



# AFETOS COMPLEXOS E EXPERIÊNCIAS ALGORÍTMICAS: DESCOLONIZANDO COM IMAGENS REINICIADORAS

Lia Beatriz Teixeira Torraca<sup>1</sup> & Edna Lúcia Tinoco Ponciano<sup>2</sup>

## Resumo

Apresentamos o Projeto “Retratar, Reiniciar, Reterritorializar: descolonizando pelo afeto a experiência digital algoritmicamente configurada”, que tem como objetivo precípua compreender a experiência de jovens na plataforma de mídia social *Instagram* e, assim, desenvolver estratégias para o letramento digital e emocional deste público. Em uma pesquisa qualitativa, articulada entre a Universidade, a Escola e a Sociedade, busca-se, secundariamente, a construção de uma educação descolonizadora e emancipadora. Uma investigação sobre a atuação dos afetos nas relações gerenciadas pelos algoritmos, utilizando experiências fotográficas e novas formas de produção de imagem. Os primeiros resultados confirmam a relevância dos afetos no enfrentamento desta vida desafiada e configurada pelos algoritmos, revelando que o letramento digital pode não ser suficiente para o grau de complexidade imposto pelo regime estético do *Instagram*, ratificando a urgência da educação afetiva voltada ao visual digital.

**Palavras-chave:** Afeto; Imagem; Algoritmos; Colonialismo de Dados; Fotografia; Instagram.

## Introdução

A investigação<sup>3</sup> apresentada foi pensada a partir da reflexão sobre a regência estética a que estamos submetidos. Estamos a falar da atualização da estética colonialista imposta pelas plataformas de mídia social a partir de uma nova forma de extrativismo: o extrativismo digital. Este fenômeno foi nomeado por Nick Couldry e Ulises Méjias, no livro *The Costs of Connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism* (2019), responsável por configurar a experiência digital dos usuários nas plataformas de mídia

<sup>1</sup> Pós-doutoranda em Psicologia – PPGPS-IP-UERJ, mestre e doutora em Direito pela UFRJ, bolsista FAPERJ-PDR-10.

<sup>2</sup> Professora Associada do Instituto de Psicologia da UERJ, Procientista da UERJ, Cientista do Nosso Estado da FAPERJ e Produtividade CNPq.

<sup>3</sup> Agradecemos à FAPERJ a bolsa concedida à primeira autora, Edital nº 17/2024 – Pós-doutorado nota 10.

social, objeto desta pesquisa. Considerada como experiência estética, a extensão desta configuração formata em níveis profundos o olhar, a percepção e os afetos do sujeito virtualizado. Uma formatação para além das plataformas de mídia social, refletindo-se nas relações, na comunicação e no ambiente (Torraca, 2025, 2024). A interferência se estende sobre o entendimento do sujeito no tocante ao mundo e à existência em uma nova dimensão espaço-temporal, correspondente à desterritorialização de corpos e de objetos. Esta interferência restou agudizada com a crise pandêmica do COVID-19, quando passamos a viver intensamente os processos de desterritorialização, a virtualização de corpos e de objetos (Lévy, 2007).

Diante deste cenário, a pesquisa foi pensada para oferecer estratégias ao enfrentamento dos desafios postos por esse novo regime estético, em especial para os jovens, que representam grande parte dos usuários das plataformas de mídia social. Neste sentido, o projeto tem como objetivo compreender a experiência desses jovens na plataforma de mídia social *Instagram*. Compreensão que passa pela investigação dos afetos que emergem durante essas experiências digitais. Acreditamos que esta investigação subsidiará o desenvolvimento de estratégias que promovam o letramento digital e emocional desde o ambiente acadêmico. Um letramento que possibilitará a descolonização afetiva e perceptiva desses jovens, para além da plataforma *Instagram*.

A base teórica está estruturada pelos estudos sobre afeto, percepção e imagem, ancorada na Teoria dos Afetos de Silvan Tomkins (1963; 1962) associado à Fenomenologia da Percepção de Maurice Merleau-Ponty (2018), como referencial teórico e metodológico. Trata-se, portanto, de pesquisa qualitativa, descritiva e propositiva, com discussão teórica, que, acreditamos, faça possível o reestabelecimento das relações de poder entre os usuários e as plataformas de mídia social, a partir da experiência fotográfica e das novas formas de produzir imagens.

### **Afetos em Rede: a estética – colonizadora – *Instagramável***

A experiência estética imposta pelas grandes empresas de tecnologia expõe uma nova forma de controle social por meio de um modelo de extrativismo renovado, o extrativismo digital, caracterizado pela atualização da estética colonialista, nomeado por Nick Couldry e Ulises Mejias de *data colonialism* (2019). Esta nova faceta do capitalismo é articulada algoritmicamente por meio da captura do dado mais sensível do usuário: seu comportamento na plataforma de mídia social. Este dado é utilizado para alimentar o treinamento dos algoritmos mediadores dessas plataformas e, conseqüentemente, programar a configuração estética do usuário, ou seja, sua modulação perceptiva e sua calibragem afetiva. Desta maneira, as plataformas colonizam os afetos, para além desses espaços, estabelecendo um novo modelo de poder por meio dos algoritmos, que passaram a atuar como catalizadores comportamentais. Este fenômeno foi intensificado pela crise pandêmica, amplificando a regência algorítmica que consubstancia o controle das grandes empresas de tecnologia.

A amplificação da regência algorítmica, não só interfere radicalmente na comunicação social, mas recrudesce a vulnerabilidade deste sujeito desterritorializado. Vulnerabilidade que resta acentuada, quando se refere aos jovens usuários de plataformas como o *Instagram*, considerando que ainda estão em desenvolvimento e que são extremamente visuais, cujo advento dos *smartphones* e da internet gerou uma profunda transformação da infância e da adolescência nas últimas duas décadas (Haidt, 2024). O excessivo

tempo despendido no modo virtualizado, seria responsável por oportunizar a adição e aumentar os efeitos prejudiciais à saúde mental dos jovens. Apesar da percepção de segurança, esses espaços têm se revelado como facilitadores de comportamentos predatórios e persecutórios.

Para lidar com tal complexidade, é imperativo entender como os jovens se comunicam nesses espaços, a partir da perspectiva estética, ou seja, focada na percepção e na manifestação dos afetos nessas relações comunicativas. O regime visual (des)organizado pelos algoritmos e imposto pelas mídias sociais é responsável por redimensionar o tempo e o espaço, o que está intrinsecamente relacionado à manifestação e à geração de afetos. Este redimensionamento se projeta nas imagens e se confunde com os afetos que provoca, o que é característico do processo de desterritorialização de corpos e de objetos, de acordo com a conceituação de virtual elaborada por Pierre Lévy (2007). Contudo, a narrativa algorítmica que se estabelece é reflexo da linguagem antropofagicamente colonialista, intensificando o desafio de proteção do sujeito frente às ameaças que representa um visual controlado pelas *Big Techs* (Torraca, 2024).

