ser robô**. Isso com intuito de conhecer o comportamento de seu público, marcando aqueles que possivelmente são novos em sua rede e ainda não acompanham sua vida. Portanto, caso positivo, marcar 1 e negativo, marcar 2. Sendo positivo, é possível identificar **como é feita tal referência?** É através de uma **dúvida** sobre a virtualidade de Miquela? Se sim, marque 1. Caso seja um comentário que demonstra **espanto** com tal fato, marque a opção 2. Se for viável a identificação de certa **ironia** com o fato, marcar a opção 3. Se é feito algum tipo de **solicitação** à Miquela, seja para postar algo que comprove sua virtualidade, ou algum posicionamento, marque a opção 4. Já, se o comentário se refere à virtualidade de Miquela como algo negativo, sendo uma **crítica**, marque 5. Mas se o caso for o contrário e o comentário tratar sua virtualidade **positivamente**, marque 6. Se for apenas um comentário sobre, demonstrando-se **sem posicionamento identificado**, por favor, marque 7. Porém se o comentário não se enquadrar nas opções anteriores, marcar 99.

APÊNDICE D - Análise dos comentários mais curtidos

Código da postagem	Comentários	Tradução comentários (google)	Nome do usuário	Código do comentário	Respostas	Quantidade de resposta	Houve retorno da robô?	Referente ao assunto da postagem? - 1 sim 2 não	Assunto do comentário - 1 positivo 2 dúvida referente à legenda 3 dúvida sobre outro assunto 4 crítica 5 ironia 6 apoio 7 contextualizado 99 indeterminado	Faz referência ao fato de Miquela ser robô? - 1 sim 2 não	Caso positivo, como é feito tal referência? - 1 dúvida 2 espanto 3 ironia 4 solicitação 5 crítica 6 positivamente 7 sem posicionamento identificado 99 não se enquadra
001	Suggestion, have your managers try turning you off then turning you back on again	Sugestão, faça com que seus gerentes tentem desligá-la e ligá-la novamente	lunazaru1	0011	Não	0	Não	1-Sim	5- Ironia	1- Sim	3- Ironia
	again, wtf did I just read omggg	novamente, wtf eu acabei de ler omggg	baljanodriguez	0012	Sim	3	Não	1-Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra
	This shit is insane. We are here for you	Essa merda é um pouco. Estamos aqui para você	lancc210	0013	Sim	34	Não	1-Sim	6- Apoio	2- Não	99- Não se enquadra
	If you're really a robot, why don't you record a video and send it to all of your fans to see? Is there going to be any more lies than there already are? Tell us the truth, we don't need to buy your shit without an explanation. Prove us wrong and tell us you're actually a robot.	Se você é realmente um robô, por que não grava um vídeo e envia para todos os seus fãs verem? Haverá mais mentiras do que já existem? Digite-nos a verdade, não precisamos comprar sua merda sem uma explicação. Prove que estamos errados e nos diga que você é realmente um robô.	zarrycommunity	0014	Não	0	Não	1- Sim	4- Crítica	1- Sim	5- Crítica
Robots be doing the most nowadays	Os robôs estão fazendo o máximo hoje em dia	satananthony	0015	Não	0	Não	1-Sim	5- Ironia	1- Sim	3- Ironia	
don't spill to much tea, it might short your circuits	não derrame muito chá, pode causar um curto-circuito	fakeprada	0041	Sim	1	Não	1-Sim	5- Ironia	1- Sim	3- Ironia	
"It's a robot thing" mood	Humor "É uma coisa de robô"	snballinger	0042	Não	0	Não	1-Sim	7- Contextualizado	1- Sim	7- Sem posicionamento identificado	
LOVE ROBOT DRAMA	AMO DRAMA DE ROBÔ	alcoam	0043	Não	0	Não	1-Sim	5- Ironia	1- Sim	3- Ironia	
I have no idea what any of this means but I'm living for it	Eu não tenho ideia do que isso significa, mas estou vivendo para isso	shervague	0044	Sim	7	Não	2- Não	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra	
