

ENTRE SIMULAÇÃO E EMULAÇÃO: FILTROS DE MÍDIAS SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NA PERCEPÇÃO DA REALIDADE E AUTOIMAGEM

Alexia Silva da Silveira Araujo

alexiacanass@gmail.com

<http://lattes.cnpq.br/1134662614337694>

Flávio Andaló

flavio.a@ufsc.br

<http://lattes.cnpq.br/5830629485280974>

Milton Luiz Horn Vieira

milton.vieira@ufsc.br

<http://lattes.cnpq.br/0546958669177908>

RESUMO

Este artigo investiga a simulação e emulação dos filtros de realidade aumentada do Instagram e seu impacto na percepção da realidade e autoimagem dos usuários. É estabelecida a diferença entre simulação e emulação, sendo feita uma análise sobre como o padrão de beleza imposto pelas redes sociais impacta na autoimagem dos usuários e como ocorre essa busca pela perfeição influenciada pela mídia. O objetivo é compreender os efeitos dessas práticas simuladoras e emuladoras, proporcionando insights para uma utilização mais consciente das mídias sociais.

Palavras-chave: emulação; redes sociais; filtros do Instagram;

Introdução

Na Era Digital em que vivemos, a tecnologia existe como propulsor de desenvolvimento em diversas áreas. Uma dessas áreas é a da simulação, que serve para facilitar processos de ensino e aprendizagem, entretenimento, segurança, saúde, entre outros.

Nos últimos anos, pudemos perceber um aumento no uso de redes sociais, principalmente depois do período pandêmico. Como forma de entretenimento surgiram os filtros de realidade aumentada dessas redes sociais e, conseqüentemente, surgiram

algumas dúvidas a respeito das consequências que o uso indiscriminado desses filtros pode causar em seus usuários.

Com base nisso, iremos abordar nesse artigo como a simulação pode interferir na vida das pessoas, o que acontece quando simulação e emulação se misturam, passando por conceitos, definições e diferenças das mesmas.

O objetivo desse artigo é analisar como os filtros de mídias sociais influenciam na percepção de realidade e autoimagem dos usuários, e se justifica pela necessidade em conscientizar os usuários de redes sociais a usarem esses recursos com cautela.

Como base principal de revisão bibliográfica, utilizaremos a monografia "*Instagram Face: um estudo sobre o rosto na Era Digital*", de Camila Cintra (2020), a monografia "*A beleza programada e o eu ciborgue: filtros faciais e sua implicação na construção da autoimagem de mulheres de 18 a 25 anos moradoras de Porto Alegre e Região Metropolitana*", de Vitória da Rosa Cristofolli (2022) e o livro "*Simulacros e Simulação*", de Jean Baudrillard (1991). Entre outros estudos, analisaremos a relação das pessoas com autoimagem, a busca pela validação em redes sociais e a busca pelo padrão de beleza ideal, todos esses conceitos perpassando a linha de simulação e emulação.

Simulação e emulação

A arte, segundo a filosofia aristotélica da *Mimese*, seria uma imitação da natureza. Nessa teoria, a arte não bastaria como uma imitação, mas precisaria ser uma representação fiel ao objeto de inspiração (ARISTÓTELES, 1966). Dentro dessa perspectiva, podemos citar a simulação como uma representação de algo real. No entanto, deve-se ressaltar que existe diferença entre representação e simulação. Para Baladez (2009, p. 30), "a representação é estática, reproduz os objetos nos sistemas, enquanto a simulação é dinâmica, onde ocorrem processos de movimento e/ou comportamento dos objetos nos sistemas representados. É a interatividade que distingue a representação da simulação."

De acordo com o dicionário Houaiss (2001), simular significa "fazer parecer real; imitar; representar da forma mais realista possível". A simulação tem origem antiga, mas pode-se dizer que teve seu impulso durante a Segunda Guerra Mundial (BALADEZ, 2009). A história dos simuladores computacionais se desenvolveu de forma mais acelerada com fins militares. A partir da década de 1970, deu-se um enfoque nos simuladores com objetivo comercial, especificamente no setor automobilístico, onde era possível simular se um automóvel era seguro o suficiente. A partir da década de 1990, com o barateamento de equipamentos, os simuladores se tornaram mais presentes em diversas áreas. O uso dos simuladores como conhecemos hoje tem seu uso aplicado nas áreas de saúde, educação, segurança e até entretenimento.