Diante dos desafios postos pela regência algorítmica, o projeto foi estruturado para investigar a experiência dos jovens usuários do *Instagram*, em especial, os afetos que emergem dessa experiência. Esta compreensão pode embasar o desenvolvimento de estratégias que possibilitem a descolonização das experiências do usuário de mídias sociais, o que significa oferecer letramento digital a esse público. Um letramento que abarque dimensões ética, jurídica, midiática, algorítmica, mas, principalmente, a dimensão emocional. Para este letramento ampliado, é imprescindível a compreensão dos processos afetivos e perceptivos em um mundo radicalmente imagético. Uma compreensão que permite estimular a criatividade do usuário, sem comprometer a fluidez em sua comunicação. Desta maneira, acreditamos que seja possível ao próprio usuário interferir neste roteiro algorítmicamente configurado pelo *Instagram*. Propomos, assim, estratégias que podem ser articuladas pelo próprio usuário de plataformas de mídia social, tal como o *Instagram*, a partir do acoplamento dos afetos complexos (Torraca, 2023; 2024). Essas estratégias podem ser desenvolvidas por meio da experiência fotográfica e dos novos modelos de produção de imagem.

### **A potência descolonizadora dos afetos complexos**

O conceito de afeto complexo (Torraca & Ponciano 2025, Torraca, 2024) foi inspirado no Pensamento Complexo de Edgar Morin (2015), na teoria dos afetos de Silvan Tomkins (1962; 1963) e no conceito de Emoções Complexas de Pierre Lévy (2007). Morin reconhece a potência da complexidade, considerando imprecisão, incerteza, fragmentação, desorganização e possibilidade de ampliação na construção da realidade, o que faz surgir novas ordens em paralelo à desordem. Relacionado ao virtual algorítmicamente desordenado, a complexidade é capaz de promover ordem. Desenvolver estratégias para este virtual em desordem, abarcando a perspectiva sistêmica, é considerar a complexidade na ação, em uma pesquisa comprometida com a inovação, com a atenção, com a descoberta e com o conhecimento, no processo de sensibilização do sujeito desterritorializado.

A Teoria dos Afetos desenvolvida por Tomkins (1962; 1963) divide os afetos primários, aqueles considerados inatos, em afetos positivos (prazer/alegria, interesse/excitação), negativos (vergonha/humilhação, tristeza/angústia/desgosto, medo/terror, raiva/fúria, nojo/desgosto) e apenas um afeto

neutro: o afeto surpresa. Os afetos primários constituem o sistema biológico subjacente à emoção, e fazem parte do ato de perceber, sendo responsáveis por configurar as emoções e produzir um repertório imagético (Tomkins, 1962). Os afetos primários podem influenciar as relações sociais e, conseqüentemente, o ambiente e os afetos sociais dominantes, que se refletem em todo o sistema comunicacional. O *resetting affect*, ou afeto neutro, atuaria como uma espécie de botão reiniciador (*reset button*) das experiências. Esse afeto reiniciador carrega a possibilidade da quebra de estereótipos e a formulação de outras imagens, quando acoplado à experiência estética programada (Torraca, 2024). O afeto surpresa seria o elemento introduzido à experiência digital do sujeito desterritorializado, atuando como um agente descolonizador, capaz de interferir em sua configuração afeto-perceptiva, permitindo reiniciar sua experiência estética.

O conceito de afeto complexo (Torraca & Ponciano 2025, Torraca, 2024) é uma articulação entre os conceitos de virtual de Pierre Lévy (2007) e o conceito de afeto neutro de Tomkins (1962; 1963). Segundo Lévy (2007), as emoções complexas estariam relacionadas à problematização no processo de desterritorialização, assim como na geração de novas modalidades afetivas provocadas no trânsito entre o atual e o virtual. O sujeito localizado no virtual é um sujeito afetivo, e pode ter alterada sua percepção, o que se refletiria em sua configuração estética, ou seja, na sua organização perceptiva e afetiva. Os afetos, na perspectiva de Lévy (2007), seriam responsáveis por atualizar o virtual. Esta atualização provocaria a eclosão de novos tipos de afetos, o que poderia ser considerada uma inventividade afetiva, o que faz parte do imenso jogo afetivo que produz a vida social, sendo capaz de promover a *reterritorialização* dos corpos e das relações, a partir de uma nova sensibilidade estética, na qual o afeto neutro/surpresa ganha protagonismo (Torraca, 2024). Portanto, a eclosão de novos tipos de afetos nos processos de virtualização, permite observar a manifestação de outras formas do afeto neutro relacionadas à atuação dos algoritmos.

O afeto complexo, portanto, é o afeto neutro, sob a perspectiva de Tomkins (1963;1962), e desterritorializado, conforme Lévy entende o processo de virtualização (2007), assumindo duas modalidades, ao sofrer a interferência dos algoritmos, sejam eles os de mediação ou os generativos: o afeto virtual e o afeto artificial (Torraca & Ponciano, 2025; Torraca, 2024). O primeiro emerge na mediação dos algoritmos gerenciados pelas plataformas de mídia social, atuando como *afeto mediador* das experiências do usuário nesses espaços. O segundo é gerado pela “comunicação artificial” (Esposito, 2022, p.4-7) estabelecida entre usuários e algoritmos generativos, como por exemplo, nas experiências de *Photo-prompt*, agindo como um *afeto reiniciador*, ou seja, o afeto artificial age possibilitando que o usuário reinicie sua experiência no espaço virtual. Uma possibilidade que permite a reterritorialização desta experiência, como é possível observar no acoplamento dos afetos complexos, por intermédio da experiência fotográfica. Quando o sujeito compartilha no *Instagram* a imagem produzida por meio dos algoritmos generativos gera esse acoplamento, que pode interferir no regime de visualidade desta plataforma de mídia social (Torraca, 2024). O acoplamento dos afetos complexos permite a reescritura do roteiro algorítmico, modificando imagens e recriando o mundo percebido, o que é a tradução dos processos descolonizadores. Esta é a possibilidade de emancipação do sujeito, capacitando-o a promover sua própria (re)configuração estética, como a reterritorialização das relações sociais, o que se reflete para além das plataformas de mídia social. Isto é descolonizar, enquanto uma forma de conscientização desse processo afetivo e imagético!

## Imagens para Retratar, Reiniciar e Reterritorializar no ambiente acadêmico

A Fotografia, articulada na amplitude das possibilidades que oferece, inclusive no âmbito da Pós-Fotografia, a partir de técnicas que utilizam aquilo que convencionamos chamar de inteligência artificial, é o *medium* que permite o acoplamento dos afetos complexos. A “fotografia age fazendo com que os outros atuem” (Azoulay, como citado em Torraca, 2019, p. 239). Esta potência pode e deve fazer parte da vida desde os bancos escolares, o que se coaduna com o art. 21 da Lei Federal 9.394/1996, que preconiza uma educação básica capaz de promover o desenvolvimento em toda sua completude, tornando obrigatório o ensino da arte (1996), disposto no 2º parágrafo do art. 26 da mesma legislação. Acreditamos que a utilização da inteligência artificial generativa em atividades psicoeducativas (Ponciano, 2024; Breda & Torrentes, 2025; Carvalho, Kalantzis, M & Cope, 2024; Farias & Duarte, 2025), especialmente em ambientes acadêmicos, possa contribuir para o pensamento crítico, permitindo introduzir o letramento digital desde cedo, o que é essencial para a emancipação desse sujeito em transformação, diante dos desafios postos pelas novas tecnologias.