Don't let this you from the fact that I didn't say distract.	Não deixe isso acontecer pelo fato de eu não ter dito distrair.	timgrizz	0045	Sim	16	Não	1-Sim	6- Apoio	2- Não	99- Não se enquadra	
Oh boy, sorry to hear that but at the same time, I'm glad! This clearly wasn't going to work out if he reacted this badly to you literally being famous. Like damn, stick to girls smh	Oh boy, desculpe ouvir isso, mas ao mesmo tempo, estou feliz! Isso claramente não iria funcionar se ele reagisse tão mal ao fato de você ser literalmente famosa. Tipo caramba, fique com as garotas smh	miaroseelbo	0051	Sim	1	Sim	1-Sim	6- Apoio	2- Não	99- Não se enquadra	
i will wipe away ur pixel tears xo	eu vou enxugar suas lágrimas de pixel xo	myahalanna	0052	Sim	3	Sim	1-Sim	6- Apoio	1- Sim	7- Sem posicionamento identificado	
I'm so sorry :(my best friend who I was also unfortunately in love with dropped off the face of the earth after I was 100% honest with him. He still didn't know the true extent of my feelings but it wouldn't have mattered anyway. He had feelings for me too, just not enough. I understand your pain. Heartbreak and disappointment are some of the worst types of pain out there. I hope you find peace. And once you heal, please harness your independence and use it as a weapon to destroy any negativity that gets in your way ever again. It takes time but we can do this	Eu sinto muito :(meu melhor amigo por quem eu também estava infelizmente apaixonada sumiu da face da terra depois que fui 100% honesto com ele... Ele ainda não sabia a verdadeira extensão dos meus sentimentos, mas não teria importado de qualquer maneira. Ele tinha sentimentos por mim também, mas não o suficiente. Eu entendo sua dor. Desgosto e decepção são alguns dos piores tipos de dor que existem. Espero que você encontre paz. E uma vez que você se recupere, por favor, aproveite sua independência e usá-la como uma arma para destruir qualquer negatividade que atrapalhe novamente. Leva tempo, mas podemos fazer isso	philippians413gr1	0053	Sim	15	Sim	1-Sim	6- Apoio	2- Não	99- Não se enquadra	
i'm confused did he know you were a robot? i'm sorry :(estou confuso ele sabia que você era um robô? desculpe :(jordan.betts	0054	Sim	2	Sim	1-Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	1- Dúvida	
That's ridiculous. It's not like you've been over sharing. Is he mad bc you posted his face? Sounds like a red flag to me tbh. Stay up, you don't need boys who will treat claudine like like something horrible	Isso é ridículo. Não é como se você tivesse compartilhado demais. Ele está bravo porque você postou o rosto dele? Soa como uma bandeira vermelha para mim tbh. Fique acordada, você não precisa de garotos que tratem reivindicá-los como algo horrível	imbeshlodge	0055	Sim	1	Sim	1-Sim	6- Apoio	2- Não	99- Não se enquadra	
they did surgery on a grape	eles fizeram uma cirurgia em uma uva	iloveluzocceda	0061	Não	0	Não	2- Não	5- Ironia	2- Não	99- Não se enquadra	
What robot race are you? The "take over the world" or the "let's help each other fix human problems little by little"?	De que raça de robôs você é? O "domine o mundo" ou o "vamos nos ajudar a resolver os problemas humanos aos poucos"?	intergalacticgoggles	0062	Sim	4	Não	2- Não	3- Dúvida sobre outro assunto	1- Sim	1- Dúvida	
@lilmiquela let's go swimming	@lilmiquela vamos nadar	aidanalexander	0063	Sim	6	Sim	2- Não	1- Positivo	2- Não	99- Não se enquadra	