Existem diversos tipos de simuladores, desde simuladores de jogos até simuladores educacionais. No mundo dos jogos, é possível experimentar simuladores de corrida e até pilotagem. Muito embora o foco nesse caso seja a diversão, o principal objetivo de um simulador é a aprendizagem.

Muito comum na aviação, os simuladores servem como método de ensino aos pilotos. A simulação permite aos profissionais um ambiente seguro para aprender a pilotar, e ainda testa o piloto em diversas situações virtuais para prepará-lo para o ofício. De outra forma, as pessoas poderiam correr risco de vida com um piloto inexperiente.

Eles são também utilizados na área da segurança, no treinamento de novos policiais e na reciclagem de veteranos. Os policiais são treinados para agir em diversas situações utilizando armas de fogo e aprimorando seu senso de resposta de forma segura e mais barata. Pode-se citar também a área da saúde, onde futuros médicos treinam cirurgias e outras operações em ambientes virtuais a fim de ganharem experiência para posterior aplicação em seres humanos reais, em situações reais.

A simulação tem o papel fundamental de simular a realidade da forma mais fiel possível. Dessa forma, podemos utilizá-la com o propósito de treinar pessoas em situações simuladas, otimizar processos, testar hipóteses, entre outros.

Com a evolução dos simuladores, surgiram a realidade virtual (VR) e a realidade aumentada (AR). Essas duas tecnologias permitem uma interação do usuário com o

ambiente virtual de forma imersiva, porém, elas possuem algumas diferenças.

Artefactum

Revista de estudos em Linguagens e Tecnologia

A realidade virtual (VR) permite que o usuário “entre” em um mundo completamente virtual, normalmente com a utilização de óculos VR. Nesse ambiente, que pode ser completamente imaginário ou não, o usuário tem uma experiência imersiva que permite que ele interaja com objetos e pessoas virtuais como se estivesse no mundo real. Um exemplo de VR é o metaverso, um mundo digital construído no meio virtual (BACKES e SCHLEMMER, 2008).

Já a realidade aumentada (AR) é uma tecnologia que sobrepõe elementos virtuais em ambientes reais, normalmente através de aplicativos ou filtros. Segundo Kirner e Tori (2006, p. 20), "a realidade aumentada mantém o usuário no seu ambiente físico e transporta o ambiente virtual para o espaço do usuário, permitindo a interação com o mundo virtual". Seu objetivo é literalmente expandir a realidade do usuário, permitindo que ele aplique, veja e interaja com objetos virtuais no espaço físico real. Na realidade aumentada, o virtual e o real se sobrepõem como se fossem um só espaço.

Exemplos de uso da realidade aumentada se dão principalmente na área comercial e na área de moda. No período pandêmico (ocorrido entre os anos de 2020 e 2021), lojas e empreendimentos precisaram ser fechados e, como solução para não cessar as vendas, recorreram ao *e-commerce*. Com o *e-commerce* surgiu o obstáculo dos clientes não conseguirem provar/testar os produtos. Como alternativa, foi adotada a prática da realidade aumentada. Em lojas de moda, por exemplo, clientes puderam “experimentar” peças de forma virtual. No meio mobiliário, clientes puderam ver representações virtuais fiéis dos móveis reais que os interessavam dentro de suas casas.

Enquanto a simulação mimetiza uma situação ou objeto real a fim de representá-lo, a emulação tem como objetivo "competir" com a realidade a fim de substituí-la. Os emuladores mais conhecidos são aqueles de *videogame*. Um exemplo de sua aplicação é quando um jogo dos anos 90, originalmente arquitetado para funcionar em um *console* da época, é emulado para poder ser jogado em um computador da década atual (MENDES, 2012). Enquanto na simulação o usuário sabe que está em uma representação da realidade, na emulação o usuário não percebe estar diante de um objeto emulado, pois crê que está diante do objeto original.

Há uma outra vertente de simulação teorizada pelo filósofo Jean Baudrillard (1991) chamada de simulacro. O simulacro refere-se a uma simulação de algo inexistente, ou seja, uma imitação de algo que não possui uma realidade para ser referenciada. De acordo com o filósofo, neste caso, a distinção entre realidade e representação desaparece, fazendo com que a simulação substitua a realidade a partir de uma fantasia que toma o lugar do real.

