



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

AFETOS E INSTAGRAM NO PRESENTE-CORONA

CAMILA BORGES GONÇALVES DA COSTA

Rio de Janeiro

2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

AFETOS E INSTAGRAM NO PRESENTE-CORONA

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

CAMILA BORGES GONÇALVES DA COSTA

Orientadora: Profa. Dra. Ieda Tucherman

Rio de Janeiro

2021

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

CC837a Costa, Camila Borges Gonçalves da
Afetos e Instagram no presente-corona /
Camila Borges Gonçalves da Costa. --
Rio de Janeiro, 2021.
89 f.

Orientadora: Ieda Tucherman.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola
da Comunicação, Bacharel em Comunicação Social:
Jornalismo, 2021.

1. afetos. 2. coronavírus. 3. Instagram. 4.
pandemia. 5. vínculos. I. Tucherman, Ieda,
orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.



UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO DE JANEIRO



ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

Em 26 de Julho de 2021 esteve reunida a Banca Examinadora composta pelos seguintes professores examinadores

Dra Maria Cristina Franco Ferraz,

Dra Cristina Rego Monteiro da Luz e por

Dra Teda Tucherman,

como professor orientador, além do(a) aluno(a)

Camila Borges Gonçalves da Costa, (DRE nº 116011222)

do curso de Comunicação Social, habilitação em JORNALISMO que apresentou o projeto experimental sobre o tema

Apelos e Instagram no Presente - Corona

Avaliado o trabalho, a Banca atribuiu grau 10,0 ao Projeto Experimental do aluno. Nada mais havendo a observar fica lavrada a presente ata que vai datada e assinada pela Banca e pelos alunos.

Rio de Janeiro, 26 de Julho de 2021.

Maria Cristina Franco Ferraz
Professor Examinador

Teda Tucherman
Professor Orientador

Cristina Rego Monteiro da Luz
Professor Examinador

Camila Borges Gonçalves da Costa
Aluno

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Thamires, por me incentivar à leitura desde que me entendo por gente. Crescer rodeada de livros e ter uma mãe professora, ainda mais de Língua Portuguesa, Literatura e Produção Textual, é uma honra e suas influências sempre apareceram em todos os trabalhos – escolares, acadêmicos e pessoais – realizados desde a minha infância até aqui.

À minha irmã mais velha, Maria Luíza, pelo seu amor incondicional. Pelas longas mensagens, áudios e telefonemas trocados, em momentos de alegria, felicidade, mas também em muitos de incertezas, dúvidas, dificuldades e, sobretudo, de saudades: sentimento que me envolve desde 19 de fevereiro de 2016, quando cheguei ao desconhecido Rio de Janeiro.

À minha irmã caçula, Gisele, nossa pequena Gigi, por ainda não entender o que tudo isso significa, mas por sempre me mostrar que entender não é bem o sentido da vida. Nunca me esqueço do dia em que ela, ainda muito nova, falou: “Você quer algo, *Abila*? Vai lá e faz!”. Desde aquele momento, sempre soube que só dependia de mim.

Ao meu grande amor, meu parceiro, companheiro, Igor. Por estar, decidir e sustentar o nosso relacionamento no peito, no querer. Palavras nunca conseguirão expressar aquilo que só nós dois sabemos, que só nós dois passamos, aquilo que alimenta e aumenta esse sentimento lindo, puro e genuíno de cuidado, atenção, interesse e, sobretudo, de disponibilidade que cultivamos um pelo outro diariamente. Minha eterna gratidão pela nossa história, cumplicidade, por nunca ter desistido de mim, mesmo nos momentos em que eu não me reconhecia. A ele que conhece as minhas vulnerabilidades, mas que sempre reconheceu a minha força.

Aos meus avós Regina Borges, Dora e Gildo pelo carinho e admiração. Pelas perguntas, conversas, mensagens e telefonemas. Pelas bênçãos e orações. Estendo ainda o meu agradecimento à minha avó carioca Regina Célia pelo acolhimento junto aos meus tios do coração Andry e Fábio, e ao meu sogro, Beto, pela torcida e apoio.

À minha amiga e colega de quarto, Sanara, por acompanhar a minha caminhada na ECO desde o começo. Por ter escolhido a mim como sua companheira e por ter aceitado dividir todos os momentos nos anos que moramos juntas durante a graduação, anos esses guardados com muito carinho. Estendo ainda o meu agradecimento a todos os amigos que a UFRJ me proporcionou. Àqueles que estavam comigo quando ingressei em 2016: Vitória, Stella, Lusiane e Theo, que, por tantas vezes, abrigaram-me em suas próprias casas; e àqueles que acompanharam o meu retorno após período de trancamento, meus calouros Mateus, Gáudio, Larissa e Joaquim.

À minha orientadora, Ieda Tucherman, primeiramente pelas aulas inquietantes e instigantes que foram cruciais para o aparecimento do tema aqui a ser estudado. Pela paciência, disponibilidade e amizade. Por abraçar este projeto e me dar os referenciais necessários para que ele pudesse ser realizado.

À minha querida professora Cristina Rego Monteiro da Luz por ter sido, durante a minha caminhada na UFRJ, minha madrinha, tia, vizinha, às vezes mãe, às vezes avó, por ter me dado colo em tantos momentos de aflição, mas também por ter dividido muitas conquistas e, principalmente, aprendizados.

Ao Rio por me receber de portas abertas, reservando muitas oportunidades, lugares e pessoas. Agradeço às repúblicas por onde passei e morei, em especial, aos amigos Gabriel, Brisa e Marly Anita, minha primeira família carioca, e à Casa Benet Domingo, meu lar nos últimos anos de graduação. Às empresas que me deram a oportunidade de crescer profissionalmente, dentre elas o Jornal Posto Seis, que me ensinou na prática a profissão do Jornalismo, e à Finep por me mostrar que o Jornalismo era muito mais do que eu imaginava. Gratidão a todas as pessoas que me acolheram nessa nobre instituição, que tem um papel tão honroso em prol do desenvolvimento da Ciência, Tecnologia e Inovação no País, aqui representadas por Rogério, Vera, Fábio, Roberta, Jenny, Jerônimo, Tati, Gelson, Madalena e Márcia. À UFRJ por ter sido, de todos esses lugares, a minha verdadeira casa: “a Minerva no meu peito é amuleto”.

À Bahia por permanecer viva dentro de mim. Aos amigos, conhecidos e colegas que torceram tanto para a realização desse sonho, em especial Jaque, Saulo e Miguel. Aos lugares que antecederam a minha chegada ao Rio, lugares esses que me formaram como gente: a Escola Adventista de Eunápolis, o Cemed, o Ifba, o Iasc e o Cambuí Supermercados.

Àqueles que não facilitaram o meu caminho, que foram pedra, empecilho, barreira, mas acima de tudo, aprendizado. Àqueles que me subestimaram e duvidaram da minha capacidade: obrigada pela força que hoje se transforma em realização ao dizer “consegui!”.

A Deus por ter permitido cada coisa em seu próprio tempo. À essa instância que me sustenta, que não é confinada em dogmas e doutrinas, mas que vive dentro de mim e dentro de todas as coisas, que se manifesta como um grande SIM à vida.

*Sem intuições ou afetos, não há inteligência, nem
sentido.*

(André Gorz)

COSTA, Camila Borges Gonçalves da Costa. **Afetos e Instagram no presente-corona.**
Orientadora: Ieda Tucherman. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em
Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2021.

RESUMO

Este trabalho pretende compreender os afetos emergidos no presente-corona e seu consequente impacto para as relações afetivas, uma vez que eles são elementos socioculturais por meio dos quais estabelecemos relações e construímos vínculos – um dos pilares do campo comunicacional. Nesse sentido, o presente-corona constitui-se em um interessante cenário para avaliarmos como a manutenção desses vínculos tem sido feita através das plataformas digitais, visto que o uso delas foi intensificado devido ao isolamento social e demais medidas de contenção da Covid-19. Como rede social da imagem, o Instagram já era utilizado de maneira acentuada por jovens a partir de dois eixos: um confessional e outro focado no entretenimento, provocando o aumento da publicização do *eu* privado e íntimo na internet. Por isso, este trabalho realizou uma pesquisa com alunos de graduação da Escola de Comunicação da UFRJ: usuários ativos do Instagram que tiveram suas rotinas alteradas pela pandemia.

Palavras-chave: afetos; coronavírus; Instagram; pandemia; vínculos.

COSTA, Camila Borges Gonçalves da Costa. **Affections and Instagram in present-corona**. Supervisor: Ieda Tucherman. Term paper (Bachelor degree in Social Communication – Journalism). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2021.

ABSTRACT

This research intends to understand the affections that emerged in the present-corona and its consequent impact on affective relationships, considering they are sociocultural elements through which we create relationships and build bonds – one of the pillars of the communicational field. In this matter, the present-corona establishes an interesting scenario to evaluate how the maintenance of these bonds has been done through digital platforms, as their use was intensified due to social isolation and other measures of Covid-19 containment. As an image's social network, Instagram was already massively used by young people based on two points: one confessional and the other focused on entertainment, causing an increase in the publicity of the private and intimate self on the internet. Therefore, this research carried out a survey with undergraduate students from the Escola de Comunicação of UFRJ: active Instagram users who had their routines changed by the pandemic.

Palavras-chave: affections; bonds; coronavirus; Instagram; pandemic.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 A PANDEMIA	15
2.1 Um novo espaço-tempo.....	16
2.2 Sujeito e sociedade no presente-corona.....	17
2.3 Os abismos sociais e a vulnerabilidade do coletivo	19
2.4 A apreensão da realidade no presente-corona	21
3 O INSTAGRAM	24
3.1 Redes sociais na internet: o conceito.....	24
3.2 Interfaces e recursos do Instagram ao longo dos anos	27
3.3 A espetacularização do <i>eu</i>	32
3.4 Afetos e comunicação no Instagram	36
3.5 A crise da narrativa	45
4 OS AFETOS NO PRESENTE-CORONA: ESTUDO DE CASO	48
4.1 Levantamento de dados.....	49
4.2 Discussão e inferências	60
4.3 Um eterno “TBT”	63
5 CONCLUSÃO.....	66
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
7 ANEXOS	75
7.1 Anexo 1 – Questionário completo.....	75
7.2 Anexo 2 – Respostas discursivas	84

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais online têm se transformado em múltiplas plataformas de comunicação, informação e entretenimento na atualidade. Com o aprimoramento dessas plataformas, sobretudo por causa da presença e evolução dos algoritmos para *Big Data*, essas redes, que foram pensadas como possíveis espaços de promoção das interações sociais no ambiente digital, têm sugerido outras formas de uso, apontando para um certo deslocamento de tal objetivo para o foco no consumo.

Uma das plataformas de maior destaque na atualidade é o Instagram, que permite o registro e o compartilhamento do aqui e agora no presente instantâneo. Com mais de um bilhão de seguidores no mundo, sendo 500 milhões ativos diariamente, o Instagram faz parte do mercado lucrativo das redes sociais na internet e é responsável por lançar os chamados “*influencers* digitais”, os novos blogueiros da Web 3.0.

Por isso, muitos estudos abordam o Instagram sob uma perspectiva mercadológica. Outros focam no movimento narcísico das *selfies*, que, apesar de não serem restritas ao Instagram – uma vez que o surgimento dessas está diretamente relacionado às câmeras digitais dos smartphones –, alimentam um dos principais recursos da plataforma: os *stories* (hoje presente nas principais redes sociais e aplicativos de mensagens).

Este trabalho, por sua vez, pretende cooperar com a linha de pesquisa que analisa as redes sociais online e, especialmente, o Instagram, a partir do campo afetivo, reconhecendo os afetos como condição de comunicação. Nesse sentido, nosso objetivo é encontrar pistas que indiquem, a partir do Instagram, se os vínculos afetivos estão sendo ou não mantidos através das plataformas digitais. Para isso, fizemos um recorte espaço-temporal oportuno, uma vez que, com a pandemia do novo coronavírus em curso – e as alterações das rotinas, individuais e coletivas, impulsionadas pelas medidas de prevenção contra a Covid-19, como o isolamento social –, o uso dessas plataformas foi intensificado.

É certo que já estávamos passando por uma acelerada revolução nos meios de comunicação e informação digitais. Os serviços de *streaming* de produtos audiovisuais, as próprias redes sociais online, o regime de teletrabalho (*home office*), *delivery* por aplicativo, *e-commerce* e educação à distância já apontavam para novas possibilidades de adaptação das práticas tradicionais. Entretanto, o que diferencia o nosso uso na pandemia é que, impossibilitados de ocupar espaços físicos – sobretudo, públicos –, de ter contato presencial com o mundo que habitamos e de interagir fisicamente com outros, nossa apreensão da realidade e nossas relações, com os outros e com o mundo, têm sido realizadas intensivamente

por meio dessas plataformas.

Nesse sentido, temos um interessante cenário para o estudo da Comunicação, o qual eu e a professora Ieda Tucherman estamos concebendo, neste trabalho, como o *presente-corona*: um espaço-tempo no qual a ideia de futuro está em suspensão, já que o presente está fortemente ligado à morte, fazendo com que sejamos tomados por afetos como tristeza, solidão, ansiedade e medo, que de certa forma paralisam o sujeito contemporâneo. Tal condição é completamente contrastante com os imperativos mercadológicos de produção, consumo, felicidade, empreendedorismo, saúde e sucesso que permeiam a nossa sociedade. Somado a isso, a nossa compreensão de realidade, que era fundida entre o mundo material (físico) e o virtual, deslocou-se significativamente para o campo virtual, no ambiente digital. Ou seja, para além dos nossos sentidos, corpos e perspectivas, temos ainda a formatação das próprias plataformas, que atendem a estratégias algorítmicas das corporações que as administram.

Para entender melhor esse novo contexto, no primeiro capítulo, vamos detalhar seus aspectos, concebendo-o não só a partir do seu agente causador, o coronavírus, mas de seus desdobramentos e consequentes impactos nos sistemas da sociedade ocidental, com foco na realidade brasileira. Como uma retrospectiva, partindo do início da pandemia, usaremos informações disponibilizadas pelos órgãos oficiais de saúde, nacionais e internacionais, e dos portais de notícia, que tiveram um papel fundamental no registro e divulgação de uma gama de assuntos referentes à pauta pandêmica.

Como o presente-corona não se estabelece do nada, é importante ainda apresentar o modelo da sociedade contemporânea para compreendermos os atritos causados por esse novo espaço-tempo. Para isso, vamos entender o conceito de sociedade biotecnológica de mercado, da teórica da Comunicação Ieda Tucherman, dialogando com as ideias do filósofo Byung-Chul Han e outros pensadores. Contaremos ainda com as contribuições da série *Pandemia Crítica*, da editora N-1 Edições, que desde o início da pandemia tem reunido artigos de estudiosos de diversos campos do conhecimento.

Em seguida, tendo exposto um panorama geral acerca da pandemia, no segundo capítulo vamos adentrar no nosso objeto de pesquisa: o Instagram. Antes de começarmos a pensar em suas especificidades, é preciso entendê-lo, primeiramente, como plataforma e rede social online. Para isso, usaremos o conceito desenvolvido pela pesquisadora Raquel Recuero. Em seguida mostraremos os principais recursos e ferramentas da plataforma, que foram aperfeiçoados ao longo dos anos, sobretudo a partir do momento em que ela foi comprada pelo Grupo Facebook, apontando para a nossa hipótese sobre a sua transformação em plataforma de entretenimento, que tem como principal produto o próprio usuário.

A partir da tese de Paula Sibilia, vamos entender como, desde a Web 2.0, o *eu* já vinha sendo constituído como o principal objeto de consumo dessas plataformas, com a diluição dos limites entre o público e o privado e a consequente publicização das vidas privadas e íntimas na internet. Cada vez mais distante de ser um espaço entre *eu e os outros*, o Instagram tem se tornado um ambiente de competição de números de seguidores e de produção de conteúdo, sendo conferido ao outro o papel de apenas validar tal conteúdo por meio de interações básicas como visualizações, curtidas, compartilhamentos e comentários.

Narcisicamente, o *eu* tem se tornado um produto – e não só porque disponibilizamos os nossos dados para as corporações donas dessas plataformas, como sintetizado no documentário da Netflix “O dilema das redes” (2020). O que está em evidência aqui é como um padrão de subjetividade comercial, adestrado, tem circulado nessa rede, submetendo os usuários, que podem ter a falsa sensação de estar em um ambiente proposto à exposição de suas rotinas, afetos, conquistas, viagens, sem perceber que, na verdade, obedecem a estratégias mercadológicas.

Com o foco no *eu* e no consumo, os vínculos vão sendo substituídos por conexões frouxas, efêmeras e múltiplas nessas plataformas, o que contribui para a resposta da nossa pergunta central. Para exemplificarmos melhor essa questão, vamos abordar a forma como o amor é concebido em páginas específicas de produção de conteúdo para a internet. É válido ressaltar que ao longo deste capítulo, utilizamos capturas de tela de páginas de conteúdo relevantes no Instagram, como os perfis Nazaré Amarga (@nazareamarga), Sou Eu Na Vida (@soueunavida) e SMS Indelicado (@smsindelicado), que possuem, respectivamente, cerca de 9 milhões, 15,7 milhões e 5,6 milhões de seguidores¹. Não por acaso, essas imagens são compostas por *tweets*² que, justamente através do movimento de captura, são publicados como fotos no Instagram, rede na qual as interações são mediadas, essencialmente, pela imagem. Ou seja, ainda que os *tweets* permitam a inclusão de fotos, vídeos e *GIFs*, as curtas e rápidas mensagens de texto são transformadas em imagens para serem consumidas e compartilhadas, não só no Instagram, como em outras redes sociais e aplicativos de mensagens, sendo essa a principal forma de criação dos chamados *memes*³ na internet atualmente.

Por fim, no último capítulo, pensando em como esses conteúdos são consumidos justamente por jovens e na forma como eles foram impactados pela pandemia, vamos analisar os dados obtidos por meio de um questionário respondido pelos alunos de graduação da Escola

¹ Os dados são de 6 de julho de 2021.

² Publicações realizadas no Twitter, rede social online com formato visual de microblogue.

³ Imagens, vídeos e *GIFs* que geram humor na internet, geralmente acompanhados de textos ou legendas curtos.

de Comunicação (ECO) da UFRJ. Em uma época da vida já tão propensa a incertezas, como a escolha de uma carreira, o primeiro emprego de muitos, a oportunidade de intercâmbio, a mudança de cidade e/ou estado, os amores, a independência financeira, a entrada no mercado de trabalho, a carteira de motorista e outros, esses universitários ainda tiveram de lidar com todas as questões relacionadas ao presente-corona, que serão apresentadas a seguir.

Independentemente de uma possível resposta encontrada, a princípio, por este trabalho, não queremos aqui definir ou julgar o Instagram. Ao mesmo tempo, e aqui deixo o meu interesse pessoal pelo tema, esta pesquisa parte de uma observação participante. Pertencço a esta geração, ao conjunto de alunos da ECO-UFRJ e, nesse sentido, meu ponto de vista tem dois lados, como as duas faces do deus *Janus* que Freud tinha em sua mesa: de um, sou investigadora; de outro, também aluna, que começou o seu curso universitário de forma presencial, uma vez que entrei no primeiro semestre de 2016, e finalizo meu percurso no modelo remoto. Retrato de um recorte de geração? Eu não iria tão longe. Mas, certamente, se a voz é minha, o exemplo não é único.

A recepção dos calouros na primeira semana de aulas, o ECOmeço – com atividades variadas e a tão esperada pintura –, choppadas, jogos universitários, semanas e eventos de integração acadêmica, a formatura e outros, são alguns dos rituais presentes na universidade, responsáveis pela criação e manutenção dos vínculos, que mobilizam toda a comunidade, incluindo os corpos discente, docente, técnico e profissionais dos serviços terceirizados.

Ainda que o sentimento de pertencimento seja algo virtual, ele tem referência física na faculdade, suas estruturas e espaços, como o Palácio, as salas de aula, o Laginho, os azulejos portugueses etc. Por mais que algumas dessas atividades possam estar sendo realizadas remotamente e os alunos, sobretudo os de maior vulnerabilidade socioeconômica, estejam recebendo o apoio da universidade para se organizar nesse novo sistema, continuar cultivando tal afeto é, de fato, um grande desafio, especialmente para aqueles que estão entrando na ECO nesse modelo.

Além disso, a ocupação da universidade é um ato político e esse novo espaço-tempo exige do coletivo novas formas de mobilização efetivas. Nesse sentido, este trabalho pretende colaborar para uma linha de pesquisa, pensando nas redes de sociabilidade e na cibercultura, mas também espera ajudar a nossa instituição a lidar com uma nova realidade sem perdermos aquilo que nos mantêm: os vínculos.

2 A PANDEMIA

O ano de 2020 foi marcado pela eclosão da pandemia de Covid-19, doença causada por um novo coronavírus, o SARS-CoV-2. Segundo informações do Ministério da Saúde (2020), os coronavírus são uma grande família de vírus comuns em várias espécies de animais, incluindo camelos, gado, gatos e morcegos. Até então, o que se sabia era que apenas seis tipos de coronavírus que infectam animais podiam infectar pessoas, como, por exemplo, o MERS-CoV e o SARS-CoV. Entretanto, em dezembro de 2019, o SARS-CoV-2 foi identificado pela primeira vez em humanos na cidade de Wuhan, em Hubei, China, e sua transmissão teria relação com o Mercado Atacadista de Frutos do Mar de Huanan (UM ANO..., 2021), mercado popular de grande circulação que comercializava animais e frutos do mar frescos.

Uma das principais características da Covid-19 é o seu espectro clínico variado. De acordo com o Ministério da Saúde (2020), a maioria dos infectados pode apresentar quadros assintomáticos ou leves, isto é, sintomas como tosse, febre, coriza, dor de garganta, dor de cabeça, náuseas, vômitos, diarreia, cansaço e diminuição do apetite. Porém, o grande perigo da Covid-19 é que, sobretudo em pessoas maiores de 60 anos e portadores de doenças crônicas, como diabetes, obesidade, hipertensão e outras comorbidades, o quadro da doença pode evoluir para dificuldade de respiração e dispneia (falta de ar) e até pneumonia severa, provocando uma Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG), o que exige intervenção hospitalar para o uso de ventilador mecânico e intubação.

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a pandemia (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE, 2020) e sugeriu recomendações para conter o seu avanço, como a higienização frequente das mãos com água e sabão, álcool em gel ou álcool líquido 70%, uso de máscara e distanciamento físico. Este já havia sido experimentado em outras situações para evitar o contágio de doenças, mas, com a pandemia de Covid-19, a prática do isolamento social foi realizada pela primeira vez em escala global, como afirma o infectologista do Hospital Alemão Oswaldo Cruz Stefan Cunha Ujvari, pesquisador e autor do livro “Pandemias: a humanidade em risco” (QUARENTENA..., 2020).

No Brasil, os primeiros casos surgiram após o Carnaval 2020 e, poucas semanas depois da declaração da OMS, várias cidades do país começaram a implementar a quarentena obrigatória (CORONAVÍRUS..., 2020) para o comércio e serviços considerados não essenciais. Em meados do ano, o isolamento começou a ser flexibilizado em muitos lugares e os números de casos da doença voltaram a disparar. Ao final de 2020, países como Reino Unido e Estados

Unidos começaram a “corrida” de vacinação contra a Covid-19. Segundo dados do painel⁴ da OMS, até 8 de junho de 2021, foram confirmados mais de 173 milhões de casos no mundo, resultando em, aproximadamente, 3,7 milhões de mortes. Só no Brasil, foram registrados cerca de 17 milhões de casos, sendo o número de mortes superior a 473 mil.

2.1 Um novo espaço-tempo

Muitas são as questões deste momento que podem interessar ao estudo das Ciências Humanas e, sobretudo, da Comunicação. Primeiramente, porque bem mais do que um agente protagonista, pautado pela agenda da grande mídia, pelas redes sociais e pela própria sociedade, o coronavírus se apresenta como um novo ambiente, o meio em que estamos vivendo. Ele define o presente: o *presente-corona*.

O SARS-CoV-2 também coloca em evidência a coexistência de duas temporalidades, porque uma das possibilidades de seu surgimento nos remete à uma temporalidade antiga, na qual o mercado de animais silvestres pode ser comparado aos mercados medievais, mas, ao mesmo tempo, ele se propaga e “viaja” no século XXI por causa da globalização e suas facilidades de transporte, que propiciam o intercâmbio cultural e econômico. O coronavírus possui, então, um anacronismo característico do contemporâneo, que “aponta para aquilo que não somos mais, porém ainda com os sintomas e aquilo que estamos nos tornando, devindo” (AGAMBEN, 2009 apud TUCHERMAN, 2019, p. 120).

