

Além da imagem: análise temática sobre comunicação visual móvel como mediação da vida cotidiana pelas câmeras em smartphones

Beyond the image: Thematic analysis on visual mobile communication as mediation of everyday life by smartphone cameras

Más allá de la imagen: Análisis temático sobre la comunicación visual móvil como mediación de la vida cotidiana por las cámaras de los teléfonos inteligentes

Admilson Veloso da Silva
Corvinus University of Budapest

Resumo

Este artigo explora o papel das câmeras dos smartphones na comunicação visual móvel entre os jovens nascidos no século XXI. Ele destaca a prevalência dos aparelhos integrados a nossa vida diária, demonstrando sua multifuncionalidade além da fotografia, por meio de interações com o ambiente e com nós mesmos. O estudo é baseado em uma pesquisa qualitativa por meio de grupos focais com 43 participantes de 20 países realizada em Budapeste, Hungria. As transcrições foram analisadas tematicamente, resultando em três temas principais: as câmeras como extensão das funções do corpo, como suporte técnico para tarefas cotidianas, e como dispositivo de comunicação visual interpessoal. Por fim, o artigo apresenta exemplos específicos dentro de cada tema, evidenciando as diversas formas como as câmeras dos smartphones são utilizadas no dia a dia para a comunicação visual móvel.

Abstract

This article explores the role of smartphone cameras in visual mobile communication among young people born in the 21st century. It highlights the devices' prevalence integrated into our daily lives, demonstrating their multifunctionality beyond photography, through interactions with the environment and ourselves. The study is based on qualitative research through focus groups with 43 participants from 20 countries and was conducted in Budapest, Hungary. The transcripts were thematically analyzed, resulting in three main themes: cameras as an extension of body functions, as technical support for daily tasks, and as a device for interpersonal visual communication. Finally, the article presents specific examples within each theme, evidencing the various ways smartphone cameras are used in everyday life for visual mobile communication.

Resumen

Este artículo explora el papel de las cámaras de los teléfonos inteligentes en la comunicación visual móvil entre los jóvenes nacidos en el siglo XXI. Destaca la prevalencia de los dispositivos integrados en nuestra vida cotidiana, demostrando su multifuncionalidad más allá de la fotografía, por medio de interacciones con el medio y con nosotros mismos. El estudio se basa en una investigación cualitativa a través de grupos focales con 43 participantes de 20 países llevados a cabo en Budapest, Hungría. Las transcripciones se analizaron temáticamente, dando como resultado tres temas principales: las cámaras como extensión de las funciones corporales, como soporte técnico para las tareas cotidianas y como dispositivo para la comunicación visual interpersonal. Finalmente, el artículo presenta ejemplos específicos dentro de cada tema, destacando las diferentes formas en que las cámaras de los teléfonos inteligentes se utilizan en la vida cotidiana.

Palavras-chave: Comunicação visual. Smartphones. Análise temática. Juventude.

Keywords: Visual communication. Smartphones. Thematic analysis. Youth.

Palabras clave: Comunicación visual. Smartphones. Análisis temático. Jóvenes.

Introdução

Você consegue imaginar o seu dia sem um smartphone? Mesmo que a resposta seja afirmativa, o esforço mental de processar quais atividades precisariam ser redefinidas já indica a prevalência desses aparelhos na nossa rotina. Para além da fotografia, as câmeras nos dispositivos são apropriadas como scanners, espelhos digitais, tradutores visuais, leitores de códigos (códigos QR), elementos interativos de realidade virtual, entre outros. A cada momento, uma nova dimensão se revela diante da tela, tecendo uma complexa rede de experiências visuais mediadas pelos dispositivos móveis. Nesse contexto, o presente artigo busca explorar qualitativamente como as câmeras de smartphones operam na comunicação visual em nível individual para mediação da vida cotidiana, com foco em jovens nascidos no século 21 e para além da comunicação interpessoal.