É importante ressaltar uma diferença básica entre emulação e simulacro. Enquanto a emulação busca substituir a realidade com uma representação fidedigna de um objeto real, o simulacro busca substituir a realidade com uma representação fictícia sem um objeto para referenciar.

Filtros de redes sociais

Dentro do contexto de simulação e emulação existe uma ferramenta virtual que se popularizou nos últimos anos: os filtros de realidade aumentada das mídias sociais. Para fins de elaboração deste artigo, abordaremos os filtros do Instagram. O Instagram é uma rede social que possui como objetivo o compartilhamento e interação através de fotos e vídeos curtos. De acordo com a Meta, empresa à qual o Instagram pertence, a rede social possui cerca de 2 bilhões de usuários no mundo todo.

O indivíduo pós-Moderno busca uma aprovação pelas redes sociais (BAREIROS et al, 2014). Na busca por mais curtidas, que equivalem à aprovação social, os usuários procuram pela foto mais interessante para ser postada. Afinal, uma foto diferente se destaca entre tantas outras consideradas comuns. Nesse sentido, o usuário pode optar por simular uma realidade que não existe, então "o conteúdo deixa de ser uma representação fotográfica da vida real e passa a ser um momento criado para satisfazer a persona virtual. O que antes era uma representação transforma-se em um simulacro" (BAREIROS et al, 2014, p. 5).

Os filtros do Instagram podem ser considerados uma simulação da imagem real quando transforma o rosto das pessoas que os utilizam. Suas funções são variadas, desde o entretenimento com o uso de filtros divertidos, como os que replicam o rosto de

um animal ou de um personagem no usuário, ou até mesmo jogos e *quizzes* que são aplicados nos rostos filmados, até a função estética para aprimorar e "embelezar" o rosto do usuário. No entanto, há um uso crescente dos filtros com a finalidade estética e algumas pessoas podem desenvolver uma distorção de sua autoimagem como resultado do uso frequente desses filtros. Os filtros ditos embelezadores - àqueles que tem o objetivo de deixar o usuário mais bonito de acordo com o padrão da época - possuem algumas características em comum, como: alisamento da pele, afinamento do nariz e aumento dos lábios (MONTARDO e PRODANOV, 2021).

As fotos precisam ser boas o bastante para serem postadas e gerar curtidas, ou seja, precisam ser "instagramáveis". Para Christanti et al (2021, p. 396), o termo se refere ao "hábito de aprimorar fotos ou vídeos antes de serem postados, que se afasta da realidade". Para obter esse aprimoramento é muito comum o uso de filtros, que vão desde o alisamento da pele até o aumento de cílios e boca, ou diminuição do nariz. É importante ressaltar que tais "aprimoramentos" tem como base o padrão de beleza.

Na história, o padrão de beleza foi modificando de acordo com a época. A partir da Primeira Guerra Mundial, cirurgias plásticas passaram a ser muito comuns principalmente em soldados de guerra, já que suas deformações causavam danos não só físicos, mas também sociais (CRISTOFOLLI, 2022). Com a globalização, o padrão de beleza foi difundido com mais rapidez e as mídias tiveram papel importante na propaganda de procedimentos estéticos, assimilando esses procedimentos inclusive à felicidade pessoal.

Com o uso excessivo de redes sociais, Cristofolli (2022, p. 34) afirma que ocorre "a transição de indivíduo para usuário: uma conversão resultante no embaralhamento das fronteiras entre o real e o virtual". Dessa forma, o padrão de beleza passa a ter como referência as fotos presentes nas redes sociais. No caso do Instagram, com fotos retocadas e aprimoradas, o padrão de beleza se torna algo irreal, algo que existe apenas no meio virtual. "O Instagram fabrica o '*Instagram face*': um referencial estético próprio, disseminado por imagens" (CRISTOFOLLI, 2022, p. 34).

De acordo com Cintra (2020, p. 23), o *Instagram Face* significa "um rosto que veste a máscara digital e se figura em imagem; e, simultaneamente, um rosto orgânico, não produzido digitalmente, mas completamente atravessado pela cultura digital."