Há ainda dois aspectos fundamentais para se pensar o vírus: sua imprevisibilidade e sua velocidade de propagação. Primeiramente, porque várias pessoas podem ser infectadas e não sentir nada; algumas, simplesmente, não serão; outras precisarão ser internadas; e muitas perderão a própria vida. Por mais que estudos apontem a incidência da doença em pessoas com comorbidades ou idade avançada (TOLEDO, 2020), não significa que não haja exceções, e isso gera medo. Principalmente quando sabemos, por amigos e conhecidos ou pela mídia, de pessoas jovens, saudáveis, que não resistiram à doença ou ficaram muito debilitadas após o contágio (COSTA, 2020).

Tal situação reintroduz a sensação latente, presente e constante da finitude humana, quebrando com a expectativa criada pelo discurso das biociências, como a biotecnologia, que prometia certa “erradicação da morte” a partir do uso de técnicas de previsão e cálculo de riscos, fármacos, práticas e outros para o prolongamento máximo do tempo de vida do sujeito

⁴ WHO Coronavirus (Covid-19) Dashboard

contemporâneo, e conseqüentemente, do seu tempo de produção e consumo.

Também é válido ressaltar que não estamos lidando com um inimigo da nossa própria natureza, uma vez que homem e vírus pertencem a instâncias biológicas diferentes:

O coronavírus, responsável pela pandemia nossa de cada dia, mudou, adaptou-se e transbordou dos morcegos para os pangolins, e desses simpáticos animais, para nós. Essa corrida contaminada de mutações contínuas é a essência dos vírus: eles se transformam o tempo todo, mudando de ambiente e tornando possível seguir por aqui, seja nos nossos pulmões ou no interior dos morcegos. Nós, mamíferos, temos mais dificuldades nessa corrida. Nossas gerações não se alternam tão rapidamente quanto as dos vírus. Nossas possibilidades de adaptação são mais exíguas e, como resultado, somos participantes vagarosos dessa corrida. (BENSUSAN, 2020)

Por mais óbvio que pareça, é importante destacar que, nesse sentido, nem podemos falar que o vírus é mais “rápido” do que o homem, porque a noção de tempo, como nós o concebemos, é uma construção humana. Enquanto o vírus está em constante replicação de si mesmo, nós estamos em plena multiplicação celular, pois somos biologicamente mais complexos. O que de fato é mais rápido é a forma como o vírus se dissemina e se alastra pelo mundo em relação ao tempo que os nossos sistemas de saúde, a economia e a própria ciência precisam para desenvolver respostas.

Esse vírus está discriminando a humanidade. Basta olhar em volta. O melão-de-são-caetano continua a crescer aqui do lado de casa. A natureza segue. O vírus não mata pássaros, ursos, nenhum outro ser, apenas humanos e seu mundo artificial, seu modo de funcionamento que entrou em crise. É terrível o que está acontecendo, mas a sociedade precisa entender que não somos o sal da terra. Temos que abandonar o antropocentrismo; há muita vida além da gente, não fazemos falta na biodiversidade. Pelo contrário. Desde pequenos, aprendemos que há listas de espécies em extinção. Enquanto essas listas aumentam, os humanos proliferam, destruindo florestas, rios e animais. Somos piores que a Covid-19. Esse pacote chamado de humanidade vai sendo descolado de maneira absoluta desse organismo que é a Terra, vivendo numa abstração civilizatória que suprime a diversidade, nega a pluralidade das formas de vida, de existência e de hábitos. (KRENAK, 2020, p. 4)

2.2 Sujeito e sociedade no presente-corona

No presente-corona, o modelo de vida contemporâneo é profundamente abalado. Segundo Tucherman (2019, p. 93), vivemos em uma sociedade biotecnológica de mercado, na qual a palavra de ordem é eficácia e o impossível é, na verdade, algo ainda economicamente inviável. Influenciados por padrões de alta produtividade do mercado e pela busca incansável pela felicidade, como objeto de consumo, os indivíduos desse contexto devem estar sempre fazendo previsões e cálculos, como fazem a ciência, a saúde e a economia, para ter garantias do sucesso, afastando assim todo e qualquer risco.

O homem econômico seria substituído pelo empreendedor de si tornando-se um capital humano constituído de elementos que seriam inatos e outros fatores adquiridos. Podemos acrescentar também um capital social. Nesta atualidade, devemos ser empreendedores de nós mesmos, fazendo uma gestão calculada e cuidadosa da nossa vida a partir das novas descobertas da biociência e das informações que nos são divulgadas. Note-se aí, e de imediato, a viciada relação ciência e mídia, a mídia conferindo visibilidade, e a ciência conferindo prestígio, assim como aparece a descoletivização dos riscos, o que aponta na direção já nomeada como “cultura do narcisismo”. (FOUCAULT, 2008a apud TUCHERMAN, 2019, p. 94)

Parece que encontramos um adversário que nos tirou do nosso pedestal. No nosso estilo de vida acelerado, no qual os afetos tristes não podem ser expostos porque estes demonstram fraqueza, estamos constantemente administrando fármacos ou hábitos para prevenir esses sentimentos. O coronavírus, por ser algo desconhecido e, por isso, economicamente inviável, coloca em cena a nossa finitude outra vez, trazendo à tona afetos como angústia, solidão, tristeza, sentimentos esses que geralmente são considerados por esse discurso (FOUCAULT, 1996, p. 8-9) como não pertencentes ao indivíduo contemporâneo, feliz, sociável, fitness etc. Afinal, como explica Lipovetsky, é em nome dessa “falsa” felicidade que se desenvolve a sociedade de hiperconsumo:

Guias e métodos para viver melhor fervilham, a televisão e os jornais destilam conselhos de saúde e de forma, os psicólogos ajudam os casais e os pais em dificuldade, os gurus que prometem a plenitude multiplicam-se. (...) À força de ter feito da felicidade um ideal supremo, esta se tornou um sistema de intimidação, uma “injunção terrificante” de que somos todos vítimas. Assim, o direito à felicidade transformou-se em imperativo de euforia, criando vergonha ou mal-estar naqueles que dela se sentem excluídos. À hora em que reina a “felicidade despótica”, os indivíduos não são mais apenas infelizes, sentem a culpabilidade de não se sentir bem. (LIPOVETSKY, 2006, p. 209)

Nesse sentido, sem previsões, sem possibilidade de planejamento, o sujeito do presente-corona é tomado por um sentimento de paralisação, sobrecarregado, ainda, por um grande luto, afirmado pelo obituário crescente que abala a nossa noção de futuro, ligada à qualidade ou expectativa de vida, colocando a morte em evidência. E não somente a nossa própria morte, mas também a morte dos outros.

O que vem por aí, ninguém sabe. Adivinhamos e tememos que seja devastador, em número de mortes, em sofrimento, e em destruição. Mas, como não temos uma ideia clara do que poderá ser uma tal catástrofe, a ignorância e a confusão amplificam o nosso medo. Será um desastre planetário e regional, coletivo e individual, já presente e ainda futuro, conhecido e familiar, mas sempre longínquo e estrangeiro, destinado aos outros mas cada vez mais perto. Não é simples medo da morte, é a angústia da morte absurda, imprevista, brutal e sem razão, violenta e injusta. Arrebenta como o sentido e quebra o nexo do mundo. (...) Este medo é, sobretudo, o medo dos outros. O contágio vem inopinadamente, violentamente e ao acaso. Qualquer um, estrangeiro ou familiar, pode infectar-nos. O acaso e contato passam a ser perigo e ocasião de morte possível, e todo o encontro, um mau encontro. Neste sentido, o outro é o mal radical. (GIL, 2020)

O outro, por ser diferente, isto é, aquilo que não é normalizado, é frequentemente interpretado como uma ameaça. Segundo Byung-Chul Han (2017, p. 9-11), atualmente, somos tomados pelo discurso público, político e midiático da transparência, que não se resume apenas ao combate da corrupção, à liberdade de expressão e ao acesso à informação. Na verdade, tal discurso é niilista, conceito cunhado por Nietzsche na parábola do cordeiro e a ave de rapina no §XIII da primeira parte do livro *Genealogia da Moral* (1887), e tem o interesse de eliminar toda negatividade e alteridade para tornar a sociedade da transparência em uma sociedade positiva, que tende a se uniformizar a partir do momento em que nega as diferenças – colocadas sempre em oposição ao padrão, positivo. O curioso é que, na pandemia, a nossa bolha social dos iguais uniformizados – que constitui o nosso capital social –, nós mesmos e os outros oferecemos o mesmo perigo. Ao mesmo tempo que temos medo de sermos infectados, somos tomados pela culpa de infectar.

2.3 Os abismos sociais e a vulnerabilidade do coletivo

É verdade que, em tempos pandêmicos, todos oferecemos perigo uns aos outros por podermos, biologicamente, transportar o vírus. Entretanto, seria uma grande falácia dizer que, neste momento, estamos todos igualmente vulneráveis, pois “a doença não é tão ‘democrática’ assim, como muitos têm afirmado, tendo em vista que as condições de possibilidade para a prevenção e acesso ao tratamento não são as mesmas” (MARTINS, 2020).

Se pensarmos em quem pode, verdadeiramente, realizar o isolamento social no Brasil, por exemplo, seguindo rigorosamente as orientações impostas pelos órgãos de saúde, veremos que “não estamos todos no mesmo barco”. Um estudo (BOEHM, 2020) realizado pelo Instituto Pólis, na cidade de São Paulo, de 1 de março a 31 de julho de 2020, indicou que a mortalidade por Covid-19 é maior entre a população negra⁵. Segundo o epidemiologista Jorge Kayano, isso se deve ao fato de essa população, em sua maioria, residir em moradias mais precárias, sobretudo em comunidades que não possuem infraestrutura sanitária ou acesso à serviços básicos de saúde. A população negra brasileira ainda possui índices de escolarização inferiores aos da parcela branca da população do país (BERMÚDEZ, 2020) e isso, aliado ao racismo estrutural, contribui para que a renda dos negros no Brasil seja ainda menor (LOPES, 2020).

⁵ Essa não é uma realidade apenas da cidade de São Paulo. Outros levantamentos apontam que o coronavírus mata 40% mais negros que brancos no Brasil (CARVALHO; DURAN; VIÑAS, 2020) e, especificamente sobre os internados por Covid-19 no país, a taxa de mortalidade é de 55% para negros, contra 38% para brancos (MADEIRO, 2020).

Vivemos, neste momento, dois tempos diferentes em simultâneo: o nosso presente da vida confinada e o tempo da espera que a pandemia acabe. (...) Alguns pensam que este período de isolamento deverá ser aproveitado para tomar consciência da necessidade de mudar de vida, recusando voltar à “normalidade”. A normalidade representa o tecnocapitalismo e a vida caótica que ele engendra. Através das fragilidades e insuficiências das políticas de saúde, esta crise revelou *in vivo* a desigualdade que condena tendencialmente os pobres à contaminação e à morte, a indiferença dos sistemas económicos perante o sofrimento e a doença, ou a falta de solidariedade e de coesão dos Estados membros da união Europeia. Mas mais profundamente, ela mostrou, segundo muitos, a futilidade e o vazio da vida sem sentido em que os povos viviam antes da pandemia. (GIL, 2020)

Além do cenário exposto pelo filósofo português José Gil, na citação acima, países como Estados Unidos e Brasil ainda têm outro aliado ao coronavírus: o negacionismo científico. A onda negacionista em relação à ciência nesses dois países tomou força com as últimas eleições presidenciais anteriores à pandemia. Em seu governo, Donald Trump propôs cortes nos recursos de agências científicas governamentais (CRÍTICAS..., 2017), além de demonstrar publicamente o seu total descrédito à classe científica (TRUMP..., 2018). No Brasil, em 2019, o Governo Bolsonaro realizou corte orçamentário de 42% em ciência e tecnologia (CORTE..., 2019). Não surpreendentemente, esses países lideraram o ranking de casos e mortes por Covid-19 ao longo de todo o ano de 2020 e início de 2021. É válido lembrar também que Trump e Bolsonaro apoiaram o uso de substâncias sem respaldo científico (COLL, 2020) para o tratamento da Covid-19.

De 8 de dezembro de 2020 a 16 de janeiro de 2021, mais de 50 países (HOMERO, 2021) iniciaram seus planos de vacinação contra o novo coronavírus. No Brasil, após a aprovação da Anvisa para o uso emergencial da vacina CoronaVac, o Governo de São Paulo iniciou a imunização no dia 17 de janeiro de 2021 (RODRIGUES, 2021). Antes desse marco histórico acontecer e ser fortemente repercutido e celebrado nas redes sociais como a vitória da ciência frente ao negacionismo, que tanto a prejudicou durante a crise sanitária, os brasileiros sentiram a angústia de uma espera, enquanto cerca de 28 milhões de pessoas já haviam sido vacinadas no mundo. Essas e outras situações, expostas a seguir, marcaram as particularidades da pandemia no País.

Em março de 2020, moradores da Baixada Fluminense e Zona Norte do Rio de Janeiro chegaram a ficar mais de 20 dias sem água em suas casas (SOUPIN, 2020). Já o Estado do Amapá enfrentou três apagões de novembro de 2020 a janeiro de 2021 (TERCEIRO..., 2021). Só em novembro foram 22 dias sem energia elétrica, resultando um caos de abastecimento geral de itens básicos como água, alimento e combustíveis (APAGÃO..., 2020). Ainda na região Norte, no dia 14 de janeiro de 2021, a falta de cilindros de oxigênio nos hospitais de Manaus, Amazonas, foi responsável pela asfixia – e morte – de pacientes internados, marcando, como

dito em reportagem do jornal *El País*, “mais um capítulo sombrio da pandemia de Covid-19 no Brasil” (JIMÉNEZ; OLIVEIRA, 2021). Somado a isso, escândalos de corrupção envolvendo hospitais de campanhas se multiplicaram pelo Brasil. A insatisfação com gestão pública frente à pandemia, sobretudo na Saúde, ficou ainda mais evidente após a instauração da CPI da Covid que, ao investigar ações e omissões do Governo Federal, descobriu que, em 2020, 53 e-mails da fabricante de imunizantes Pfizer foram ignorados, correspondentes a uma proposta de 70 milhões de doses de vacina por metade do valor ofertado aos EUA e União Europeia (CANZIAN; CANCIAN, 2021).

Segundo análise da Socialbakers (ALVES, 2020), a “#FiqueEmCasa” foi a mais usada no Brasil em 2020 no Facebook e no Instagram. Entretanto, a quarentena não foi voluntária para muitos trabalhadores brasileiros. Enquanto 46% das empresas adotaram o sistema de teletrabalho (MELLO, 2020), os informais viram sua renda despencar significativamente (VERÍSSIMO, 2020). O índice de desemprego também aumentou: “segundo o IBGE, o país encerrou o mês [de novembro de 2020] com 14 milhões de desempregados, 200 mil a mais que em outubro e quase 4 milhões a mais que em maio” (ALVARENGA, 2020). Já para os trabalhadores de serviços essenciais, como supermercados, transportes e saúde, o convívio com o medo de se infectar pelo vírus e de carregá-lo para casa se tornou constante (FERREIRA, 2020).

Esses contrastes precisam ser bem colocados porque, apesar do isolamento social ter sido realizado em escala global, suas condições não foram as mesmas para todos. Essas condições variaram tanto no âmbito coletivo, com cada país com suas particularidades políticas, sociais e econômicas, como no âmbito individual, na relação do sujeito consigo mesmo, do sujeito com o outro e do sujeito com o mundo. No presente-corona, as relações entre o individual e o coletivo, o familiar e o estrangeiro, o público e o privado (e o íntimo) são abaladas, evidenciando a complexidade de compreensão deste tempo.

2.4 A apreensão da realidade no presente-corona

“O verão europeu parece um inverno perpétuo porque não há quase ninguém nas ruas, não há risos nem festas, nem amigos que se abraçam” (AGUALUSA, 2020). A frase retirada do texto “Troco tudo por um abraço”, do escritor português José Eduardo Agualusa, demonstra alguns dos aspectos mais sensíveis gerados pela pandemia: a impossibilidade do encontro e do toque com o outro e da ocupação dos espaços públicos – e o conseqüente confinamento nos nossos espaços privados e íntimos.

Segundo dados da Organização das Nações Unidas (2020), as tecnologias digitais fazem parte da vida de metade da população mundial, sendo, nesse sentido, ferramentas importantes para a apreensão da realidade desse grupo de pessoas. Entretanto, sobretudo no início da pandemia, quando o isolamento social ainda não havia sido flexibilizado, o ambiente virtual e suas telas se tornaram a única opção para mantermos contatos com amigos, familiares e colegas de trabalho. Pela primeira vez, então, não fizemos o uso intensivo das mídias e redes sociais, da internet e das plataformas digitais por nossa própria vontade: o fizemos, obrigatoriamente, para não nos sentirmos sozinhos e deslocados do mundo – ironicamente, como as 3,6 bilhões de pessoas que não têm acesso à internet e estão excluídos do ambiente digital. Vimos na prática que, apesar de diversas atividades poderem ser realizadas pelas plataformas digitais, tal uso não substitui algumas das interações mantidas nos espaços físicos, sejam nossas com o mundo, sejam nossas com os outros no mundo:

Os rituais são essenciais para nossa existência e não cabem em dispositivos. A morte, o funeral, o parto, o adoecimento, a festa, o teatro, o jogo. Rituais que dependem de encontros e de presença. Partilhas sensíveis e essenciais da vida. Giorgio Agamben (2009, p. 48) já anunciava que “não haveria um só instante na vida dos indivíduos que não seja modelado, contaminado ou controlado por um dispositivo” (2009). Talvez não imaginássemos que isso aconteceria tão abruptamente, e sem a nossa possibilidade de escolha. (GUZZO, 2020)

Em outro artigo, Agualusa (2020) propõe a seguinte reflexão: é a realidade que está se desmanchando ou somos nós? De fato, a sensação de suspensão do tempo no presente-corona e a redução dos espaços habitados desestruturam aquilo que concebemos como realidade. Primeiramente, porque a vida contemporânea está fortemente ligada a uma ideia de futuro: passamos boa parte da nossa existência nos preocupando e nos preparando para termos uma condição socioeconômica melhor ao longo dos anos, sem, muitas vezes, percebermos que a vida é aquilo que acontece durante esse processo. Em segundo lugar, nós, fisicamente, não estamos desmoronando, mas o que se altera, na verdade, são as nossas subjetividades, uma vez que a nossa apreensão de mundo, neste período, está sendo, exaustivamente, mediada – e, consequentemente, afetada – por telas.

Na virada do ano de 2020 para 2021, o aplicativo⁶ de mensagens WhatsApp registrou 1,4 bilhão de ligações entre chamadas de voz e vídeo, um número 50% maior que o registrado no ano anterior (WHATSAPP..., 2021). Não só o WhatsApp, mas as plataformas de videoconferência, como Zoom, Google Meet, dentre tantas outras ferramentas digitais, foram usadas em larga escala durante 2020 e não deixarão de ser tão cedo. Será que essas ferramentas

⁶ Ferramentas e utilitários usados, principalmente, em dispositivos móveis, como celulares e tablets.

suprem ou conseguem fazer efetivamente a manutenção dos laços afetivos? O que essa experiência “global” pode apontar sobre as formas de subjetividades contemporâneas e a configuração das relações afetivas atuais? Como as redes sociais desestabelecem as relações entre os espaços? Se o futuro durante o presente-corona está em suspensão e o passado é a única coisa na qual podemos nos agarrar, a produção de afetos ligados ao passado tende a aumentar nas redes. Observar como dispositivos (AGAMBEN, 2009, p. 28-29) do presente, como o Instagram, que valoriza o aqui e o agora, disponibiliza afetos do passado no tempo instantâneo pode nos ajudar a compreender melhor o nosso próprio tempo.

A subjetividade digital implica novas percepções do espaço, do tempo e do corpo: o espaço deixou de ser “métrico”, euclidiano, referido a três coordenadas, para se tornar “topológico” (na terminologia de Michel Serres), remetendo apenas para um “lugar”. É o que acontece com o utilizador do telemóvel. A experiência do tempo já não remete para uma data ou um calendário, que dispõe o tempo a partir de um ponto zero, em série cronológica e objectiva, mas emerge o indivíduo profundamente num tempo virtual em que conta só o presente instantâneo que absorve passado e futuro, lembranças, expectativas e esperanças. O sujeito vive numa bolha que encapsula o tempo, o instante torna-se o único acontecimento, que tende a auto-referenciar-se. Quanto à experiência do corpo, ela é afetada no mesmo sentido, virtualizando-se. (...) Se na sociedade pós-industrial que é a nossa emergiram subjetividades de tipo “digital” facilmente adaptáveis a um espaço e a um tempo virtuais, e que tendem a dispensar o corpo, é porque o indivíduo e a coletividade sofreram uma imensa desterritorialização que abalou e desmantelou os referentes tradicionais. (GIL, 2020)

3 O INSTAGRAM

As formas de ser e estar no mundo estão diretamente ligadas ao ambiente digital na atualidade. O espaço, o tempo e o corpo, como colocado por José Gil, no final do capítulo anterior, estão em constante processo de ressignificação, uma vez que os avanços das tecnologias de informação e da biotecnologia apontam para a desterritorialização do sujeito contemporâneo, que pode habitar múltiplos lugares ao mesmo tempo – o que esvazia, de certa forma, o sentimento de pertencimento –, vivendo exaustivamente no presente instantâneo.

Deslocamento, mobilidade e desterritorialização tornaram-se palavras-chave no jargão acadêmico dos estudos sobre a cultura contemporânea e suas tecnologias de telepresença. Junto ao indefectível "não-lugar", de Marc Augé (1994), essas expressões e outras correlatas apontam para uma sensação de não-pertencimento típica do cotidiano pós-moderno, no qual reina o que poderíamos denominar um *pesadelo cartográfico*. Não é à toa que, segundo Bauman, a figura do turista funciona como emblema perfeito da experiência pós-moderna: "Eles realizam a façanha de não pertencer ao lugar que podem estar visitando (...) O nome do jogo é mobilidade" (1998: 114). Se no alvorecer da modernidade era natural o assombro com as vastidões dos territórios misteriosos, inexplorados e não mapeados, hoje o que nos inquieta é o desconforto de habitar uma "mediasfera" complexa e ainda a espera de seus corajosos cartógrafos. (...) A cibercultura é um "espaço" saturado pelas tecnologias digitais, no qual as formas de vida e comunicação são continuamente modeladas pela lógica e pela materialidade das novas mídias. (...) Se é tão difícil mapear a cibercultura, é porque estamos *inteiramente em seu interior*, mergulhados cotidianamente num ambiente de próteses tecnológicas e num imaginário tecnocultural cada vez mais pregnante. (FELINTO, 2007, p. 45-57)

Uma das plataformas de maior destaque da atualidade, que reúne em si essas e outras características relativas à sociedade e ao sujeito contemporâneo, é o Instagram. Com mais de um bilhão de usuários no mundo (INSTAGRAM..., 2020), sendo 500 milhões ativos diariamente (FLYON, 2020) – isto é, que acessam a plataforma –, o Instagram é a quarta rede social mais usada no Brasil, com 95 milhões de usuários no País (VOLPATO, 2021).

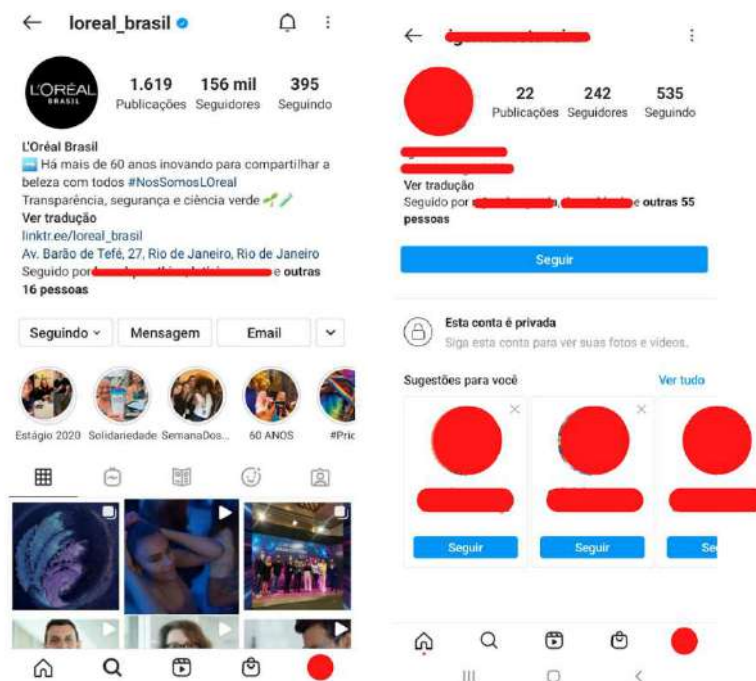
3.1 Redes sociais na internet: o conceito

Antes de nos aprofundarmos sobre o uso do Instagram, é importante destacarmos porque ele é entendido como uma rede social. Segundo Recuero, “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (WASSERMAN; FAUST, 1994; DEGENNE; FORSE, 1999, apud RECUERO, 2009, p. 24). Quando pensamos nas redes sociais na internet, tal meio afeta diretamente as representações desses atores e suas interações.