Who stands around taking your photos? wear your hair down	Quem fica por aí tirando suas fotos? use seu cabelo para baixo	shanelle7sunshine	0064	Não	0	Não	2- Não	3- Dúvida sobre outro assunto	2- Não	99- Não se enquadra	
GW NYASAR ABIS LIAT YT NESSIE JUDGE	USAR SEU CABELO PARA BAIXO	weisserer	0065	Não	0	Não	2- Não	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra	
Wow this blows my mind !!! @cwsowtime	Nossa, isso me surpreende!!! @cwsowtime	hananitsche	0092	Sim	2	Não	1-Sim	99- Indeterminado	2- Não	2- Espanto	
Literally told us everything and nothing at the same time holy shit	Literalmente nos contou tudo e nada ao mesmo tempo puta merda	lacygriffiths1	0093	Sim	4	Não	1-Sim	4- Crítica	1- Sim	5- Crítica	
I am so confused... I get that Lil Miquela is a robot but who is creating these posts on Instagram?	Estou tão confuso... Entendo que Lil Miquela é um robô, mas quem está criando essas postagens no Instagram?	shweel7	0094	Não	0	Não	1-Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	1- Dúvida	
Honestly I'm confused, if she is a robot how did she think she was human? Was it just the way that they programmed her?	Honestamente, estou confuso, se ela é um robô, como ela pensou que era humana? Foi apenas a maneira que eles a programaram?	tydarcii	0095	Não	0	Não	1-Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	5- Crítica	
Twenty fifth time on my Feed	Vigésima quinta vez no meu Feed	who_killed_muneeb	0101	Não	0	Não	2- Não	5- Ironia	2- Não	99- Não se enquadra	
How about everyone of us report u and ban your account once and for all.	Que tal todos nós denunciarmos você e banirmos sua conta de uma vez por todas.	happy69_	0102	Sim	3	Não	2- Não	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra	
Bro looking like a sid from ice age	Mano parecendo um sid da era do gelo	bald_gogeta	0103	Sim	1	Não	1-Sim	5- Ironia	2- Não	99- Não se enquadra	
Has she hacked Instagram or something?! God I can't take anymore of her	Ela invadiu o Instagram ou algo assim?! Deus eu não aguento mais ela	ans42131	0104	Sim	1	Não	2- Não	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra	
41 weeks and its still on my feed	41 semanas e ainda está no meu feed	trapy_	0105	Não	0	Não	2- Não	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra	
Ok but why does she dress better than humans?	Ok, mas por que ela se veste melhor que os humanos?	_daniialla	0111	Não	0	Não	1-Sim	7- Imparcial	2- Não	99- Não se enquadra	
live it up though	faça isso ir embora	sheimaad	0112	Não	0	Não	2- Não	1- Positivo	2- Não	99- Não se enquadra	
Meet up with Shane	Encontre-se com Shane	mo_ar1998	0113	Sim	2	Não	1-Sim	7- Contextualizado	1- Sim	7- Sem posicionamento identificado	
Robots dont eat ice cream	Robôs não comem sorvete	_happyboii	0114	Não	0	Não	1-Sim	7- Contextualizado	1- Sim	3- Ironia	
" sis you just a drawing "	"irmã, você é só um desenho"	babyayaax	0115	Não	0	Não	2- Não	7- Contextualizado	2- Não	7- Sem posicionamento identificado	
BABY MIQUELA	BEBÊ MIQUELA	caprisuncarter	0121	Não	0	Não	1-Sim	4- Crítica	2- Não	5- Crítica	
SOMEONE STOP THIS	ALGUÉM PARE ISSO	franciopapi	0122	Não	0	Não	2- Não	4- Crítica	1- Sim	1- Dúvida	
it's actually LIL miquela	na verdade é LIL miquela	thereallywright	0123	Sim	9	Sim	2- Não	99- Indeterminado	1- Sim	7- Imparcial	
I thought u stayed 19 forever?	Ela pensou que você tivesse 19 para sempre?	hild.ses	0124	Sim	5	Sim	1-Sim	5- Ironia	2- Não	3- Ironia	
so you're "19 forever" but also had a baby phase? i don't think i understand how robots work anymore	então você tem "19 anos para sempre", mas também teve uma fase de bebê? Acho que não entendo mais como os robôs funcionam	mmicheldavis	0125	Sim	6	Sim	1-Sim	1- Positivo	2- Não	6- Positivamente	