Influência dos filtros na percepção da realidade e autoimagem

A visão e construção de autoimagem começa na infância e segue por todas as fases da vida. Essa autoimagem é influenciada por alguns fatores, como família, escola e mídia (SOUZA, 2022). De acordo com Damasceno et al. (2006, p. 81), "a imagem corporal envolve um complexo emaranhado de fatores psicológicos, sociais, culturais e biológicos que determinam subjetivamente como os indivíduos se veem, acham que são vistos e veem os outros".

O rosto humano é uma identidade de cada um, que expressa emoções e carrega significados, mas também é uma construção do social e de outros rostos que encontra no caminho. Entre algumas alterações que podemos fazer na face, estão a máscara e a maquiagem. Uma esconde, a outra realça. Mas existe um outro tipo de artifício na Era Digital: os filtros de realidade aumentada (CINTRA, 2020).

Na evolução da arte, os rostos eram representados através de pinturas. Depois, começaram a ser representados pela fotografia. Com a chegada da Revolução Digital, os rostos são registrados pelas chamadas *selfies*, fotografias tiradas pela própria pessoa fotografada. Nessa *selfie*, muitas vezes os rostos podem sofrer alterações pelos filtros de realidade aumentada (CINTRA, 2020). Ainda de acordo com Cintra (2020, p. 16), "o advento deste tipo de artifício virtual borra os limites entre o rosto físico e a imagem representada pela máscara digital".

Cristofolli (2022, p. 39) afirma que, "assim como o uso de maquiagem é atrelado ao ato de sair de casa, a exibição da imagem pessoal no Instagram, vincula-se à incorporação de tecnologias de modificação facial". Surge assim a definição do "eu ciborgue". Um termo que representa a "sobreposição da camada tecnológica à pele humana" (CRISTOFOLLI, 2022, p. 41).

Com o uso crescente de filtros de realidade aumentada, houve também um aumento significativo na busca por procedimentos estéticos que replicassem esses efeitos virtuais nos rostos reais dos pacientes¹. Esse fenômeno é o *Snapchat Dysmorphia* ou, como também pode ser chamado, transtorno dismórfico corporal, que significa uma preocupação com um defeito imaginário no corpo ou no rosto, que está diretamente ligado à influência do uso dos filtros de mídias sociais (BRUCCULIERI, 2018).

"A era das mídias sociais trouxe consigo grande influência na maneira nas quais homens e, principalmente mulheres, veem e idealizam seus corpos desde muito jovens, trazendo consigo uma idolatria ao corpo e uma busca de algo perfeito que, muitas vezes, é inexistente ou impossível de ser alcançado, gerando, com isso, grandes índices de distúrbios alimentares, depressão e distorções em relação a autoimagem" (GOULART e CARVALHO, 2017).

A partir desse movimento, a validação virtual já não basta, mas precisa também acontecer no mundo real. Isso se deve muito mais ao problema de auto aceitação do usuário ao se ver no espelho, do que da aceitação da sociedade na vida real.

"A prática que os filtros embelezadores do *Instagram Stories* reorganizam é a de facilitar a simulação de alteração da aparência do rosto, por qualquer usuário. Essa prática, por sua vez, pode gerar insatisfação das mulheres quanto à sua aparência, ocasionando baixa autoestima, e levar, parte delas, a buscar por cirurgias ou por outros procedimentos estéticos, tendo em vista corrigir características suas interpretadas como defeitos a partir dos critérios utilizados por esses filtros embelezadores" (MONTARDO e PRODANOV, 2021).

Conforme explicado anteriormente, emulação se diferencia de simulacro no sentido do referencial, porque "nos processos de emulação, ao contrário dos simulacros, é possível falar de um referencial da imagem, por mais que esta tente excedê-lo" (KLEIN e DIAS, 2021, p. 200). Sendo assim, as chamadas *selfies* postadas nas mídias sociais com o uso de filtros se configurariam como emulação da realidade, visto que esses retratos rivalizam com o objeto real - nesse caso o rosto real da pessoa fotografada - ao

1 <https://www.bbc.com/portuguese/geral-43910129>

tentar representar no mundo real uma pessoa que não existe com todos aqueles traços aparentes na imagem.