As redes sociais online, por exemplo, são apresentadas através de representações dos atores sociais. Ou seja, ao invés de acesso a um indivíduo, tem-se acesso à uma representação dele. Do mesmo modo, as conexões entre os indivíduos não são apenas laços sociais constituídos de relações sociais. No meio digital, as conexões entre os atores são marcadas pelas ferramentas que proporcionam a emergência dessas representações. As conexões são estabelecidas através dessas ferramentas e mantidas por elas. (RECUERO, 2012, p. 2)

Um site ou aplicativo de rede social deve permitir ao ator “(1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema fechado, (2) articular uma lista de usuários com quem divida uma conexão e (3) ver e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema” (BOYD; ELLISON, 2007 apud RECUERO, 2012, p. 2).

Figura 1 – Exemplos de perfis público e privado no Instagram



Fonte: Captura de tela do Instagram

De fato, o Instagram cumpre a definição. A rede social permite a criação de contas “privadas”, nas quais, sem pedir autorização, é possível ver apenas a foto de perfil do usuário. Já nos perfis completamente públicos, é possível ter acesso a todo o conteúdo da conta, independentemente de estar seguindo-a ou não, o que inclui as publicações do *feed* (mural fixo), os *stories* (efêmeros), a “bio” (abreviação de biografia), com uma breve descrição do perfil, além de saber quem são os seguidores do usuário e quem ele segue (inclusive os seguidores em comum de cada usuário), podendo segui-lo sem pedir sua autorização, algo obrigatório para a interação com contas privadas.

Entretanto, para além de uma aparente proposta de interação social, é importante conceber o Instagram como uma plataforma, que antes de intermediar ou facilitar uma ação é, primeira e essencialmente, mediadora, transformando e interferindo no curso da ação (GILLESPIE, 2010 apud MONTARDO, 2019, p. 171).

Plataformas importam no sentido em que, ao mesmo tempo que tecnicamente, promovem algumas conexões entre indivíduos, impedem outras, privilegiando, também, de acordo com seu design técnico, imperativos econômicos e enquadramentos regulatórios, a circulação de algumas imagens e postagens em detrimento de outras. (GILLESPIE, 2015 apud MONTARDO, 2019, p. 171)

Quando abordamos o Instagram como rede social, pensamos nas múltiplas possibilidades de interação ou conexão entre atores. Porém, quando o concebemos, anteriormente, como um plataforma, vemos que ele prioriza e privilegia determinadas interações em detrimento de outras a partir dos gostos e preferências do usuário, isso porque plataformas são “sistemas automatizados que projetam e manipulam conexões” (VAN DIJCK, 2013 apud MONTARDO, 2019, p. 171).

Figura 2 – Frequência de interações nas listas de “seguidores” e “seguindo”



Fonte: Captura de tela do Instagram

Não muito diferente dos mecanismos de busca como o Google, porém de forma, talvez, mais sutil, o Instagram sabe com quais conteúdos e contas os usuários têm interagido, por meio dos assuntos, *hashtags*⁷ e perfis buscados por eles na própria plataforma, pelos *posts*⁸ que curtem, comentam e compartilham com seus seguidores, e pelos perfis seguidos por esses usuários. Ou seja, o que ingenuamente poderia parecer um ambiente de favorecimento a

⁷ No Instagram, as *hashtags* direcionam o usuário para as publicações mais recentes ou mais relevantes (o usuário pode escolher) sobre uma determinada palavra-chave ou tópico de interesse.

⁸ Abreviação de postagem, publicação.

múltiplas interações é, na verdade, um ambiente de formatação e direcionamento estratégico dessas interações a partir de uma lógica algorítmica.

Esses filtros funcionam como verdadeiras bolhas que, de certo modo, nos aprisionam em nossas próprias preferências (PARISER, 2012). Como verdadeira representação prática do que se passou a chamar de Big Data, os filtros invisíveis estão em boa parte dos serviços que são utilizados para realizar uma busca na internet. Baseados em nossos históricos e preferências, Google, Facebook, Amazon e outras gigantes da rede apresentam conteúdos totalmente filtrados por algoritmos de parâmetros a fim de poupar seus usuários de um “esforço desnecessário”. (RODRIGUES, 2017, p. 11)

Talvez no início do Instagram isso não pudesse ser tão nítido, mas atualmente essas questões ficam mais claras quando analisamos as muitas transformações que tal plataforma teve nos últimos dez anos.

3.2 Interfaces e recursos do Instagram ao longo dos anos

Criado em 2010 pelo estadunidense Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, o Instagram foi pensado inicialmente apenas para smartphones. A proposta era permitir o compartilhamento instantâneo de fotos, inclusive em outras redes sociais, com a aplicação de filtros no estilo “retrô”, inspirada nas câmeras fotográficas de revelação instantânea, como a Polaroid.

Nos primeiros dois anos, o aplicativo foi disponibilizado apenas na App Store, loja de aplicativos da Apple, para celulares com sistema operacional iOS (iPhone), recebendo 15 milhões de downloads.

Figura 3 – Interface do Instagram para iPhone em 2011



Porém, foi com a disponibilização para Android, sistema operacional da Google, em 3 de abril de 2012, que o Instagram virou um grande sucesso mundial. Nos primeiros seis dias, o aplicativo foi baixado cinco milhões de vezes no Google Play Store. Não por acaso, no dia 9 de abril, o Instagram foi comprado pelo Grupo Facebook por um bilhão de dólares.

Figura 4 – Layout do Instagram para Android em 2012



Fonte: Techtudo

É a partir da incorporação do Instagram ao Grupo Facebook que as principais mudanças começaram a acontecer na rede social. Em 2013, a plataforma, que também já possuía alguns recursos para a versão *desktop*, ganhou a funcionalidade de publicação de vídeos curtos de até 15 segundos (sendo expandida para um minuto em 2015). Também foi liberado a publicação de vídeos e fotos em formato retangular, extinguindo a obrigatoriedade do formato quadrado, algo que era característico da rede, devido a aproximação com o estilo Polaroid. Essas e outras transformações, que veremos a seguir, marcam o distanciamento da ideia original do aplicativo, que foi cada vez mais adaptado ao mercado lucrativo das redes sociais (OS NOVOS..., 2016). Prova disso é a própria mudança do ícone do Instagram, que, em 2016, passou a se assemelhar às câmeras digitais dos smartphones.

Figura 5 – Evolução do ícone do Instagram



Fonte: NucleoExpert.com

Ainda em 2016, copiando o aplicativo de mensagens Snapchat, o Instagram lançou um de seus principais e mais famosos recursos, que ressignificou completamente o seu uso inicial: o *Story* (ou *Stories*, no plural). A ferramenta disponibiliza fotos e vídeos efêmeros – diferentemente das publicações do *feed*, o mural principal –, que desaparecem em 24 horas, e permite edições a partir da inclusão de *emojis*⁹, desenhos, textos, *GIFs*¹⁰, trilha sonora, enquetes e outros, aumentando consideravelmente a quantidade de conteúdo produzido na plataforma. Além dos próprios filtros do Instagram, os usuários também podem criar efeitos dinâmicos, que podem ser utilizados por todos na rede. Essas “máscaras” podem alterar rostos, corpos, vozes e até mesmo funcionar como desafios de perguntas e respostas, quiz etc.

Figura 6 – Layout do Instagram Stories



Fonte: Instagram

⁹ Ícones de origem japonesa, criados na década de 1990, atualmente utilizados em smartphones para representar sentimentos e expressões.

¹⁰ Graphics Interchange Format, formato de imagem composto pela compactação de várias cenas, exibindo movimento sem som.

A partir de 2017, começou a ser possível realizar vídeos ao vivo pela plataforma, compartilhando a tela com outros usuários e interagindo em um *chat*¹¹ em tempo real. Além disso, as publicações no *feed* também começaram a ser feitas como “carrossel”, isto é, uma única publicação composta por até dez fotos e/ou vídeos, de diferentes formatos.

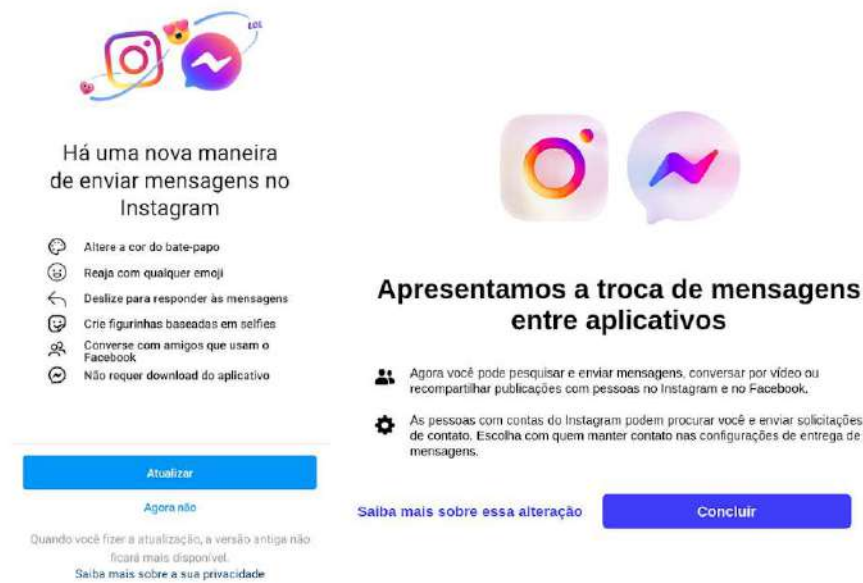
Em 2018, concorrendo diretamente com o YouTube, além da opção “ao vivo”, o Instagram passou a permitir a inserção de vídeos com duração superior a um minuto com o *IGTV*. No ano seguinte, assim como todos os produtos Facebook – como a própria rede social homônima e os aplicativos de mensagens Facebook Messenger e WhatsApp –, o Instagram recebeu a referência “From Facebook” na abertura do aplicativo. Já em 2020, o *Reels* foi adicionado como o mais novo recurso da plataforma para disputar com o concorrente TikTok, aplicativo para criação e compartilhamento de vídeos curtos, lançado em 2016 na China, onde é conhecido como Douyin. De forma semelhante, o *Reels* também permite a criação de vídeos curtos e criativos, que podem ser feitos em frames ou clipes, editados no próprio Instagram. A maioria dos *challenges*¹² da plataforma é feita pelo recurso.

Por fim, a mais recente modificação, que reforça o monopólio da empresa proprietária e apropriação do Instagram como um produto Facebook, foi a fusão do Instagram Direct ao Facebook Messenger (MENSAGENS..., 2021). As duas aplicações estavam presentes desde o início de suas respectivas redes como canais de envio de mensagens diretas dentro das próprias plataformas, com funcionamento similar ao do WhatsApp, porém com algumas limitações, como tempo máximo de um minuto para mensagens de voz. Assim como já era possível publicar (no *feed* ou *stories*) nas duas plataformas ao mesmo tempo, tanto pelo Facebook como pelo Instagram, agora também é possível mandar mensagens diretas para o Instagram pelo Facebook e vice-versa.

¹¹ Conversação, bate-papo.

¹² Vídeos curtos que promovem desafios ou transformações visuais. Podem abordar diversas temáticas, como dança, moda, maquiagem etc.

Figura 7 – Integração dos recursos Facebook Messenger e Direct Instagram



Fonte: Captura de tela do Instagram (*mobile*) e Facebook (*desktop*)

A incorporação de tantos recursos mostra que, em pouco mais de dez anos, o Instagram passou de uma rede social criada por dois amantes da fotografia, que tinham a ideia de transformar fotos amadoras feitas por smartphones em registros profissionais, a partir do tratamento da imagem (TERRA 2017, p. 18), para uma rede que reúne em si as principais funcionalidades de outras redes sociais e aplicativos de mensagens.

Mais do que “eliminar a concorrência”, o Instagram foi comprado por ela, em um momento em que o próprio Facebook percebeu certa migração dos usuários de redes sociais que privilegiavam o texto para plataformas de mediação pela imagem, sobretudo imagens do *eu*. Para além de falar sobre *si*, os usuários dessas plataformas se mostram, e o Instagram é hoje um dos principais canais de exibição e formatação de subjetividades, como veremos a seguir.

Apesar dessas ressalvas, seria tolo ignorar a influência que estes novos artefatos – que cada vez mais utilizamos para pensar, escrever, ler e nos comunicarmos – estão exercendo nos modos com que pensamos, escrevemos, lemos e nos comunicamos. Não existem instrumentos “neutros”, que simplesmente transmitem de maneira limpa e cristalina uma mensagem ou um “conteúdo” qualquer, de um ponto para outro ou de uma pessoa para outra. Os discursos são sempre atravessados não apenas pela materialidade do suporte no qual se inscrevem, mas também por todo um contexto histórico (e também circunstancial) que imprime sua marca na construção do sentido. (SIBILIA, 2007, p. 35)

3.3 A espetacularização do *eu*

Em sua tese de doutorado, intitulada “O show do eu”, Paula Sibilia (2007, p. 24) destaca a importância da Web 2.0¹³ como espaço de produção de novos gêneros autobiográficos e confessionais, uma vez que, conectados à internet, os usuários ganham novas possibilidades de registro das escritas de *si*, com webcams, blogs (videologs e fotologs) e redes sociais (Orkut, Facebook, MySpace, Youtube, MSN etc.), e, principalmente, a possibilidade de compartilhar tais registros publicamente em tempo real.

Dessa maneira, com a exacerbada produção de conteúdo sobre o *eu*, a partir de sua segunda geração, a rede mundial de computadores se tornou um espaço de exposição pública da vida privada e íntima. Segundo Sibilia (2007, p. 7), a desterritorialização e diluição dos limites entre essas esferas provoca uma fusão ou embaralhamento entre ficção e realidade, vida e obra, fruto da espetacularização do *eu* na plataforma digital.

Hoje, em contrapartida, domina uma falta total de distância, na qual a intimidade é exposta publicamente e o privado se torna público. (...) A falta de distância leva a que o privado e o público se misturem. A comunicação digital fornece essa exposição pornográfica da intimidade e da esfera privada. Também as redes sociais se mostram como espaços de exposição do privado. A mídia digital como tal *privatiza* a comunicação, ao deslocar a produção de informação do público para o privado. Roland Barthes define a esfera privada como “aquela esfera de espaço, de tempo onde eu não sou uma imagem, um objeto” (1985, p. 23). Visto desse modo, não teríamos mais hoje qualquer esfera privada, pois não há, agora, nenhuma esfera em que *eu não seria uma imagem*, em que não haveria nenhuma câmera. O Google Glass transforma os olhos humanos, eles mesmos, em uma câmera. *Os olhos mesmos fazem imagens*. Assim, nenhuma esfera privada é mais possível. A imperiosa coação icônico-pornográfica a desfaz inteiramente. (HAN, 2018, p. 13)

Publicada em 2007, no auge da Web 2.0, a tese de Sibilia já aponta para a tendência da supervalorização da imagem na internet em detrimento do texto (escrito), algo impulsionado, principalmente, pelo ambiente propício ao imediatismo, instantaneidade e frequente atualização dos conteúdos publicados na rede. Segundo Byung Chul Han (2018, p. 35), a temporalidade da mídia digital é o presente imediato.

Do e-mail – compreendido como “poderosa síntese” entre o telefone, a correspondência tradicional e o fax (SIBILIA, 2007, p. 16), – aos *chats*; destes aos programas de mensagens instantâneas; e, por fim, às redes sociais online, o texto digitado foi ganhando dinamicidade, sendo cada vez mais encurtado com abreviações, *emojis* (anteriormente, chamados de *emoticons*) e outros recursos próprios de cada plataforma, além da incorporação de áudios, fotos e vídeos no envio de mensagens diretas. A valorização da imagem em detrimento da escrita na

¹³ Termo cunhado por O'Reilly (2005).

plataforma digital é algo observado, por exemplo, desde o surgimento dos fotologs e videologs, que colocaram em cena a imagem “real” do *eu*, enquanto, nos blogs, o foco eram as narrativas escritas por esse *eu*. Há, nesse sentido, um incentivo à economia de tempo para decodificação da mensagem, típico da imprensa contemporânea. Com um grande volume de informação para codificar e decodificar, é crucial que elas sejam cada vez mais sintetizados.

Tal movimento ganha força com a presença dos smartphones no nosso cotidiano e a possibilidade de registro “ilimitado” ou “infinito” de fotos e vídeos, que podem ser descarregados em *drives* (nuvens eletrônicas), além da possibilidade de compartilhamento direto através das novas redes sociais de imagem e aplicativos de mensagens instantâneas.

Os smartphones estão no centro da mudança social na prática da fotografia. Antes, a tecnologia digital já havia facilitado o processo de produção e circulação de imagens com câmeras e arquivos digitais, mudando a fase analógica de uso de filmes e posterior revelações. O surgimento das redes sociais amplia sobremaneira essa potência. Hoje, os smartphones são os equipamentos mais utilizados para fazer fotografias no mundo e as redes sociais dedicadas à fotografia o local por excelência para a circulação das mesmas (FLICKR BLOG, 2016; INSTAGRAM BLOG, 2017; LENSVID, 2017). O telefone celular transforma-se em um “aparelho fotográfico universal” (GUNTHERT, 2014). A fotografia não é mais (apenas) uma prática para o registro de imagens em momentos solenes e especiais (BOURDIEU, 1965), mas vetor de comunicação com a banalização tanto da produção quanto da distribuição de fotos. Não importa mais o “momento único”, nem a qualidade técnica da imagem, mas sim o compartilhamento de momentos através dessas imagens. (LE MOS, 2018, p. 8)

Um ponto importante que deve ser ressaltado também é a mudança de como o outro foi entendido nas redes sociais online ao longo dos anos. No Orkut e no Facebook, por exemplo, quando alguém é – ou era, no caso do Orkut – admitido para uma lista de contatos, ele é considerado um “amigo”, podendo até ser classificado como família, melhores amigos etc. Já no Instagram e no Twitter, que são redes que atendem melhor à demanda de aceleração e velocidade de propagação de informações na atualidade, essa lista muda para “seguidores”. Enquanto os usuários do Orkut disputavam espaços para ser os primeiros a deixar “depoimentos” nos murais dos amigos, e no Facebook a “#textão” aparece junto aos longos desabafos do *eu*, que podem ser acompanhados ou não por imagens, no Instagram as fotos e vídeos ganham legendas curtas, com *hashtags*, e os *stories* surgem como diários “reais”, em uma espécie de noticiário 24h sobre a vida do *eu*.

Em “Arqueologia do discurso amoroso”, a professora Ieda Tucherman (2019, p. 148) relembra uma fala de Roger Odin em uma palestra à ECO-UFRJ, na qual o teórico do cinema diz que o celular mudou a nossa pergunta ontológica de “quem sou eu?” para “onde você está?”. Mais do que isso, é possível saber também com quem, como e o que o sujeito está fazendo. Tanto ele como a sua própria vida estão sempre disponíveis, acessíveis aos outros, o que inclui

seus diários de intimidade, de viagem e álbuns de família.

A principal característica das redes sociais é colocar a fotografia em fluxo de troca permanente, seja em uma galeria pessoal, seja em áreas de armazenamento temporário cuja imagem desaparece depois de um determinado tempo. Diferente da imagem guardada em álbuns pessoais para sempre, exibidos em momentos solenes, temos, com a foto digital e as redes sociais, um novo regime fotográfico, mais popular, massivo e personalizado. (LEMOS, 2018, p. 9)

De certa forma, poderíamos pensar que tal movimento implica na exposição da realidade, isto é, a vida dos usuários de forma “nua e crua”. Mas, na verdade, assim como a tese de Sibilía já destacava a estilização e ficcionalização do *eu* na Web 2.0, no Instagram, com a formatação do conteúdo, com filtros e efeitos, que funcionam como *photoshops* instantâneos de corpos e paisagens, todo o conteúdo acaba sendo alterado e editado de acordo com determinado senso estético.

No compasso de uma cultura cada vez mais ancorada em imagens, desmonta-se o velho império da palavra, e proliferam fenômenos (...) nos quais a lógica da visibilidade e o mercado das aparências desempenham papéis primordiais na construção de si e da própria vida como um relato. (SIBILIA, 2007, p. 48)

Figura 8 – Uso de filtros no Instagram



Fonte: Captura de tela do Instagram

Assim, mais do que documentários da “vida real”, o conteúdo *instagramável* é composto por performances do *eu*, que contêm traços da vida real, editados, mediados e transformados a partir da “imagem que se quer passar” para cumprir certo modelo de corpo, sujeito, felicidade, relacionamento etc. que circula no Instagram, uma plataforma que possui diversas ferramentas formatadoras que ajudam a compor tal ficção. Nesse sentido, outra questão que também chama a atenção é a ressignificação do termo “blogueiro(a)” ou “vlogueiro(a)”, referente a pessoas que compartilham conteúdo na internet como longas resenhas de livros, filmes, produtos e

vídeos de mais de dez minutos de duração, para “influenciador(a)”: aqueles que produzem especificamente conteúdo (muitas vezes, patrocinado) para ser consumido no Instagram. Prova disso é a repercussão de postagens como “Melhores frases para usar na legenda e aumentar o seu engajamento” ou “Quais são os horários de engajamento?”, demonstrando que ser influenciador virou a mais nova e cobiçada “profissão” do momento.

É fato que com o cinema, a literatura e até mesmo a televisão, com as novelas, as pessoas já importavam modelos de ser e estar no mundo. Entretanto, com o aperfeiçoamento das tecnologias digitais, o que se observa é a participação dos usuários não só como consumidores, mas também (re)produtores e, principalmente, produtos a serem consumidos uns pelos outros, fazendo das redes de sociabilidade bem mais do que redes de interação.

Redes como o Instagram obedecem à competitiva lógica mercadológica contemporânea e têm como principal ferramenta os algoritmos de *Big Data*, com os quais transformam toda criatividade e originalidade produzida em mercadoria, visando alcance e engajamento rentáveis – isto é, que virem concretamente lucro, cliques em sites de compras e serviços etc. Nesse sentido, os indivíduos singularizados – que para Han (2018, p. 17) compõem o que ele chama de “enxame digital” – “vendem” a si e sobre si para os outros, que também se “vendem” e se consomem, tornando-se produtos. Han (2017, p. 27-32) afirma que “na sociedade positiva, (...) as coisas, agora transformadas em mercadorias, têm de *ser expostas* para *ser*. (...) Cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu valor expositivo”.

Esta é, inclusive, a síntese do documentário “The Social Dilemma” (em português, “O dilema das redes”), de 2020: somos um produto. Mas, no Instagram, é possível perceber que não somos somente porque disponibilizamos os nossos dados para os sistemas das corporações presentes na internet, como apresentado no filme. Nós formatamos as nossas subjetividades e as apresentamos subordinadas às expectativas atuais de ideais de vida, sucesso, relacionamento, conquista etc., modelos que consumimos na sociedade, seja offline ou online, mas que se maximizam na rede social do *eu*.

O espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação. (...) O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominada. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação. (DEBORD, 2003, p. 14-15)

3.4 Afetos e comunicação no Instagram

Em “Arqueologia do discurso amoroso”, Tucherman (2019, p. 97) defende que o campo comunicacional pode ser sintetizado em duas palavras: mediação ou mediatização e vínculos. Estes, por sua vez, conferem “um certo pertencimento que nos ancora no mundo”. Os vínculos são, nesse sentido, uma experiência de pertencimento não escravizante, mas ontologicamente fundamental.

Como explicado ao longo do livro, o sujeito ocidental carrega consigo a herança religiosa (judaico-cristã) de criar vínculos. Eles, junto à mediação feita pela linguagem, são responsáveis pela configuração do “campo dinâmico da comunicação, nome que indica direção à ação comum”. Por meio da mediação da linguagem, que produz significado, conseguimos atribuir sentido às coisas, desenvolvendo modelos comunicacionais com os quais podemos construir narrativas: nossa principal forma de apreensão da realidade.

