Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

Midiatização, financeirização e instrução prévia em aplicativos de pagamento[1]

Mediatization, financialization and previous instruction in payment apps

Mauricio de Souza Fanfa
Ada Cristina Machado Silveira

Palavras-chave: Midiatização; Financeirização; Modelos mentais; Fintech.

1. Introdução

Abrir a carteira e procurar cartões ou notas de papel para pagar a conta é cada vez menos comum. A função é mais uma das absorvidas pelos celulares. Trata-se de certo avanço em termos de praticidade, no entanto, é um exemplo da rapidez com que inovações digitais são implementadas. Em linhas gerais, argumentamos sobre a possibilidade das inovações digitais já dispensarem instrução formal, porque trabalham em um nível cognitivo que chamamos aqui de instrução prévia. A instrução prévia é sutil e progressiva ao longo das experiências de vida dos usuários.

Primeiro, tratamos do fenômeno chamado de fintechs. Depois, ilustramos o debate com uma breve análise da função WhatsApp Pay a partir do método passo-a-passo (LIGHT; BURGESS; DUGUAY, 2018). Então, debatemos a questão a partir de

[1] Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

temas como midiatização e financeirização presentes na obra de Muniz Sodré (2002, 2014, 2021). Por fim, tratamos da noção de modelos mentais e do que chamamos de instrução prévia.

2. WhatsApp Pay e a financeirização da conversa

Empresas de outros setores têm buscado agregar serviços de *fintech*, uma tendência que tem sido chamada de fintechização (DISTRITO, 2022). Algumas empresas do setor de varejo, por exemplo, oferecem aos clientes contas virtuais. Há, note-se aqui, certa continuidade com carnês e crediários.

Uma aplicação distinta é a dos pagamentos digitais via aplicativo de mensagens, como o WhatsApp Pay. Distinta pois vincula transações financeiras instantâneas ao ato de conversar e trocar mensagens.

Uma das formas para analisar aplicativos é o método passo-a-passo, sistematizado por Ben Light, Jean Burgess e Stefanie Duguay (2018). No método, é realizada descrição e análise etapa por etapa das rotinas de uso esperado do aplicativo. Exercitar tal descrição ajuda a elaborar inferências sobre aspectos antes implícitos e despercebidos da interação com o aplicativo.

O método prevê duas etapas. A primeira, trata do ambiente de uso esperado e propõe o estudo de três pontos: a) a visão — propósito do aplicativo e usos imaginados; b) modelo de operação — estratégia de negócios e fontes de renda, interesses econômicos e políticos; e c) governança — a regulação da atividade dos usuários através das regras e diretrizes de uso (LIGHT; BURGESS; DUGUAY, 2018, p. 889-891).

A segunda etapa trata propriamente do passo-a-passo técnico, a descrição e reflexão sobre o uso esperado implícito no *design* do aplicativo. O pesquisador assume a posição do usuário e interage com o aplicativo aplicando sua percepção analítica. São, também, três pontos: a) registro e entrada — criar uma conta; b) uso cotidiano — as

Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

funcionalidades básicas do aplicativo; e, finalmente, c) suspensão e encerramento da conta (LIGHT; BURGESS; DUGUAY, 2018, p. 891-895).

Quanto à visão, o WhatsApp Pay pretende ser um facilitador de transações financeiras cotidianas. A tela elaborada pelo WhatsApp (2022a) traz como exemplo o pagamento para amiga de parte de almoço. Há ainda um aspecto afetivo: a conversa do exemplo inicia com uma mensagem "Adorei nosso almoço hoje!".



Imagem 1 — Cabeçalho da tela de anúncio da funcionalidade
Fonte: WhatsApp (2022a)

Quanto ao modelo de operação, o WhatsApp Pay visa taxar operações entre pessoas físicas e empresas. O WhatsApp Pay ainda não foi autorizado pelo Banco Central do Brasil a realizar transações entre pessoas e empresas no país. Tal funcionalidade fará parte do WhatsApp Business, serviços oferecidos para empresas que cobra, por exemplo, por conversa iniciada com a empresa. Não há taxas entre pessoas físicas, o que visa tornar a base de usuários habituada ao uso. Além disso, informações sobre pagamentos alimentam sistemas de dataficação do WhatsApp.

Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

Quanto à governança, é possível inferir a partir dos termos de serviço (WHATSAPP, 2022b) uma postura de liberação, isenção e protecionismo. Liberação, pois poucos usos são sugeridos ou impostos, se resumem a questões do sistema bancário, como limites de transação ou idade mínima. Isenção, pois o WhatsApp Pay diz não ser capaz de reembolsar ou facilitar estornos, assim como diz não ser responsável pelas ações ou identidades dos usuários. Protecionismo, pois o WhatsApp Pay para pessoas físicas é limitado em 20 transações diárias e até R$ 5 mil por mês. A intenção é evitar que negócios utilizem a versão sem taxas da função, que será taxada para empresas no futuro.

Quanto ao registro e entrada, o WhatsApp Pay busca ser de adesão simplificada. Como qualquer detalhe da configuração da conta, o registro, em aparelhos Android, inicia clicando nos três pontos no canto superior direito da tela principal do aplicativo e depois na opção “Pagamentos”. Ao tentar adicionar uma forma de pagamento pela primeira vez, inicia-se o registro. A tela seguinte tem no título uma mensagem sobre segurança, “Temos um compromisso com a privacidade e a segurança dos seus pagamentos”, no entanto, é a tela dos termos de serviço. As letras menores que o título informam que “o Facebook e o WhatsApp coletam dados para finalidades limitadas”. Depois de concordar com os termos, configura-se uma senha, nome completo, CPF e endereço. Por fim, dados de um cartão de débito de um banco parceiro da plataforma.

Quanto ao uso cotidiano, pagamentos são análogos a anexos como uma foto ou um áudio, o que sugere simplicidade e ao mesmo tempo incentiva o uso da função aos custos de uma certa banalização. Na tela de conversa com um contato, um botão com um cifrão fica junto do botão de enviar fotos na barra inferior, onde digitamos uma mensagem. Também é possível clicar no botão de anexos e selecionar “Pagamento”.

Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

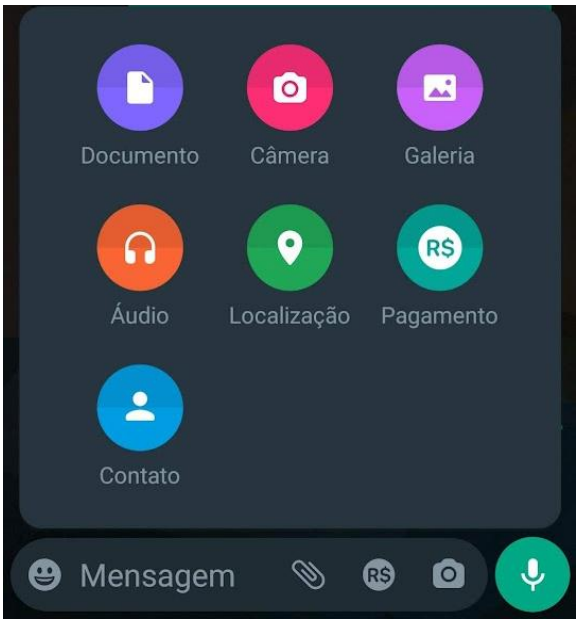

Imagem 2 — Barra inferior da janela de conversa do WhatsApp e menu de anexos
Fonte: elaborada pelos autores através de captura de tela do aplicativo WhatsApp

Quanto ao encerramento da conta, é também simples. Na tela principal da funcionalidade, clicamos em “Remover serviço de pagamentos”. Um aviso informa que as transações em andamento serão canceladas e nossos dados e formas de pagamento serão apagados. Basta aceitar o aviso.

3. Mídia, a base material da financeirização

Para Muniz Sodré (2014, p. 109; 2021, p. 118-119), a midiatização é um conceito que descreve as mudanças na configuração social a partir da relação entre a tecnologia eletrônica e a vida humana. Não se trata de uma substância ou uma metaestrutura, sequer supõe que os sistemas de mídia seriam autônomos. É uma forma de pensar sobre a mídia como parte constituinte da orientação da realidade e das relações sociais.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

O conceito abriga a ideia de "uma mutação sociocultural centrada no funcionamento atual das tecnologias de comunicação" (SODRÉ, 2014, p. 109). A mutação estaria atrelada a uma série de fenômenos, tais como a financeirização, tomada como um novo modo de ser da riqueza, centralizada na reprodução do capital financeiro através de, por exemplo, o comércio de títulos de crédito. Daí, deriva-se uma crescente importância dos mercados, instituições e elites financeiras.