Quando uma pessoa decide fazer uma cirurgia plástica para replicar na sua aparência real a aparência gerada pelo filtro, podemos considerar isso uma emulação, já que a emulação rivaliza com o objeto real. Aplicando a filosofia de Baudrillard (1991), a busca pela emulação da aparência gerada pelo filtro pode ser vista como uma tentativa de reproduzir uma realidade hiper-real, na qual a própria imagem do filtro se torna mais real do que a realidade original.

O celular tomou o lugar do espelho e o Instagram se transformou em uma fonte de referências de beleza ideal. Sendo uma das redes sociais mais utilizadas no mundo, ela influencia a visão que as pessoas têm sobre padrão de beleza, fazendo com que muitas optem por cirurgias plásticas para se parecerem com influencers que, muitas vezes, não tem seu rosto original/natural, pois estes também optaram por fazer intervenções cirúrgicas. Isso pode ser relacionado ao emprego de filtros de realidade aumentada da rede social. O que acontece é um fenômeno onde as pessoas se parecem todas iguais (CINTRA, 2020).

O Instagram possui uma própria linguagem estética que passou a existir dentro da rede social, com rostos de características muito parecidas, como: rosto e nariz finos, pele lisa e lábios grandes. Enquanto os usuários utilizam os filtros de realidade aumentada para fazerem parte dessa comunidade replicando o dito Instagram Face, podemos considerar que estão fazendo uso de uma simulação desenvolvida pela própria rede de usuários do aplicativo. A partir do momento que esses usuários replicam essa simulação na vida real por meio de cirurgias plásticas em seus próprios rostos, podemos considerar que passou de simulação para emulação, visto que a parte simulada compete com o real até substituí-lo.

Considerações finais

Foram abordados nesse artigo os conceitos e diferenças de simulação, emulação e simulacro, passando pelos conceitos e diferenças de realidade virtual (VR) e realidade

umentada (AR). Foi possível perceber que tanto emulação, simulacro, realidade virtual (VR) e realidade aumentada (AR) são tipos de simulação, sendo que a simulação é a representação de um objeto real no meio virtual. Também foi importante ressaltar que emulação é um tipo de simulação que compete com o objeto de referência, chegando a substituí-lo.

Esse artigo foi focado nos filtros de realidade aumentada de mídias sociais, especificamente do Instagram. Entendemos suas características e funções e, mais importante que isso, qual o impacto que esses filtros causam na vida dos usuários.

Por meio de conceitos que abordam a percepção da realidade e da autoimagem, constatou-se como o uso desses filtros pode interferir no bem estar dos usuários, levando em consideração que o Instagram tem forte influência no conceito de padrão de beleza da época atual e, mais do que o Instagram, a mídia no geral detém poder sobre quem e o quê é referência para os usuários.

Em uma busca por aceitação, usuários de filtros de realidade aumentada podem passar de simulação a emulação quando optam por realizar intervenções cirúrgicas em seus rostos para se parecerem com os filtros virtuais.

É necessário ressaltar, porém, que os filtros de realidade aumentada não têm apenas a denotação negativa, pois podem ser utilizados também para fins de entretenimento e expressão artística (CINTRA, 2020).

O objetivo deste artigo foi trazer algumas questões a respeito da linha tênue entre simulação e emulação do uso de filtros de realidade aumentada por usuários do Instagram, e como essa mídia pode interferir no bem estar desses usuários. É recomendado o uso consciente desses recursos.

