



Artigo de revisão

A culpa é do algoritmo? – uma análise preliminar de páginas de quadrinistas na rede social Instagram

Maiara Alvim de Almeida^{1*}, Camila Silva Teles¹, Nathalia Rosa da Silva¹, John Apolinário dos Santos¹, Maria Eduarda de Oliveira Gastão¹

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro – Campus Avançado Resende

*Autor correspondente (maiara.almeida@ifrj.edu.br)

Grupo Temático: Ciências Humanas e Desenvolvimento Social

Resumo: *Com o advento das mídias digitais, um novo espaço para publicação e fruição de gêneros narrativos – sejam eles literários, audiovisuais ou sequenciais – constituem-se nas redes sociais digitais. Plataformas como Facebook, Twitter, blogs e Instagram apresentam-se como uma ferramenta útil para leitores e autores, em especial os independentes, por apresentarem baixo custo, facilidade de manutenção e amplo alcance. No âmbito das histórias em quadrinhos, é notório que muitos quadrinistas optam por redes focadas em publicação de imagens, como o Instagram, para publicar suas tirinhas cômicas e, também, para construir uma espécie de portfólio. No entanto, o algoritmo utilizado para a apresentação de postagens a seus usuários revela-se misterioso, priorizando certos conteúdos em detrimento de outros. Em julho de 2021, foi anunciado que a rede social em questão passaria a não mais priorizar conteúdos em formato de imagem, mas sim de vídeo. A decisão foi recebida com receio por muitos quadrinistas, em especial por aqueles que tinham na plataforma sua principal via de publicação e contato com o público. O presente artigo visa apresentar uma análise preliminar dos impactos que as mudanças nos algoritmos e diretrizes da rede social Instagram têm no alcance de páginas de autores de quadrinhos. Através da análise e monitoramento, no período de julho e agosto de 2021, de perfis previamente levantados pelo projeto de pesquisa “Instacomics”, pudemos verificar que a mudança anunciada já pode ser percebida no alcance das publicações das páginas.*

Palavras-chave: Webcomics. Redes sociais. Instagram. Humanidades digitais.

1 Introdução

As histórias em quadrinhos, dentre as várias linguagens artísticas existentes, são uma das mais jovens, estabelecendo-se como uma forma de arte sistematizada e autônoma a partir da década de 1830. As primeiras publicações em quadrinhos foram em jornais; logo, as características que nos permitem identificar uma HQ (abreviatura para histórias em

quadrinhos) estão diretamente ligadas às possibilidades – e limitações – do suporte impresso, tais como o uso de onomatopeias, balões de fala e pensamento e a própria divisão em quadros, organizados em sequência. Como apontam alguns teóricos, como Thiery Groensteen (2015), definir quadrinhos é uma tarefa árdua. De fato, como nos lembra Will Eisner (2015), trata-se de uma linguagem híbrida, que combina elementos tanto das artes visuais, como pincelada e perspectiva, quanto da literatura, como a sintaxe e a gramática. De qualquer forma, sua leitura exige do leitor a capacidade de ler e interpretar não só o texto verbal, mas também o não verbal.

Com o advento das tecnologias digitais, nas décadas finais do século XX, desvela-se para os quadrinhos uma nova alternativa para publicação de histórias: o meio eletrônico. Como pontua Franco (2013), os primeiros registros de quadrinhos eletrônicos – ou HQtrônicas, em neologismo criado pelo pesquisador brasileiro - datam da década de 1980, na forma de arquivos executáveis para computadores de uso domésticos.

Com um novo suporte, adaptações fazem-se necessárias, as quais vêm acompanhadas de novas possibilidades para a criação, publicação e leitura de quadrinhos: incorporação de novas mídias, como sons e animações; exploração do espaço da tela para além dos limites do quadro e da página com a tela infinita; interatividade e participação dos leitores, que passam a ser também interatores em histórias que podem ser jogadas; dentre outras funcionalidades do meio eletrônico. Nem todas as publicações em suporte eletrônico lançam mão de todos esses recursos, sendo muitas simplesmente reproduções das convenções do impresso. Porém, mesmo nesse caso, ainda há adaptações de formatação e diagramação que precisam ser executadas dependendo da plataforma escolhida pelo autor para publicação de suas HQs.