"Capitalismo financeiro e comunicação constituem hoje, no mundo globalizado, um par indissolúvel", de acordo com Muniz Sodré (2014, p. 55). Pareada com o capitalismo financeiro, a comunicação é, nos termos de Sodré (2014, p. 56-59), não apenas o biombo ideológico da financeirização, mas também sua base material, ou seja, seu potencial para incrementar velocidade circulatória e flexibilidade ao dinheiro e à acumulação. Reforça o autor: "os acordos de interconexão da internet não originam apenas um tráfico de mensagens, mas principalmente de dinheiro" (SODRÉ, 2014, p. 61).

É possível percebermos tal relação no exemplo do WhatsApp Pay e em outros casos de *fintechs*. Podemos afirmar, então, que a fintechização é um fenômeno relacionado com a midiatização. Organizações antes não relacionadas com finanças passam a realizar transações monetárias, visando a financeirização de tais operações. Não é apenas a população que está sendo progressivamente bancarizada, mas também organizações em geral, como as de mídia inclusive, que passam a atuar como bancos e a lucrar com os mesmos meios. Sodré (2021, p. 215) chega a afirmar que: "Midiatização ou o bios virtual são nomeações sintomáticas do momento em que se intensifica o fenômeno de autoconstrução de identidades favorecida por organizações de mercado e facilitada por dispositivos tecnológicos".

Como a mídia passa a permear as relações sociais, a midiatização é também constituidora de uma forma de vida, o *bios* virtual ou midiático (SODRÉ, 2002). Essa forma de vida virtual carrega consigo "uma nova tecnologia perceptiva e mental" (SODRÉ, 2002, p. 27), ou seja, reestrutura aspectos cognitivos da vida humana.

Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

4. Instrução prévia

Podemos refletir sobre certa relação que as interfaces dos aplicativos e sua usabilidade têm com o processo de midiatização e seus aspectos cognitivos a partir da noção de modelos mentais. A hipótese dos modelos mentais pressupõe que, ao realizar inferências, a mente utiliza modelos da realidade criados anteriormente. O conhecimento adquirido no passado serve para construir um modelo imaginário aproximado de ambientes, processos, interfaces etc. Tal modelo é, por sua vez, utilizado para testar mentalmente alternativas e concluir, em antecipação, qual a melhor maneira de agir. O conceito foi desenvolvido no âmbito da psicologia cognitiva e tem certa relação com a noção de esquemas na psicologia (AL-DIBAN, 2012, BARKER; SCHAIK, 2012, JONES ET AL., 2011).

Philip Barker e Paul van Schaik (2012) tratam dos aspectos relacionados à dinâmica entre experiências vividas e modelos mentais como forma de aprendizagem ao longo da vida. De acordo com os autores, o conhecimento adquirido nas experiências que vivemos passa por processos de refinamento e reflexão ao longo da passagem do tempo. A exposição contínua, o acesso a comunidades de aprendizagem e outras experiências reforçam as condições para solucionar problemas.

Os modelos mentais são relevantes, por exemplo, pois condicionam a apropriação do objeto técnico. Apropriação, de acordo com Serge Proulx (2016), é o processo através do qual adquirimos domínio sobre os objetos técnicos e os integramos à nossa vida cotidiana. É, portanto, relacionado à noção de uso nas teorias do consumo. No processo de apropriação, “devemos dominar, técnica e cognitivamente, o artefato” (PROULX, 2016, p. 50).

A aplicação do conceito de modelos mentais nos estudos em *design* pode ser encontrada nos textos de William Lidwell, Kritina Holden e Jill Butler (2010, p. 154-155) e de Heloísa da Rocha e Maria Cecília Baranauskas (2003, p. 94-98). Em linhas

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

gerais, para facilitar a usabilidade, uma interface deve ser desenhada levando em consideração os modelos mentais dos usuários potenciais, ou seja, suas experiências e conhecimentos prévios adquiridos.

De acordo com Lidwell, Holden e Butler (2010, p. 154, tradução nossa), "crie uma experiência interativa que se baseie em modelos mentais comuns, o máximo possível". Uma equipe de *design* decide colocar uma dada funcionalidade sob determinado menu, pois estudou ou projetou ela mesma as interfaces similares que o usuário interagiu com anteriormente, logo, consegue supor o modelo mental que será utilizado.