É possível perceber que, mesmo que pessoas usem o recurso e sofram uma experiência negativa, existem também os pontos positivos dos filtros e, em contrapartida à pressão dos padrões de beleza irreais promovidos por esses filtros, existe um movimento que diversas mulheres promovem para a autoaceitação e naturalização dos “defeitos” e “imperfeições” nos rostos e corpos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARISTÓTELES. **Poética**. Trad., Pref., Introd., Com., Apend. de Eudoro de Sousa. Porto Alegre: Globo, 1966.
- BACKES, L. & SCHLEMMER, E. Metaversos: novos espaços para construção do conhecimento. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, p. 519-532, 2008. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1981-416x2008000200015&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em 18 maio. 2023.
- BALADEZ, F. O passado, o presente e o futuro dos simuladores. **FaSci-Tech**, São Caetano do Sul, p. 29-40, 2009. Disponível em: <<https://fatecsaocaetano.edu.br/fascitech/index.php/fascitech/article/view/4>>. Acesso em 19 maio.2023.
- BAREIROS, A. C. et al. Escravos do Botão Curtir: Análise do Instagram a Partir da Obra Simulacros e Simulações de Jean Baudrillard. In: **Intercom**, Belém. 2014.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Antropos, 1991
- BRUCCULIERI, J. "**Snapchat dysmorphia**" points to a troubling new trend in plastic surgery.HuffPost. 2018.
- CHRISTANTI, M. F. et al. "Instagramable": simulation, simulacra and hyperreality on Instagram post. **International Journal of Social Service and Research**, Indonésia, p. 394-401, 2021. Disponível em: <<https://ijssr.ridwaninstitute.co.id/index.php/ijssr/article/view/59>>. Acesso em 17 maio. 2023.
- CINTRA, C. **Instagram Face: um estudo sobre o rosto na Era Digital**. 2020. Monografia (Especialização em Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.
- CRISTOFOLLI, V. R. **A beleza programada e o eu ciborgue: filtros faciais e sua implicação na construção da autoimagem de mulheres de 18 a 25 anos moradoras de Porto Alegre e Região Metropolitana**. 2022. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Curso de Publicidade e Propaganda - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/253760>>. Acesso em 22 maio. 2023.
- DAMASCENO, V. O. et al. Imagem corporal e corpo ideal. **Revista Brasileira de Ciência e Movimento**, Brasília, p. 81-94, 2006.
- GOULART, C. F. & CARVALHO, P. A. Corpo ideal e corpo real: a mídia e suas influências na construção da imagem corporal. **Revista Psicologia.Pt**, p. 1-8, 2017.
- HOUAISS, A. & VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- KIRNER, C. & TORI, R. Fundamentos de realidade aumentada. **Fundamentos e Tecnologia de Realidade Virtual e Aumentada**, p. 20-34, 2006.
- KLEIN, A. & DIAS, E. A Fotografia como emulação dos fatos. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, p. 197-223, 2021. Disponível em:

<<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/10093>>. Acesso em 22 maio. 2023.

MENDES, B. L. O fenômeno retrô nos jogos eletrônicos: fatores que mudaram a percepção dos jogadores. **Proceedings of SBGames**, p. 175-183, 2012.

MONTARDO, S. P. & PRODANOV, L. S. Filtros embelezadores no Instagram Stories: pistas iniciais sobre a plataformização da beleza. **Logos**, Rio de Janeiro, p. 259-274, 2021. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/60900>>. Acesso em 23 maio. 2023.

SOUZA, P. S. **A relação entre mídias sociais e a construção da autoimagem corporal de mulheres.** Pedra Branca: UNISUL, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/30129>>. Acesso em 24 maio. 2023.

SOBRE O AUTOR/ A AUTORA:

Alexia Silva da Silveira Araujo é graduada em Animação pela Universidade Federal de Santa Catarina (2021). Possui especialização em Design Gráfico pela Faculdade IBRA (2022) e em História da Arte pela Faculdade UNYLEYA (2022). É mestranda em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina, bolsista do CNPq.

Flávio Andaló possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (2006), Mestrado em Design e Expressão Gráfica pela Universidade Federal de Santa Catarina (2011) e Doutorado em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (2019). Tem experiência na área de Animação 3D e Design, trabalhando com animação 3D desde 1999, tendo sido bolsista do CNPq modalidade ITI por 3 anos. Desde 2013 é professor da Universidade Federal de Santa Catarina, atuando nos cursos de Animação e Design, nos projetos de Animação 3D e Jogos Digitais. É membro dos Grupos de pesquisa SCTIC - Estruturante em Pesquisa para Santa Catarina, TECMIDIA e Comunicação Visual.

Milton Luiz Horn Vieira é graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal de Santa Catarina (1984), mestrado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal de Santa Catarina (1991) especialização em Engenharia Química (cerâmica) pela Universidade de Valencia - Espanha (1992) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1999). Atualmente é professor Titular da Universidade Federal de Santa Catarina. É líder dos Grupos de pesquisa TECMIDIA e Comunicação Visual.