A integração de celulares portáteis ao dia a dia tem sido tópico de discussões acadêmicas há mais de duas décadas (NYÍRI, 2003; LING, 2004; LEMOS, 2005; VILLI, 2005, 2010) e com o advento dos smartphones, acoplados de câmeras e conectados à Internet, novas possibilidades são criadas. Para a discussão proposta aqui, eu busco dialogar com duas vertentes teóricas em específico: comunicação visual e sua atualização mais contemporânea, a comunicação visual móvel. Apropriando das contribuições de estudos anteriores, apresento resultados de uma pesquisa em-

pírica qualitativa realizada com 43 jovens nascidos no século 21 (entre 2001 e 2004) por meio de seis grupos focais. As discussões incluem participantes de 20 países e foram organizadas em 2021 e 2023 em Budapeste, na Hungria. O conteúdo foi transcrito (verbatim inteligente) e codificado para análise temática, da qual três temas principais são apresentados neste trabalho. Adicionalmente, exponho o contexto do uso de smartphones entre os respondentes, com base em um formulário demográfico preenchido durante os encontros.

Os resultados indicam a prevalência do uso de câmeras em diversas instâncias do cotidiano que são distribuídas em três grupos: como uma extensão das funções do corpo (T1); como apoio técnico para facilitar tarefas diárias (T2); e como dispositivo de comunicação visual (T3), principalmente para comunicação interpessoal. Em cada tema, tópicos mais específicos são exemplificados, tais como “*para ajudar a visualizar informações*”, por meio de atividades práticas enunciadas pelos participantes a partir de suas experiências, por exemplo o uso da Google Lens para identificar objetos. Assim, algo que se apresenta como novidade é a interpretação da comunicação visual móvel enquanto um processo que se estabelece também na interação mediada do humano com o seu ambiente e consigo mesmo. Na próxima seção, exponho a fundamentação teórica que embasa a discussão, e na sequência indico a estrutura metodológica e os resultados da pesquisa.

Teorias da comunicação visual

A teoria da comunicação visual abrange múltiplas perspectivas e abordagens interdisciplinares, com contribuições em vários campos e disciplinas científicas, como arte, linguística, psicologia, design gráfico, ciência da computação e filosofia. De forma breve, o termo se refere ao uso de recursos visuais para transmitir mensagens e gerar significados. Porém, dentro das discussões teóricas sobre comunicação visual, há uma distinção entre sensação visual e percepção visual: a primeira se refere ao estímulo inicial do mundo exterior, enquanto a segunda envolve a interpretação do cérebro e a organização da informação. Para Lester (2006), a comunicação visual contemporânea pode ser dividida em quatro teorias agrupadas nessas duas principais vertentes: sensorial (*gestalt* e construtivismo) e perceptual (semiótica e cognitiva). O primeiro grupo se debruça sobre aspectos técnicos e sensoriais de como vemos as imagens: questões visuais de cor, forma, profundidade e movimento; como o cérebro percebe essas pistas e como a informação é transmitida por meio de nossos nervos. A outra vertente busca explorar os processos perceptivos, como interpretamos os signos e seus significados (semiótica) e como as atividades mentais (por exemplo, memória) se relacionam com a percepção visual (teoria cognitiva).

Apesar dessa distinção recente, a história desse campo na prática remonta a milhares de anos, desde as antigas pinturas rupestres, passando pela representação por meio da arte, até as mídias sociais da atua-

lidade (SANTOS, 2022). De acordo com Lester (2006), a comunicação visual desempenha um papel significativo em como percebemos e interagimos com a informação, pois as imagens têm o potencial de se tornar memórias mentais de longo prazo. A relação entre palavras e imagens é crucial para transmitir mensagens de forma eficaz, e a linguagem visual está profundamente enraizada na história humana, anterior à linguagem falada. O autor também defende que “estamos nos tornando uma sociedade mediada visualmente. Para muitos, a compreensão do mundo está sendo alcançada, não por meio da leitura de palavras, mas pela leitura de imagens” (LESTER, 2006, para. 7)¹. Com o advento dos computadores e da manipulação digital, a cultura visual ganha cada vez mais destaque, mediando diversos aspectos da sociedade e contribuindo para o equilíbrio entre palavras e imagens.