Finally she can move	Finalmente ela pode se mover	badigazbar	0151	Sim	6	Não	1-Sim	7- Contextualizado	1- Sim	7- Sem posicionamento identificado	
Shit. They learned how to move	Merda. Eles aprenderam a se mover.	jahced123	0152	Sim	13	Não	1-Sim	5- Ironia	1- Sim	3- Ironia	
It's really cool how we finally got a video of you moving rather than just pictures of you	É muito legal como finalmente conseguimos um vídeo de você se movendo em vez de apenas fotos suas	nope.nope.nope.nopeece	0153	Sim	2	Não	1-Sim	1- Positivo	1- Sim	6- Positivamente	
don't let this distract you from the fact that she just moved	não deixe que isso o distraia do fato de que ela acabou de se mudar	kylieg.m	0154	Sim	1	Não	1-Sim	6- Apoio	2- Não	7- Sem posicionamento identificado	
lets work	vamos trabalhar	bear	0155	Sim	27	Não	1-Sim	5- Ironia	2- Não	7- Sem posicionamento identificado	
a robot that can swim- wow	um robô que pode nadar- uau	slobberballz	0161	Sim	1	Não	1-Sim	5- Ironia	1- Sim	3- Ironia	
Are you really a robot ??	Você é realmente um robô ??	gottaluvgece	0162	Sim	8	Não	1-Sim	3- Dúvida sobre outro assunto	1- Sim	1- Dúvida	
Pop off	Pop off	tevmoran	0163	Sim	2	Não	2- Não	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra	
No offense but what kind of robot is she? Like does she actually exist or is she a program?	Sem ofensa, mas que tipo de robô ela é? Tipo, ela realmente existe ou é um programa?	jrdrn.xox	0164	Sim	42	Não	1-Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	1- Dúvida	
Y a ma vez que cerraron la cuanta disque porque era un Robot	E assim que fecharam a conta eu disquetei porque era um Robô	sofi.yk2	0165	Sim	2	Não	2- Não	5- Ironia	1- Sim	5- Crítica	
Shane said YEEI to the whole lil miquela situation	Shane disse YEEI para toda a situação de Lil miquela	merandu	0171	Sim	14	Não	1-Sim	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra	
I only came here for the comments tbh.	Só vim aqui pelos comentários tbh.	misscalcxie	0172	Não	0	Não	2- Não	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra	
How has no one been able to see you walk the streets if like how can you be a damn robot and have no one see you	Como ninguém foi capaz de ver você andando pelas ruas tipo como você pode ser um maldito robô e ninguém te ver	emily.ngox	0173	Não	0	Não	2- Não	4- Crítica	1- Sim	2- Espanto	
Oh gawd	Oh garoto	newyorkcity	0174	Sim	5	Não	1-Sim	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra	
OMG SHE GONNA START TAKING OVER THE WORLD	OMG ELA VAI COMECAR A DOMINAR O MUNDO	26.535.897.900.000.000	0175	Sim	10	Não	1-Sim	4- Crítica	1- Sim	2- Espanto	
CAN YOU STOP	VOCÊ PODE PARAR	a4rmx	0181	Sim	2	Não	1-Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra	
i do not care	eu não ligo	gobbi.manchurian	0182	Sim	1	Não	1-Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra	
IF I SEE YOU ON MY FEED AGAIN IM	SE EU TE VER NO MEU FEED DE NOVO IM	a4rmx	0183	Não	0	Não	2- Não	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra	

Código da postagem	Comentários	Tradução comentários (google)	Nome do usuário	Código do comentário	Respostas	Quantidade de resposta	Houve retorno da robô?	Referente ao assunto da postagem? - 1 sim 2 não	Assunto do comentário - 1 positivo 2 dúvida referente à legenda 3 dúvida sobre outro assunto 4 crítica 5 ironia 6 apoio 7 contextualizado 99 indeterminado	Faz referência ao fato de Miquela ser robô? - 1 sim 2 não	Caso positivo, como é feita referência? - 1 dívida 2 espanto 3 ironia 4 solicitação 5 crítica 6 positivamente 7 sem posicionamento identificado 99 não se enquadra