O modelo mental é, portanto, uma condição de aproximação à novidade previamente construída pelas experiências do usuário. Cada interface na história de um usuário ou grupo de usuários constrói um acúmulo de experiência e condiciona seus modelos mentais.

Certo acúmulo de experiências gera naturalidade e familiaridade quando encontramos uma interface nova, mesmo que nunca tenhamos utilizado aquela aplicação antes e à parte de qualquer instrução. Em tais termos, podemos afirmar que existe uma instrução prévia.

Tal instrução prévia pode ser inculcada por progressiva exposição a novas funcionalidades em interfaces. Com o tempo, todo um grupo de usuários pode se tornar familiarizado com uma nova função sem que precise estudá-la ou receber instrução formal. A instrução prévia seria, em tal sentido, sutil e progressiva.

Podem existir eventuais interesses políticos para que os usuários se tornem familiarizados com novas propostas de funcionalidades em interfaces. Justifica-se, assim, um estudo crítico das funcionalidades das interfaces, sua implementação, condições e história.

Como observamos na análise via método passo-a-passo do WhatsApp Pay, pagar ou receber dinheiro se torna similar a enviar uma mensagem. Funções de pagamentos via aplicativos operam entre a financeirização e a midiatização. Um dos fatores que têm

colaborado com a popularidade de tais funções é justamente por serem elaboradas levando em conta modelos mentais como o de enviar e receber mensagens.

Referências

AL-DIBAN, S. Mental Models. *Em*: SEEL, N. M. (org.). **Encyclopedia of the Sciences of Learning**. Boston, MA: Springer US, 2012. p. 2200–2204. *E-book*. Disponível em: http://link.springer.com/10.1007/978-1-4419-1428-6_586. Acesso em: 15 ago. 2022.

BARKER, P.; VAN SCHAIK, P.. Mental Models and Lifelong Learning. *Em*: SEEL, Norbert M. (org.). **Encyclopedia of the Sciences of Learning**. Boston, MA: Springer US, 2012. p. 2205–2211. *E-book*. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6_604. Acesso em: 15 ago. 2022.

DISTRITO. Distrito Fintech Report. 2022. Disponível em: https://materiais.distrito.me/mr/fintech-report. Acesso em: 15 ago. 2022.

JONES, N. *et al.* Mental Models: An Interdisciplinary Synthesis of Theory and Methods. **Ecology and Society**, [*s. l.*], v. 16, n. 1, 2011. Disponível em: https://www.ecologyandsociety.org/vol16/iss1/art46/. Acesso em: 15 ago. 2022.

LIDWELL, W.; HOLDEN, K.; BUTLER, Jill. **Universal principles of design.** [*S. l.*]: Rockport Publishers, 2010. *E-book*. Disponível em: http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=a6cd0240119364d4298bd9825a48a768. Acesso em: 15 ago. 2022.

LIGHT, B.; BURGESS, J.; DUGUAY, S. The walkthrough method: An approach to the study of apps. **New Media & Society**, v. 20, n. 3, p. 881–900, 2018.

PROULX, S. Paradigmas para Pensar os Usos dos Objetos Comunicacionais. In: PROULX, S.; FERREIRA, J.; ROSA, A. P. (Orgs.). **Midiatização e Redes Digitais**: os Usos e as Apropriações Entre a Dádiva e os Mercados. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. p. 41-58.

ROCHA, H. V. da; BARANAUSKAS, M. Ce. **Design e Avaliação de Interfaces Humano-Computador**. Campinas: Instituto de Computação da UNICAMP, 2003. *E-book*. Disponível em: https://www.nied.unicamp.br/biblioteca/design-e-avaliacao-de-interfaces-humano-computador/. Acesso em: 15 ago. 2022.

SODRÉ, M. **A ciência do comum: Notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2014.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 5 (2022)

SODRÉ, M. **A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis: Vozes, 2021.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

WHATSAPP. Tela de informações sobre o WhatsApp Pay. 2022a. Disponível em: https://www.whatsapp.com/payments/br?lang=pt_br. Acesso em: 15 ago. 2022.

WHATSAPP. Termos de Serviço do Pagamentos no WhatsApp. 2022b. Disponível em: https://www.whatsapp.com/legal/payments/terms/?lang=pt_br. Acesso em: 15 ago. 2022.