Além de Lester (2006), Worth e Gross (1974) também discutem esse tipo de comunicação fazendo uma distinção a partir dos eventos que experienciamos, baseada nas circunstâncias em que ocorrem e nas abordagens que empregamos para dar-lhes significado. Tais eventos são categorizados em dois tipos: naturais e simbólicos. A interpretação de um evento natural é incorporada em sua existência (com *atribuição*), enquanto o significado de um evento simbólico depende de nosso reconhecimento de sua estrutura (*inferência comunicacional*). Conseqüentemente, esses eventos simbólicos são considerados eventos de comunicação, exigindo que o intérprete

¹ Original em inglês: “We are becoming a visually mediated society. For many, understanding of the world is being accomplished, not through reading words, but by reading images” (LESTER, 2006, para. 7).

reconheça que eles são intencionalmente criados, executados ou produzidos para um propósito específico, que é simbolizar ou transmitir uma mensagem.

Dessa maneira, Worth e Gross (1974), acreditam que o processo comunicacional está diretamente conectado à forma como adquirimos conhecimento: “No processo de nos tornarmos humanos, aprendemos a reconhecer a existência dos objetos, pessoas e eventos que encontramos e a determinar as estratégias pelas quais podemos interpretá-los e lhes atribuir significado” (WORTH ; GROSS, 1974, p. 27, tradução própria).² Em uma linha similar, Sterne (2006) explica que comunicação é uma arte técnica (*techné*) que permite às pessoas transformar informação em aprendizado. Por exemplo, a tecnologia está conectada aos hábitos e práticas humanas, de forma a promovê-las ou desafiá-las. Assim, Sterne (2006) afirma que o problema filosófico e político da comunicação se justifica pelo seu uso prático:

Em um nível simples, as pessoas usam câmeras para ver por elas; telefones, microfones e captadores magnéticos para ouvi-los [...]. A radiodifusão é *techné* em grande escala: das habilidades e instintos cultivados dos engenheiros da estação; às maneiras pelas quais os cabos, comutadores e satélites direcionam os sinais; às maneiras pelas quais essas tecnologias implementam políticas corpo-

rativas ou nacionais (STERNE, 2006, p. 95, tradução própria).³

Outros pesquisadores, como Mitchell (1986, 2002, 2005), contribuíram para a expansão da comunicação visual e dos estudos visuais nas últimas décadas, reforçando como sua apropriação tem transformado as sociedades contemporâneas. Para este autor, o campo surgiu como uma área distinta de estudo no contexto dos meios de massa, deslocando o foco da história da arte para o papel das imagens na comunicação e aprendizagem. Em contraponto a outras perspectivas, no entanto, ele argumenta que é importante evitar um viés tecnicista e considerar o contexto sociocultural ao estudar fenômenos comunicacionais a partir dessa ótica (MITCHELL, 2002). Assim, a ascensão dos estudos visuais desenvolveu ainda mais o campo, fornecendo abordagens críticas para a análise de imagens e seus discursos.

Como notado pela diversidade de perspectivas, a teoria da comunicação visual abrange uma ampla gama de teorias, incluindo aspectos sensoriais e perceptivos, a relação entre palavras e imagens, o contexto histórico e cultural, e o impacto da mídia digital na visualidade. Assim, trata-se de um campo multidisciplinar que continua a se desenvolver e contribuir para a nossa compreensão de como os elementos visuais moldam a comunicação e os processos de criação de significado. Na próxima seção

2 Original em inglês: “In the process of becoming human, we learn to recognize the existence of the objects, persons, and events that we encounter, and to determine the strategies by which we may interpret and assign meaning to them” (WORTH E GROSS, 1974, p. 27).

3 Original em inglês: On a simple level, people use cameras to see for them; telephones, microphones, and magnetic pickups to hear for them [...] Broadcasting is *techné* on a massive scale: from the skills and cultivated instincts of the engineers at the station; to the ways in which cables, switches, and satellites direct signals; to the ways in which these technologies implement corporate or national policies (STERNE, 2006, p. 95).

apresento uma das linhas contemporâneas conectadas com a discussão deste artigo, referente à comunicação móvel visual.

Comunicação visual móvel

A comunicação visual móvel se tornou ubíqua nas últimas duas décadas, principalmente com o advento dos smartphones (LING, 2004). Estima-se que em 2023 cerca de 5,44 bilhões de pessoas tinham um aparelho desse tipo, representando 68% da população mundial com acesso a dispositivos móveis (Digital 2023, We Are Social Report 2023). Essa popularização facilita a conexão entre pessoas, a troca de ideias e o processamento de informações complexas na entre o usuário e o ambiente ao seu redor. Para Ling (2004), o desenvolvimento de tecnologias de comunicação móvel e a diminuição dos custos dos dispositivos têm um papel significativo na adoção generalizada de smartphones.