Falando em autores, o contexto digital revela-se especialmente atrativo para este grupo, por apresentarem uma alternativa barata e de grande alcance para suas obras. Neste contexto, destacam-se as redes sociais digitais, como o Facebook e o Instagram. Este último mostrava-se particularmente promissor tanto por ser amplamente utilizado por grupos etários mais jovens, que, em tese, se interessariam mais por quadrinhos, e por ser focado em imagens. Além de ser um suporte para suas produções em quadrinhos, as redes sociais também servem para a promoção desses artistas, que transformam suas páginas em portfólios e um meio de fazer propaganda de seus outros projetos.

Neste contexto, iniciamos os trabalhos do projeto de pesquisa “Quadrinhos e redes sociais” – ou “Instacomics”, uma referência a nosso objeto de pesquisa. Desenvolvido com

apoio da FAPERJ e do IFRJ/CNPq, o projeto vem sendo conduzido por pesquisadores do IFRJ – Campus Avançado Resende. Ao longo de dois anos de trabalhos, mapeamos a produção de quadrinhos brasileiros na rede social Instagram, procurando identificar características formais e temáticas destas obras. Após observar uma ascensão dos quadrinhos na rede social em questão, em especial no contexto da pandemia do vírus Sars-Cov-2, tanto nós, pesquisadores, quanto os quadrinistas usuários do Instagram foram surpreendidos com um anúncio feito por Adam Mosseri, chefe da plataforma, no dia trinta de junho de 2021. Segundo Mosseri, a plataforma não mais focaria em imagens, mas sim em vídeos de entretenimento¹ – uma resposta direta à popularização da rede social digital chinesa Tik Tok, focada em vídeos.

A notícia foi recebida com receio por muitos artistas – e outros criadores de conteúdo – que utilizam a plataforma como meio majoritário para publicação de suas obras, apesar de não ser novidade que a rede social já dava mais visibilidade a publicações em formato de vídeo há algum tempo já, tanto que já observávamos em nossos monitoramentos aos perfis de artistas que alguns procuravam utilizar as ferramentas de vídeo do Instagram de alguma maneira em suas postagens.

Assim, com o objetivo de compreender melhor os impactos imediatos que tais decisões da plataforma teriam para os artistas que dela dependem, realizamos um monitoramento de alguns dos perfis previamente levantados em nossas fases anteriores do projeto. Ao longo deste artigo, discutiremos como fizemos tal monitoramento e os resultados prévios encontrados, bem como indicaremos um direcionamento futuro. Nossa hipótese inicial é a de que a decisão de se valorizar vídeos em detrimento de imagens teria um impacto inicial em todos os perfis de artistas. Escolhemos monitorar trinta e dois perfis, divididos entre os pesquisadores do grupo, que os visitaram no período de junho a agosto de 2021, a fim de verificar a quantidade de postagens feitas no período, a quantidade de curtidas e comentários (que poderiam indicar uma queda ou manutenção no alcance das tirinhas publicadas), bem como as menções à decisão da plataforma e a possíveis medidas dos artistas para lidar com a mudanças. Também buscamos verificar se haveria diferença de alcance e engajamento do público leitor a partir de certas temáticas. Entendemos por alcance a métrica da influência que um conteúdo pode ter, sendo determinado pela quantidade de usuários que

¹ <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/07/01/chefe-do-instagram-diz-que-app-nao-e-mais-voltado-para-compartilhar-fotos.ghtml>>. Acesso em 01 set. 2021.

acessaram o conteúdo² e podendo ser mensurado por visualizações e compartilhamentos, os quais só podem ser visualizados pelos donos do perfil em que esteja uma postagem, sendo a única exceção as postagens em formato de *reels*, as quais qualquer pessoa pode visualizar quantas vezes foram assistidos (podendo contabilizar mais de uma visualização por usuário). Já engajamento seria a ação realizada por um usuário em relação a um conteúdo postado, mostrando como o público interage com as postagens. *Posts* com maior alcance – logo, que chegam a um número maior de usuários - costumam ter mais interações e gerar mais engajamento, contando com mais curtidas e comentários, que são dados que qualquer usuário tem acesso em uma rede social. Logo, foram essas as métricas observadas para verificar quais postagens atingiram mais pessoas.