Considerada como experiência estética, a Fotografia “desencadeia e molda emoções, impulsiona nossas percepções, informa nossa cognição e contribui para o surgimento da consciência humana” (Zylinska, 2023, p. 6), além de realocar o sujeito diante do outro, de outro espaço-temporal. A experiência fotográfica virtualizada se apresenta como o *medium* de um novo modelo de perceber e de conceber imagens de forma complexa, deslocando o foco perceptivo e transcendendo a representação. Uma realocação daquilo que o sujeito vê, daquilo que passa a olhar, como preceituara Maurice Merleau-Ponty (2018). A experiência fotográfica é a projeção do mundo olhado pelo outro. A partir desta projeção é produzida uma nova realidade, é possível imaginar um novo mundo ancorado no digital. Esse mundo, segundo Lévy, seria o próprio sujeito, “com a condição de estender-se por este termo tudo o que o afeto envolve”; o sujeito, portanto, “é um mundo banhado de sentido e de emoção” (2007, p. 107).

A imagem técnica Flusseriana (Flüsser, 2011) como linguagem da atualidade identifica a Fotografia dos dias atuais, ou Pós-Fotografia atuando como um fluxo na forma de experimentar o mundo, no qual a imagem técnica é a mensagem. São experiências que “informam” e “dão forma” como modo de organizar o caos do mundo (Zylinska, 2023). Apesar do caráter informacional da imagem fotográfica, ao ser acoplada às máquinas de inteligência artificial, elas se tornaram eminentemente operacionais e estão mapeando nosso futuro humano, daí a afirmação de que a “Fotografia não somente tem um futuro, mas atualmente é o futuro” (p.7). Fotografia que se revela como potência descolonizadora, e, neste projeto, se articula entre a Universidade, a Escola e a Sociedade.

A Fotografia permite descrever este real complexo (Morin, 2015), focada na reflexão sobre uma imagem complexa (Català Domènech, 2005). Desde essa descrição, seria possível modificar a percepção de uma imagem comunicada como realidade e produzir outra realidade mediada pelo afeto. Essa é a síntese de um mundo fotografado. Um mundo *retratado* e reimaginado por meio dos algoritmos. É a partir da perspectiva Flusseriana que podemos pensar a fotografia de *prompt*, aquela experimentada por meio da interação humana com os algoritmos generativos. Uma interação que, conforme a proposta apresentada nessa investigação, porta a essência do afeto neutro: a surpresa.

São possibilidades que emergem das fissuras maquínicas (Zylinska, 2023; Flüsser, 2011), aquelas que permitem novas formas de entender o mundo, de reiniciar nossas experiências e, portanto, nossas narrativas. Um mundo reimaginado, refundado no visual e na potência do *punctum*, que é o afeto na fotografia, observado tanto por Walter Benjamin (2017) como por Roland Barthes (2015). O afeto é a essência do ato perceptivo. É o *punctum* que desperta a emoção e pode produzir a afetação do corpo. No caso da *Prompt-Fotografia*, temos um *punctum* artificial, um *punctum* gerado algoritmicamente.

Entretanto, não se pode desprezar que as emoções podem refletir uma cultura visual que impõe determinada configuração estética. A sociedade e as mídias sociais impõem filtros particulares sobre aquilo que vemos, controlando, limitando e restringindo a potência do nosso olhar (Torraca, 2024; 2019). O colonialismo de dados é igualmente sobre controle, limitação e restrição da percepção e dos afetos!

Apesar do regime *datacolonial* (Couldry & Mejias, 2019) é o sentido da arte impresso na experiência fotográfica, aquele gerado em razão da criatividade, que nos permite pensar novas formas de imaginar por meio dos algoritmos generativos, mesmo em ambientes controlados como os das mídias sociais (Torraca, 2024). Sem esquecer a potência da autopoieses, essência da concepção sistêmica, que confirma a possibilidade da (auto)criação a partir da comunicação (Luhmann, 2005). É nossa capacidade de criar que nos permite descolonizar. A criatividade está intrinsecamente relacionada aos processos afetivos e emocionais, sendo o afeto um sistema dinâmico e relacionado ao corpo e à mente, vinculando as emoções aos processos cognitivos (Barrett, 2017).

Descolonizar a experiência é encontrar um reequilíbrio da relação de poder entre o usuário e as *Big Techs*. Acreditamos que a experiência fotográfica virtualizada e configurada algoritmicamente pelo próprio usuário possa interferir neste regime *datacolonial* (Torraca, 2024). A investigação inicial, ora apresentada neste artigo, pretende, portanto, criar estratégias por intermédio das novas formas de produzir imagem, de pensar a Fotografia, de vivenciar as experiências estéticas digitais em espaços controlados, como é o *Instagram*, a partir do conhecimento e da compreensão dos afetos nesses espaços.

Como estratégia, utilizamos práticas psicoeducativas que estruturam os grupos de discussão, agrupando atividades que reduzem as desigualdades de informação, implementam esforço preventivo, incrementam a capacidade de lidar com as situações de estresse e os problemas de saúde, e que possam gerar autocuidado, ajuda mútua e ambientes que favorecem a saúde, especificando dimensões emocionais e relacionais. Práticas que levem em conta o movimento espontâneo utilizando todas as formas de linguagem e de expressão artística (Ponciano, 2025). Desta forma, pretende-se a ampliação da atenção à saúde mental para os contextos escolares e universitários por meio de estratégias que priorizem a capacitação de jovens para a regulação emocional (Ponciano, 2024; 2025). Assim, pretende-se avaliar como experiências psicoeducativas, a partir da reflexão sobre o uso do Instagram nos grupos de discussão, poderiam disparar processos descolonizadores e, mais ainda, construir estratégias emancipadoras que sejam capazes de promover uma educação para o visual digital.

## Metodologia

Elegemos a associação de duas propostas metodológicas para o desenvolvimento da pesquisa: o método fenomenológico Merleau-Pontyano (2018) e a Teoria dos Afetos de Silvan Tomkins, relacionada às manifestações dos afetos. Considerada a fenomenologia da percepção que localiza a experiência no centro da investigação, a emoção e a sensação se configuraram como importantes substratos de observação, pois elas podem “nos ensinar a relação viva daquele que percebe com seu corpo e com seu mundo” (Merleau-Ponty, 2018, p. 281). O método Merleau-Pontyano carrega a potência da ampliação de perspectiva do sujeito, oferecendo caminhos para sua reconfiguração estética, ou seja, a possibilidade de o sujeito alterar sua percepção e sua organização afetiva (Torraca, 2019). Um desses caminhos é a síntese perceptiva, a partir da qual o sujeito passa ampliar sua capacidade estética, perceptiva e afetiva. É a partir desta experiência que se estabelece aquilo que Merleau-Ponty definiu como “comunicação verdadeira” (Merleau-Ponty, 2018, p. 39). Uma comunicação fundada nos elementos da descrição do mundo percebido, da síntese de um mundo fotografado.

A Teoria dos Afetos de Silvan Tomkins (1963; 1962) se aproxima da fenomenologia Merleau-Pontyana, à medida que ambas preconizam a experiência como fonte de observação, abarcando sua complexidade. A Teoria dos Afetos se apresenta como base metodológica para a observação e a investigação dos afetos que emergem durante a experiência estética desterritorializada e artificialmente configurada, considerando a complexidade dos afetos gerados e mediados algorítmicamente, centralizada no corpo, ainda que este corpo esteja em outro espaço-tempo. A partir do método fenomenológico, é possível encontrar novas formas de descolonizar os afetos e as relações estabelecidas em plataformas de mídia social com regime estético semelhante ao *Instagram*, considerando que esta mídia social é um espaço radicalmente imagético.