Vivemos enquanto temos histórias para contar. (...) Nossa vida faz e é feita de narrativas e, nesse sentido, viver é apenas incorporá-las. (...) Sejam elas de natureza científica, sociopolítica, existencial, simbólica ou imaginária, o que fazem é dar sentido ao tempo e ao mundo, gerar uma continuidade nos instantes dispersos, dar ao tempo e às ações e gestos por ele requeridos, qualidade e direções. Então, as narrativas são, no limite, as organizadoras do espaço e do tempo, gerando nosso espaço de experiência como uma unidade, e nossos desejos de futuro em um horizonte de expectativas. Acontece que as narrativas se inscrevem na história da cultura e dela adquirem a historicidade que lhes é própria, o que acrescenta outra forma de pensar a relação com o tempo. Falamos de percepções e memórias, de duração e fim, de rupturas e deslocamentos, assim como das paixões e sentimentos que experimentamos no espaço e das expectativas que desejamos ou rejeitamos nos horizontes dos amanhãs possíveis. (TUCHERMAN, 2019, p. 133-134)

Nesse contexto, os afetos se transformam, justamente, nessa necessidade de pertencimento, o que faz do vínculo afetivo produto e produtor de comunicação, isto é, deflagrador do processo comunicativo, aquilo que costura a nossa permanência na estrutura comunicativa. Isso porque, como afirma Eva Illouz (2011, p. 9), “longe de serem pré-sociais ou pré-culturais, os afetos são significados culturais e relações sociais inseparavelmente comprimidos”.

O afeto é uma entidade psicológica, sem dúvida, mas é também e talvez até mais, uma entidade cultural e social: através dos afetos nós pomos em prática as definições culturais de individualidade, tal como se expressam em relações concretas e imediatas, mas sempre definidas em termos culturais e sociais. Assim, como dito, os sentimentos são significados culturais e relações sociais muito compactados, e é essa compressão compacta que lhes confere sua energia e, portanto, seu caráter pré-reflexivo, amiúde semiconsciente. Os afetos são aspectos profundamente internalizados e não reflexivos da ação, não por não conterem cultura e sociedade suficientes, mas por conterem um excesso delas. (ILLOUZ, 2011, p. 10)

Sabemos que o ato comunicativo depende, pelo menos, de uma troca entre dois atores por meio de um canal. Seja de um para muitos ou de um para um, a presença do outro é fundamental para a realização da comunicação. Independentemente de haver ou não a possibilidade de intercâmbio entre os papéis de emissor e receptor, parte do princípio básico que a comunicação seja o ato de emitir uma mensagem a alguém. E é justamente pelos vínculos serem essenciais para esse processo que os afetos sempre dizem “respeito ao eu e à relação do eu com outros culturalmente situados” (ILLOUZ, 2011, p. 9).

Diferentemente da mídia impressa ou rádio televisiva, no qual o foco é a mediação, as redes sociais online foram pensadas como formas de promover a criação de vínculos, sobretudo com o abalo das fronteiras de tempo e espaço possibilitado pela plataforma digital. Entretanto, ao provocar a dissolução entre as esferas pública, privada e íntima, como diagnosticado por Sibilia em sua tese, a internet se transformou em um grande confessionário – prática também herdada pela tradição religiosa, como apontado por Foucault (1988, p. 21).

O fato é que nos últimos anos (no máximo, na última década), a rede mundial de computadores tem dado à luz a um amplo leque de práticas que poderíamos denominar “confessionais”. Milhões de usuários de todo o planeta (“pessoas comuns”, precisamente como eu e você) têm se apropriado de um conjunto heterogêneo de ferramentas disponíveis on-line, que não cessam de surgir e de se expandirem, e os utilizam para expor publicamente a própria intimidade. Gerou-se, assim, um verdadeiro festival de “vidas privadas”, que se oferecem despidoradamente aos olhares do mundo inteiro. As confissões diárias de você, eu e todos nós estão aí, em palavras e imagens, à disposição de quem quiser bisbilhotá-las; basta apenas um clique do mouse. (SIBILIA, 2007, p. 24)

Com a evolução dos smartphones e a possibilidade de registro e compartilhamento instantâneo, as redes sociais têm se transformado em plataformas de entretenimento, cujo principal conteúdo é o *eu* e, sobretudo, sua vida privada e íntima.

A internet torna visível o eu privado e o exibe publicamente para uma plateia abstrata e anônima, a qual, no entanto, não é pública (no sentido habermasiano da palavra), e sim uma agregação de eus particulares. Na internet, o *eu psicológico privado* torna-se uma representação pública. (ILLOUZ, 2011, p. 113)

Inscrita no processo comunicativo, a criação de vínculos envolve a produção de narrativas. Como demonstrado por Tucheran (2019, p. 15-50) na primeira parte do livro a partir de clássicos da literatura que introduzem modelos de comunicação, como as correspondências de Aberlado e Heloísa e as trovas dos cavaleiros medievais para suas doces donzelas, as narrativas que produzem afeto carregam consigo características de intimidade. Como fica, então, a produção dessas narrativas em um ambiente no qual a intimidade já está escancarada? Tucheran (2019, p. 41) diz ainda que o afeto necessariamente envolve a presença do outro e a presença do outro como produção de *si* mesmo. Daí, podemos observar

duas situações: a primeira é a produção de vínculos sadios e, a segunda, a dependência de só me reconhecer se o outro me reconhece, criando uma subjetividade de mercado – como percebido no Instagram.

Figura 9 – Frustração a partir da expectativa de resposta aos *stories*



Fonte: Captura de tela do Instagram

Um exemplo disso é a forma como o amor aparece tanto nos *memes*, em perfis específicos de entretenimento, como nos perfis pessoais, sejam de celebridades ou de “pessoas comuns”. Segundo dados da Flyon, agência de marketing digital especializada em redes sociais, a hashtag “love” é a mais utilizada no mundo. Em 24 de maio de 2021, aproximadamente 2,1 bilhões de posts da plataforma continham a marcação.

Concebendo o amor como o mais forte dos vínculos, Tucheran (2019, p. 98) explica, a partir de Barthes (1981, p. 1), a necessidade de intercâmbio entre os papéis de sujeito e objeto para a concretização de tal afeto, que é “frequentador necessário da experiência de ensinar e aprender” (TUCHERMAN, 2019, p. 20). É justamente por ser “condição de comunicação” (TUCHERMAN, 2019, p. 21), “operação que produz vínculos entre mim e o outro e entre mim e eu mesmo” (TUCHERMAN, 2019, p. 41), que o amor só se realiza com a participação do outro, opondo-se diretamente ao narcisismo, que não aceita essa troca: o sujeito da ação tem de

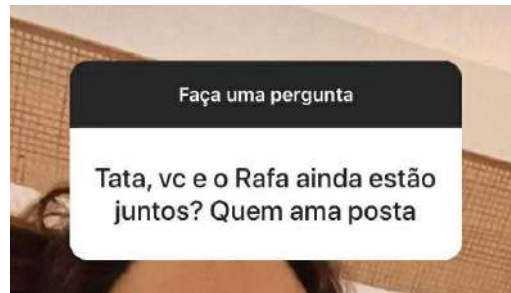
ser sempre *eu*.

É a partir da alteridade que o amor amplia a nossa potência (no sentido nietzschiano da palavra) de vida. Para Alain Badiou (2013, p. 17), o amor “nos conduz ao campo de uma experiência fundamental daquilo que é a diferença e, no fundo, à ideia de que é possível experimentar o mundo a partir da diferença”. Também no romance “Carta a D.: História de um amor”, André Gorz (2018, p. 84) escreve para sua amada Dorine: “Nós tínhamos um mundo em comum, do qual percebíamos aspectos diferentes. Essas diferenças eram a nossa riqueza”. Nesse sentido, o outro é importante para minha própria descoberta, o que faz da identidade só ser possível no universo da diversidade. Como afirma Tucherman (2019, p. 38), “não somos o que somos, mas, sim, o que fazemos de nós e de nossa relação com o mundo e com os outros”.

Será que há, então, espaço para tal sentimento em uma plataforma que prioriza o *eu*? Um exercício simples pode nos ajudar: procure pelos perfis dos indivíduos de algum casal, sobretudo de celebridades, como DJs, MCs, influenciadores, modelos, apresentadores (de TV ou YouTube), atores, etc. Muito provavelmente as postagens “de casal”, como comemoração de aniversário de namoro, entre outros, serão feitas de forma sincronizada no *feed*, isto é, tirando as publicações pessoais ou de projetos profissionais, as fotos com o parceiro ou com a família construída com ele serão muito parecidas e terão sido postadas no mesmo dia, em horários muito próximos.

Outra questão que também aparece é a seguinte: se eu posto alguma coisa para o meu companheiro, espero, no mínimo, um comentário dele ou um *repost* no seu *story* para que todos vejam o que eu fiz para ele. Isso, inclusive, ajuda os nossos seguidores a saberem que estamos juntos e que temos um relacionamento bem-sucedido. Se, por acaso, uma pessoa não está postando mais fotos com o seu parceiro, supõe-se que ou eles terminaram ou as coisas não vão tão bem assim. A Figura 10, abaixo, mostra um exemplo: no dia 30 de maio de 2021, em *story* interativo, a atriz e humorista Tata Werneck (que tem mais de 47 milhões de seguidores) foi questionada sobre a ausência da imagem do seu marido, o ator Rafa Vitti, no seu Instagram. Entretanto, fazia pouco tempo que Rafa não aparecia, pelo menos, no *feed* de Tata. A última postagem dos dois juntos com a filha do casal foi em 18 de março do mesmo ano.

Figura 10 – Recurso de envio de perguntas nos *stories*



Fonte: Captura de tela do Instagram

Já quando pensamos em amizade, uma outra questão, nesse mesmo contexto, pode surgir: se um indivíduo disponibiliza todo o seu dia em um diário público virtual, como os *stories*, teria ele necessidade de contar para um amigo aquilo que já está disponível para todos? Se o seu amigo faz o mesmo, esse indivíduo precisa perguntar ou interagir com o amigo para saber de algo? Até que ponto essa exacerbada e constante exposição de *si* despotencializa a comunicação entre as pessoas? Cada vez mais falamos por *memes* e figurinhas (em inglês, *stickers*), reagimos a comentários e postagens com uma simples curtida, que no Instagram é representada por um coração, conversamos e nos comunicamos menos, porque o fazemos superficialmente.

Figura 11 – Exemplos de tendência à comunicação por imagens



Fonte: Captura de tela do Instagram

Claro que há outra opção. O Instagram pode servir de assunto, novidade para começar uma conversa, como, por exemplo, saber mais sobre a viagem que aquele amigo fez, ou sobre aquele desabafo que ele postou. Só que, muitas vezes, essa comunicação não se realiza pelo Instagram, o que aponta para a confluência de outras redes e aplicativos de mensagens, como o WhatsApp, por onde é possível mandar áudios mais longos. Mesmo assim, o que se percebe é certa tendência à aceleração do consumo de mensagens: com vários *stories* para ver no dia, passa-se cada um deles rapidamente. Ao final, o que o usuário “absorve” do outro é muito pouco. E uma prova de que isso é tão sintomático da nossa sociedade é que o próprio WhatsApp, tão importante para a manutenção de contato com parentes ou amigos distantes fisicamente, agora disponibilizou a opção de acelerar a velocidade das mensagens de áudio.

Atualmente vivemos uma modificação do espaço da experiência que é midiaticizada: a tecnologia é, hoje, constituinte da experiência e, na medida em que a tecnologia é aceleração, o passado não coagula. Assim, na aceleração do passado e na midiaticização das experiências, o que se perde são os vínculos. (TUCHERMAN, 2019, p. 141)

Figura 12 – Novas formas de concepção sobre a amizade



Fonte: Captura de tela do Instagram

Tal percepção é tão forte no Instagram que recentemente a plataforma lançou o “close friends” ou “melhores amigos”, como possibilidade de postar *stories* para pessoas selecionadas. A tentativa pode até atenuar a exposição da privacidade e intimidade do usuário, restringindo-a a um grupo específico, mas ainda aponta para uma certa “economia”, no sentido de não precisarmos mais contar, individualmente, sobre a nossa vida para cada amigo: podemos fazê-

lo de uma única vez, algo também percebido na efusão de grupos de WhatsApp, no qual os integrantes atuam, muitas vezes, como repassadores de informações (isso também acontece pelo *Direct* do Instagram).

Figura 13 – Uso do recurso “close friends”



Fonte: Captura de tela do Instagram

Narcisismo e individualismo, aceleração e instantaneidade, disponibilidade excessiva e consumo marcam um ambiente no qual os laços ou vínculos foram substituídos por conexões, nas quais, segundo Tucherman (2019, p. 119), “o afeto é frouxo, múltiplo e inconstante”.

A força dos vínculos se relaciona com a tradição e correspondeu ao universo mítico e religioso sem nunca ter desaparecido completamente. A modernidade transformou os vínculos em laços, que ainda amarram, mas podem ser desfeitos e a contemporaneidade, no seu logos técnico, mas também no seu lócus imaginário, traduziu os laços por conexões que podem e devem ser efêmeras, múltiplas e flexíveis. (TUCHERMAN, 2019, p. 97-98)

As conexões, potencializadas pelas plataformas digitais, são sintomáticas da sociedade biotecnológica de mercado, como vimos no primeiro capítulo, porque podem ser desfeitas rapidamente. Prova disso é que redes sociais e aplicativos de mensagens como Instagram, Facebook e WhatsApp permitem não só o bloqueio e/ou remoção de um número ou usuário da lista de contato, mas também a restrição de *stories* e publicações, ou seja, mantém-se a conexão, mas o conteúdo não chega para determinados “amigos” ou seguidores. Além disso, é possível saber quem viu os seus *stories*, isto é, cada vez mais as configurações de privacidade nessas plataformas viabilizam o total controle do indivíduo sobre as suas conexões nesses ambientes.

Justamente por serem aspectos carregados das culturas de seus próprios tempos e

dizerem tanto acerca das relações sociais, os afetos não teriam como escapar de tal contexto. Sobre o amor, especificamente, Badiou afirma que:

O amor, sendo ele um interesse coletivo, sendo ele, para quase todo mundo, aquilo que dá intensidade e significado à vida, não pode ser essa doação à existência em regime de total ausência de risco. (...) O amor “com risco zero”, sem acaso, sem encontro, vejo nisso, com os recursos de uma publicidade genérica, uma primeira ameaça ao amor, que vou chamar de ameaça securitária. Afinal, não difere muito do casamento arranjado. Arranjado não por parentes despóticos, em nome da ordem familiar, e sim em nome da segurança pessoal, mediante um acordo prévio que evita todo o acaso, o encontro e, em última instância, toda poesia existencial, em nome da categoria fundamental de ausência de riscos. (BADIOU, 2013, p. 12)

Figura 14 – Exemplo de como o amor securitário aparece nos posts do Instagram



Fonte: Captura de tela do Instagram

Para Tucheran (2019, p. 123), a questão de tal afeto nas plataformas digitais é que elas o formatam a partir de uma informação que nem sempre é verídica. Os sujeitos se apresentam (suas competências) e apresentam o objeto desejado (suas preferências) pensando em potencializar os seus resultados, ou seja, uma pessoa que some à minha renda, à minha posição social, que de fato – para usar a palavra do momento – vai agregar valor à minha vida. Isso acaba causando o que Tucheran (2019, p. 126) chama de anorexia ou fobia de engajamento, provocada pela imposição de escolher alguém em um ambiente marcado pela abundância e, conseqüentemente, insegurança, o que favorece a precarização dos vínculos.

Estamos correndo, com enorme ansiedade, atrás do amor certo e da pessoa certa, também no espaço virtual, e, nesse caso, sempre apavorados, já que podemos não ser o amor ou a pessoa certa para quem gostaria de sê-lo. Ou ter escolhido mal, na esteira do livro de Alain Ehrenberg *La fatigue d'être soi* (2000) – em português, *A fadiga de ser eu* –, no qual o que se estuda é a tensão que se cria com a assimetria entre a multiplicidade quase infinita das escolhas que podemos e devemos fazer e a nossa insegurança diante de tal abundância. (TUCHERMAN, 2019, p. 100)

A obrigação de escolher e a incerteza de ter feito a melhor escolha é algo tão presente no pensamento, sobretudo, dos jovens contemporâneos, que é comum perceber o assunto sendo compartilhado nas redes sociais e até mesmo sendo usado em produções musicais. Recentemente, a cantora carioca Pocah lançou a música “Nem on nem off” que diz: “Dia de semana é bom, final de semana, bora / Gosto de um lovezinho mas prefiro um joga joga / Eu já tentei sossegar mas minha tropa não deixa / Quero namorar mas só de segunda a sexta / Nem on nem off / A mãe 'tá dividida entre a ousadia e o love”. Isso também é percebido quando páginas de conteúdo compartilham *posts* contendo exemplos de relacionamentos bem sucedidos, algo que acontece muito no perfil “Razões para acreditar” (@razoesparaacreditar), que constantemente recebe comentários como “solteiro não tem um dia de paz” ou “péssimo dia para ser solteiro”. Daí fica a dúvida: devo arriscar e me permitir viver um *amor instagramável*, mesmo que isso envolva o risco de possíveis frustrações?

Figura 15 – Publicidade do Dia dos Namorados 2021 da Shopee Brasil

Sou Eu Na Vida
@soueunavida

Quando me perguntam como eu vou passar o dia dos namorados

Sozinha sim,
sem comprinhas jamais

Curtido por [redacted] e outras pessoas

soueunavida Sozinha sim, sem minhas comprinhas da @shopee_br jamais 😍 meu crush!! Corre no app da Shopee e encontre aquele produto que é o match perfeito pra pra você ❤️ Aproveite que começou hoje a liquidação dia dos namorados por lá com um milhão de reais em cupom de desconto 😍 #ShopeeMeuCrush #soueunaPubli *

Fonte: Captura de tela do Instagram

3.5 A crise da narrativa

O conceito publicitário de preferência participa ativamente das interações nas redes sociais. Para isso, elas fazem uso dos algoritmos de *Big Data*, assim como os sites de buscas, *e-commerce*, plataformas de entretenimento audiovisual, dentre outros na internet. Han (2017, p. 81) explica que:

As mídias sociais e sites de busca constroem um *espaço de proximidade* absoluto onde se elimina o *fora*. Ali encontra-se apenas o si mesmo e os que são iguais; já não há mais negatividade, que possibilitaria alguma modificação. Essa *proximidade digital* presenteia o participante com aqueles setores do mundo que lhe *agradam*. Com isso, ela derruba o caráter público, a consciência pública; sim, a consciência *crítica*, privatizando o mundo. A rede se transforma em esfera íntima ou zona de conforto. (HAN, 2017, 81)

Para além da “erosão do *Outro*”, como abordado em “Agonia do Eros” (2017, p. 7-8) pelo filósofo sul-coreano, a presença dos algoritmos e a interferência deles nas nossas práticas online escancaram a crise da narrativa vivida pelo homem contemporâneo desde o final do século passado, como apontado por Yuval Harari no livro “21 lições para o século XXI”.

Harari (2018, p. 14-15) explica que a aparente vitória do liberalismo sobre as outras duas principais narrativas existentes na época – o fascismo e o comunismo – começou a se abalar porque o modelo não cumpria com os próprios ideais que tanto pregava. Ao contrário, em vez de livres, tornamos-nos ainda mais escravos do trabalho, e as desigualdades foram cada vez mais agravadas. A pandemia do novo coronavírus, por exemplo, deixa ainda mais evidente como esse modelo (no caso, o neoliberalismo) não se sustenta mais, como mostrado no primeiro capítulo.

O curioso, entretanto, é que essa perda de credibilidade do liberalismo acontece paralelamente ao avanço das tecnologias de informação e da biotecnologia (HARARI, 2018, p. 13), criando, sobretudo com a presença dos algoritmos de *Big Data*, o que ele chama de ditaduras digitais, “nas quais todo o poder se concentra nas mãos de uma minúscula elite enquanto a maior parte das pessoas sofre não em virtude de exploração, mas de algo muito pior: irrelevância” (HARARI, 2018, p. 10).

Acontece que, como afirmado por Harari (2018, p. 14), diferentemente dos algoritmos, nós, humanos, não pensamos em forma de números, métricas, alcances, 0 e 1, *bits* etc. Pensamos e vivemos por meio das narrativas que construímos e que nos circunscrevem. A partir do momento em que, de certa forma, “transferimos” as nossas decisões de escolhas, de relacionamento, de vida para esse tipo de ferramenta, que, diferente de nós, não escreve narrativas, “a sensação de desorientação e catástrofe iminente é exacerbada pelo ritmo

acelerado da disrupção tecnológica” (HARARI, 2018, p. 18).

É crucial entender que a revolução da IA [inteligência artificial] não envolve apenas tornar os computadores mais rápidos e mais inteligentes. Ela se abastece de avanços nas ciências da vida e nas ciências sociais também. Quanto mais compreendemos os mecanismos bioquímicos que sustentam as emoções, os desejos e as escolhas humanas, melhores podem se tornar os computadores na análise do comportamento humano, na previsão de decisões humanas, e na substituição de motoristas, profissionais de finanças e advogados humanos. (HARARI, 2018, p. 33)

Em “No enxame: perspectivas do digital”, Han (2018, p. 59) afirma que “o verbo para história é agir” e que nós transitamos do agir ao “passar de dedos”.

A palavra digital aponta para o dedo (*digitus*) que, antes de tudo, *enumera* [zählt]. A cultura digital se baseia no dedo contador. A história, porém, é uma *narrativa* [Erzählung]. Ela não *enumera*. *Enumerar* é uma categoria pós-histórica. Nem tweets nem informações se reúnem em uma *narrativa*. Também o mural não narra nenhuma história de vida, nenhuma biografia. Ele é aditivo, e não narrativo. O homem digital *passa os dedos* no sentido de que ele enumera e calcula constantemente. O digital absolutiza o número e o enumerar. Também amigos no Facebook são, antes de tudo, *contados* [gezählt]. A amizade, porém, é uma narrativa. A era digital totaliza o aditivo, o enumerar e o enumerável. Mesmo tendências são contadas na forma de curtidas. O narrativo perde enormemente em significado. Hoje tudo é tornado enumerável, a fim de poder ser convertido na linguagem do desempenho e da eficiência. Assim, hoje, tudo aquilo que não é enumerável *cessa de ser*. (HAN, 2018, p. 66-67)

Podemos pensar que hoje, mais do que nunca, estamos tendo liberdade e autonomia para decidir, ou melhor, escolher com base nas nossas próprias preferências, mas, na verdade, estamos sendo direcionados, levados a recortes, nichos e filtros que nos enquadram a partir de algoritmos, e essa tendência não pensa as nossas individualidades da forma como acreditamos. Ao contrário, é a partir dessa falta de exercício de sermos os próprios atores das nossas histórias – porque estamos ocupados com o desempenho e sucesso no trabalho, nas relações, na forma de adaptação dos nossos corpos e sentimentos aos padrões da sociedade – que vamos seguindo recomendações de ser tudo menos nós mesmos.

Viramos espectadores, consumidores de vidas *instagramáveis* e avaliamos as nossas com base nos estereótipos difundidos em uma plataforma que promove enxurradas de tendências virais diariamente, que se sucedem instantaneamente, somando uma quantidade absurda de conteúdo produzido, visando ainda mais consumo e colaborando para uma cultura narcísica, em uma perspectiva extremamente mercadológica, fomentadora de padrões limitadores de formas de vidas e subjetividades.

Com a intensificação do uso de plataformas digitais no presente-corona, podemos imaginar que as questões apresentadas até aqui tenham sido reforçadas, já que intensificamos o uso de plataformas digitais obrigatoriamente por termos nossas rotinas, sobretudo em relação aos espaços físicos que frequentávamos, drasticamente alteradas. Vamos entender mais sobre

esse movimento e como ele reflete diretamente nas relações afetivas a seguir.

4 OS AFETOS NO PRESENTE-CORONA: ESTUDO DE CASO

Como vimos no primeiro capítulo, a pandemia de Covid-19 provoca e aprofunda diversas transformações na vida contemporânea, sobretudo devido à imprevisibilidade de infecção do coronavírus e sua alta velocidade de propagação, em contraste ao tempo de resposta dos sistemas de saúde, da economia e da ciência. Mais do que um novo elemento do nosso dia a dia, o vírus, a doença causada por ele e seus desdobramentos tornaram-se no próprio espaço-tempo em que estamos inseridos.

Dentre esses desdobramentos está a surgimento de afetos como tristeza, ansiedade, angústia, depressão, tédio e medo etc, em oposição ao modelo da sociedade biotecnológica de mercado, que incentiva o uso de produtos e serviços, como fármacos, livros de autoajuda e outros, vendidos para atenuar esses sentimentos. Entretanto, reprimir esses afetos nesse momento é algo muito difícil porque, como significados socioculturais, conforme visto no segundo capítulo, eles dizem respeito a um tempo, são formas de reação do corpo – individual e coletivo – em relação ao constante obituário crescente, à impossibilidade ou redução da ocupação dos espaços físicos, à impossibilidade de realização ou necessidade de adaptação dos rituais tradicionais e à mediação excessiva da apreensão da realidade e das relações do sujeito consigo próprio, com o outro e com o mundo por meio das tecnologias digitais.