A escolha de se levantar dados para monitorar tais perfis embasa-se nos pressupostos do campo de estudos chamado de Humanidades Digitais. Este campo pode ser definido como uma “atividade interdisciplinar que transfere para os meios digitais o trabalho tradicional com textos, objetos culturais e outros dados, estendendo, com isso, seus usos e potenciais de forma radical”³. Assim, seria um campo de estudos que busca integrar estudos em disciplinas de artes e humanidades com a computação, não apenas se partindo do estudo, coleta e análise de dados oriundos de meios digitais, mas também com o auxílio de ferramentas de análise textual ou de dados. O objetivo seria que se fosse possível lidar com um grande volume de dados e obter resultados mais acertados, o que poderia demandar muito tempo de um pesquisador que opte por fazer de forma manual. Assim, seria possível verificar padrões e detalhes que, a princípio, poderiam passar despercebidos em uma leitura tradicional e “analógica”, chegando à proposta de Franco Moretti (2008) de “*distant reading*”. Para Moretti, “[a] distância faz com que se vejam menos os detalhes, mas faz com que se observem melhor as relações, os *pattern*, as formas” (MORETTI, 2008, p. 8). Apesar de não termos precisado ainda lançar mão de ferramentas de análise de dados, avaliamos que a abordagem da leitura à distância aplica-se a este momento de nossa pesquisa, no qual precisamos verificar padrões e impactos de forma global e macro.

Assim, a seguir, discorreremos sobre a ferramenta Instagram e a questão do algoritmo, passando em seguida para a apresentação dos dados coletados e sua discussão.

² < <https://desbravadata.com.br/entenda-as-principais-metricas-das-redes-sociais-impressoes-alcance-e-engajamento/>>. Acesso em 19 de outubro de 2021.

³ Definição disponível em: <https://humanidadesdigitais.org/o-que-sao-humanidades-digitais/>. Acesso em 01 de setembro de 2021.

2 Instacomics: os prós e os contras de se publicar em uma rede social

O Instagram é uma rede social digital criada em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, e posteriormente vendida para o grupo Facebook, sendo atualmente presidida por Adam Mosseri. Inicialmente, era disponível como aplicativo para celulares que tivessem o sistema operacional iOS; posteriormente, foi lançado também para celulares Android e *desktop*, através de uma versão *web*. Em suas origens, seu objetivo era que seus usuários compartilhassem registros instantâneos tirados com as câmeras de seus *smartphones*, aplicando filtros e efeitos que simulavam antigas fotos analógicas tiradas com câmeras Polaroid. A partir de 2013, vídeos de curta duração passaram a ser permitidas; posteriormente, também se habilitou a postagem de vídeos maiores, de postagens em imagem ou vídeo de duração de vinte e quatro horas (*stories*) e, mais recentemente, de vídeos curtos de entretenimento, no formato *reels*. Seus usuários são majoritariamente pertencentes às gerações Y (nascidos entre 1980 e 1995) e Z (nascidos entre 1996 e 2010), segundos dados do site Statista levantados no período de julho de 2021.⁴

Por ser uma rede, a princípio, voltada para a publicação de imagens, o Instagram mostrou-se atrativo para artistas em geral, e em especial para artistas independentes. É possível encontrar perfis de artistas que se valem de linguagens diversas, indo de poetas (um caso famoso é o da poetisa Rupi Kaur) a artistas visuais e *performers*. Os perfis dedicados a quadrinhos também são bastante populares. Alguns autores, como o estadunidense Adam Ellis (@adamtots), chegam a marcas de quase dois milhões de seguidores. Ao longo de nossa pesquisa, identificamos que, no caso dos quadrinhos, há tanto perfis de autores (os quais chamamos de “autorais”) e perfis dedicados a autores diversos (os quais chamamos de “coletâneas”). No contexto, brasileiro, um dos perfis mais populares encaixa-se na última categoria: @tirinhasinteligentes, que conta com mais de um milhão de seguidores e dedica-se a publicação de quadrinhos de personagens clássicos, como Calvin e Haroldo e Mafalda, e também autores novos. É importante ressaltar que muitos destes perfis, sejam autorais ou coletâneas, são oriundos de páginas mantidas anteriormente em outras redes sociais ou *blogs*, como no caso de Will Leite, criador da personagem Dona Anésia (@dona.anesia); porém, há também autores que iniciaram sua carreira nos quadrinhos no Instagram, como no caso da brasileira Helô D’Ângelo (@helodangeloarte).

⁴ Disponível em <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>. Acesso em 01 de setembro de 2021.