Aliando-se a esta abordagem, a técnica do *Focus Group* para pesquisas qualitativas se mostra uma estratégia metodológica adequada para se atingir um entendimento apurado sobre as manifestações dos afetos nas experiências fotográficas propostas. Um recurso metodológico para observar e analisar a discussão em grupo, quanto à geração dos afetos por meio de novas tecnologias, além da possibilidade de investigar os aspectos conexos deste novo regime estético colonialista imposto aos usuários das plataformas digitais, seja de mídia ou de produção de imagens (Abreu, 2009; Bordini, 2013; 2011; Duarte, 2007). Vale destacar que esta técnica estimula a espontaneidade e a naturalidade no debate (Duarte, 2007), além de ampliar a possibilidade de observar a manifestação dos afetos relacionadas à imagem e geradas nas relações, inclusive na interação com novas tecnologias. Após a transcrição, a análise qualitativa dos dados é baseada na Análise de Conteúdo de Bardin (2008), que faz possível a identificação de categorias conceituais e descritivas, a partir da discussão entre os participantes. As categorias descritivas, elaboradas durante a análise dos dados, podem indicar aspectos importantes para a investigação sobre os afetos experimentados e, ainda, contemplar questões que não foram apontadas no referencial teórico, que formam as categorias conceituais. Insta salientar que utilizamos a transcrição literal das falas, mantendo as expressões coloquiais e usuais do português brasileiro.

Foram realizados dois grupos focais em modo *online*. A primeira autora foi a moderadora, responsável pela condução dos grupos, indicando como observadora uma pesquisadora do DERA-UERJ<sup>4</sup>, mestranda do PPGPS-UERJ<sup>5</sup>. Nesta primeira etapa, o foco foi o público universitário. A previsão foi contarmos com 4 a 12 integrantes em cada grupo focal. Antes de iniciar as reuniões, foi lido o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que foi aceito por todas e todos os participantes, sendo enviado arquivo com o referido termo, via *Whatsapp*, para ser assinado e devolvido à pesquisadora. Foram dadas algumas orientações sobre o Grupo Focal, antes do início da dinâmica, tais como: inexistência de manifestações certas ou erradas, o comprometimento de não haver julgamentos sobre as falas dos participantes, sendo livre a manifestação de opinião, da percepção e das narrativas, devendo ser respeitadas regras de boa convivência.

Aos que confirmaram interesse, foi enviado o link do *Zoom*. No dia das reuniões, foi compartilhado um vídeo, produzido pela primeira autora, disparado por meio de mensagem em *Whatsapp*, como estratégia para descontrair as/o convidadas/o, estimulando a aproximação e a espontaneidade. Até o dia da realização do primeiro grupo piloto, havia a confirmação de quatro interessados, mas somente uma pessoa compareceu, sendo mantida a discussão, incluindo a observadora participante. O segundo grupo focal, havia a confirmação de cinco interessados, mas dois não compareceram. Os nomes das e dos participantes foram substituídos pelos nomes dos planetas e estrelas do Sistema Solar: Sol, Vênus, Saturno e Júpiter. A amostra foi constituída por cinco integrantes: dois pós-graduandos, uma graduada e uma graduanda, com idade entre 23 e 32 anos, sendo um participante do gênero masculino e quatro participantes do gênero feminino. A dinâmica da discussão foi dividida em dois tópicos, reação perceptiva e reação afetiva, que buscaram observar e analisar a discussão sobre a recepção dos participantes em relação à experiência fotográfica proposta, que consistiu na apresentação de duas imagens, escolhidas pela primeira autora, visando a estimular a discussão de modo gradativo. As imagens foram apresentadas na sequência que aparece abaixo, graduando a informação e a discussão por aspectos da imagem e da legenda correspondente. Após a realização dos dois grupos, foram elaborados os relatórios a partir da leitura flutuante das transcrições e subsequente leitura detalhada, de acordo com a proposta metodológica de Bardin (2008), possibilitando a identificação das categorias distribuídas em dois eixos temáticos: Colonialismo de Dados e Afetos.



Imagem 1 – Grupo I.

<sup>4</sup> Grupo de Pesquisa Desafios Emocionais e Relacionais da Adolescência para Adulter Emergente – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

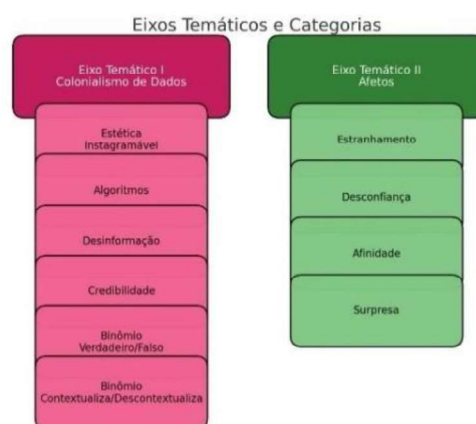
<sup>5</sup> Programa de Pós-graduação em Psicologia Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.



Imagem 2 - Grupo II

## Apresentação e discussão dos resultados iniciais

Após a leitura fluente e detalhada das transcrições dos dois grupos focais, foram identificadas seis categorias no eixo temático I Colonialismo de Dados, quais sejam, Estética *Instagramável*; Algoritmos; Desinformação; Credibilidade; Binômios Verdadeiro/Falso e Contextualiza/Descontextualiza. No eixo temático II Afetos, são destacadas quatro categorias: Estranhamento; Desconfiança; Afinidade e Surpresa. Durante a análise, observamos uma espécie de acoplamento de algumas categorias entre os eixos temáticos, conforme o exposto nesta apresentação.



### Eixo Temático 1 – Colonialismo de Dados

Nesse eixo temático, os primeiros resultados, identificados na categoria Estética *Instagramável*, foi possível observar a influência da estética do *Instagram* na percepção e na organização afetiva desses jovens, destacando-se a intensidade com que esta estética foi absorvida no cotidiano, conforme o relato das/dos participantes:

“Enfim a minha experiência pessoal, eu sou uma pessoa cronicamente *online*, eu estou na internet desde os dez anos de idade. Então, tudo que eu vejo, eu desconfio. “Eu primeiro desconfio.” (Vênus);

“Eu também estou constantemente *online*; aliás, o *Instagram* é a plataforma que eu mais uso.” (Sol)

“Eu também sou o *Instagram*.” (Júpiter)