Desde o começo dos anos 2000, estudos têm se dedicado a analisar como esses aparelhos conectados à Internet afetam a comunicação humana, transformando-se em uma forma de cultura digital (LEMOS, 2005; VELOSO, 2017), com questões de visualidade discutidas pela possibilidade de registro, transmissão e consumo de imagens (SERAFINELLI ; VILLI, 2017). Porém, muitas pesquisas no campo comunicacional têm um foco interpessoal (VILLI, 2005, 2010), deixando de lado aspectos relacionados às práticas que extrapolam ações entre pessoas mediadas pelos smartphones, a exemplo da apropriação para interpretar visualmente mensagens em relações entre pessoas e objetos (e.g. tradução de rótulos em produtos). Segundo Castells

(2007), esses aparelhos refletem uma cultura jovem digital que traz modificações mais profundas na sociedade, com o capitalismo focado em informação, mas que também exacerba disparidades pelo acesso desigual à tecnologia.

As investigações já consolidadas indicam que a comunicação visual móvel, facilitada por smartphones equipados com câmeras, bem como o uso de emojis e emoticons, possibilita a troca de ideias e emoções complexas por meio de imagens e vídeos (BÓDI ; VESZESZKI, 2006; VESZELSZKI, 2015). De acordo com Nyíri (2003), a integração de recursos visuais com a comunicação verbal aumenta a eficácia da comunicação interpessoal mediada por aparelhos móveis.

A proliferação de mensagens fotográficas e o compartilhamento de imagens online influenciam a comunicação e a maneira como as pessoas percebem os eventos diários e seus arredores. Assim, câmeras em smartphones tornaram a fotografia mais onipresente, transitória e interpessoal. Para Serafinelli e Villi (2017), a tecnologia móvel inteligente tornou a fotografia tão prevalente que a existência de eventos e objetos parece estar diretamente ligada ao fato de ser fotografado (p. 3), pensamento também articulado por Ciro Marcondes Filho (2017, p. 72). Nesse sentido, a comunicação móvel visual medeia a presença, permitindo que os indivíduos vivenciem e compartilhem eventos em tempo real ou tragam objetos e pessoas visualmente ausentes para o momento presente.

Os jovens estão entre os grupos que adotaram rapidamente telefones celulares e os integraram à vida diária, usando-os para várias atividades, como manter

conexões sociais e iniciar relacionamentos (OKSMAN ; TURTIAINEN, 2004). A comunicação móvel também influenciou a construção da identidade social e a definição do espaço pessoal, permitindo que os indivíduos se comuniquem e se apresentem de maneiras diferentes das interações face a face. A fotografia nos smartphones tornou-se parte integrante da vida diária, permitindo a produção e compartilhamento imediatos de imagens.

O uso de recursos visuais em tecnologia de informação e comunicação, incluindo plataformas de mídia social, aumentou, com elementos visuais como emoticons e GIFs desempenhando um papel significativo na transmissão de emoções e significados. Na perspectiva de Oksman e Turtiainen (2004), os smartphones moldaram o conteúdo, a conduta e os contornos da fotografia, proporcionando aos usuários controle sobre todo o processo fotográfico. No mesmo sentido, a selfie contemporânea representa um novo gênero de autorretrato, reorganizando a relação entre o corpo, o espaço e a imagem.

Os jovens adultos se envolvem em práticas de compartilhamento de fotos em várias plataformas, considerando as possibilidades e os públicos esperados de cada ambiente. Assim, a escolha da plataforma e do tipo de foto depende das necessidades e propósitos comunicativos situacionais. Um dos reflexos da saturação das imagens é sua efemeridade no mundo digital, como apontado por Veloso (2021), tornando-se evidente em plataformas como Instagram, Snapchat, TikTok e, mais recentemente, BeReal.

Considerando o contexto da comunicação móvel visual, busco questionar as prá-

ticas comunicativas adotadas pelos jovens na contemporaneidade para além, mas também incluindo, a comunicação interpessoal. Na próxima seção, apresento como foi estruturada metodologicamente a pesquisa para a coleta e análise de dados, com os resultados apresentados e discutidos na sequência.