Para serem publicadas em redes sociais, as histórias em quadrinhos passam por algumas adaptações. O formato da tirinha cômica – tiras curtas, sintéticas e geralmente com conteúdo de humor (XAVIER, 2017) - é o preferido. Geralmente, as publicações abordam temáticas que geralmente se enquadram em duas categorias: cotidiano e sociais/políticas. O formato original para imagens em postagens no Instagram é de 1080 por 1080 pixels; logo, as tirinhas postadas devem se adaptar à resolução da plataforma. Assim, geralmente os quadrinhos postados no Instagram estarão organizados em formato de quadrado perfeito, geralmente com dois quadros em cima e dois embaixo. Há algumas exceções, como o quadrinista Paulo Moreira, por exemplo, que publica tirinhas com nove quadrados, dispoendo três em cada linha, ou ainda autores que dispõem todos os quadros em uma linha só, como André Dahmer. Além da possibilidade de se postar a tirinha inteira, há ainda os autores que dividem cada quadro em uma imagem, sendo cada postada separadamente no formato carrossel. Assim, o leitor deve arrastar para o lado para ler os quadrinhos seguintes.

As atratividades da rede social explicam-se por alguns fatores. Em primeiro lugar, trata-se de um meio de publicação barato e que elimina a necessidade de intermediários entre leitor e autor, o que é interessante para autores independentes e iniciantes, uma vez que eliminam-se os custos com editoração, impressão e logística de distribuição. Além disso, permite que o autor alcance diretamente o público e vice-versa, permitindo que assim se veja em tempo real quais temáticas e formatos melhor funcionam e, assim, direcionar as postagens para tais direções. Ademais, há ainda o fator de “viralização” que as redes sociais permitem: as tirinhas podem ser compartilhadas dentro e fora das plataformas rapidamente, o que auxilia na divulgação do trabalho do artista.

No entanto, nem tudo nas redes sociais é positivo para autores. Além dos riscos de se ter sua arte roubada ou plagiada – há diversos casos envolvendo quadrinistas e ilustradores que plagiaram outros em redes sociais, como no caso da página “Aliens of Camila”, que perdeu uma quantidade massiva de seguidores após casos de plágio e preconceito por parte da autora – há questão do algoritmo da plataforma. Segundo a definição de Cormen et al. (2009), um algoritmo é um procedimento computacional bem definido que toma um valor ou conjunto de valores como *input* e processa algum valor ou grupo de valores como *output*, sendo assim uma sequência de passos computacionais que transforma *input* em *output*. Também pode ser entendido como uma ferramenta para se resolver problemas computacionais, descrevendo o procedimento computacional necessário para tal.

No caso do Instagram, o algoritmo da plataforma é alterado de tempos em tempos, a fim de determinar quais postagens teriam mais relevância para aparecer primeiro na barra de rolagem infinita da linha do tempo do usuário. Inicialmente, as postagens apareciam em ordem cronológica, sendo as mais recentes vistas primeiro. Com o crescimento da plataforma, seu código foi alterado para se privilegiar postagens que, em tese, teriam atraído mais a atenção do público. Além disso, houve o acréscimo da possibilidade de se patrocinar uma postagem, através do pagamento de uma quantia monetária. *Posts* patrocinados têm prioridade em aparecer na linha do tempo dos usuários, e isso por si só já gerava comentários e reclamações de muitos artistas. Se o código da plataforma entende que certa tirinha não chamou a atenção do público, a página do artista será penalizada, tendo menos visibilidade e alcançando menos possíveis leitores, o que pode acabar delimitando e limitando as temáticas que os artistas abordam. Uma vez que uma temática tem mais visibilidade do que outra, um artista independente em ascensão pode acabar privilegiando uma temática ou estética que não necessariamente lhe agrada ou tenha a ver com a tônica de sua produção para poder alcançar mais visibilidade dentro da plataforma.

Além disso, o algoritmo é treinado para entender quais tipos de postagens atrairiam mais a atenção do público; logo, ele é treinado pelos próprios usuários, refletindo inclusive seus valores – bons ou ruins. Em 2020, tornou-se notória a discussão acerca da pouca visibilidade que o algoritmo do Instagram dava a páginas conduzidas por pessoas negras. Em um experimento, muitos criadores de conteúdo negros fizeram um experimento, postando uma imagem de uma pessoa branca e comparando o alcance – através da verificação de *likes* e visualizações da postagem – com o que obtinham com postagens mostrando pessoas negras, o que evidenciou a questão de como o algoritmo da plataforma era racista. Conteúdos voltados para questões de outras minorias, como aquelas ligadas a questões LGBTQIAP+, feministas e de pessoas com deficiência também são prejudicados pelo algoritmo.

