GERAIS

O número de usuários de smartphones e, consequentemente, de redes sociais não para de crescer, estando cada vez mais acessíveis tanto às mais diversas faixas etárias quanto às classes sociais com seus aplicativos *lite* ou *light* que conseguem manter grande parte das funcionalidades de seus aplicativos principais, mas com um tamanho de aplicação reduzido e de maneira equivalente crescem as opções de vendas e *marketing* dentro dessas redes, tanto profissionalmente para empresas consolidadas quanto para microempresas e usuários comuns que querem vender algo que está encostado em casa, como fez o Facebook em 2018 criando o Facebook Marketplace para facilitar uma prática já comum na rede que antes era restrita a os grupos de compra e venda. (<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/facebook-marketplace-e-commerce/>).

Com isto, vê-se a crescente necessidade de agilizar a comunicação por estes canais e, como no ditado, “uma imagem vale mais que mil palavras”, desta maneira o tráfego de imagens pela rede, mais especificamente por estes aplicativos cresce todos os dias, vivemos a cultura da conversa por texto e por imagens, um fenômeno que ganhou o nome de “meme”, termo cunhado por Richard Dawkings em 1976 em seu *bestseller*  “O Gene Egoísta” para descrever que a maneira de um comportamento se multiplicar e ser passada para os demais indivíduos e gerações é similar a de um gene. As gerações mais novas gostam cada vez menos de conversar ao telefone e se