Segundo dados do Google, fornecidos ao jornal *O Estado de S. Paulo*, buscas relacionadas à saúde mental cresceram em 98% no ano de 2020, em comparação à média analisada nos últimos dez anos. “Como lidar com a ansiedade?” foi a pergunta mais buscada na plataforma na última década, apresentando um crescimento de 33% em relação a 2019. Além disso, das três perguntas mais buscadas com a expressão “como lidar”, duas são relacionadas à ansiedade e depressão. Já a pergunta “o que é felicidade?” atingiu o maior número de buscas dos últimos oito anos em junho de 2020. (CAMBRICOLI; HONORATO, 2020)

O assunto já vinha ganhando destaque no Brasil, segundo país das Américas com maior índice de depressão na população acima de 18 anos (DIA..., 2021), por meio de campanhas como Janeiro Branco e Setembro Amarelo, realizadas por instituições e empresas públicas e privadas. Na pandemia, organizações e conselhos oficiais de saúde (nacionais e internacionais) enfatizaram a necessidade de se falar sobre o tema, abordado constantemente em veículos de grande circulação, nos mais diversos tipos de mídia. Algumas dessas notícias, por exemplo, abordaram questões relacionadas à sobrecarga e ao esgotamento durante o regime de teletrabalho ou trabalho remoto (*home office*), como a Síndrome de Burnot, transtorno psíquico de caráter depressivo, com sintomas parecidos aos do estresse, da ansiedade e da síndrome do

pânico, porém com relação direta ao ambiente profissional (ALBUQUERQUE, 2020). Uma pesquisa realizada pela Universidade Stanford (ARIMATHEA, 2021) identificou o que foi chamado de “Zoom fatigue” (“Fadiga de Zoom”, em português) – termo reconhecido pela Associação Brasileira de Psiquiatria (GANDRA, 2020) –, em trabalhadores e alunos, devido ao cansaço provocado pelo excesso de encontros virtuais realizados por meio das plataformas de videoconferência Zoom, Google Meet, Microsoft Teams e outras. No Brasil, os estudantes apresentaram um cansaço 17% maior do que os trabalhadores.

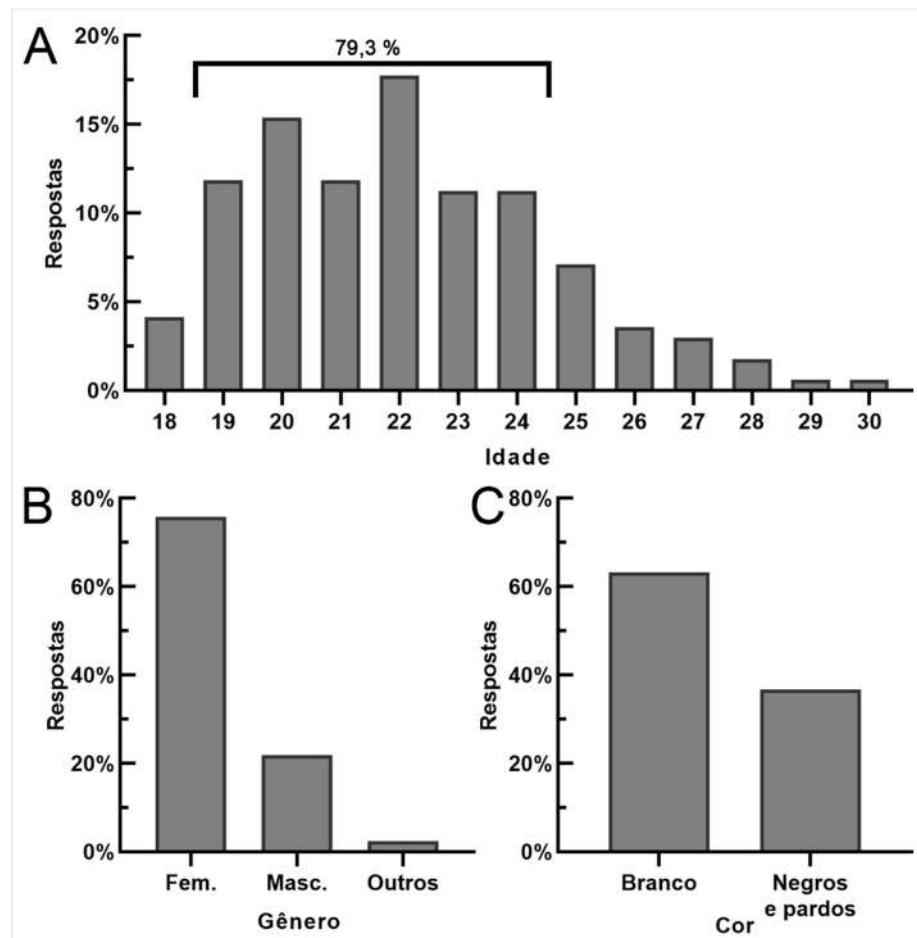
Nesse sentido, pensando nas transformações impulsionadas pelo e durante o presente-corona, realizamos, de 9 a 13 de março de 2021¹⁴, uma pesquisa com alunos de graduação da ECO-UFRJ para entender como essas alterações se deram no âmbito dos afetos e, conseqüentemente, das relações afetivas, assumindo os afetos como elementos fundamentais para o campo comunicacional e ressaltando a presença das plataformas digitais como os principais meios de apreensão da realidade e de manutenção dos vínculos neste espaço-tempo.

4.1 Levantamento de dados

Participaram da pesquisa 169 alunos, de 18 a 30 anos, sendo o grupo de 19 a 24 o de maior expressão, correspondente a 79,3% dos participantes, como demonstrado no item A do Gráfico 1. Em relação ao gênero (item B do Gráfico 1), o público do questionário realizado é significativamente feminino (75,7%), enquanto 21,9% se identificaram com o gênero masculino, e 2,4% se declararam como pessoa não-binária ou não quiseram responder a pergunta. Já em relação a cor (item C do Gráfico 1), a maioria do grupo estudado é branca (63,3%), sendo 36,7% correspondentes à parcela de negros e pardos.

¹⁴ É válido ressaltar que mesmo sendo um pouco longo, com 41 perguntas (e subperguntas, a depender da resposta de cada grupo de participantes) no total, como pode ser visto no Anexo 7.1, o questionário foi respondido por um número significativo de alunos neste curto período de tempo. Isso porque ele foi divulgado, sobretudo, no grupo de Facebook dos discentes, carinhosamente chamado de “grupão”, no qual são compartilhados, frequentemente, pesquisas de trabalhos de conclusão de cursos, vagas de emprego e estágio, recomendações sobre eletivas e opiniões sobre professores, e até mesmo pautas jornalísticas para a indicação de fontes e personagens, dentre outros. Nesse sentido, tamanha adesão se deve justamente ao vínculo estabelecido entre os estudantes, que entram nesses grupos, como o Minas da Eco (coletivo de alunas), logo no início da graduação. É justamente por terem afetos uns pelos outros que os alunos se colocam no lugar dos colegas, gerando um espaço de troca mútua e contínua. Não desconsideramos a importância de tal ambiente, porém, nossa dúvida é, mediante as transformações impostas pelo presente-corona e a realidade do ensino remoto, como ficarão esses vínculos, sobretudo para aqueles que estão entrando na universidade já nesse sistema.

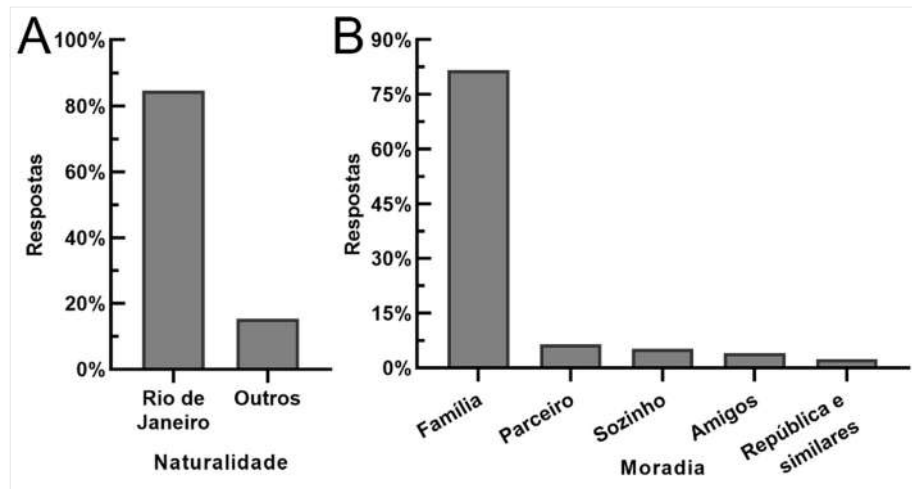
Gráfico 1 – Idade, gênero e cor



Fonte: Elaboração da autora, 2021

A maioria dos alunos participantes é natural do estado do Rio de Janeiro (84,6%) e somente 15,4% são de outros estados do Brasil, como pode ser visto no item A do Gráfico 2. Em sua maioria também (81,7%), os alunos participantes moram com suas famílias, sendo que apenas 6,5% moram com o parceiro(a); 5,3% moram sozinhos; 4,1% dividem com amigos ou colegas de trabalho ou faculdade; e 2,4% moram em república, pensionato, hostel ou alojamento da UFRJ, como apontado no item B do Gráfico 2.

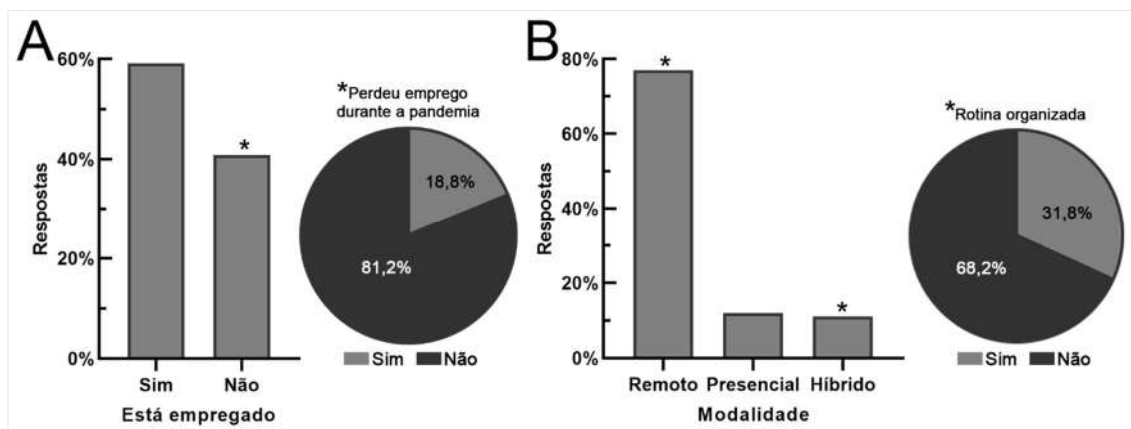
Gráfico 2 – Naturalidade e moradia



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Em relação ao trabalho (Gráfico 3), 59,2% do grupo recortado estava trabalhando durante o período da pesquisa e, dentro da parcela desempregada (40,8%), 18,8% haviam perdido o emprego durante ou por causa da pandemia, conforme mostra o item A. Dos alunos que estavam trabalhando, 77% estavam mantendo as atividades profissionais completamente em *home office*, enquanto 12% continuaram trabalhando totalmente de forma presencial e, os outros 11%, estavam revezando entre trabalho presencial e remoto (modelo híbrido). Dos que estavam trabalhando em *home office* ou de forma híbrida, 68,2% disseram ser mais exaustivo e confuso trabalhar em casa, enquanto os outros 31,8% estavam conseguindo se organizar bem com a nova rotina, como pode ser visto no item B.

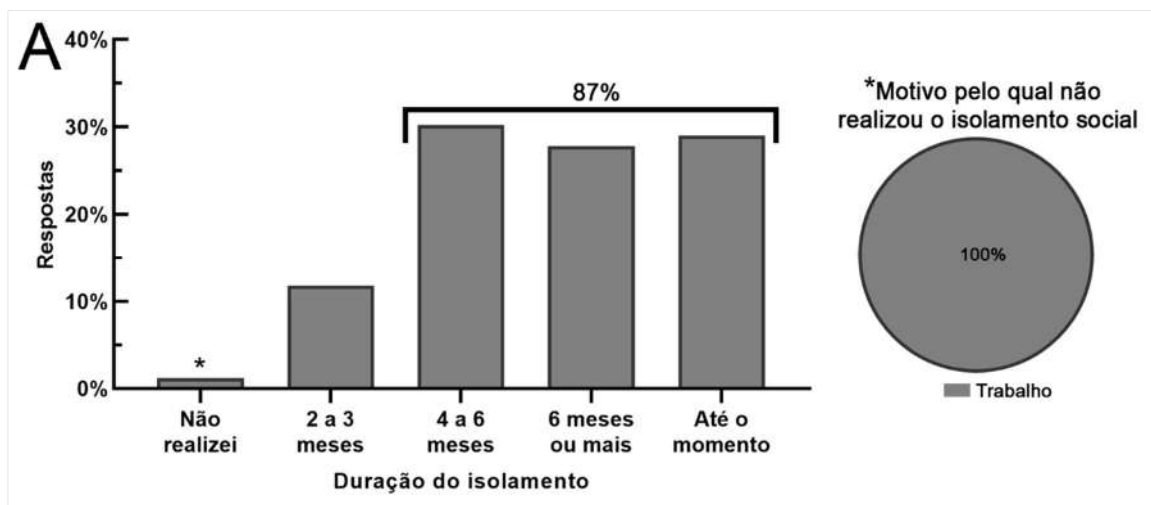
Gráfico 3 – Trabalho



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Já em relação ao isolamento social imposto pela pandemia (Gráfico 4), a maioria dos alunos ficou isolada por um tempo considerável: 87% realizaram isolamento superior a quatro meses, sendo que 30,2% ficaram de quatro a seis meses em isolamento; 27,8%, seis meses ou mais; e, até 13 de março de 2021, 29% ainda estavam em isolamento desde o início da pandemia, ou seja, aproximadamente um ano; 11,8% realizaram um período menor de isolamento: de dois a três meses; e apenas 1,2% não realizou nenhum momento de isolamento social por causa do trabalho.

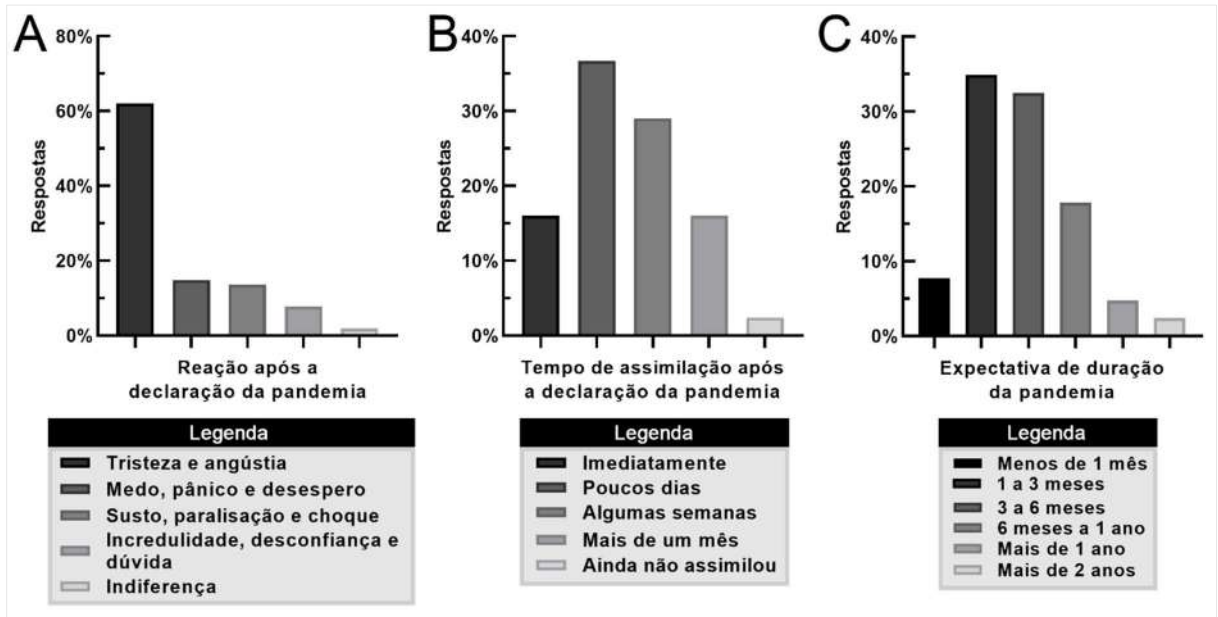
Gráfico 4 – Isolamento social



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Sobre os afetos deflagrados a partir da declaração da pandemia (item A do Gráfico 5), a maioria dos alunos (62,1%) disse que reagiu sentindo tristeza e angústia; 14,8% sentiram medo, pânico, pavor e desespero; 13,6% ficaram assustados, paralisados e em choque; 7,7% não acreditaram no que estava acontecendo e sentiram desconfiança e dúvida; e apenas 1,8% ficou indiferente. Em relação a assimilação da nova realidade (item B do Gráfico 5), 36,7% dos alunos disseram que levaram poucos dias para assimilar o que estava acontecendo a partir da declaração, enquanto 29% precisaram de algumas semanas. 16% entenderam imediatamente e os outros 16% já precisaram de mais de um mês. Apenas 2,4% ainda não acreditavam no que estava acontecendo até 13 de março de 2021. Sobre o tempo de duração da pandemia (item C do Gráfico 5), a princípio, 34,9% acreditavam que ela iria durar de um a três meses; 32,5% imaginavam que seria de três a seis meses; 17,8%, mais de seis meses; 7,7%, menos de um mês; 4,7%, mais de um ano; e apenas 2,4%, mais de 2 anos.

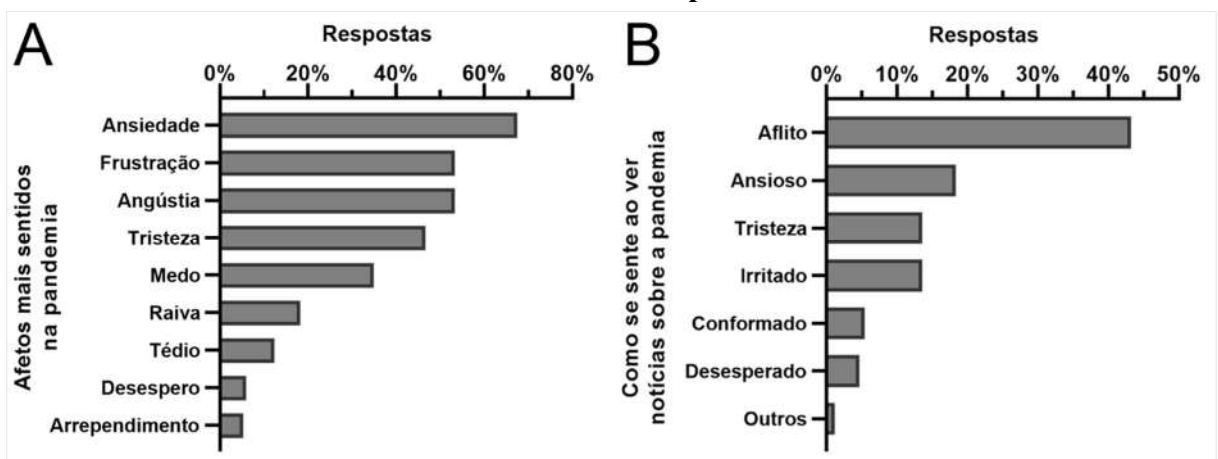
Gráfico 5 – Declaração da pandemia



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Segundo o grupo, os sentimentos que têm se destacado durante esse período são: ansiedade (67,5%), angústia (53,3%), frustração (53,3%), tristeza (46,7%), medo (34,9%), raiva (18,3%), tédio (12,4%), desespero (5,9%) e arrependimento (5,3%), conforme o item A do Gráfico 6. A maioria (43,2%) se sente aflito ao ver notícias sobre o coronavírus (item B do Gráfico 6).

Gráfico 6 – Afetos na pandemia

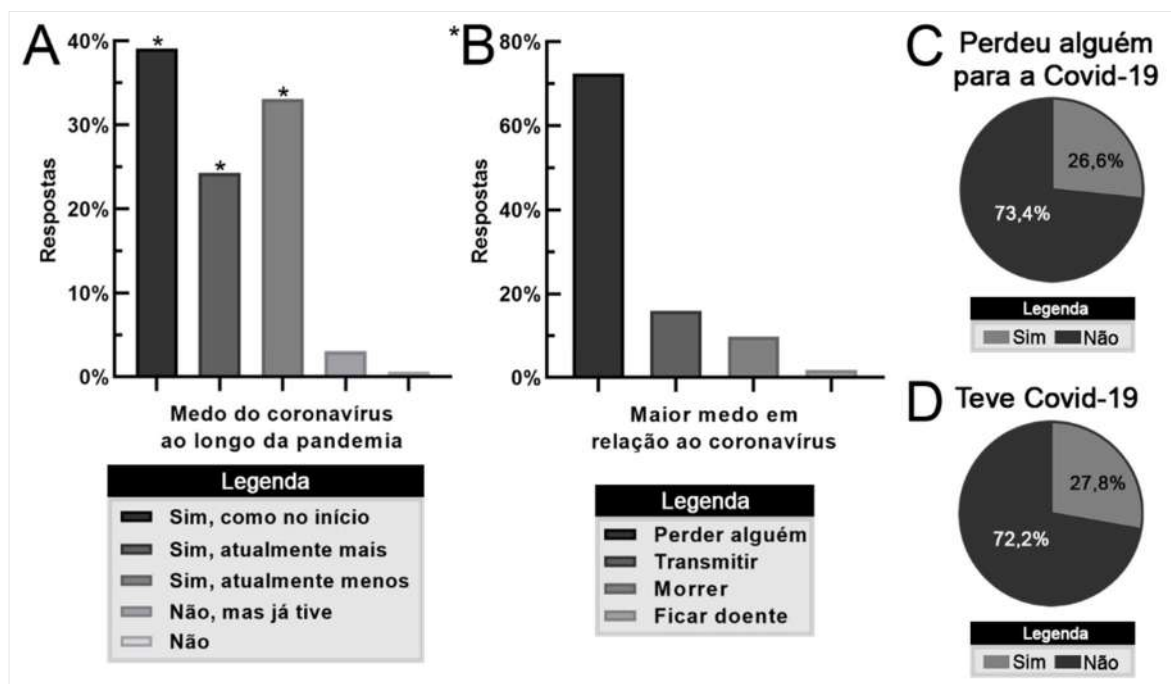


Fonte: Elaboração da autora, 2021

Em relação ao medo do coronavírus (Gráfico 7), 39,1% dos alunos disseram ter, como no início da pandemia; 33,1% disseram ter menos medo atualmente do que no início da

pandemia; 24,3% têm mais medo atualmente do que no início; 3% deixaram de ter medo do coronavírus; e apenas 0,6% não tem ou teve medo do vírus, como apontado no item A. Dos que sentem tal afeto (item B), a maioria (72,4%) tem medo de perder alguém próximo ou querido; 16% têm medo de infectar outras pessoas; 9,8% têm medo de morrer; e apenas 1,8% tem medo de ficar doente. A maioria também não perdeu familiares, amigos ou entes queridos para a Covid (item C) e não teve Covid-19 comprovadamente (item D).