O impacto também é sentido por páginas de quadrinhos: um exemplo é o que se verifica na visibilidade das tirinhas da série “Confinada”, roteirizadas por Triscilla Oliveira, mulher negra, e Leandro Assis, homem branco, e postadas nas páginas dos dois. Mesmo sendo publicadas ao mesmo tempo pelos dois autores, as tirinhas postadas por Triscilla obtinham um alcance menor do que as postadas por Leandro. Segundo relatos de leitores, muitas vezes a postagem da página de Leandro aparecia em seu *feed* primeiro, estando a de Triscilla bem mais abaixo.

Além disso, toda vez que o Instagram lança uma nova ferramenta, ele ajusta seu algoritmo para dar visibilidade a postagens feitas através dela. O caso mais recente foi o da ferramenta *reels*, criada para ser concorrente direta da rede social Tik Tok. No período em que foi lançada, o Instagram impulsionou as postagens feitas nesta modalidade, e diminuiu o alcance das postagens feitas em formato de imagem. À época, alguns autores de quadrinhos tentaram procurar meios de adaptar-se à ferramenta, postando vídeos desenhando, ou com prévias de tirinhas que iriam para o *feed* principal.

Assim, com o anúncio de que o Instagram passaria a privilegiar vídeos em detrimento de imagens, esperávamos que o impacto pudesse ser notado nas páginas dos artistas. Veremos na seção seguinte o que pode ser percebido no primeiro momento após esse anúncio.

3 Impactos iniciais da mudança do algoritmo nas páginas de quadrinhos

O anúncio do chefe da plataforma Instagram a respeito da mudança do foco da plataforma foi recebido com grande receio por quadrinistas que usam a rede social para publicar seus quadrinhos, uma vez que impactaria diretamente seus trabalhos e até mesmo ganhos financeiros. Assim, a fim de compreender quais foram os impactos iniciais desta mudança nos perfis de *instacomics* – neologismo que criamos para nos referir a quadrinhos publicados no Instagram (ALMEIDA ET AL., 2020) – realizamos um monitoramento de trinta e dois perfis. Estes perfis constavam na relação de páginas levantadas nas fases anteriores de nosso projeto de pesquisa, cujo objetivo era mapear as produções brasileiras de quadrinhos na plataforma e identificar temáticas e características formais destas produções. Nestas primeiras fases do projeto, pudemos identificar quais adaptações foram feitas para que os quadrinhos pudessem ser postados e lidos na plataforma, bem como identificamos os motivos que levaram autores a procurá-la, todos já discutidos na seção anterior deste artigo.

As trinta e duas páginas escolhidas (tabela 1) possuem quantidades variadas de seguidores; assim, pudemos verificar se haveria diferença nas alterações das políticas da empresa Instagram para grandes e pequenos produtores de conteúdo. Ao longo dos meses de julho e agosto, realizamos um monitoramento destas páginas, tomando nota de alguns dados que poderiam nos auxiliar a verificar os impactos das mudanças no algoritmo no alcance das páginas. Levamos em consideração os *posts* feitos em junho (antes do anúncio) e julho (após o anúncio) para fins de controle. Sendo assim, tomamos nota da quantidade e frequência das postagens, quantidade de curtidas por postagem, temáticas das postagens mais e menos

curtidas, e se havia postagens (no *feed* ou na ferramenta *stories*) sobre a mudança anunciada. Também verificamos se os artistas monitorados possuíam outras redes sociais, e qual foi a movimentação deles em relação a estas redes, uma vez que partimos da hipótese de que poderia haver uma procura por uma alternativa ao Instagram para a postagem de quadrinhos, e um subsequente convite aos leitores a acompanhar o artista nesta outra rede. Este tipo de movimento já ocorrera previamente em relação a uma migração para o próprio Instagram de páginas que começaram em *blogs* e em outras redes sociais, como o Facebook; logo, haveria precedentes.