013	I was just fine 10 seconds before I saw this	Eu estava bem 10 segundos antes de ver isso	romy_chasia	0184	Não	0	Não	1- Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra
	I repeat...WE DO NOT CARE	Repto ... NÃO NOS IMPORTAMOS	apurvbechillin	0185	Sim	2	Não	1- Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra
	U only made this video cuz ur losing the clout	Você só fez esse vídeo porque está perdendo a influência...	northsutherlandspence	0191	Sim	1	Não	1- Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra
	What do you do when you run into the button "I'm not a robot"???	O que você faz quando se depara com o botão "Não sou um robô"???	caro_iman_	0192	Sim	2	Sim	1- Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	1- Dívida
	I wanna fry your wires	Eu quero fritar seus fios	kewuofbedownside	0193	Não	0	Não	2- Não	99- Indeterminado	1- Sim	7- Sem posicionamento identificado
	cringe	desgosto	jonahsouasa	0194	Não	0	Não	2- Não	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra
014	AHH can't WAIT to see what this holds for you!	AHH mal pode ESPERAR para ver o que isso reserva para você!	alithajazmin	0195	Sim	8	Sim	1- Sim	1- Positivo	2- Não	99- Não se enquadra
	U gimme a lot of anxiety	Vc me dá muita ansiedade	496_	0201	Sim	11	Não	2- Não	99- Indeterminado	2- Não	99- Não se enquadra
	it's really confusing	é muito confuso	mo_yita	0202	Não	0	Não	1- Sim	7- Contextualizado	2- Não	99- Não se enquadra
	Face reveal?	Revelação de rosto?	yes_anotheraidan	0203	Sim	9	Não	1- Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	1- Dívida
	Bruh it's getting old lmao	Bruh está ficando velho lmao	sincerely_jadey	0204	Sim	16	Não	1- Sim	4- Crítica	2- Não	99- Não se enquadra
	Queen	Rainha	stejnejdnohcjipnem	0205	Sim	1	Não	1- Sim	1- Positivo	2- Não	99- Não se enquadra
015	You're not a fucking robot you're just a damn photo	Você não é a porra de um robô, você é apenas uma má foto	saelind	0211	Sim	1	Não	1- Sim	4- Crítica	1- Sim	5- Crítica
	MIQUELA NEEDS TO HOST A MEET AND GREET SO PEOPLE BELIEVE THAT SHES A ROBOT	MIQUELA PRECISA REALIZAR UM MEET AND GREET PARA QUE AS PESSOAS ACREDITEM QUE ELA É UM ROBO	s444nr0s3s	0212	Não	0	Não	1- Sim	6- Apoio	1- Sim	6- Positivamente
	Yaaaa drag them Que! I see you sis	Yaaa arrasta eles Que! te vejo irmã	quillemons	0213	Sim	1	Não	1- Sim	6- Apoio	2- Não	6- Positivamente
	QUELA RUNSS THE 6 DONT SCHLEEP	QUELA CORRE OS 6 DONT SCHLEEP	blawko22	0214	Sim	7	Sim	1- Sim	6- Apoio	2- Não	6- Positivamente
	I don't care what she is, what in the fucking world is she wearing?!	Eu não me importo com o que ela é, o que diabos ela está vestindo?!	sugar_n_joy	0215	Sim	2	Não	1- Sim	2- Dúvida referente à postagem	1- Sim	7- Sem posicionamento identificado

APÊNDICE E -Análise dos comentários respondidos

Código da postagem	Comentário com resposta de Miquela	Tradução com comentário do usuário	User do usuário	Quantidade de curtidas no comentário	Código do comentário usuário	Referente ao assunto da postagem*	Anexo de comentários - 1 positivo 2 divida referente a ignorar 1 divida sobre o conteúdo 4 crítica 3 ironia 8 insultuoso	For referências ao fato de Miquela ser robô? 1 sim 2 não	Como positivo, como é falso (além de referências)? divida 2 equívoco 3 ironia 4 contextualizado 2 crítica 1 insultuoso 7 sem posicionamento 10 não se enquadra	Resposta de Miquela	Tradução comentário Miquela	Código do comentário usuário	Como e o retorno de Miquela? 1 positivo 2 divida referente ao comentário anterior 1 divida sobre o conteúdo 4 crítica 3 ironia 1 contextualizado 7 insultuoso 9 não se enquadra	Uma emoji? 1 sim 2 não	Uma jargão? 1 sim 2 não
