

ACENOS DE NARRATIVAS FOTOGRÁFICAS PARA TEMPOS PÓS-PANDÊMICOS

Cláudia Mariza Mattos Brandão¹
Wesley Padilha Blanke²

Em face à realidade pandêmica e o consequente afastamento social, vivenciados no Brasil desde o mês de março de 2020 até hoje, setembro de 2021, fomos lançados num piscar de olhos à virtualidade das relações. Nesse escopo, na universidade foi preciso mudar radicalmente as práticas, inclusive, o modo de realizar pesquisas, impossibilitados que ainda estamos de sair a campo.

Nós, do PhotoGraphein – Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPel/CNPq), sediado no Centro de Artes da Universidade

-
1. Doutora em Educação, com Pós-Doutorado em Criação Artística Contemporânea, professora associada do Centro de Artes da Univer. Federal de Pelotas (Brasil), líder do PhotoGraphein – Núcleo de Pesq. em Fotografia e Educação (UFPel/CNPq). claummattos@gmail.com
 2. Acadêmico do curso Artes Visuais – Licenciatura, do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas (Brasil), pesquisador do PhotoGraphein – Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPel/CNPq). wesblanke@gmail.com

Federal de Pelotas (RS, Brasil), somos investigadoras / es das imagens e seus imaginários, e imersos na realidade pandêmica esse tema de pesquisa ganhou contornos especiais. Verificamos o destaque assumido pelas redes sociais como meio de comunicação em nosso país, dentre as quais se sobressai a utilização do Instagram, uma rede social onde prevalece o compartilhamento de imagens, em especial no seu *stories*.

O *stories* é um recurso adicionado ao Instagram em 2016, com o intuito de promover o marketing digital. Entretanto, embora no início estivesse vinculado à divulgação de marcas empresariais, logo ele foi apropriado pela sociedade brasileira em geral, e se transformou em um meio para o compartilhamento, principalmente, de fatos relativos à vida particular das / os usuárias / os, comunicação essa que se dá basicamente através de imagens fotográficas.

Tal contexto vem ao encontro da tese defendida por Mirzoeff (2016) a favor do direito de olhar, na consideração da visualidade como componente fundamental na constituição das identidades, ou seja, “a reivindicação a uma subjetividade que tem autonomia para organizar as relações do visível e do dizível” (Mirzoeff, 2016, p. 746). Logo, é possível afirmar que visualizar é produzir visualidades, que trazem à luz os processos históricos em curso. Portanto, quando vemos uma imagem estamos em comunicação com uma subjetividade e suas respectivas intencionalidades.

Assim sendo, ao ver ou produzir imagens, nós estamos colocando em movimento diferentes pontos de vista sobre a realidade, e o fazemos através de textos não-verbais / visuais. Tal processo, em sua geração ou recepção, pode se dar intencionalmente ou não, com consciência de suas engrenagens e repercussões ou não. O que certo é que ele não

se dá por uma natureza espontânea, ao contrário, precisa ser ensinado, colocando em destaque o importante papel desempenhado pela educação básica para a formação de pessoas aptas a entender a complexidade que envolve as imagens e seus processos comunicativos.

A convivência diária com telas repletas de imagens e a participação ativa nas redes sociais, levou as / os pesquisadoras / es do PhotoGraphein à refletir sobre determinados comportamentos num mundo pandêmico, com restrições impostas aos deslocamentos públicos e às relações sociais, no entendimento de possíveis reverberações e demandas futuras. Imersas / os numa contemporaneidade essencialmente visual, com a definitiva incorporação da tecnologia na produção das linguagens, verbais ou não-verbais, não acreditamos, assim como muitas / os, numa natureza intrínseca às imagens.

O estudos e pesquisas desenvolvidos no Núcleo até então demonstram a necessidade de considerarmos os trajetos históricos da própria visualidade, pois desde meados do século XVIII “as visibilidades transformaram-se em meios de subjugação e, em muitos casos, as guerras travadas contra a idolatria inspiraram-se unicamente na preocupação de controlar a turbulenta insubmissão das visibilidades incômodas ou vencidas” (Mondzain, 2013, p. 282). Logo, as discussões filosóficas e políticas sobre a influência das imagens sobre as pessoas não são recentes, numa demonstração do seu poder de persuasão e controle dos intelectos e consequentes condutas. E, nesse sentido, nos unimos à estudiosa Mondzain (2013, p. 282) em suas indagações: “Hoje devemos interrogar-nos sobre a natureza da imagem: na maré crescente de coisas a serem vistas, que imagem nos resta da praia durante a baixa-mar?”

Onde está o insubmisso que será a representação figurada de nossa liberdade atual?”.

Se “o prazer do espetáculo se divide entre a crença do espectador e a onipotência de quem exhibe” (Mondzain, 2013, p. 283), então é preciso aprofundar estudos sobre as imagens, especialmente aquelas que circulam inadvertidamente através das redes sociais: o que elas nos dizem sobre suas / seus produtoras / res? Qual será o futuro que nos indicam para um mundo pós-pandêmicos? Instigadas / os pelas dúvidas, nós iniciamos os procedimentos de uma pesquisa qualitativa focada em postagens nos *stories* do Instagram, desenvolvida em 2020 e aprofundada em 2021. Mais do que isso, acreditamos ser fundamental reverberar nossas considerações sobre um tema tão instigante e intrigante, principalmente quando estimulado por uma realidade atípica, nunca antes experienciada por nós, objetivo do artigo ora apresentado.