Tabela 1 – relação de perfis de quadrinistas avaliados e número de seguidores

mentirinhasdecoala	190 mil
mundoavesso-usq	120 mil
neuracomics	22,5 mil
oadoraveldesastre	2.336
paulomoreirap	238 mil
pietro-soldi	19,6 mil
quadrinhosacidos	129 mil
rafaelmarcal	109 mil
sofiaeotto	77,2 mil
sotemproblema	17,1 mil
tscarmo	131 mil
turmadocabecaoca	52 mil
umsabadoqualquer	657 mil
willtirando	97,4 mil
andredahmer	157 mil
batatinhafantasma	119 mil
biancanazari	49,7 mil
cacogalhardo	10,2mil
caesegatos_oficial	327mil
caixaderemedios	50,9mil
carolrosseti	35,9mil
cartumante	135mil
crispirinhas	20,4mil
desenhosecafe	353mil
dona.anesia	541mil
eduardobarruma	1435mil
filhodofreud	103mil
garotaaleatoriapirinhas	47,4mil

guilhermebandeira	480mil
@helodangeloarte	126mil
@instadevaneios	393mil
@laertegenial	707 mil

Fonte: elaboração própria

Foram desconsiderados em nossa análise perfis de coletâneas, sendo priorizados os perfis que classificamos como autorais. Em nossa seleção, há tanto perfis pertencentes a artistas consagrados, como Laerte, quanto perfis menores e iniciantes, como o @odoraveldesastre. Todos os perfis são mantidos por autores brasileiros.

De modo geral, notamos comportamentos variados dos perfis. Houve alguns que não postaram nada desde o anúncio, como o perfil @caixaderemédios, ou alguns que tiveram apenas postagens de cunho pessoal, como o @biancanazari, que postou apenas uma foto da autora tomando a vacina contra a covid-19.

Muitos perfis, como @carolrosseti, postaram apenas ilustrações; neste caso, a autora dedica-se mais à carreira de ilustradora, o que explica a escolha. Notamos também que alguns perfis, como @sofiaotto, @rafaelmarcao e @pietro.soldi, procuraram se adaptar à ferramenta *reels*, mostrando tanto o processo de criação das tirinhas quanto com tentativas de se criar animações em cima das tirinhas.

Algo que notamos, porém, foi que muitos autores sequer mencionaram a mudança anunciada pelo CEO do Instagram, o que não confirma uma de nossas hipóteses iniciais. Poucos perfis fizeram uma postagem a respeito do ocorrido em seu *feed*, com destaque para a quadrinista @helodangeloarte e para o perfil @capitao_barba. No entanto, mesmo sem mencionar diretamente o ocorrido, muitos perfis passaram a promover mais suas outras redes sociais, além de queixas a respeito da priorização da plataforma *reels*. Inclusive, notamos que as visualizações dos vídeos em *reels*, nos perfis que lançaram mão do recurso, é crescente, enquanto as curtidas permaneceram estáveis ou em queda.

Um exemplo que ilustra bem a situação dos perfis que lançam mão da ferramenta *reels* pode ser verificado no caso de @pietro.soldi: enquanto uma tirinha postada no *feed* varia entre duas mil e sete mil curtidas, oscilando entre quinze e sessenta comentários, as postagens de *reels* do artista – nos quais mostra seu processo de criação das tirinhas - chegam a mais de vinte mil visualizações. Mesmo assim, no caso deste perfil, mantido por um quadrinista de

certa fama, verificamos que as curtidas nas tirinhas permaneceram estáveis no período analisado.

Por fim, no que diz respeito aos *likes* em publicações de tirinhas é que encontramos o dado mais interessante e relevante: perfis maiores e mais antigos (logo, já consolidados), como o @tirinhasdoarmandinho e @umsabadoqualquer, não tiveram alterações em seu engajamento. No caso do último, é possível encontrar uma postagem de julho com mais de cento e oitenta e dois mil likes (em homenagem ao ator e dublador Orlando Drummond, falecido ao fim do mês de julho de 2021), mais do que o dobro da postagem mais curtida de junho, uma tirinha publicada em vinte e um de junho, a qual alcançou setenta e um mil curtidas (figura 1).

Figura 1 – comparação entre as tirinhas mais curtidas de junho e julho do perfil @umsabadoqualquer



Fonte: RUAS, Carlos. Um Sábado Qualquer. Disponível em <<https://www.instagram.com/umsabadoqualquer/>>. Acesso em 19 de outubro de 2021.