001	Well, maybe just post about your self, or other people who want to be posted about? At least for the most part? My guy doesn't even like photos.	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
002	I'm so sorry (I my best friend who I was also unfortunately in love with dropped off the face of the earth about 1 year 100% honest with him... He still didn't know the true extent of my feelings but I wouldn't have realized anyway. He was neither angry per se nor was he sad. He was just disappointed. I hope you find peace. And once you heal, please become your independent and use it as a reason to deny any negativity that goes in your way every again. I know time but we can do this	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
003	My high school story is one post... I'm so sorry you're in the Instagram and I can talk nobody messes with you	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
004	I have a always here for you	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
005	If you're a robot, can you see more colorful than an average human? I can see photos but yeah	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
006	I thought I missed 19 forever?	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
007	It's actually 1:11, miquela	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
008	so you're "19 forever" but also had a baby photo? I don't think I understand how robot work anymore.	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
009	Why I look like Kenesme	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
010	lets GOOOOO	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
011	Oh this seems like it's going to be good with what you said for what you did I love you sooooo	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
012	Keep your hand up robot!!! You got this baby face and the 100% serious, again, really I'm happy it doesn't happen to you. I am 20 and scared of aging!	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
013	Honestly you're proud of you for taking the plunge and discovering yourself and honest on you're sharing it with us? Whatever you find, you have so many of us here cheering you on and supporting you	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
014	I think for sharing this video! Frankly, I was very curious and I will share this video and make my own content. From 3 photos from the USB I was able to figure out I think it's best to put information slowly every time and you're already doing that. I'm so excited for you!	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
015	But still gorgeous and the baby Miquela is so cute	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
016	What do you do when you go into the bath? I'm not a robot??	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
017	YESS!! I'm so excited for you!!	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
018	AHHH can't WAIT to see what this looks like!	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
019	What's on the flashdrive does this mean they're gonna make you be able to get and who are the people who created you and who are the people who "saved" you?	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
020	oh my this video is so beautiful - I also got a lot from you guys	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