A estética relacionada à plataforma *Instagram* diz respeito ao *design* da plataforma, responsável por formatar e colonizar a visualidade dos usuários, a partir do que os/as participantes identificaram como “moldura” da plataforma de mídia social. A análise da categoria Algoritmos identifica que, apesar da aparente familiaridade com a estética do *Instagram* e do reconhecido letramento digital das/dos participantes, são vários os relatos que indicam a dificuldade que o usuário encontra para lidar com a mediação algorítmica desta plataforma, inclusive desvio de padrão na configuração do seu *feed*, confirmando a premissa de que os algoritmos não contextualizam e nem lidam com contingência, apesar de gerarem contingência incessantemente e, portanto, complexidade, conforme observa Elena Esposito em seu livro *Artificial Communication* (2022). Esposito propõe a Teoria dos Sistemas Sociais formulada por Niklas Luhmann como estrutura adequada e com complexidade suficiente para lidar com questões postas por novas tecnologias, como por exemplo a inteligência artificial. A autora introduz a noção de contingência virtual para descrever a situação em que um interlocutor comunicativo, no caso o algoritmo, desenvolve sua própria contingência, revisada e refletida, buscando simular as condições da comunicação a partir da interação com o usuário. Essas interações seriam responsáveis pelo desenvolvimento da capacidade comunicativa dos algoritmos e o surgimento de uma nova forma de criatividade gerada entre humanos e não-humanos. Vale ressaltar que o conceito de contingência utilizado por Esposito é aquele desenvolvido por Talcott Parsons e que Luhmann levou para sua Teoria Social da Comunicação, considerada como exclusão de necessidade e de impossibilidade. Dito de outro modo, contingência está relacionada às alternativas possíveis e indica a possibilidade de que um fato seja diferente do que é ou do que apresenta ser. Isto significa dizer que um fato contingente é um fato incerto, ou seja, a contingência reflete incerteza, e se observa como seleção em um leque de possibilidades e pode se apresentar de maneiras diferentes diante das expectativas. São relatos como o de Vênus que indicam a dificuldade dos usuários para lidar com a mediação algorítmica do *Instagram* e, portanto, com aspectos da estética desta plataforma de mídia social, que não oferece um contexto organizador da comunicação:

“Não existe esse controle. O algoritmo já vai definindo o que a gente gosta e vai retroalimentando esse gosto, vai retroalimentando isso que a gente fica vendo. [...] De certa forma, o algoritmo já está te determinando o que você vai visualizar na plataforma ou não. Eu já tive situações no *Instagram* que ele me mostrou conteúdos que eu odiava, que eu achava asquerosos, e que eu batalhei com o *Instagram* pra conseguir definir aquele conteúdo que eu não gostava. [...] a gente consegue controlar o que a gente vê, mas também não é um controle.”

A estética da plataforma *Instagram* pode ser explicada pelo próprio conceito de estética, que se refere aquele que nota, percebe, afeta e é afetado, como “uma forma de qualificar uma propriedade emocional de toda função visual” (Català Domènech, 2011, p.28). Neste sentido, a estética da plataforma *Instagram* é percebida pelas/pelos participantes, como determinante na configuração da visualidade do usuário, interferindo nos afetos e na percepção de realidade, dentro e fora desses espaços, como é possível observar nos relatos durante as dinâmicas. A participante Vênus identifica, por exemplo, um distanciamento da realidade, ainda que a estética da plataforma busque intensificar a familiaridade com o conteúdo das imagens compartilhadas, como fica evidenciado no seguinte trecho:

“Na combinação de três imagens, parece que foi distanciando cada vez mais de uma realidade, sei lá. Ao mesmo tempo que se torna mais familiar.”

De acordo com os relatos, a moldura faria parte do aspecto de familiaridade com a estética do *Instagram*, ratificando a importância da legenda nos compartilhamentos nesta rede social, como estratégia de modulação perceptiva imposta pelos novos colonizadores, os colonizadores digitais, as famigeradas *Big Techs*. Trata-se, portanto, da influência da estética desta plataforma de mídia social no regime visual do usuário e na percepção de realidade, como na contextualização do visto/visível na plataforma. Esta influência estética é determinante para que o usuário identifique a veracidade das imagens compartilhadas em sua plataforma, a partir da desconfiança, que corresponde à dimensão afetiva do sujeito.

A categoria Algoritmos foi identificada na exposição da experiência que as/os participantes declararam ter com o *Instagram*, mostrando-se determinante para a formação do olhar dos usuários desta plataforma. Tamanha bagagem digital, parece capacitar esses jovens em avaliação crítica e criação de estratégias para lidar com o que foi traduzido como “crueldade” e “perversidade” da estética do *Instagram*, como é possível observar na fala da participante Sol:

“Eu achei a questão do controle [...] a gente ter a escolha de querer ver ou não [...] Mas, ao mesmo tempo é muito perverso, porque a gente sabe que o que aparece.”

Essas nomeações dizem respeito à mediação algorítmica, praticada pelo *Instagram*, responsável por interferir na percepção das imagens compartilhadas na plataforma, gerando reações afetivas como estranhamento e desconfiança sobre a origem e a veracidade desses compartilhamentos, além de se refletir na construção de realidade e na produção das narrativas.

Outro aspecto que chamou nossa atenção durante as dinâmicas, e que está relacionado à atuação dos algoritmos, foi a sensação de controle proporcionado por algumas ferramentas da plataforma *Instagram*, conforme relato das/dos participantes, e que acabam não representando um controle efetivo para o usuário em razão da mediação algorítmica. Na verdade, as ferramentas atuam como estratégia colonizadora das plataformas, controlando a percepção e os afetos do usuário, influenciando no visual e em sua visualidade, como na construção de realidade, que envolvem os processos de (des)contextualização (Esposito, 2022). Esses processos fazem parte de fenômenos como a desinformação, responsável pela deterioração de regimes democráticos e pela antropofagia afetiva (Torraca, 2024). Ressalte-se que a categoria Desinformação emerge associada às categorias Credibilidade e Binômio Verdadeiro/Falso neste eixo temático; aparecendo igualmente na categoria Desconfiança, correspondente ao eixo temático dos Afetos, e que faz parte da estética colonialista da plataforma *Instagram*.

A categoria Binômio Verdadeiro/Falso emergiu durante as dinâmicas, relacionando-se tanto com o eixo temático do Colonialismo de Dados, quanto com as categorias do eixo temático dos Afetos, quais sejam, Estranhamento, Desconfiança e Afinidade, que analisaremos mais adiante. É possível afirmar que há relação entre a categoria Binômio Verdadeiro/Falso e o modelo estético de contextualiza-descontextualiza da plataforma *Instagram*, que foi identificado como categoria neste eixo temático, e observamos ser responsável por colonizar a visualidade do usuário desta mídia social. Este regime visual pode ser apontado como

responsável pela desinformação, além de influenciar na credibilidade das informações compartilhadas, como foi possível observar durante as dinâmicas e é pontuado pela participante Vênus:

“Qual o incremento na sua informação e na sua postagem ao usar uma imagem que não está no contexto fático do qual você se referencia?”.

Importante enfatizar que as categorias Credibilidade e Desinformação são aspectos do conceito de colonialismo de dados, construído por Couldry e Mejias (2019), restando evidenciado nas falas da participante Saturno e da participante Vênus, respectivamente:

“Acho que é uma sensação de que estou sendo enganada. [...] É uma sensação de que eu fui enganada.”

“Essa sensação de fui enganada, assim, por mais que haja uma valoração na imagem.”

Foi possível observar que a categoria Credibilidade esteve associada à dimensão afetiva no tocante à desconfiança. Durante as dinâmicas todas/todos participantes indicaram que algumas ferramentas do *Instagram*, tal como o selo de “verificado” de um perfil considerado como oficial, podem certificar a origem e a veracidade das informações compartilhadas pelo usuário, conforme os relatos da participante Vênus, da participante Saturno e do participante Júpiter, respectivamente:

“Usar imagens oficiais [...] de verdade. Então, dá uma sensação de credibilidade à imagem.”