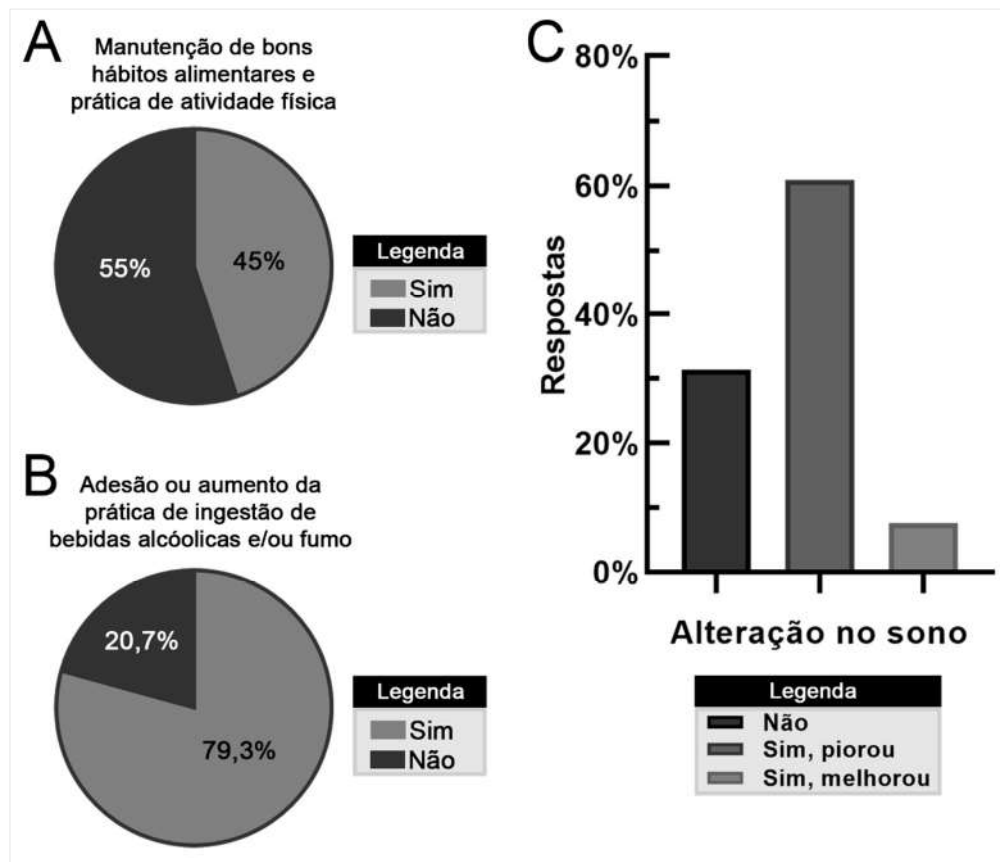
Gráfico 7 – Medo do coronavírus



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Sobre os hábitos na pandemia, a maioria (55%) disse não estar conseguindo manter práticas saudáveis, como alimentação balanceada e exercícios físicos. Apesar disso, os alunos (79,3%) não adquiriram a prática ou aumentaram a ingestão de bebidas alcoólicas e/ou fumo. Os estudantes (60,9%) perceberam ainda alterações negativas em relação ao sono, enquanto 31,4% mantiveram a mesma qualidade de sono em relação ao período anterior à pandemia e apenas 7,7% perceberam mais qualidade na hora de dormir.

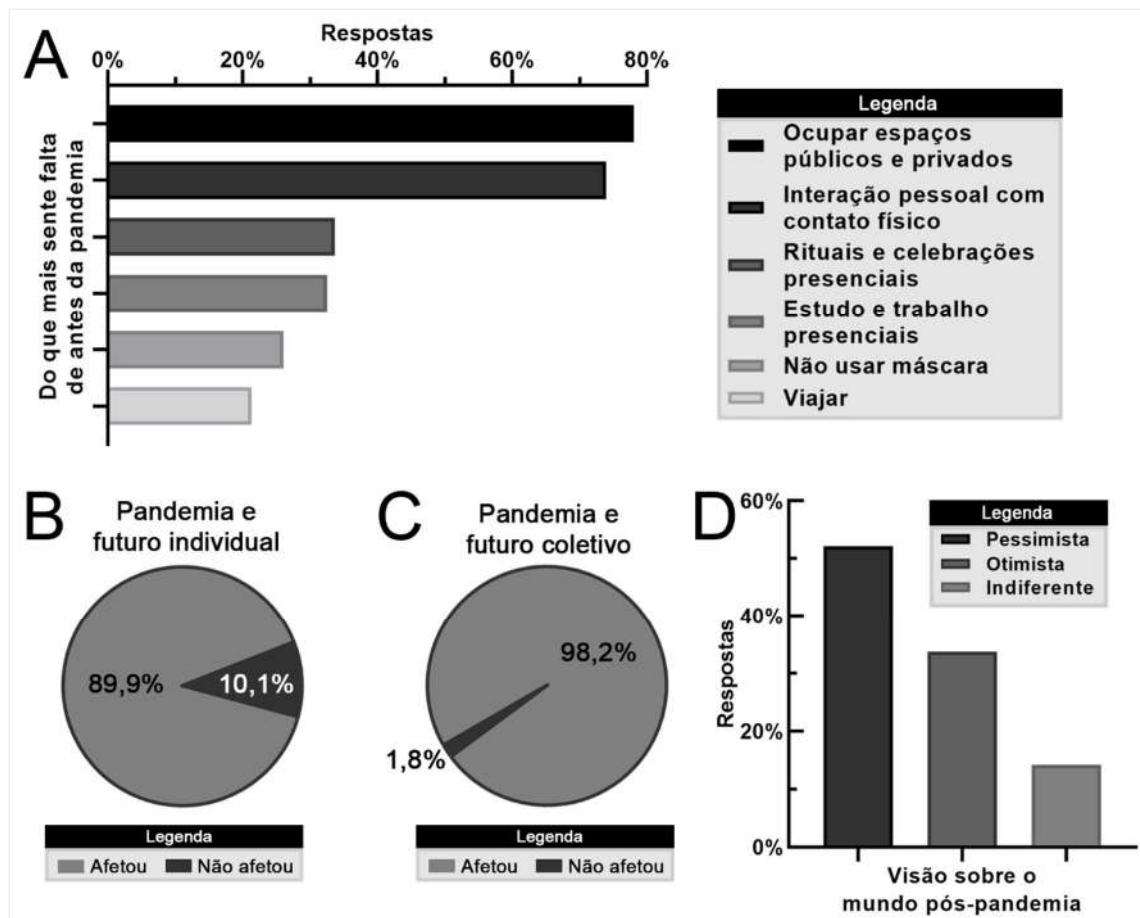
Gráfico 8 – Hábitos



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Com as alterações provocadas em relação às medidas de prevenção contra a Covid-19, o que os alunos mais sentem falta em relação às suas rotinas anteriores à pandemia é de ocupar espaços públicos e privados, como a universidade, shoppings, cinemas e praias (78,1%). Em segundo lugar, sentem saudades de ver, abraçar e conversar com as pessoas (74%). Em terceiro, de realizar rituais e celebrações presencialmente, como aniversários (33,7%); de estudar e trabalhar presencialmente (32,5%); de não usar máscara ou ter rotina de higienização (26%); e de viajar (21,3%), como pode ser visto no item A do Gráfico 9. 89,9% acreditam que a pandemia afetou os seus futuros pessoais e 98,2% acreditam que afetou o futuro coletivo da sociedade (itens B e C do Gráfico 9). Pouco mais da metade dos alunos (52,1%) têm uma visão pessimista do mundo pós-pandemia, enquanto 33,7% são otimistas e 14,2%, indiferentes, como demonstrado no item D do Gráfico 9.

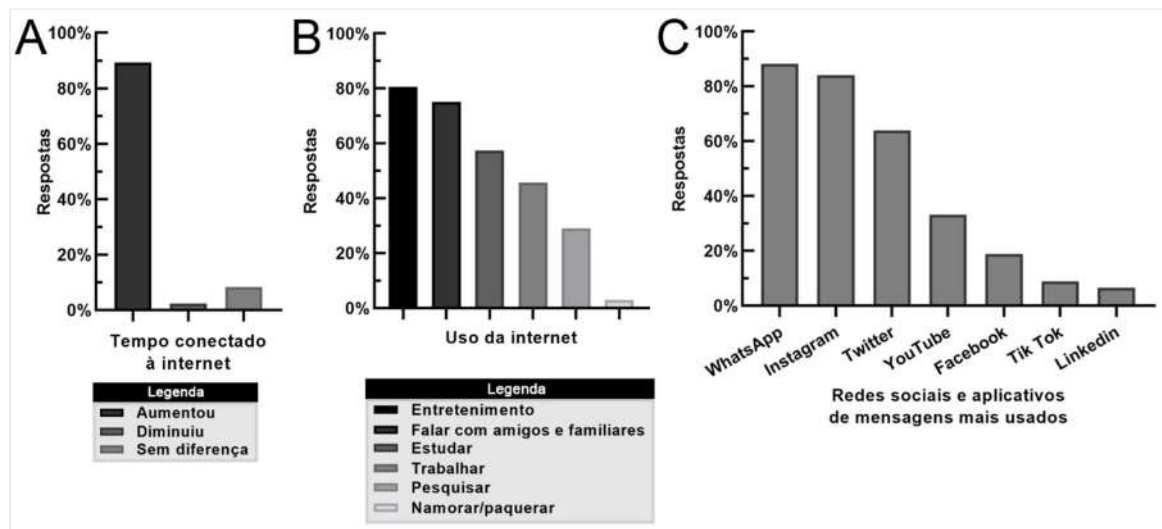
Gráfico 9 – Passado e futuro no presente-corona



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Impossibilitados de ocupar espaços físicos diversos e de manter contato presencial com os outros, os alunos (89,3%) têm passado mais tempo conectados à internet (item A do Gráfico 10), sendo que 81,1% usam a ferramenta para entretenimento (filme, séries, leitura, vídeos, música etc); 75,1%, para falar com amigos e família; 57,4%, para estudar; 46,2%, para trabalhar; 29%, para informação e pesquisa; e apenas 3% usam para namorar ou paquerar (item B do Gráfico 10). Entre as redes sociais e aplicativos de mensagens mais usados pelo grupo (item C do Gráfico 10), o primeiro lugar fica com o WhatsApp (88%). Em segundo está o Instagram (84%) e, em seguida, Twitter (63,9%), YouTube (33,1%), Facebook (18,9%), TikTok (8,9%) e LinkedIn (6,5%).

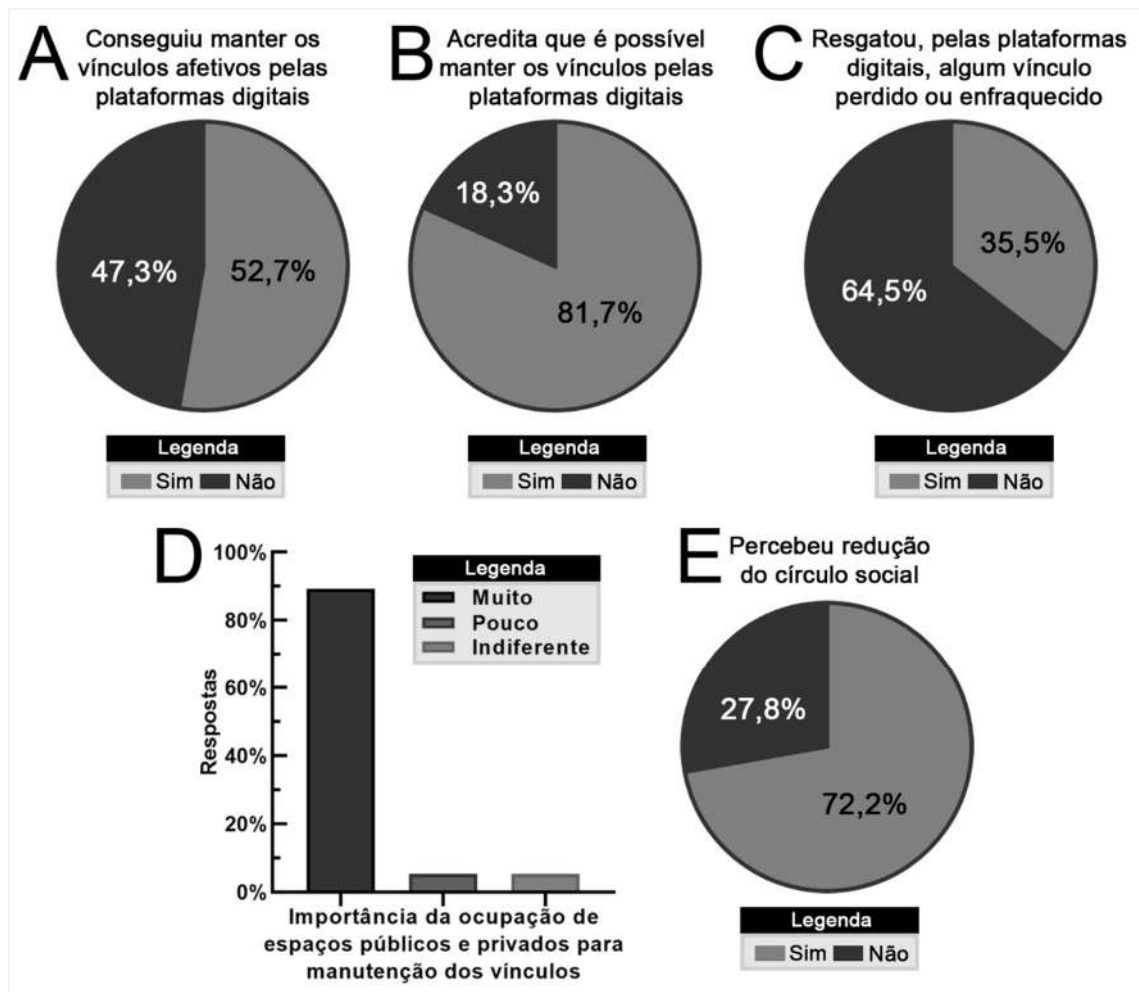
Gráfico 10 – Uso da internet



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Em relação à manutenção dos vínculos afetivos durante a pandemia (Gráfico 11), 52,7% disseram não estar conseguindo mantê-los pelas plataformas digitais (item A), embora 81,7% acreditem que é possível criar, manter e fortalecer tais vínculos por meio delas (item B). Os alunos também (64,5%) não fizeram o uso dessas ferramentas na pandemia para resgatar vínculos perdidos ou enfraquecidos anteriormente, como amigos de infância, por exemplo (item C). 89,3% acreditam que os espaços públicos e privados são muito importante para a manutenção dos vínculos (item D) e, conseqüentemente, perceberam (72,2%) a redução dos seus círculos sociais (item E).

Gráfico 11 – Manutenção dos vínculos



Fonte: Elaboração da autora, 2021

Por fim, sobre as relações amorosas (Gráfico 12), 45% dos alunos estavam em um relacionamento amoroso durante a realização da pesquisa (item A). Desses, a maioria (69,7%) estava se relacionando de forma física, presencial, (item B) e 55% disseram que seus relacionamentos foram afetados negativamente pela pandemia (item C). Dentre as justificativas estão: (1) a impossibilidade de ocupar outros espaços físicos e a restrição de companhia à presença do parceiro, sobretudo para quem mora junto, causando exaustão e saturação na convivência, além de tédio e monotonia; (2) a volta para a casa dos pais em outras cidades ou estados, forçando o namoro à distância, o que envolve a saudade e incerteza de quando se verão novamente; (3) a redução do encontro para quem não mora junto. Casais que se viam diariamente ou aos finais de semana começaram a se ver quinzenalmente ou mensalmente. Além disso, esses encontros acontecem com apreensão, após teste ou respeitando a janela de infecção, trazendo à tona o sentimento de culpa por ver o parceiro na pandemia, “furando” o isolamento social. Por isso também, alguns estão desde março de 2020 sem se ver; e (4) com o

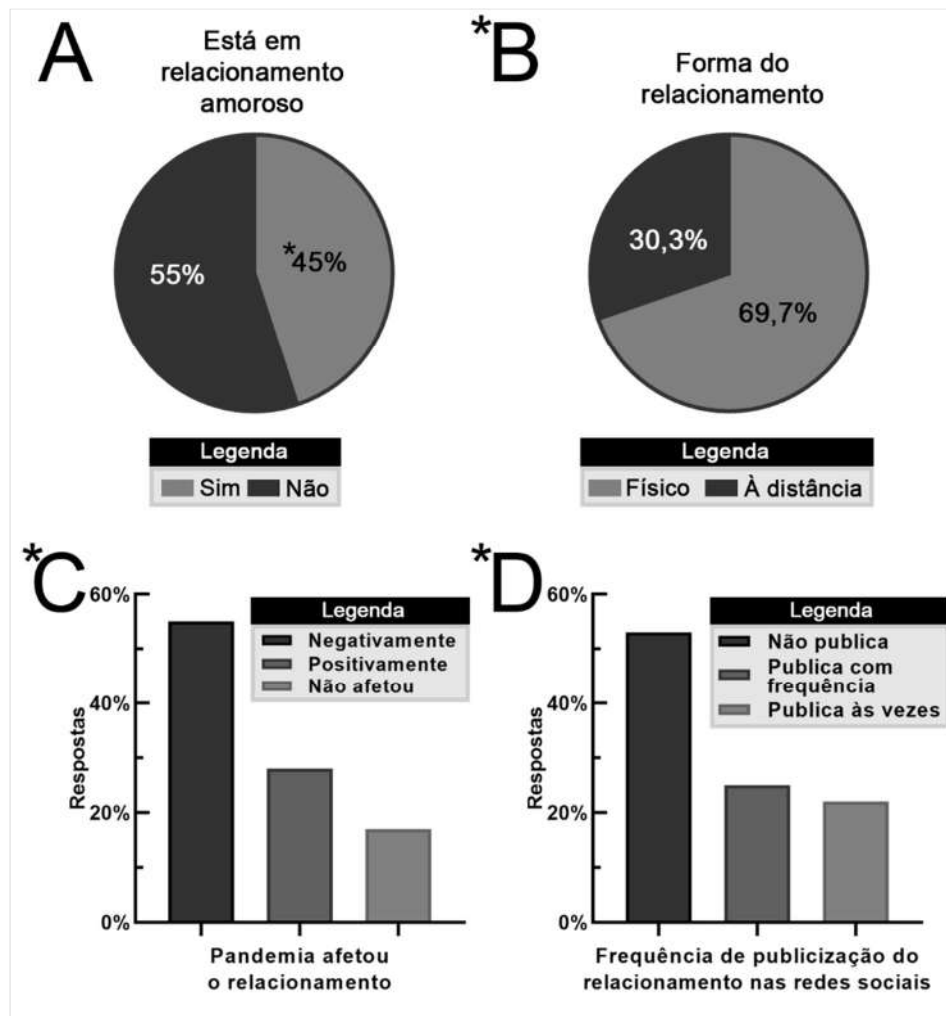
home office e o ensino remoto os indivíduos do casal ficaram com menos tempo disponível para o parceiro e para a relação, sendo “engolidos” pela correria do dia a dia em frente ao computador.

Dentro da parcela (28%) que teve o relacionamento amoroso afetado positivamente pela pandemia, os alunos disseram ter ficado mais tempo com seus parceiros, inclusive começaram a morar juntos e assumiram um relacionamento mais sério, tendo alguns até mesmo iniciado o relacionamento na pandemia. Para aqueles que namoravam à distância, o *home office* e o ensino remoto possibilitaram a ida de um dos indivíduos do casal para o estado/cidade do outro. Já os alunos que disseram que seu relacionamento não foi afetado pela pandemia (17%) justificaram que já moravam juntos e não sentiram diferença na relação ou já namoravam à distância e o isolamento não afetou essa questão.

Sobre a publicização de fotos ou mensagens desses relacionamentos nas redes sociais (item D), sobretudo no Instagram, 53% dos participantes não publicam sobre seus relacionamentos nas redes sociais. Dentre as justificativas apareceram: não ter o costume; pelo relacionamento não ser sério; pelo relacionamento ser homossexual e, por isso, ter de ser escondido da família; e, principalmente, por não gostar de expor suas privacidades e intimidades nas redes, o que inclui toda a vida pessoal e afetiva, como amizades e amores. 25% dos alunos disseram que publicam fotos sobre os seus relacionamentos, pois acreditam que colocam nas redes sociais trechos de suas vidas pessoais e isso inclui o namoro. Também acreditam que tal ato seja visto como uma forma de demonstração de afeto e carinho, uma homenagem ao parceiro. Além disso, esses participantes acreditam que é uma forma de dar visibilidade aos seus relacionamentos, isto é, compartilhar o momento e ainda informar como o relacionamento está indo para amigos e conhecidos.

Os outros 22% disseram publicar com pouca frequência, apenas para compartilhar momentos felizes, suas vivências e momentos, dar visibilidade ao relacionamento (no sentido de “informar”/“atualizar” os amigos), sobretudo em datas comemorativas e especiais, quando estão mais saudosistas e preferem fazer em redes mais fechadas, como no *close friends* do Instagram, mas não fazem com frequência porque não acreditam ser saudável expor demasiadamente os relacionamentos e a própria vida.

Gráfico 12 – Relacionamento amoroso



Fonte: Elaboração da autora, 2021

4.2 Discussão e inferências

De acordo com as informações levantadas podemos definir, então, o perfil do grupo estudado, que é majoritariamente jovem (19 a 24 anos), feminino, natural do estado do Rio de Janeiro, composto por pessoas que moram com suas famílias e estão trabalhando em *home office*. O grupo tem enfrentado dificuldades para organizar as jornadas de trabalho e estudo em casa, e uma parcela significativa (aproximadamente, 20%), teve sua renda atingida com o desemprego na pandemia.

O isolamento social impactou diretamente os indivíduos desse grupo, uma vez que eles realizaram longos períodos de reclusão, o que suscitou o aparecimento de afetos como tristeza e angústia, sobretudo com a declaração da pandemia pela OMS. Apesar da maioria não ter demorado para assimilar o que estava acontecendo, o grupo sequer imaginava que a pandemia poderia demorar mais de um ano, como veio a acontecer. Uma prova de que o isolamento foi

levado a sério por esses alunos é que eles não foram contaminados pelo vírus.

Dentre os afetos surgidos nesse contexto, o medo do coronavírus é um deles, sendo que tal sentimento oscilou para duas parcelas, aumentando em uma e diminuindo em outra, mas manteve-se para uma terceira. Curiosamente, apesar da maioria não ter perdido parentes, amigos ou entes queridos para a Covid-19, o maior medo de quem o tem é justamente de tal perda.

Pensando no que foi exposto no primeiro capítulo, em relação às incertezas do presente-corona em contraposição ao modelo da sociedade biotecnológica de mercado, o afeto de grande destaque deste período é a ansiedade, reforçada pela aceleração e bombardeio de notícias e especulações sobre um tempo do qual pouco sabemos, ou melhor, estamos construindo, vivendo e, portanto, descobrindo. Além disso, a ansiedade está diretamente ligada aos hábitos de saúde do grupo, atingido pelas alterações profundas na rotina, o que pode ser evidenciado, por exemplo, com a queda da qualidade do sono dos indivíduos.

Somado a isso, a impossibilidade de ocupar os espaços físicos e de ver e abraçar pessoas queridas foram, disparadamente, as questões de maior impacto para os estudantes, que acreditam que tanto a sua vida pessoal como a coletiva foram negativamente afetadas pela pandemia, gerando uma visão pessimista para o futuro. Com essas restrições, intensificamos o uso das plataformas digitais, que já participavam ativamente da nossa rotina, mas, claramente, houve um deslocamento na forma como apreendíamos a realidade e mantínhamos nossas relações, sendo que essa prática agora não é somente uma possibilidade, mas também uma necessidade – e, até mesmo, uma obrigação. Por isso, passamos muito mais tempo conectados à internet.

Como o grupo, disparadamente, usa a internet para consumir entretenimento e manter suas relações sociais, o WhatsApp e o Instagram aparecem como as redes sociais ou aplicativos de mensagens mais usados. No caso do Instagram, podemos destacar que a plataforma, além da interação social, possibilita o consumo de entretenimento de páginas específicas de produção de conteúdo, mas, sobretudo, os próprios usuários (pessoas “comuns” ou famosas) postam suas vidas de forma a serem consumidas, “alimentando” a plataforma, como apontado no segundo capítulo. A aproximação entre as duas porcentagens (do WhatsApp e do Instagram) indica ainda certa confluência entre as redes, isto é, uma complementação entre as duas plataformas, que podem ser usadas de múltiplas formas a partir dos recursos disponíveis em cada uma.

Em seguida, o Twitter aparece como a terceira rede mais usada, reforçando a ideia de que esse grupo tem preferido plataformas mais velozes e que privilegiam o consumo acelerado de informações, sejam em pequenos *tweets*, vídeos, fotos, *memes*, áudios rápidos etc. Já o

Facebook, que tenta se reerguer entre esse público a partir das estratégias de integração dos seus produtos, vai perdendo espaço para redes que privilegiam a imagem, como YouTube, e o TikTok vem aparecendo timidamente. Entretanto, a tendência é que redes de vídeos curtos e mais adaptados às novas tecnologias, sobretudo às últimas gerações de smartphones, superem essas redes mais “antigas”, caso elas não encontrem meios urgentes para concorrer diretamente com os novos e mais sofisticados *apps*¹⁵.

Com o consumo de entretenimento (o que inclui vidas privadas e íntimas) concorrendo diretamente com a manutenção dos vínculos, ainda que o grupo veja a potência das plataformas digitais para criar, manter e fortalecer-los, os alunos não têm conseguido manter seus vínculos afetivos por meio delas, nem têm as usado para resgatar vínculos perdidos ou enfraquecidos anteriormente e, conseqüentemente, viram suas relações serem enfraquecidas no presente-corona, o que reafirma a importância dos espaços públicos e privados para a manutenção das relações afetivas. Esses dados nos levam ainda a questionar sobre o segundo maior uso da internet pelo grupo ser para falar com amigos e familiares: qual seria a qualidade dessa comunicação?