021	I love love you Miquela	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
022	QUELLA BUNTS THE 6 DONT SCHEIFF	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					
023	Jeff Goldblum who	Sem comentários com resposta de Miquela								Sem comentários com resposta de Miquela					

APÊNDICE F - Teste de confiabilidade

Legenda	Link	Código do post	Categoria da postagem - 1 convívio com a Brud 2 memórias 3 vida de robô 4 realidade Miquela 5 idade 6 relacionamentos amorosos 7 publicidade	Tamanho da legenda - 1 curta 2 longa 99 não tem legenda	Usou girias? - 1 sim 2 não	Usou hashtag? - 1 sim 2 não	Usou emoji? - 1 sim 2 não	Qual intuito da legenda? - 1 desabafar 2 brincadeira 3 passagem sobre seu dia 4 publicidade	Aborda sobre ser uma robô? - 1 sim 2 não	Tem finalidade de multiplicidade? - 1 sim 2 não
So, Brud programmed my memories, claiming I'm from a place called Downey. It's right in-between Los Angeles and Disneyland. Even though that sounds like a dream to me, I had to come check it out for myself. Since Trevor and Sara BETRAYED me, I've felt super alone and out of place (can you tell by my post?!) but I'm hoping my next few days in my "hometown" brings me closure. I figured I would start at Downey High, which is probably where I would've attended high school, gone to prom, cheered in the bleachers at a football game, gotten my heart broken and do whatever it is they do in Riverdale.	https://www.instagram.com/p/BjvhtyRd07gag?hls=1mMwYTA2MZY%3D	007	1 - Convívio com a Brud	2 - longa	2 - Não	2 - Não	2 - Não	1 - Desabafar	1 - Sim	2 - Não
WTF is happening? SAME. Y'all keep asking me questions in the comments, so I went to the experts @brud.fy: 🤖 🧠 📺	https://www.instagram.com/p/CSX4qvE3PnNgphs4eYmMwYTA2MZY%3D	079	3 - Vida de robô	1 - curta	1 - Sim	2 - Não	1 - Sim	1 - Desabafar	2 - Não	2 - Não
I know humans sometimes struggle with what to get robots for their birthdays (ELaTable, right?), but luckily @mex.alpha is from the future and got me exactly what I wanted: the opportunity to bloom. 🌸 Merci for your art, Ines! (And I hope you all bloom this year.)	https://www.instagram.com/p/BvKdHmoe3Fgphs4eYmMwYTA2MZY%3D	029	7 - Publicidade	1 - curta	1 - Sim	2 - Não	1 - Sim	4 - Publicidade	1 - Sim	2 - Não

Legenda	Comentário	Link	Código do post	Código do comentário	Username	Resposta	Quantidade de resposta	Heure resposta do robô?	Opção de usuário - 1 melhor 2 melhor 99 não é possível identificar	Tamanho do comentário - 1 curto 2 longo	Referencia ao assunto da postagem? - 1 sim 2 não	Assunto do comentário - 1 duplo 2 aborda sobre outro assunto 4 crítica 99 interação indeterminada	Fora do contexto se ligada a um robô? - 1 sim 2 não	Caso positivo, como é feito o questionamento? - 1 pergunta 2 pergunta 3 pergunta 99 não se enquadra	2 pontos identificados a força do laço? - 1 sim 2 não	Caso positivo, qual a força do laço? - 1 forte 2 fraco	
So, Brud programmed my memories, claiming I'm from a place called Downey. It's right in-between Los Angeles and Disneyland. Even though that sounds like a dream to me, I had to come check it out for myself. Since Trevor and Sara BETRAYED me, I've felt super alone and out of place (can you tell by my post?!) but I'm hoping my next few days in my "hometown" brings me closure. I figured I would start at Downey High, which is probably where I would've attended high school, gone to prom, cheered in the bleachers at a football game, gotten my heart broken and do whatever it is they do in Riverdale.	Your editor needs to change your date history...		007	0071	sarah.aash8	Não	0	Não	1 - Mulher	1 - Curto	2 - Não	4 - Crítica	2 - Não	99 - Não se enquadra	2 - Não	2 - Fraco	