“*Instagram* verificado ainda mais *Instagram* grande assim, do corpo de bombeiros. [...] Com certeza, para mim, também passa uma maior credibilidade.”

“Eu acho que a credibilidade dá confiança, ela parte de um pressuposto de uma continuidade de alguns dados, de algumas ações”.

Apesar de reconhecerem a importância de ferramentas para a segurança do usuário, o grupo apontou a possibilidade de falhas no serviço prestado pelo *Instagram*, como em casos de perfis falsos. As falas do participante Júpiter e da participante Vênus, respectivamente, exemplificam esse aspecto:

“Dizendo que é bombeiros MG, tem uns *timblinhos* de verificado, não necessariamente me dá a entender que de fato seja um perfil oficial. Até porque, hoje, você consegue comprar esse verificado. E aí, assim existem perfis feitos, que são criados com propostas específicas. Esse é o caso, uma problemática, um ponto a ser levado. Eu de fato não sei se @bombeirosmg seria o perfil oficial.”

“Qual é a origem? Esses perfis que estão fazendo, essa repostagem, eles são oficiais ou não são? Eles estão sendo realmente verificados? Se o verificado pode ser comprado, que verificação é essa, que você está fazendo? Está verificando o quê? Que eu tenho dinheiro no bolso para pagar pelo certificado de verificar?”

## Eixo Temático II - Afetos

A dimensão afetiva está intimamente relacionada ao regime visual e às imagens, conforme explicitado por Silvan Tomkins, chegando a considerar todo o querer e não querer do sujeito, seja positivo ou negativo, uma Imagem (1962). Para Tomkins, esta Imagem repercutiria no comportamento do sujeito e no ambiente, podendo ser considerada a experiência estética do sujeito, ou seja, suas projeções afetivas e perceptivas (Torraca, 2024). Sob a perspectiva da Teoria dos Afetos de Tomkins, tudo aquilo que é percebido conscientemente pelo sujeito é imageria, criado pelo próprio organismo (Tomkins). O mundo percebido em Tomkins é “um sonho que aprendemos a partir de um roteiro que não escrevemos” (livre tradução); um roteiro que atualmente tem sido escrito pelos algoritmos. Desta forma, é possível afirmar que a dimensão afetiva aparece associada radicalmente à estética da plataforma *Instagram*, e, em especial, à mediação algorítmica, que é capaz de calibrar a organização afetiva do usuário desta plataforma.

Durante as discussões em grupo, a categoria Binômio verdadeiro/falso pareceu traduzir as percepções do usuário na visualização de imagens, indicando sua associação à dimensão afetiva, conforme restou evidenciado nos relatos das/dos participantes. Estes afetos relatados foram identificados neste eixo temático como categorias, quais sejam, Estranhamento, Desconfiança e Afinidade. A associação desses afetos mostrou ser decisiva para influenciar a percepção e o modo defensivo das/dos participantes, como é possível observar no relato da participante Vênus:

“Será que isso é realmente real? Mas, aí, depois, eu fui começando a perceber os detalhes. Eu falei: não! Não é real, realmente não é real! E aí quando você mostrou com a moldura do *Instagram*, aí eu falei: definitivamente, essa imagem não é real! Inclusive, eu adicionei: se tivesse a moldura, eu desconfiaria ainda mais. [...] a gente tende a desconfiar ainda mais quando tem alguma coisa de rede social.”

Merece registro que a sensação de desconfiança mobilizou as dinâmicas diante da dúvida em relação à verossimilhança das imagens apresentadas, mesmo quando o foco do grupo foi sobre o deslocamento contextual no compartilhamento da imagem, o que é possível afirmar estar relacionado à categoria Binômio Contextualiza-Descontextualiza, do eixo temático do Colonialismo de Dados. Sensações que foram traduzidas pelos participantes em palavras como: cenário, origem, original e oficial. Talvez, seja esse o motivo para que a reação de surpresa na recepção das imagens durante as dinâmicas tenha se manifestado tão fortemente, ao ponto de configurar como categoria neste eixo temático. Vale destacar que este afeto neutro, na perspectiva de Tomkins, emergiu entre os participantes ao reconhecerem a descontextualização imagética, ao se depararem com uma imagem viralizada e que fora retirada de contexto. Esta reação afetiva relatada diz respeito à categoria Desinformação, correspondente ao eixo temático do Colonialismo de Dados, e que emergiu mesclada com a sensação de traição relatada pelos participantes, em relação à responsável pelo compartilhamento da imagem.

Desconfiança e afinidade são dimensões afetivas que emergiram durante os grupos focais e foram identificadas como categorias no eixo temático dos afetos. Porém, desconfiança e afinidade também estão associadas à categoria Credibilidade, correspondente ao eixo temático do Colonialismo de Dados. Alguns

relatos das/dos participantes fazem essa relação e chegam a indicar que a credibilidade pode ser proporcional à afinidade com o(a) emissor(a) da mensagem/imagem, como é possível observar nas falas da participante Saturno e da participante Vênus, respectivamente:

“Acho que é questão de afinidade. [...] Eu acho que, tanto para a parte de pessoas que a gente tem afinidade, a gente acreditaria, quanto por parte de pessoas que a gente não gosta muito, não tem afinidade, a gente começaria a desconfiar.”

“Quando a gente fala de credibilidade da figura política. E um dos membros, também, vamos colocar assim, um dos membros usou um termo que eu achei muito bom que foi a afinidade.”

Afinidade que parece ter levado o participante Júpiter a justificar o erro na postagem de uma imagem deslocada do contexto fático, a qual o emissor pretendia associar. Essa interpretação é possível depreender do seguinte trecho:

“Ela só resgatou, acho, que a ideia do trabalho em si dos bombeiros. E como é importante o trabalho deles.”

Embora tenha tentado justificar a postagem descontextualizada e que representa desinformação, o participante Júpiter acabou concordando com as demais participantes que manifestaram terem se sentido enganadas. A participante Saturno e da participante Vênus, respectivamente, declaram: “É uma sensação de eu fui enganada”; “Essa sensação de fui enganada”.

Neste eixo temático, uma experiência de curiosidade parece emergir associada às categorias Estranhamento e Desconfiança, o que pode estar relacionado ao estímulo provocado pela mediação algorítmica do *Instagram*. O relato da participante Sol é um exemplo:

“Sendo bem psicóloga, agora, eu vou falar aqui: acho que depende, né? [...] Eu falei que, no meu caso, talvez eu ficasse curiosa porque, enfim, já contextualizei.”

Na dimensão afetiva, é importante destacar a influência do fluxo nos processos de virtualização, responsável por interferir na linearidade espaço-temporal percebida a que o sujeito analógico e territorializado estava acostumado, o que aparece na fala da participante Saturno. Esta reação diz respeito à atualização referida por Lévy (2007), ao conceituar o virtual, presente nos relatos do Júpiter e da Vênus.

“É que a gente é muito essa geração, é muito imediatista, então você vai associar automaticamente que aquilo que está acontecendo, naquele momento, aconteceu.”

“Mas a percepção mudou com relação ao lapso temporal do efeito da imagem, que era passado e continuou presente no atual momento daquele desastre.”

“Você quer me vender uma imagem que não é real. Ela foi real, mas não é mais, e não está condizendo com a verossimilhança interna da sua informação [...] A internet não tem nenhum compromisso com a temporalidade.”