Metodologia: coleta e análise de dados

A estrutura metodológica adotada neste estudo consiste de uma abordagem qualitativa (FLICK, 2014) com seis grupos focais (STEWART et al., 1990; VICSEK, 2007) realizados entre dezembro de 2021 e setembro de 2022 em Budapeste, na Hungria, como primeira parte da pesquisa de doutoramento do autor. Durante cada encontro, os participantes preencheram um formulário com dados demográficos e sobre o uso de smartphones, oferecendo informação contextual, além de discutir tópicos referentes ao uso dos aparelhos. O material foi transcrito (*verbatim* inteligente) e explorado com base em análise temática (BRAUN ; CLARKE, 2006, 2019). Apesar de a pesquisa central ser mais extensa e se debruçar sobre o uso de imagens para além do contexto apresentado neste artigo, a riqueza e extensão dos dados permitiu a elaboração de um estudo a parte enfocando nas características da comunicação visual móvel.

Além disso, neste estudo, busco ir além da informação numérica e exploro os relatos sobre as práticas comunicativas incorporando as vozes dos participantes para a interpretação de suas experiências. É importante reconhecer que esse processo envolve a construção de narrativas e a criação

de significados, o que depende da interação contínua de teorias, contribuições dos participantes e escolhas do pesquisador, alinhando-se à proposição Braun e Clarke (2019) sobre pesquisa qualitativa.

O recrutamento de participantes para a pesquisa se deu por vários canais, mas tendo um formulário online como meio principal, o qual foi compartilhado no Facebook e grupos do WhatsApp, bem como por meio de convites por e-mail enviados a alunos da Universidade Corvinus de Budapeste. Como a pesquisa principal envolvia certos critérios, o processo envolveu a filtragem de voluntários com base na idade (18 a 21 anos de idade), uso do Instagram (plataforma analisada na investigação central) e localização (residindo na Hungria). Aqueles que atenderam aos critérios foram informados sobre os objetivos da pesquisa, procedimentos de tratamento de dados e caráter voluntário de sua participação. Foi oferecida uma retribuição simbólica de 2.000 HUF (aproximadamente 28,00 BRL) para cobrir as despesas de transporte até a localidade dos encontros.

Um total de 83 indivíduos submeteram o formulário e, destes, 68 se qualificaram para participar da pesquisa com base nos critérios principais. Cada participante qualificado foi contatado individualmente por e-mail, seguindo as diretrizes do GDPR (Regulamento Geral de Proteção de Dados, do inglês *General Data Protection Regulation*) em vigor na Europa, e convidado para uma das sessões do grupo focal com base em sua disponibilidade. A pesquisa realizou seis grupos focais (Tabela 1), consistindo de um piloto para testar a metodologia e cinco principais, envolvendo ao todo 43 participantes de 20 nacionalidades diferen-

tes. Os participantes dos grupos focais receberam códigos indicando qual encontro atenderam e sua localização na sala.

Tabela 1 - Programação dos grupos focais com jovens usuários de smartphones

Data	Código do GF	Número de voluntários	Nacionalidades
04/12/2021	FGP01	6	5
22/04/2022	FG01	6	5
10/06/2022	FG02	9	8
22/09/2022	FG03	5	5
23/09/2022	FG04	6	4
30/09/2022	FG05	11	8

Fonte: Produção própria

Stewart et al. (1990) destacam que grupos focais permitem a obtenção de dados qualitativos ricos, expressos nas próprias palavras e contexto dos entrevistados (p. 12). Além disso, o método também tem um custo-benefício muito bom, pois gera um grande conjunto de dados sob vários pontos de vista; e possibilita que o pesquisador possa interagir diretamente com os participantes e discutir suas perspectivas sobre determinados temas.

No início de cada encontro, o pesquisador explicou o processo aos participantes, leu o termo de consentimento livre (assinado por todos) e esclareceu dúvidas ou preocupações que tivessem antes de assinar os documentos. Os participantes foram informados de que tinham o direito de desistir da pesquisa a qualquer momento, mesmo após o grupo focal, por meio de contato via e-mail. Os grupos focais duraram aproximadamente uma hora e foram facilitados pelo autor do artigo, com o suporte de um pesquisador assistente que administrou