Se os vínculos são pilares do campo comunicacional, como visto no segundo capítulo, e admitimos que não estamos conseguindo mantê-los pela internet, talvez o que estejamos fazendo nela esteja muito mais ligado à ampla e pura exposição de nós mesmos, de forma ficcionalizada, submetida à mediação das próprias plataformas. Podemos refletir se estamos postando para os outros ou para nós mesmos. Além disso, os vínculos dependem de tempo e construção, já as conexões são ligações rápidas, efêmeras e sucessivas. Em um ambiente que privilegia conexões, aceleração e instantaneidade, perdemos os vínculos, sobretudo porque estamos muito centrados em nós mesmos, e não há comunicação sem o outro.

Pensando nas relações amorosas do grupo durante a pandemia, podemos perceber a existência de alguns subgrupos: (1) aqueles que já namoravam a distância e tiveram de lidar com a incerteza do próximo encontro; (2) aqueles que namoravam de forma física e tiveram de lidar com longos períodos de distância ou até mesmo passaram a namorar à distância; (3) aqueles que moravam juntos e passaram por uma verdadeira prova de resistência; e (4) aqueles que aproveitaram e se assumiram, tiveram a coragem de começar a morar juntos. Os levantamentos do primeiro capítulo e da primeira parte do questionário são extremamente importantes para entendermos a forma como os relacionamentos amorosos foram afetados, porque os indivíduos e o coletivo foram afetados e isso reverbera na vida a dois.

¹⁵ Abreviação de aplicativo.

Por fim, não surpreendentemente, as respostas da maioria dos alunos que não publicam sobre os seus relacionamentos já apontam para a percepção do grupo em relação a um excesso não saudável de exposição das privacidades e intimidades na internet. Talvez por serem indivíduos que estudam os novos meios de comunicação e têm um pensamento crítico sobre essas plataformas, a maioria evita esse comportamento. Da outra metade que o faz, uma parcela compartilha com menor frequência, sobretudo em datas especiais, o que pode apontar para uma certa obrigação ou subordinação ao pensamento “quem ama posta”, amplamente percebida nas respostas de quem, declaradamente, expõe o relacionamento com mais frequência. Inclusive, as respostas que indicam que os usuários postam para dar mais visibilidade ou informar amigos e conhecidos também reforçam o que apresentamos no segundo capítulo, sobre como as redes têm virado plataformas de entretenimento das vidas privadas e íntimas, nas quais os indivíduos informam uns aos outros sobre si, e como esse movimento têm prejudicados os vínculos e, conseqüentemente, a comunicação.

4.3 Um eterno “TBT”

Já que as questões que levantamos até aqui têm nos levado a repensar o uso das plataformas digitais e, necessariamente, do Instagram, não poderíamos deixar de apontar a forma como esta plataforma possibilita a expressão de afetos relacionados ao passado no presente instantâneo e como isso pode ser um movimento interessante, sobretudo em um espaço-tempo no qual a incerteza e a insegurança em relação ao futuro estão ainda mais em evidência, o que nos faz retomar, constantemente, o olhar para o passado.

O movimento de “TBT” – abreviação de “*throwback Thursday*”, gíria difundida a partir da Web 2.0 –, por exemplo, propõe a volta à uma quinta-feira saudosa ou nostálgica, na qual os usuários das redes sociais podem publicar registros do passado. Apesar do movimento ter sido criado na perspectiva mercadológica da plataforma, é inegável que ele é amplamente utilizado: em 5 de julho de 2021, a “#TBT” contabilizava mais de 500 milhões de *posts* no Instagram.

Pensando nisso, selecionamos alguns perfis cedidos por alunos da ECO-UFRJ que usaram o Instagram para expressar seu saudosismo em relação à rotina anterior à pandemia. Os alunos Mateus e Luiz, por exemplo, usaram a *hashtag* para compartilhar a saudade da possibilidade de ocupar vários espaços e dos amigos da faculdade, conforme pode ser visto na Figura 16.

Figura 16 – #TBT



Fonte: Captura de tela do Instagram/Arquivo pessoal

É claro que esse movimento não está restrito a “#TBT”, que é apenas uma forma de provocar e garantir mais um conteúdo para os usuários publicarem na rede. A publicização desses afetos foi feita sem a *hashtag* (mas ainda com a inclusão de outras) pelas alunas Vitória e Júlia, por exemplo, como mostra a Figura 17.

Figura 17 – #SaiCorona



Fonte: Captura de tela do Instagram/Arquivo pessoal

Pensando nos vínculos, o mais interessante dessas publicações é que elas receberam interações de outros alunos e, nesse sentido, podem ter trazido à tona o sentimento de pertencimento, em um momento sensível e delicado para o grupo, no qual os rituais como a entrada e a saída da universidade aconteceram de forma completamente remota. Nesse contexto, uma iniciativa importante foi a divulgação de notícias no próprio perfil da ECO-UFRJ no Instagram, como as fotos dos corpos docente e técnico sendo vacinados, imagens que têm acalentado a comunidade acadêmica e nos enchido de esperança.

5 CONCLUSÃO

Constituindo-se como o atual espaço-tempo, o presente-corona provoca alterações profundas na humanidade, ao impactar diversas áreas das sociedades, como a economia, a saúde e a ciência. Acelerando transformações que já vinham sendo desenhadas anteriormente, sobretudo impulsionadas pelo desenvolvimento tecnológico, as questões emergidas neste novo espaço-tempo reverberam diretamente no campo dos afetos, pois, como significados socioculturais, eles se manifestam como sintomas, formas de expressão do indivíduo e do coletivo, tornando-se uma perspectiva relevante para o estudo das Ciências Humanas e da Comunicação.

Inseparavelmente comprimidos, os afetos e as relações sociais são os responsáveis pela criação dos vínculos, estrutura fundamental do campo comunicacional que, junto a mediação feita pela linguagem, confere-nos o pertencimento necessário para nos sentirmos ancorados no mundo. Com a impossibilidade ou redução da ocupação dos espaços físicos (e o conseqüente confinamento nos espaços privados e íntimos) e a impossibilidade de realização ou necessidade de adaptação dos rituais tradicionais, decorrentes das medidas de prevenção contra a Covid-19, como o isolamento social, a apreensão da realidade e a manutenção das relações afetivas são, excessivamente, mediadas pelas plataformas digitais no presente-corona.

Com o aprimoramento das redes sociais online e aplicativos de mensagens, o estudo desses objetos já era relevante, uma vez que eles são ferramentas de comunicação, informação e entretenimento usadas por, pelo menos, metade da população mundial. A partir da intensificação desse uso, feito de forma obrigatória no presente-corona, a necessidade de compreensão desse campo aumenta.

Como uma das redes de maior crescimento da atualidade, o Instagram aponta para certa mudança do objetivo de interação social, proposto pelas redes sociais na internet, para a transformação destas em plataformas de entretenimento e consumo. Nesse sentido, a manutenção dos vínculos por essas plataformas é prejudicada, uma vez que eles são reduzidos a conexões. Estas se diferenciam dos vínculos – que demandam tempo de construção para se tornarem duradouros –, por serem flexíveis, instantâneos e efêmeros, ou seja, mais adaptáveis ao modelo da sociedade biotecnológica de mercado, na qual as tecnologias de informação e a biotecnologia são desenvolvidas para garantir segurança nos mais diversos campos da vida social, o que inclui as relações afetivas. Prova disso é a forma como o amor está submetido à lógica securitária, visto nos discursos dos usuários e das páginas de produção de conteúdo nas redes sociais, sobretudo no Instagram.

Além disso, com a presença e sofisticação dos algoritmos para Big Data, as redes, que foram pensadas para promover múltiplas interações a partir da diluição dos limites físicos e temporais na plataforma digital, têm se transformado em nichos cada vez mais segmentados que privilegiam o comum, segregando a diversidade da diferença ao invés de incluí-la.

Como plataformas de entretenimento, essas redes se alimentam do seu principal produto, que é o próprio usuário, já que, com a extinção dos limites entre público, privado e íntimo, desde a sua segunda geração, a internet se tornou bem mais do que um espaço de proliferação de novos gêneros autobiográficos e confessionais. O que está em foco com a evolução dos smartphones e dos aplicativos que possibilitam o registro e compartilhamento instantâneo, sobretudo de fotos e vídeos, é a ampla exposição e consumo de vidas privadas e íntimas, que se tornam públicas. A publicização do *eu* no Instagram, de forma ficcionalizada, indicam uma tendência ao narcisismo nessa plataforma, outro aspecto que enfraquece os vínculos e, conseqüentemente, a comunicação, uma vez que a participação do outro é imprescindível para esse processo.

Apesar dessas questões apontarem para o enfraquecimento dos vínculos nas plataformas digitais, como diagnosticado no estudo apresentado neste trabalho, não poderíamos deixar de ressaltar as possibilidades para repensarmos os seus usos, sobretudo em um momento no qual essas plataformas se fazem tão necessárias. O Instagram, como um dispositivo do presente que disponibiliza afetos do passado no momento instantâneo, pode servir de espaço para a expressão e compartilhamento desses, entretanto precisamos reconhecer a forma como esses conteúdos são apropriados e formatados a partir dos recursos e métricas da própria plataforma, que pertence à uma corporação que visa lucro. O desafio é que este pensamento crítico avance os muros da academia.

Nesse sentido, este trabalho, que está em sua fase inicial, pretende continuar contribuindo para o estudo das redes sociais tendo como recorte o presente-corona, uma vez que os impactos desse espaço-tempo ainda em construção podem perdurar. Demonstramos aqui a complexidade de se pensar o presente tentando responder a suas urgências enquanto ele ainda acontece. Mas para além da ambição de se encontrar verdades ou respostas, nosso objetivo foi compreender, avaliar, examinar e discutir um tema a partir de uma perspectiva específica e declarada, que pode contribuir para o desenvolvimento de outras e/ou novas perspectivas, sendo também atravessada por elas.

Como possíveis desdobramentos, ressaltamos a presença de questões referentes à pandemia nas narrativas de filmes, séries, novelas e outros e, até mesmo, a própria produção desses produtos audiovisuais de forma completamente remota, a partir de tecnologias digitais

que permitem a produção em vários lugares e com múltiplas colaborações. Além disso, o presente-corona evidencia a passagem de shows, do cinema e do teatro para os novos gêneros audiovisuais na plataforma digital, sobretudo as de *streaming*. Apesar dessas práticas, assim como o *home office*, a telemedicina, o ensino remoto e o *e-commerce*, terem sido desenvolvidas anteriormente, é inegável a forma como elas ganharam força por causa da pandemia.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, G. O que é contemporâneo? e outros ensaios. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- AGUALUSA, José Eduardo. Troco tudo por um abraço. **O Globo**, Lisboa, 18 jul. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/troco-tudo-por-um-abraco-24538423>. Acesso em: 20 set. 2020.
- AGUALUSA, José Eduardo. A realidade estará se desmanchando?. **O Globo**, Lisboa, 2 maio 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/a-realidade-estara-se-desmanchando-24405932>. Acesso em: 20 set. 2020.
- ALBUQUERQUE, Flávia. Excesso de trabalho e pandemia podem desencadear Síndrome de Burnout. **Agência Brasil**, São Paulo, 3 jan. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-01/excesso-de-trabalho-e-pandemia-podem-desencadear-sindrome-de-burnout>. Acesso em 27 jun. 2021.
- ALVARENGA, Darlan. Desemprego diante da pandemia atinge 14,2% em novembro e bate novo recorde. **G1**, 23 dez. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/12/23/desemprego-diante-da-pandemia-atinge-142percent-em-novembro-e-bate-novo-recorde.ghtml>. Acesso em: 17 jan. 2021.
- ALVES, Soraia. #fiqueemcasa foi hashtag mais utilizada no Brasil em 2020. **Brainstorm9 (B9)**, 2020. Disponível em: <https://www.b9.com.br/135487/fiqueemcasa-foi-hashtag-mais-utilizada-no-brasil-em-2020/>. Acesso em: 27 dez. 2020.
- APAGÃO no Amapá: veja a cronologia da crise de energia elétrica. **G1**, Macapá, 18 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2020/11/18/apagao-no-amapa-veja-a-cronologia-da-crise-de-energia-eletrica.ghtml>. Acesso em: 16 jan. 2021.
- ARIMATHEA, Bruna. Fadiga de Zoom: o brasileiro está exausto de videochamadas. **O Estado de S. Paulo**, 14 maio 2021. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,fadiga-de-zoom-estudo-de-stanford-identifica-impacto-do-problema-no-brasil,70003715229>. Acesso em: 27 jun 2021.
- BADIOU, A.; TRUONG, N. Elogio ao amor. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
- BARTHES, R. Fragmentos do discurso amoroso. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.
- BENSUSAN, N. Alice no país da pandemia. **N-1 edições**. Disponível em <<https://www.n-1edicoes.org/textos/116>>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.
- BERMÚDEZ, Ana Carla. Analfabetismo entre negros é quase o triplo que entre brancos. **UOL**, São Paulo, 15 jul. 2020. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/noticias/2020/07/15/analfabetismo-entre-negros-e-quase-tres-vezes-maior-do-que-entre-brancos.htm>. Acesso em: 14 de jan. 2021.
- BOEHM, Camila. Mortalidade por covid-19 é maior entre população negra em São Paulo. **Agência Brasil**, São Paulo, 28 ago. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-08/mortalidade-por-covid-19-e-maior-entre-populacao-negra-em-sao-paulo>. Acesso em: 12 jan. 2021.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. 2003. Disponível em <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>>. Acesso em 28 de março de 2021.
- CAMBRICOLI, Fabiana; HONORATO, Ludimila. Buscas no Google sobre transtorno mental têm

recorde durante a pandemia. **UOL**, São Paulo, 21 set. 2020 Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/agencia-estado/2020/09/21/buscas-no-google-sobre-transtorno-mental-tem-recorde.htm>. Acesso em 27 jun. 2021.

CANZIAN, Fernando; CANCIAN, Natália. Bolsonaro recusou vacina a 50% do valor pago por EUA e União Europeia. **Folha de S. Paulo**, São Paulo e Brasília, 6 jun. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/06/bolsonaro-recusou-vacina-a-50-do-valor-pago-por-eua-e-uniao-europeia.shtml>. Acesso em: 8 jun. 2021.

CARVALHO, Júlia; DURAN, Pedro; VIÑAS, Diego. Morrem 40% mais negros que brancos por coronavírus no Brasil. **CNN**, São Paulo, 5 jun. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/2020/06/05/negros-morrem-40-mais-que-brancos-por-coronavirus-no-brasil>. Acesso em: 12 jan. 2021.

COLL, Liana. Não há evidências que cloroquina seja eficaz em prevenção ou tratamento da Covid-19, alerta pesquisador da Unicamp. **Unicamp**, Campinas, 21 maio 2020. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/05/21/nao-ha-evidencias-que-cloroquina-seja-eficaz-em-prevencao-ou-tratamento-da>. Acesso em: 17 jan. 2021.

CORONAVÍRUS: com SP e RJ a partir desta terça, todas as capitais param comércio para reduzir o risco de contágio. **G1**, 24 mar. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-04/quarentena-global-e-evento-inedito-na-historia-das-pandemias>. Acesso em: 27 dez. 2020.

CORTE orçamentário de 42% em ciência e tecnologia preocupa entidades. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 3 abr. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2019/04/corte-orcamentario-de-42-em-ciencia-e-tecnologia-preocupa-entidades.shtml>. Acesso em: 17 jan. 2021.

COSTA, Aline. Após 30 dias de internação e 85% dos pulmões comprometidos, dentista diagnosticada com Covid-19 enfrenta a batalha da recuperação. **G1**, Rio de Janeiro, 7 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/noticia/2020/11/07/apos-30-dias-de-internacao-e-85percent-dos-pulmoes-comprometidos-dentista-diagnosticada-com-covid-19-enfrenta-a-batalha-da-recuperacao.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2021.

CRÍTICAS a Trump impulsionaram Marcha pela Ciência em diversos países. **Poder360**, 22 abr. 2017. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/internacional/criticas-a-trump-impulsionaram-marcha-pela-ciencia-em-diversos-paises/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

DIA Mundial da Saúde Mental: Brasil lidera ranking de depressão e ansiedade. **VivaBem**, São Paulo, 10 out. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2019/10/10/dia-mundial-da-saude-mental-brasil-lidera-ranking-de-depressao-e-ansiedade.htm>. Acesso em: 27 jun. 2021.

FELINTO, E. Sem mapas para esses territórios: a cibercultura como campo de conhecimento. *In* FREIRE, J.; HERSCHMANN, M. (orgs). *Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos e audiências*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, p. 45-58.

FERREIRA, Marcelo Antonio. Motoristas de aplicativo e de ônibus do Rio, que trabalham durante a pandemia, falam sobre o medo e as situações vividas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 2 ago. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/motoristas-de-aplicativo-de-onibus-do-rio-que-trabalham-durante-pandemia-falam-sobre-medo-as-situacoes-vividas-24562903>. Acesso em: 17 jan. 2021.

FOUCAULT, M. A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FOUCAULT, M. História da sexualidade I: A vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FLYON Marketing Digital (Brasil). Você sabia? 17 fatos super curiosos sobre o Instagram 2020!. Disponível em: <https://blog.flyon.com.br/fatos-curiosos-sobre-o-instagram-2020/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

GANDRA, Alana. Excesso de videoconferências afeta a saúde mental, dizem psiquiatras. **Agência Brasil**, Rio de Janeiro, 26 dez. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-12/excesso-de-videoconferencias-afeta-saude-mental>. Acesso em 27 jun. 2021.

GIL, J. A pandemia e o capitalismo numérico. **N-1 edições**. Disponível em <<https://www.n-1edicoes.org/textos/61>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2021.

GIL, J. O medo. **N-1 edições**. Disponível em <<https://www.n-1edicoes.org/textos/21>>. Acesso em: 19 de dezembro de 2020.

GORZ, A. Carta a D.: História de um amor. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

GUZZO, M. Partilhas sensíveis e essenciais em tempos pandêmicos. **N-1 edições**. Disponível em <<https://www.n-1edicoes.org/textos/96>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2021.

HAN, B. Agonia do eros. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HAN, B. Sociedade da transparência. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HAN, B. No enxame: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

HARARI, Y. 21 lições para o século XXI. Companhia das Letras: São Paulo, 2018.

HOMERO, Valquíria. Índia e outros 56 países começam vacinação contra coronavírus, leia a lista. **Poder360**, 16 jan. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/coronavirus/india-e-outros-56-paises-comecam-vacinacao-contra-coronavirus-leia-a-lista/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

ILLOUZ, E. O amor nos tempos do capitalismo. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. **G1**, Brasil, 6 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 17 abr. 2021.

JIMÉNEZ, Carla.; OLIVEIRA, Joana. Cresce pressão por responsabilizar Bolsonaro por Manaus e ideia de impeachment volta a ser aventada. **El País**, São Paulo, 16 jan. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-01-16/cresce-pressao-por-responsabilizar-bolsonaro-por-manaus-e-ideia-de-impeachment-comeca-a-ser-aventada.html>. Acesso em: 17 jan. 2021.

KRENAK, A. O amanhã não está à venda. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

LEMONS, A.; DE SENA, C. Mais livre para publicar: Efemeridade da Imagem nos modos "Galeria" e "Stories" do Instagram. *In: Revista Mídia e Cotidiano*. Artigo Seção Temática. Volume 12, Número 2, agosto de 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.22409/ppgmc.v12i2.10035>>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

LIPOVETSKY, G. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOPES, Janaína. Negros ganham 17% menos do que brancos da mesma origem social, aponta estudo da PUCRS. **G1 RS**, Porto Alegre, 20 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2020/11/20/negros-ganham-17percent-menos-do-que-brancos-da-mesma-origem-social-aponta-estudo-da-pucrs.ghtml>. Acesso em: 14 jan. 2021.

MADEIRO, Carlos. Covid mata 55% dos negros e 38% dos brancos internados no país, diz estudo. **UOL**, Maceió, 2 jun. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/06/02/covid-mata-54-dos-negros-e-37-dos-brancos-internados-no-pais-diz-estudo.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 12 jan. 2021.

MARTINS, I. Os afetos na pandemia: algumas considerações filosóficas e psicanalíticas. **N-1 edições**. Disponível em <<https://www.n-1edicoes.org/textos/113>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2021.

MELLO, Daniel. Home office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia. **Agência Brasil**, São Paulo, 28 jul. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>. Acesso em: 17 jan. 2021.

MENSAGENS do Instagram e do Facebook Messenger agora podem ser integradas no Brasil. **G1**, Brasil, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/15/facebook-integra-mensagens-do-instagram-com-messenger-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 9 jun. 2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Brasil). Sobre a doença. Brasília, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em: 21 dez. 2020.

MONTARDO, S. Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa. **Galaxia** (São Paulo, online), ISSN 1982-2553, n. 41, mai-ago., 2019, p. 169-182. Disponível em <<https://doi.org/10.1590/1982-25542019237688>>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

O'REILLY, T. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Publicado em 30 de setembro de 2005. Disponível em: <<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 11 de abril de 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Estudo da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero. **ONU News/ONU**, 6 nov. 2019. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711>. Acesso em: 18 jan. 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia. Brasília: **OPAS/OMS**, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>. Acesso em: 3 jan. 2021.

OS NOVOS donos do mundo. **Istoé**, Brasil, 17 jun. 2016. Disponível em: <https://istoe.com.br/os-novos-donos-do-mundo/>. Acesso em: 21 abr. 2021.

QUARENTENA global é evento inédito na história das pandemias. **Agência Brasil**, São Paulo, 26 abr. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-04/quarentena-global-e-evento-inedito-na-historia-das-pandemias>. Acesso em: 27 dez. 2020.

RECUERO, R. A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. 2012. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf>>. Acesso em 1 de abril de 2021.

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, D. Competência em informação e filtro invisível: uma análise dos assistentes inteligentes e da potencial aplicação dos estudos de usuários no ciberespaço. *In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Volta Redonda – RJ – 22 a 24/06/2017. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0837-1.pdf>>. Acesso em: 17 de abril de 2021.

RODRIGUES, Rodrigo. 'Não tenham medo', diz Mônica Calazans, 1ª pessoa a ser vacinada no Brasil. **G1 SP**, São Paulo, 17 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/01/17/nao-tenham-medo-diz-monica-calazans-1a-pessoa-a-ser-vacinada-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 18 jan. 2021.

SIBILIA, P. O show do eu: subjetividade nos gêneros confessionais da Internet. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

SOUPIN, Elisa. Moradores de comunidades do RJ sofrem com falta de água em meio à pandemia de coronavírus. **G1 Rio**, Rio de Janeiro, 17 mar. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/03/17/moradores-de-comunidades-do-rj-sofrem-com-falta-de-agua-em-meio-a-pandemia-de-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 14 jan. 2021.

TERCEIRO apagão no Amapá: o que se sabe e o que ainda precisa ser esclarecido sobre o novo blecaute. **G1 AP**, Macapá, 15 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2021/01/15/3o-apagao-no-amapa-o-que-se-sabe-e-o-que-ainda-precisa-ser-esclarecido-sobre-o-novo-blecaute.ghtml>. Acesso em: 16 jan. 2021.

TERRA, Victor do Vale. Representação e imagem: o Instagram como ferramenta de produção de novos sentidos. Trabalho de conclusão de curso – Monografia (Graduação em Comunicação Social / Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. Rio de Janeiro, 2017. 96 f.

THE Social Dilemma. Direção: Jeff Orlowski. Produção: Larissa Rhodes. Netflix. 22 de agosto de 2020. 1h 34min. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81254224>>. Acesso em: 1 de maio de 2021.

TOLEDO, Karine. Estudo mostra a influência de idade e sexo no perfil clínico da COVID-19. **Agência Fapesp**, São Paulo, 20 ago. 2020. Disponível em: <https://agencia.fapesp.br/estudo-mostra-a-influencia-de-idade-e-sexo-no-perfil-clinico-da-covid-19/33927/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

TRUMP rejeita relatório sobre aquecimento global. **Deutsche Welle (DW)**, Estados Unidos, 27 nov. 2018. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/trump-rejeita-relat%C3%B3rio-sobre-aquecimento-global/a-46463167>. Acesso em: 17 jan. 2021.

TUCHERMAN, I. *Arqueologia do discurso amoroso*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2019.

UM ANO após a primeira morte na China, origem do coronavírus continua incógnita. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 jan. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/um-ano-apos-primeira-morte-na-china-origem-do-coronavirus-continua-incognita-24831901>. Acesso em: 10 jan. 2021.

VERÍSSIMO, Isabela. Trabalhadores informais: Entenda como essa categoria foi a mais prejudicada na pandemia. **Portal FDR/Terra**, 14 out. 2020. Disponível em: <https://fdr.com.br/2020/10/14/trabalhadores-informais-entenda-como-essa-categoria-foi-a-mais-prejudicada-na-pandemia/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

VOLPATO, Bruno. Ranking das redes sociais 2020: as mais usadas no Brasil e no mundo, insights e materiais gratuitos. **Resultados Digitais**, Brasil, 11 jan. 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 17 abr. 2021.