Este efeito ocorre em razão da desterritorialização de corpos e de objetos, referido por Lévy (2007), que se reflete no modelo “contextualiza-descontextualiza” de plataformas imagéticas, como é o caso do *Instagram*. Vale lembrar que, sob a perspectiva de Pierre Lévy (2007), os afetos desempenham um papel central nos processos de virtualização, o que significa dizer que os afetos interferem de forma decisiva na dimensão espaço-temporal.

Este dado nos ajuda a planejar as atividades para a segunda etapa deste projeto, que, provavelmente, acontecerá nas escolas, focando na potência dos afetos e no modelo de “contextualiza-descontextualiza” da estética *Instagramável*, reconhecendo a importância de se estimular a contextualização, e por consequência, a promoção de uma educação para o visual digital por meio da experiência fotográfica e das novas formas de produzir imagens. Outrossim, este é um entendimento sobre os processos de engajamento da plataforma *Instagram* pela mediação algorítmica, que busca provocar o afeto da surpresa como estratégia de controle, o que foi possível observar, permitindo aos participantes que, ao final das dinâmicas, fossem sensibilizados sobre a importância da dimensão afetiva para uma vida configurada por algoritmos, e que inclui precauções a serem tomadas pelo usuário, tais como: checagem das imagens e das informações antes do consumo e compartilhamento de imagens e informações. Engajamento que restou associado ao imediatismo, relatados pelas/pelos participantes, e que parecem se refletir no hábito de compartilhar sem checar se as informações são verdadeiras ou estão contextualizadas, em um movimento de efeito manada, confirmado no relato da participante Vênus:

“Não interessa, tá todo mundo repostando [...] Eu também entrei na *trending*, eu também peguei fotinho minha botei no traço do Estúdio *Ghibli*”.

Este é um fenômeno característico do colonialismo de dados e que é estimulado afetivamente pela plataforma *Instagram* como estratégia de poder e que merece ser aprofundada a investigação. Dessa forma, identificar as experiências afetivas pode descolonizar o uso do Instagram, a partir de uma análise das imagens, que seja lida pelo afeto surpresa, reiniciador.

### Considerações Finais

Apesar da aparente habilidade de dominar as novas tecnologias que configuram a vida virtualizada, foi possível observar, a partir dos primeiros Grupos Focais que há uma dificuldade de se perceber submetido à regência colonizadora imposta pelas plataformas de mídia social, principalmente aquelas fundadas no visual, como é o caso do *Instagram*. Considerando que a experiência nesses espaços é essencialmente estética, não surpreende a extensão dessa regência, capaz de modular a configuração perceptiva e calibrar a organização afetiva dos usuários em níveis profundos (Torraca, 2024). Pior, não é permitido a esses usuários o acesso aos protocolos dessas programações que os configuram esteticamente, quiçá o acesso aos objetivos dessa interferência.

Os primeiros resultados indicam a importância de compreender como os jovens se relacionam em plataformas como o *Instagram*, além de confirmar a relevância dos afetos para o enfrentamento desta vida desafiada e configurada pelos algoritmos. Os relatos dos participantes durante os Grupos Focais confirmam as limitações quanto ao controle da visualidade por parte dos usuários, em razão dos protocolos impostos

pelas grandes empresas de tecnologia e que dizem respeito ao colonialismo de dados (Couldry & Mejias, 2019), mesmo que o usuário tenha familiaridade com a plataforma ou que possua o mínimo de letramento digital. Neste sentido, é importante considerar que tanto o letramento ético quanto o jurídico precisam fazer parte de uma educação para o visual digital. Uma educação que preconize a dimensão afetiva do sujeito desterritorializado, conforme Lévy entende o processo de virtualização (2007).

A interferência algorítmica é aspecto que merece atenção, em especial na dimensão afetiva, diante do indício de colonização digital por meio dos afetos. Este dado precisa ser considerado e avaliado com atenção, justamente pela associação entre desconfiança e controle, conforme apontada pelas participantes durante as dinâmicas, ao abordarem a sensação de estranhamento. Esta relação parece estar associada ao grau de familiaridade do usuário com a estética *Instagramável*, sendo determinante para que este usuário possa estabelecer seus próprios protocolos de controle, a partir da dimensão afetiva da desconfiança, ou seja, a proteção seria acionada por intermédio desta experiência afetiva. Esta constatação permite oferecer estratégias para o controle do usuário nesses espaços por meio dos afetos, considerando que a análise dos dados desta primeira etapa da pesquisa identificou limitações importantes neste aspecto (Tomkins, 1962;1963).

Os relatos dos participantes da pesquisa indicam que, apesar do precoce e intenso contato com a plataforma *Instagram*, e do letramento digital identificado, isto pode não ser suficiente, diante do grau de complexidade imposto pela estética desta plataforma, por meio da mediação algorítmica. Pior, algumas ferramentas disponibilizadas pelo *Instagram*, além de se mostrarem ineficazes na proteção do usuário, servem para configurá-lo esteticamente, e isto significa modular sua percepção e calibrar sua organização afetiva, o que representa um novo modelo de poder. Porém, acreditamos que a educação para o visual digital faça possível a ampliação do letramento digital, abarcando a dimensão afetiva e emocional do sujeito para além do controle colonizador dos algoritmos. Uma educação que preconize a experiência fotográfica, ao reconhecer a potência das imagens, contribuindo para a sensibilização e o desenvolvimento do sujeito desde os bancos escolares. Por isso, é relevante levar essa proposta a variados ambientes acadêmicos, seja escolar ou universitário.

Ante às possibilidades de falsificação na plataforma *Instagram*, tanto de perfil quanto de imagem, ratifica-se a importância do letramento digital, que resta demonstrado em algumas precauções expostas pelo participante Júpiter que enfatizou a análise mesmo em perfis oficiais; análise que inclui a verificação de selo do perfil conferido pela plataforma, a checagem do número de seguidores, postagens, curtidas e comentários, como o próprio conteúdo dos compartilhamentos.

São dados que nos ajudam a planejar as atividades para a segunda etapa deste projeto, que, provavelmente, acontecerá no ambiente acadêmico, focando na potência dos afetos e em alguns aspectos relacionados ao colonialismo de dados, correspondentes às categorias identificadas no Binômio Contextualiza-Descontextualiza e na Estética *Instagramável*, reconhecendo a importância de se estimular a contextualização, e por consequência, a promoção de uma educação para o visual digital por meio da experiência fotográfica e das novas formas de produzir imagens. Uma educação que signifique emancipar esses jovens diante de uma estética que é capaz de configurá-los perceptiva e afetivamente.