Já perfis medianos (como @will.tirando e @batatinhafantasma) e pequenos (@capitao_barba) sofreram mais com os impactos, tendo quedas perceptíveis de engajamento tanto em quantidades de curtidas quanto de comentários nos perfis. No caso do perfil @capitao_barba, por exemplo, enquanto as tirinhas publicadas ao longo de junho de 2021 chegam com facilidade a marcas superiores a duzentas curtidas, as publicadas ao longo de julho oscilam entre cem e cento e oitenta curtidas (figura 2).

Figura 2 – comparação entre duas postagens dos perfil @capitao_barba



Fonte: ABREU, Rogério. Capitão Barba. Disponível em:

<https://www.instagram.com/capitao_barba/>. Acesso em 19 de outubro de 2021.

4 Considerações parciais

No escopo deste artigo, pudemos vislumbrar brevemente quais seriam os impactos iniciais que as mudanças do algoritmo do Instagram, que passa a privilegiar vídeos e não mais imagens, teve em perfis grandes, médios e pequenos de quadrinhos brasileiros.

Pudemos ver que, contrariando nossas expectativas, muitos artistas não chegaram a comentar a mudança em suas páginas, embora muitos tenham começado a promover mais suas outras redes sociais, com destaque para o Twitter, o Tik Tok e até mesmo a plataforma de *live streaming* Twitch.

No entanto, nossa outra hipótese se confirmou: a queda em engajamento (que medimos através de curtidas e comentários nas postagens contendo quadrinhos) é perceptível entre os meses de junho e julho. Porém, nem todos os perfis foram impactados da mesma forma: perfis maiores mantiveram sua rotina de postagens e um engajamento estável, enquanto perfis menores observaram uma queda.

Ademais, pretendemos agora verificar que esta tendência se verifica em um período de médio prazo; logo, pretendemos retornar a tais perfis e verificar se a situação visualizada neste primeiro momento se mantém. Também esperamos verificar se de fato ocorrerá uma migração de quadrinistas para outras redes sociais.

Agradecimentos

Este projeto foi e vem sendo desenvolvido com o apoio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e da FAPERJ (Programa Jovens Talentos), aos quais deixamos nossos agradecimentos.

Referências

ABOUT US. Disponível em: < <https://www.instagram.com/about/us/>>. Acesso em 01 set. 2021.

ALVIM DE ALMEIDA, M.; RODRIGUES, A. V. ; TELES, C. S. ; SILVA, N. R. ; LIMA, V. G. . Apontamentos sobre as tirinhas de Instagram brasileiras. In: V SEMEPE, 2020, Volta Redonda. V SEMEPE, 2020. p. 51-60.

CORMEN, Thomas H. et al. **Introduction to algorithms**. MIT press, 2009.

CHEFE DO INSTAGRAM DIZ QUE APP NÃO É MAIS VOLTADO PARA COMPARTILHAR FOTOS. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/07/01/chefe-do-instagram-diz-que-app-nao-e-mais-voltado-para-compartilhar-fotos.ghtml>>. Acesso em 01 set. 2021.

DISTRIBUTION OF INSTAGRAM USERS WORLDWIDE AS OF JULY 2021 BY AGE AND GENDER. Disponível em < <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>>. Acesso em 01 set. 2021.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial**. São Paulo: Martins Fontes, 2015.
FRANCO, Edgar Silveira. Histórias em Quadrinhos e hipermídia: As HQtrônicas chegam à sua terceira geração. LUIZ, Lúcio (org.). **Os Quadrinhos na era digital**. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2013.

_____. **HQtrônicas: do suporte papel à rede internet**. 2001. Mestrado em Multimeios – Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

GROENSTEEN, Thiery. **O sistema dos quadrinhos**. [S.l.]: Nova Iguaçu: Marsupial, 2015. Trad. Érico Assis.

MORETTI, Franco. **A literatura vista de longe**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2008.

O QUE SÃO HUMANIDADES DIGITAIS. Disponível em:<<https://humanidadesdigitais.org/o-que-sao-humanidades-digitais/>>. Acesso em 01 set. 2021.

XAVIER, Glayci Kelli Reis da Silva. HISTÓRIAS EM QUADRINHOS: PANORAMA HISTÓRICO, CARACTERÍSTICAS E VERBO-VISUALIDADE. **Darandina Revisteletrônica**, Juiz de Fora, ano 2018, v. 10, n. 2, p. 1-20, 1. sem 2018. Disponível em: <https://www.ufjf.br/darandina/files/2018/01/Artigo-Glayci-Xavier.pdf>. Acesso em: 8 set. 2021.