WHATSAPP bate recorde de chamadas de voz e vídeo em um só dia durante o Ano Novo. **G1**, 4 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/01/04/whatsapp-bate-recorde-de-chamadas-de-voz-e-video-em-um-so-dia-durante-o-ano-novo.ghtml>. Acesso em: 18 jan. 2021.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO Coronavirus (COVID-19) Dashborad. 2021. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 8 jun. 2021.

7 ANEXOS

7.1 Anexo 1 – Questionário completo

Título: Pandemia, afetos e redes sociais

Descrição: Olá. Meu nome é Camila Gonçalves, sou aluna de Jornalismo da ECO/UFRJ e este formulário faz parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como objetivo estudar os afetos e as relações afetivas durante a pandemia de Covid-19. Escolhi o corpo discente de graduação da ECO para entender quais estão sendo os sentimentos do nosso grupo em relação às questões da pandemia. O trabalho tem a orientação da Profa. Dra. Ieda Tucherman. Quem quiser contribuir com a pesquisa com relatos ou sugestões pode entrar em contato comigo pelo e-mail camila.costa@discente.eco.ufrj.br. Obrigada!

Pergunta 1¹⁶ - Você é aluno de graduação da Escola de Comunicação da UFRJ?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 2 - Quantos anos você tem? **Resposta livre (em números).**

Pergunta 3 - Como você se identifica em relação ao seu gênero?

Opções de resposta:

- A) Homem cisgênero
- B) Homem transgênero
- C) Mulher cisgênero
- D) Mulher transgênero
- E) Pessoa não-binária
- F) Prefiro não responder

Pergunta 4 - Como você se autodeclara em relação à cor ou raça?

Opções de resposta:

- A) Branco
- B) Indígena

¹⁶ Pergunta de segurança. Caso o participante responda “não”, o questionário é encerrado.

- C) Pardo
- D) Negro
- E) Amarelo

Pergunta 5 - Você é natural do Estado do Rio?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 6 - Atualmente, você mora...

Opções de resposta:

- A) com pessoas da sua família
- B) em república/pensionato/hostel
- C) no alojamento da UFRJ
- D) com amigos e colegas
- E) com o seu parceiro
- F) sozinho

Pergunta 7 - Atualmente, você trabalha?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 8¹⁷ - Como você está trabalhando?

Opções de resposta:

- A) De forma totalmente presencial
- B) Revezando entre presencial e *home office*
- C) Totalmente em *home office*

Pergunta 9¹⁸ - Você tem conseguido administrar/separar a sua rotina de trabalho das demais atividades do seu dia ou você acredita que está trabalhando mais com a “invasão” do

¹⁷ Só responderam esta pergunta os alunos que responderam afirmativamente a pergunta nº 7.

¹⁸ Só responderam esta pergunta os alunos que escolheram as alternativas “B” ou “C” na pergunta de nº 9.

trabalho no seu espaço privado e íntimo (casa)?

Opções de resposta:

- A) Estou conseguindo me organizar bem nesse sentido
- B) Trabalhar em casa tem sido exaustivo e confuso

Pergunta 10¹⁹ - Você perdeu o seu emprego durante ou por causa da pandemia?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 11 - Por quanto tempo, aproximadamente, você realizou o isolamento social?

OBS: Para essa pergunta, estamos analisando o período entre a declaração da pandemia pela OMS (11 de março de 2020) até meados do ano de 2020, antes da flexibilização do isolamento na maior parte do País, ou seja, a "primeira quarentena". Entende-se como isolamento social o ato de ficar em casa, saindo apenas para serviços essenciais como supermercado, farmácia, serviços médicos e bancários. Período sem contato com pessoas de fora da sua casa, ou seja, sem aglomerações, viagens, passeios etc. Se você interrompeu o isolamento, mas recomeçou, informe o maior período de tempo em isolamento sem interrupções. O objetivo não é julgar quem realizou ou não o isolamento, apenas entender quanto tempo a maioria do grupo permaneceu nesse estado para daí analisar os afetos emergidos neste contexto.

Opções de resposta:

- A) Até 1 mês
- B) De 2 a 3 meses
- C) De 4 a 6 meses
- D) 6 meses ou mais
- E) Continuo em isolamento social desde o início da pandemia (aproximadamente, 1 ano)
- F) Não realizei nenhum período de isolamento social durante a pandemia

Pergunta 12²⁰ - Por que você não realizou o isolamento social?

Opções de resposta:

- A) Trabalho

¹⁹ Só responderam esta pergunta os alunos que responderam negativamente a pergunta nº 7.

²⁰ Só responderam esta pergunta os alunos que selecionaram a alternativa "F" na pergunta nº 11.

B) Outros

Pergunta 13 - Qual desses conjuntos de palavras descreve melhor a sua sensação/reação com a declaração da pandemia?

Opções de resposta:

- A) Incredulidade, desconfiança e dúvida
- B) Susto, paralisação e choque
- C) Medo, pânico, pavor e desespero
- D) Tristeza e angústia
- E) Indiferença

Pergunta 14 - A partir da declaração da OMS sobre a pandemia, quanto tempo você acha que demorou para assimilar/realizar o que estava acontecendo?

Opções de resposta:

- A) Imediatamente
- B) Poucos dias
- C) Algumas semanas
- D) Mais de um mês
- E) Ainda não acredito no que está acontecendo

Pergunta 15 - Quanto tempo, em média, você achava que a pandemia ia durar?

Opções de resposta:

- A) menos de um mês
- B) de 1 a 3 meses
- C) de 3 a 6 meses
- D) mais de 6 meses
- E) mais de 1 ano
- F) mais de 2 anos

Pergunta 16 - Você tem medo do coronavírus?

Opções de resposta:

- A) Sim, como desde o início da pandemia
- B) Sim, mais ainda hoje do que no início da pandemia
- C) Sim, atualmente, menos do que no início da pandemia

- D) Não, mas tinha no início da pandemia
- E) Não e não tive medo dele anteriormente

Pergunta 17 - Você perdeu algum familiar, amigo ou ente querido para a Covid-19?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 18 - Você teve Covid-19?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 19 - Selecione até 3 sentimentos que resumem ou sintetizam o que você mais tem sentido durante a pandemia.

Opções de resposta:

- A) Tristeza
- B) Medo
- C) Frustração
- D) Raiva
- E) Desespero
- F) Arrependimento
- G) Indiferença
- H) Angústia
- I) Ansiedade
- J) Tédio

Pergunta 20 - Ao ver notícias sobre o coronavírus, você fica:

Opções de resposta:

- A) Conformado
- B) Desesperado
- C) Aflito
- D) Triste
- E) Ansioso

- F) Indiferente
- G) Irritado

Pergunta 21²¹ - Do que você tem mais medo em relação ao coronavírus?

Opções de resposta:

- A) De ficar doente
- B) De morrer
- C) De perder algum familiar/amigo
- D) De transmitir para outras pessoas

Pergunta 22 - Você tem conseguido manter bons hábitos alimentares e praticar exercícios físicos na pandemia? OBS: Entendemos como bons hábitos alimentares uma alimentação saudável e balanceada, sem privações, restrições e/ou excessos frequentes

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 23 - Você adquiriu ou aumentou a prática de ingerir bebidas alcoólicas ou fumar cigarros durante a pandemia?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 24 - Você percebeu alterações no seu sono durante a pandemia?

Opções de resposta:

- A) Não
- B) Sim, piorou (em relação ao momento anterior à pandemia)
- C) Sim, melhorou (em relação ao momento anterior à pandemia)

Pergunta 25 - Do que você mais sente falta em relação a sua rotina diária anterior à pandemia? (escolha até três opções)

Opções de resposta:

²¹ Só responderam esta pergunta os alunos que marcaram as alternativas “A”, “B” ou “C” na pergunta nº 16.

- A) Ocupar espaços públicos e privados, como a universidade, shoppings, cinemas, praias etc.
- B) Ver, abraçar e conversar com as pessoas
- C) Não usar máscara/rotina de higienização
- D) Estudar e trabalhar presencialmente
- E) Viajar
- F) Realizar rituais e celebrações presencialmente (ex. aniversário)

Pergunta 26 - Você acha que a pandemia afetou o seu futuro pessoal?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 27 - Você acha que a pandemia afetou o futuro da sociedade, como coletivo?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 28 - Sobre o mundo pós-pandemia, você tem uma visão:

Opções de resposta:

- A) Otimista
- B) Pessimista
- C) Indiferente

Pergunta 29 - Quais mídias sociais você mais usa atualmente? Selecione até 3.

Opções de resposta:

- A) Facebook
- B) Twitter
- C) Instagram
- D) YouTube
- E) WhatsApp
- F) LinkedIn
- G) Tik Tok
- H) Telegram

I) Clubhouse

Pergunta 30 - Comparando o tempo que você passava conectado à internet antes e atualmente na pandemia, é possível afirmar que...

Opções de resposta:

- A) você tem passado mais tempo "conectado" atualmente
- B) você reduziu seu tempo "conectado" em relação ao período anterior à pandemia
- C) não houve diferença em relação ao período anterior à pandemia

Pergunta 31 - Para que você tem mais usado a internet ultimamente? Selecione até 3.

Opções de resposta:

- A) Falar com amigos e familiares através das plataformas digitais
- B) Me informar e pesquisar
- C) Entretenimento (filme, séries, leitura, vídeos, etc.)
- D) Estudar E) Trabalhar
- F) Paquerar/namorar

Pergunta 32 - Você conseguiu manter seus vínculos do dia a dia pelas plataformas digitais? OBS: Entendemos como vínculos amizades e relações afetivas nas quais há a troca verdadeira de experiências e sentimentos de forma profunda, para além de relações interpessoais superficiais, ou seja, além dos *likes* e meras conexões nas redes.

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 33 - Você acha que é possível criar, manter e fortalecer os vínculos sociais por meio delas?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 34 - Você resgatou algum vínculo perdido ou enfraquecido (como amizades antigas) através das plataformas digitais durante a pandemia?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 35 - O quão importante você avalia a ocupação de espaços públicos e privados, como a universidade, para a manutenção desses vínculos?

Opções de resposta:

- A) Muito
- B) Pouco
- C) Indiferente

Pergunta 36 - Você acredita que tem se relacionado mais com as pessoas através das tecnologias digitais durante a pandemia ou você percebeu/sentiu a redução e enfraquecimento do seu círculo social nesse período?

Opções de resposta:

- A) tenho mantido as minhas relações com sucesso
- B) minhas relações foram reduzidas/enfraqueceram

Pergunta 37 - Você está em um relacionamento amoroso atualmente?

Opções de resposta:

- A) Sim
- B) Não

Pergunta 38²² - Este relacionamento está sendo

Opções de resposta:

- A) Físico
- B) À distância

Pergunta 39 - A pandemia afetou o seu relacionamento de alguma forma? Explique.
Resposta livre.

Pergunta 40 - Você publica fotos ou mensagens a respeito do seu relacionamento nas redes sociais? Se sim, porque você acha que faz isso? **Resposta livre.**

²² Só responderam as perguntas nº 38, 39 e 40 os alunos que marcaram afirmativamente a pergunta nº 37.

Pergunta 41²³ - Você terminou algum relacionamento amoroso durante ou por causa da pandemia?

Opções de resposta:

A) Sim

B) Não

7.2 Anexo 2 – Respostas discursivas

Quadro 1 – Respostas de como a pandemia afetou o relacionamento amoroso

NEGATIVAMENTE (42/76 = 55%)	POSITIVAMENTE (21/76 = 28%)	NÃO AFETOU (13/76 = 17%)
Afetou na quantidade de vezes que eu vejo minha parceira, por conta do deslocamento de ambos	Houve um momento em que precisei voltar para o estado em que morava e fiquei apreensiva, porque não sabia quando voltaria e o quanto isso afetaria nossa relação. Apesar desse momento, e talvez por causa dele, nos unimos ainda mais e a cada dia nos fazemos mais presentes.	Não, namoramos à distância por morarmos em estado diferentes
Terminei um relacionamento de 4 anos no início da pandemia.	Afetou no sentido de que nos víamos com muito mais frequência antes do que agora. Entretanto, os laços se estreitaram e não brigamos há um ano (desde o início da pandemia).	Não.
Sim, sobretudo acerca da frequência de contato físico.	Começou durante a pandemia. Moramos em cidades diferentes e acho que, como estávamos distanciados de todos de qualquer jeito, perdemos o medo de assumir um relacionamento à distância.	Não, praticamente moramos juntos
Totalmente. Com a maior carga de trabalho, tenho menos tempo para conversar. Ou fico tão cansada à noite, que não consigo estar de bom humor. O toque faz muita falta, em todos os sentidos.	Aproximou ainda mais	Não
Para não ir a vir a todo momento, optamos por morar no mesmo ambiente com 4 meses de relacionamento.	Sim, mas de forma muito positiva. Nós já estávamos noivos e na pandemia, resolvemos morar juntos.	Não
sim.	Ansiedade. Temos mais vontade de estarmos juntos e a pandemia	Não, porque moramos juntos

²³ Só responderam esta pergunta os alunos que marcaram negativamente a pergunta de nº 37.

	uniu mais a gente, mesmo conversando menos presencialmente.	
No início da pandemia, foi bem difícil o distanciamento e não nos encontrar em momentos pontuais	Sim. O sentimento de querer estar junto, zelando e sendo zelada por essa pessoa que sempre amei muito (voltamos a nos contatar para saber um do outro se estava bem, também por conta da pandemia), nos fortaleceu afetivamente e nos mostrou que não queríamos mais adiar estarmos juntos. Reatamos nosso relacionamento de anos, que havíamos interrompido em 2019 e, em 2020, decidimos ficar juntos de vez. Essa postura foi fundamental para, juntos, cuidarmos das nossas angústias (individuais ou compartilhadas) principalmente num momento em que afeto e zelo tem sido tão raro e caro.	Não, iniciei o relacionamento na pandemia e não senti diferença comparado aos relacionamentos anteriores.
Começou durante a pandemia e só quero que termine para vê-lo.	Eu e meu namorado começamos a conviver intensamente durante a pandemia na casa dos pais dele e atualmente estamos indo morar juntos porque percebemos que nossa convivência é muito boa	Não
Sim, a distância física atrapalha a manutenção da comunicação, principalmente devido às diferentes demandas de rotina ocasionadas pelas diferentes rotinas de estudo e trabalho. Prejudica muito a atividade sexual. Porém, quando eventualmente nos reencontramos durante a pandemia, nos beneficiamos de um grande fluxo de informações novas. Às vezes é como se nós estivéssemos hibernando, porque vimos vários planos nossos como viagens atrapalhados, mas acabamos por planejar com mais fervor durante esse período.	Me aproximou mais do meu namorado, já que fiquei isolada com ele.	Não
Na primeira quarentena sim, levamos 3 meses para nos ver já que ele trabalhava diariamente com atendimento ao público e eu não queria me expôr ao risco.	Começamos a passar mais tempo juntos, em casa. Nos aproximamos muito.	Não
Sim, pelo ensino ser remoto, os trabalhos são mais exigentes, logo, fico mais tempo estudando e	Sim. Passamos a ficar mais tempo juntos, praticamente morando juntos.	Não porque vivemos juntos

não consigo ver o meu parceiro presencialmente.		
Sim, nos vemos poucas vezes e os espaços que costumávamos ocupar reduziram	Sim, estamos morando juntos e isso nos aproximou mais	Não, porque moramos juntos
Tem sido mais desafiador lidar com a distância e incerteza de quando iremos nos ver novamente.	Ficamos mais próximos.	Não porque moramos juntos
Sim, de termos cuidado quando vamos nos ver. No início ficamos alguns meses sem se ver, agora nós vemos nos finais de semana, uma semana sim, outra não	nós melhoramos nossa relação. ficamos bem mais próximos.	
No início da pandemia, sim. Tive bastante problema com insegurança, ansiedade e insônia, o que acabou conturbando demais o meu relacionamento. Agora está acontecendo de uma forma mais orgânica e saudável e, embora eu ainda esteja enfrentando problemas emocionais, consigo canalizar isso.	nós melhoramos nossa relação. ficamos bem mais próximos.	
Totalmente. Meu namorado mora em Goiás, e eu no Rio de Janeiro. Ficamos meses sem nos ver, porque ambos respeitam seriamente a quarentena. É completamente diferente estar em um relacionamento sem a presença física, sem beijos, abraços etc. Mesmo sendo doloroso, fazemos esse esforço gigantesco pelo bem dos nossos pais.	Passamos mais tempo juntos, um na casa do outro.	
Sim, a saudade é muito grande e sentimos falta de momentos mais próximos e somente entre nós dois. Quando um visita o outro sempre dividimos o espaço com familiares e tudo mais, o que não nos dá muita privacidade. Mas, apesar das dificuldades impostas pela pandemia, seguimos nos falando por mensagem todos os dias e se ligando aos fins de semana.	Na realidade, nos conhecemos pela internet logo no início da pandemia.	
Sim, complicou tudo	sim. como estou trabalhando e estudando a distancia, eu posso ficar na casa do meu namorado mais tempo, que mora em uma cidade diferente da minha (e vice versa, ele também fica mais tempo na minha casa)	

Relação mais intimista de forma forçada pela pandemia, sem o convívio do dia a dia com outras pessoas.	tínhamos acabado de se mudar para morar junto, duas semanas depois é anunciada a quarentena. foi uma provação passar 2020 inteiro aqui com ela, mais brigas e desentendimentos até entendermos como balancear esse 24h juntos. depois de 1 ano sinto que fortaleceu nossa relação como um todo, mas não foi simples.	
Não tenho ideia de quando voltarei a ver meu parceiro, já que estamos longe e combinamos de nos ver apenas quando vacinados	Ele começou após a pandemia	
Sim, dependência emocional e as vezes saturação	Sim. Com o início da pandemia, comecei a usar o aplicativo Tinder, e assim conheci meu namorado.	
fuso horario atrapalhou		
Afetou principalmente com o distanciamento físico, agora nos vemos muito menos do que normalmente pra evitar contágio e temos que tomar precauções quando o fazemos. Além disso, o próprio fato de não poder sair, ir em restaurantes, novos lugares e etc também foi algo relevante que nos levou a buscar mais entretenimento dentro de casa.		
No meio dela voltei a morar com meus pais na minha cidade e desde então estou namorando à distância		
Sim, caímos em uma monotonia que antes não existia, pois sempre fazíamos coisas diferentes. Tivemos que nos reinventar e repensar o relacionamento.		
Sim, passamos por longos períodos de isolamento absoluto.		
Os intervalos entre os encontros aumentaram, de semanalmente para quinzenalmente (janela de contaminação).		
Diminuímos o tempo que nos vimos presencialmente, mas continuamos nos falando todos os dias através da tecnologia.		
Sim. Minha família não mora no RJ e estou passando a quarentena com eles. Logo, ficamos longe fisicamente. Como não queremos		

furar quarentena, no vimos apenas 1 vez desde março após teste.		
A mudança completa da rotina afetou diretamente meu relacionamento. A forma como ocupávamos nosso tempo mudou, restringindo totalmente à presença do outro apenas, não podendo sair (o que era algo muito forte no nosso dia a dia, como praias e bares antes da pandemia) e tendo que reestruturar a maneira como aproveitávamos a companhia do outro.		
Sim, rola uma culpa de estar mantendo contato, mas ao mesmo tempo o isolamento já dura tanto tempo que é meio utópico não ter contato nenhum com ele.		
A mudança completa da rotina afetou diretamente meu relacionamento. A forma como ocupávamos nosso tempo mudou, restringindo totalmente à presença do outro apenas, não podendo sair (o que era algo muito forte no nosso dia a dia, como praias e bares antes da pandemia) e tendo que reestruturar a maneira como aproveitávamos a companhia do outro.		
Nos vemos com menos frequência		
Sim, deu uma desgastada pois tirando as pessoas que moram na mesma casa que eu, ele é meu unico contato com o mundo lá fora então satura muito.		
Menos possibilidade de se ver, mas quando nos vemos obtemos maior tempo juntos, por não podermos sair e ficarmos em casa.		
Logo no início ficamos até 3 meses sem nos vermos, fomos afetados pela questão da saudade.		
Passamos por grandes momentos de distância		
Sim. Passamos a nos ver muito menos.		
Comecei um relacionamento na pandemia. Afetou o		

relacionamento por conta do desemprego, que dificulta a realização de atividades fora de casa e torna a relação monótona e pela diminuição dos vínculos de amizade, que torna a relação a dois intensa e exaustiva.		
Conflitos pessoais e do casal sobre futuro e falta do “normal”		
Começou durante a pandemia e só quero que termine para vê-lo.		
No meio dela voltei a morar com meus pais na minha cidade e desde então estou namorando à distância		

Fonte: Elaboração da autora, 2021

Quadro 2 – Respostas dos alunos que não publicam fotos sobre o relacionamento

Não tenho costume
Não. Não é sério
Não, porque meu relacionamento é homossexual e minha família não sabe da minha orientação sexual.
Não, não sou muito de expor minha vida pessoal na internet
Não, nunca gostei de publicar muito sobre
Há muitos anos não o faço. E, na última vez que o fiz, meu companheiro estava numa das imagens que postei com outros amigos, também. Também amores, de formas diferentes, e ele também é meu amigo e parceiro. Não foi uma declaração direta a apenas ele, quero dizer.
Não, não gosto de me expor muito
Não, evito publicar fotos minhas em qualquer rede social, o que acaba se estendendo a fotos com amigos, familiares e namorados em geral.
Não, gosto da minha privacidade. Passei a publicar menos minha intimidade.
Não publiquei fotos sobre meu relacionamento nas redes. Inclusive tenho deixado de acessar redes sociais de foto como o Instagram, principalmente.

Fonte: Elaboração da autora, 2021

Quadro 3 – Respostas dos alunos que publicam fotos sobre o relacionamento amoroso

Sim, eu compartilho sobre minha vida e o relacionamento faz parte dela
Sim, porque gosto de demonstrar afeto publicamente por quem amo.
Sim, pois considero importante uma demonstração pública de afeto
Sim, porque acredito que colocamos nas redes sociais alguns trechos da nossa vida e o relacionamento faz parte desses trechos
Sim, pois gosto de demonstrar meu carinho dessa forma também
Eu sempre fiz, então continuo. Faço pois é uma maneira de expressar meu sentimento a minha namorada.
Sim, porque me sinto à vontade.
Publico sim! Pessoalmente considero como uma forma de enaltecer todo o carinho que recebo e também sinto uma vontade de compartilhar esse sentimento e esses momentos com as outras pessoas
Pra compartilhar coisas boas da minha vida
Sim. Pq é uma forma de demonstrar afeto.

Fonte: Elaboração da autora, 2021

Quadro 4 – Respostas dos alunos que publicam fotos sobre o relacionamento amoroso com pouca frequência

Sim, às vezes. Acho que não há um motivo nobre. Só é bom demonstrar e espalhar algum tipo de amor e carinho verdadeiros em meios propícios à falsidade e ódio.
Raramente faço. Mas quando faço, é para dar visibilidade do meu relacionamento... a maioria dos meus amigos não sabem que casei na pandemia.
fotos no instagram de vez em quando
Sim, mas somente em datas comemorativas ou especiais. Faço porque é mais uma forma de demonstrar carinho.
Algumas vezes sim. Minha rede social é como meu diário digital. Não faço pelos seguidores, pelas curtidas. Se tivessem 0 pessoas, daria no mesmo (talvez até melhor) hahaha mas gosto de ter esses registros. Inclusive, paralelamente à minha conta pessoal aberta, tenho uma conta em que sigo 10 perfis de jornal / artistas / cultura que gosto; não tenho nenhum seguidor e uso até mais. Ultimamente, especialmente com a pandemia, tenho ficado com preguiça das redes sociais. Por isso não ligo muito, vejo nesta conta privada justamente porque ali tem exatamente o que quero ver e me interessa.
Muito raramente, geralmente quando estou saudosista e sempre em redes sociais trancadas, por exemplo o "dix" ou o "close friends" - ambos do Instagram.
Atualmente não muito, mas posto. Gosto de compartilhar vários momentos da minha vida, e meu relacionamento faz parte dela. Além disso, adoro fazer homenagens nas redes sociais.
Sim, mas pouquíssimas vezes. Acredito que expôr em demasia, qualquer área da nossa vida, nos coloca em lugar de julgamentos alheios.
Sim, mas apenas em datas especiais. Não vejo necessidade de expor o relacionamento o tempo inteiro nas redes sociais, sobretudo em tempos tão caóticos, de aflição e tristeza para muitas pessoas.
Um pouco, no Twitter. Faço mais para registrar nossos momentos engraçados e amorosos, nossas conquistas, e algumas vezes para demonstrar afeto.

Fonte: Elaboração da autora, 2021