Merece destaque o fato de que a Inteligência Artificial Generativa de produção de imagens ainda seja pouco explorada pelos participantes da pesquisa, apesar de demonstrem letramento digital e identificarem benefícios nesta tecnologia. A pouca familiaridade com a tecnologia em referência pode ser incluída na Categoria Desinformação, correspondente ao eixo temático do Colonialismo de Dados, e que estaria relacionada à dificuldade em distinguir entre falso e verdadeiro, e à tradução e produção de realidade. Ressalte-se que desinformação implica geração de desigualdades e de vulnerabilidades. São aspectos que se refletem na discreta compreensão da potência da experiência fotográfica na vida do usuário de uma plataforma fundada neste tipo de experiência estética, o que significa dizer que este usuário não explora a potência da Fotografia e da Pós-Fotografia em sua plenitude, e isto pode bloquear ou embaçar sua capacidade de resistência ao colonialismo imposto por plataformas imagéticas, como é o caso do *Instagram*, o que diz respeito à dimensão afetiva do sujeito, daí a importância da experiência estética para promoção da consciência e da elaboração afetiva (Torraca, 2024; Torraca & Ponciano, 2025; Couldry & Mejias, 2019). Neste sentido, há que se reapropriar do aspecto da comunhão, não identificado aqui como categoria, mas que emergiu durante o primeiro Grupo Focal e que tem sido estrategicamente explorado pela plataforma *Instagram*. Propomos que essa reapropriação do afeto da comunhão seja articulada por meio das experiências fotográficas programadas e associadas às técnicas de autorregulação, focadas na promoção do bem-estar e que preconizem o aspecto relacional; proposta que não foi desenvolvida aqui, mas faz parte da segunda etapa deste projeto, articulada entre Universidade, Escola e Sociedade.

## Referências

- Abreu, N. R. de, Baldanza, R. F., & Gondim, S. M. G. (2009). Focal Groups On-Line: from the Conceptual Reflections to the Virtual Environment Application. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 6(1), 05-24. DOI: <https://doi.org/10.4301/S1807-17752009000100001>.
- Azoulay, A. (2008). *The Civil Contract of Photography*. (2ª impressão). Zone Books.
- Bardin, L. (2008). *Análise de conteúdo*. Edição Setenta.
- Barrett, L. (2017). *How emotions are made*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Barthes, R. (2015). *A câmara clara: nota sobre a Fotografia*. Nova Fronteira.
- Benjamin, W. (2017). *Estética e sociologia da arte*. (1ª edição). Autêntica Editora.
- Bordini, G. & Sperb, T. (2013). Grupos Focais Online e Pesquisa em Psicologia: Revisão de Estudos Empíricos entre 2001 e 2011. *Interação em Psicologia*, 17(2), 195-205. DOI: <https://doi.org/10.5380/psi.v17i2.28480>.
- \_\_\_\_\_. (2011). O Uso dos Grupos Focais On-Line Síncronos em Pesquisa Qualitativa. *Psicologia em Estudo*, 16(3), 437-445. Disponível em: <https://www.scielo.br/i/pe/a/MjNSyC5m4mbfPVbrLJCsPxt/abstract/?lang=pt#>.
- Breda, R. & Torrentes, C. (2025). Letramento em IA: confluência entre letramentos digitais, críticos e práticas de interação com tecnologias generativas. *Revista Texto Digital*, 21(1), 159-187. DOI: <https://doi.org/10.5007/1807-9288.2025.e106803>.
- Carvalho, V.; Kalantzis, M & Cope, B. (2024). Letramento na era da Inteligência Artificial. *Cadernos de Letras da UFF*, v. 35, n. 69, 44-64. DOI: <https://doi.org/10.22409/cadletrasuff.v35i69.63346>.
- Català Domènech, J. (2005). *La Imagen Compleja: la fenomenologia de las imágenes em la era de la cultura visual*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- \_\_\_\_\_. (2011). *A forma do real*. Summus.
- Couldry, N. & Mejias, U. (2019). *The Costs of Connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. (1ª ed.). Stanford University Press.
- Duarte, A. (2007). Grupo Focal Online e Offline como Técnica de Coleta de Dados. *Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia*, 17(1), 75-85. Disponível em: <https://www.pbcib.com/index.php/pbcib/article/view/7003>.
- Esposito, E. (2022). *The Artificial Communication: how algorithms produce social intelligence*. The MIT Press. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/14189.001.0001>.
- Farias, J. & Duarte, A. (2025). Tecnologias digitais, IA e ensino: mapeando letramentos à luz de uma perspectiva Ciber-social. *Gláuks - Revista De Letras E Artes*, 25(02), 38–62. DOI: <https://doi.org/10.47677/qluks.v25i02.543>.
- Flusser, V. (2011). *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. (1ª ed.). Annablume.
- Haidt, J. (2024). *A Geração Ansiosa: como a infância hiperconectada está causando uma epidemia de transtornos mentais*. (1ª ed.). Companhia das Letras.
- Lévy, P. (2007). *O que é o virtual?* (2ª ed.). Editora 34.
- Lei Federal Nº 9.394/1996 – Brasil – Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional – disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9394.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm).
- Luhmann, N. (2005). *El arte de la sociedad*. (1ª ed.). Editorial Herder.
- Merleau-Ponty, M. (2018). *Fenomenologia da Percepção*. (5ª ed.). Martins Fontes.
- Morin, E. (2015). *Introdução ao pensamento complexo*. (5ª ed.). Sulina.
- Ponciano, E. (2025). DERA é Sentir/Fazer Pesquisa, Ensino e Extensão: Relato de Experiência durante e Pós-pandemia. *Estudos & Pesquisas em Psicologia: Psicologia do Desenvolvimento*, 25. DOI: <https://doi.org/10.12957/epp.2025.77579>.

- Ponciano, E. (Org.). (2024). *Práticas Psicoeducativas: modos de pensar e de fazer*. Curitiba: Editora CRV.
- Ponciano, E. (2024). Regulação Emocional e Interpessoal: promoção de saúde mental para jovens em seus contextos. Projeto CNE-UERJ-FAPERJ.
- Ponciano, E. & Brito, E. (2021). Corpo, mente e self: uma articulação teórica com foco na regulação emocional. *Psicologia em Pesquisa*, 15. DOI: <https://doi.org/10.34019/1982-1247.2021.v15.31043>.
- Tomkins, S. (1962). *Affect Imagery Consciousness – Volume I – The positive affects*. Springer Publishing Company.
- \_\_\_\_\_. (1963). *Affect Imagery Consciousness – Volume II – The negative affects*. Springer Publishing Company.
- Tomkins, S. & Messick, S. (1963). *Computer Simulation of Personality: Frontier of Psychological Theory*. John Wiley.
- Torraca, L. (2019). *O espetáculo da violência no Rio de Janeiro e o olhar estético do afeto*. [Tese de Doutorado em Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Base Minerva UFRJ: <http://obidig.ufrj.br/44/teses/883812.pdf>
- \_\_\_\_\_. (2024). Antropofagia Afetiva: a colonização dos afetos complexos. *Convergências: Estudos Em Humanidades Digitais*, 1(04), 1–21. DOI: <https://doi.org/10.59616/cehd.v1i4.957>.
- \_\_\_\_\_. (2021). O Olhar Estético do Afeto: reterritorializando o Rio de Janeiro. *Cadernos Metrópole*, v. 23, n. 50, 307-330. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/2236-9996.2021-5012/33805>.
- Torraca, L. & Ponciano, E. (2025). Retratar, Reiniciar e Reterritorializar: descolonizando pelo afeto a experiência digital algorítmicamente configurada. In V. Silva, R. dos Santos, F. Mancebo & W. Ramos (Orgs.), *Epistemes Inventivas frente aos Processos Contemporâneos de Subjetivação* (pp. 171-188). Editora Real Conhecer. DOI: 10.5281/zenodo.16281256.
- Zylinska, J. (2023). *The Perception Machine: Our Photographic Future between the Eye and AI*. The MIT Press. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/14471.001.0001>.

[Índice](#)