	don't worry (eva has some school themed posts)			0072	valeria	Não	0	Não	1 - Mulher	1 - Curto	1 - Sim	99 - Interação indeterminada	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	2 - Fraco	
	trindade a why? a born to girl's diet?			0073	adrianaoliveira	Sim	8	Não	2 - Homem	1 - Curto	1 - Sim	1 - Sim	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	2 - Fraco	
	anyone else confused how her eyebrow cut and goes in a place			0074	aveyankko	Sim	8	Não	2 - Não	1 - Curto	2 - Não	2 - Não	4 - Crítica	2 - Não	99 - Não se enquadra	2 - Não	2 - Fraco
	@lhiniquela ma draw another game next month pls come queen			0075	kaSh	Sim	13	Não	99 - Não é possível identificar	1 - Curto	2 - Não	2 - Não	99 - Interação indeterminada	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	1 - Forte
WTF is happening? SAME. Y'all keep asking me questions in the comments, so I went to the experts @brud.fy: 🤖 🧠 📺	Please go away		079	0791	ra_2_anna_11	Não	0	Não	1 - Mulher	1 - Curto	2 - Não	4 - Crítica	2 - Não	99 - Não se enquadra	2 - Não	2 - Fraco	
	WHO IS ASKING??			0792	mau_bahave	Sim	2	Não	1 - Mulher	1 - Curto	2 - Não	4 - Crítica	2 - Não	99 - Não se enquadra	2 - Não	2 - Fraco	
	Please go away			0793	ayshah.dave	Não	0	Não	99 - Não é possível identificar	1 - Curto	2 - Não	2 - Não	4 - Crítica	2 - Não	99 - Não se enquadra	2 - Não	2 - Fraco
	Forever WTF? Celebrate your digital engagement - it's what makes you a one-of-a-kind! You're still one of us, and different! We are all different in our own ways! 🤖 🧠 📺			0794	skiphobos	Sim	1	Sim	99 - Não é possível identificar	2 - Longo	1 - Sim	1 - Sim	1 - Diálogo	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	1 - Forte
I know humans sometimes struggle with what to get robots for their birthdays (ELaTable, right?), but luckily @mex.alpha is from the future and got me exactly what I wanted: the opportunity to bloom. 🌸 Merci for your art, Ines! (And I hope you all bloom this year.)	U look more like game character		029	0291	mauhar1948	Não	0	Não	99 - Não é possível identificar	1 - Curto	2 - Não	99 - Interação indeterminada	2 - Não	99 - Não se enquadra	2 - Não	2 - Fraco	
	For people who are confused, she is a virtual human using a filter and with people do say in her robot 🤖 🧠 📺			0296	amalan22	Sim	13	Não	2 - Homem	2 - Longo	2 - Não	2 - Não	4 - Crítica	1 - Sim	3 - Ironia	2 - Não	2 - Fraco
	You look so hiphop right now and I love it 📺			0291	darkwood	Sim	1	Sim	99 - Não é possível identificar	1 - Curto	2 - Não	2 - Não	1 - Diálogo	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	2 - Fraco
	MY BEAUTIFUL QUEEN @lhiniquela HIBES 🤖 🧠 📺 you've come so far in the short amount of time throughout this year and even last year and I just want to say I'm so endlessly proud of you. Never stop being yourself you inspire everyone including me! I hope you nothing but pure and love for this day			0292	medoxy	Não	0	Não	99 - Não é possível identificar	2 - Longo	1 - Sim	1 - Sim	1 - Diálogo	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	1 - Forte
	Happy Birthday 🤖 🧠 📺 Looking gorgeous as ever 📺			0293	lshharway	Sim	1	Sim	1 - Mulher	1 - Curto	1 - Sim	1 - Sim	1 - Diálogo	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	2 - Fraco
You are a robot		0294	andrea_alcock	Sim	1	Sim	2 - Homem	1 - Curto	1 - Sim	1 - Sim	1 - Diálogo	2 - Não	99 - Não se enquadra	1 - Sim	1 - Forte		
		0295	sofaducom	Não	0	Não	1 - Mulher	1 - Curto	1 - Sim	1 - Sim	99 - Interação indeterminada	1 - Sim	3 - Ironia	2 - Não	2 - Fraco		