Em abril de 2020 iniciamos a pesquisa “Imagens e Comunicação em Tempos de Pandemia: o que nos mostra o Instagram?”, que compõe uma investigação mais ampla, a “Do Pincel ao Pixel: sobre as (re)apresentações de sujeitos/mundo em imagens”, desenvolvida no âmbito do PhotoGraphein desde 2016, com o objetivo geral de compreender e sistematizar conhecimentos sobre a produção e circulação de imagens na contemporaneidade, fomentando uma cultura de cunho simbiótico entre a visão funcionalista e as visões estéticas e simbólicas dos elementos sociais que constituem os espaços urbanos contemporâneos, a partir de um ponto de vista interdisciplinar.

Neste artigo analisamos os resultados da pesquisa “Imagens e Comunicação em Tempos de Pandemia: o que nos mostra o Instagram?”, cujo objetivo geral foi o de analisar postagens diárias no *stories* do Instagram,

identificando os núcleos simbólicos pregnantes nos quais se enquadram tais imagens, e o que eles comunicam acerca do imaginário pessoal e social. A primeira etapa da pesquisa aconteceu entre abril e junho de 2020, com o acompanhamento de 120 perfis públicos de brasileiros no Instagram, sendo que entre julho e setembro de 2021 os dados foram atualizados, com a intenção de identificar mudanças significativas no comportamento dos investigados. No âmbito das análises, as referidas postagens são entendidas como reverberações simbólicas de compreensões e sentimentos individuais acerca de uma realidade imediata, anômala, restritiva aos relacionamentos interpessoais, que nos interpelou a contrapelo.

Reverberações Imagéticas da Vida Cotidiana

Entendemos que a melhor compreensão dos procedimentos de formação e leitura das imagens é fundamental para o desenvolvimento da sensibilidade frente ao visível, possibilitando a formação de sujeitos ativos na transformação do mundo ao redor, um desafio que diz respeito à significação do manancial imagético produzido através dos novos aparatos. Sobre o assunto, Fabris (2009, p. 201) destaca que “a imagem deixa de ser o antigo objeto óptico do olhar para converter-se em *imagerie* (produção de imagens)”, referindo-se às transformações provocadas pelas novas tecnologias.

A tese de Fabris implica no entendimento de que a palavra “imagem” está mais relacionada ao impacto de sua visibilidade cultural, do que propriamente à representação visível de algum objeto ou situação. Ou seja, o mais significativo é o sentido atrelado ao que ela evoca através das relações simbólicas manifestadas, referindo em particular

a sua capacidade de instigar nos espectadores a apreensão de sentidos que extrapolam a representação. Sendo assim, podemos considerar que “a imagem é uma configuração visual de qualidades sensíveis capaz de produzir significação” (Camargo, 2011, p. 211), o que lhe confere a passagem do estatuto de signo para significante, revelando significados, sentidos, essências particulares, resultantes do modo como cada um apreende e compreende, sensória ou cognitivamente, o mundo por nós partilhado.

A importância e a centralidade diferenciadas das imagens, em especial as fotográficas, no cotidiano das sociedades ocidentais nos parece indiscutível. É importante destacar que a maciça produção imagética pode banalizar intenções ocultas, obliterando a nossa percepção daquilo que nos constitui como sujeitos unos. E isso destaca a necessidade de estarmos atentos às pequenas figuras que povoam o cotidiano, tanto para entendermos o tempo presente, como para refletirmos sobre possibilidades futuras.

O rápido desenvolvimento tecnológico dos últimos anos e os seus impactos sobre os meios comunicacionais, repercutindo sobre as pessoas e seus imaginários, fez as imagens ascenderem a um outro patamar no século XXI, pois “por causa da eficiência e da comodidade da comunicação digital, evitamos crescentemente o contato direto com pessoas reais, e mesmo o contato com o real como um todo” (Han, 2018, p. 45). Por conseguinte, neste século lidamos muito mais com imagens certificadoras de presenças, divulgadas no domínio maciço das redes sociais, e o que já integrava o nosso cotidiano foi alavancado com a pandemia.

Trata-se, portanto, de considerar a incorporação da tecnologia na produção de linguagem, verbal ou não-verbal, mantendo a capacidade do símbolo de estimular a imaginação através de associações metafóricas.

Nesse sentido, no processo investigativo são explorados os sentidos da fotografia, como arte, linguagem e pensamento, sem desconsiderar que o ato fotográfico implica análise e seleção, exigindo dos sujeitos posicionamentos críticos. O estudo ora apresentado se refere ao caráter narrativo assumido pelas imagens fotográficas neste contexto, focado especialmente em imagens divulgadas nos *stories* do Instagram durante a pandemia. Essas postagens são entendidas como reverberações simbólicas de compreensões e sentimentos individuais acerca de uma realidade imediata, anômala, que restringe os relacionamentos interpessoais e afeta os imaginários.

Como afirma Byung-Chul Han (2018, p. 30), “Os indivíduos digitais se formam ocasionalmente em aglomerados como, por exemplo, em *Smart Mobs*. Os seus paradigmas coletivos de movimento são, porém, como dos animais que formam enxames, muito efêmeros e instáveis, nos quais a volatilidade se destaca”. E tal comparação esclarece metaforicamente sobre comportamentos de pessoas posicionadas como produtores e receptores da visualidade eletrônica de modo acrítico, alimentando seus imaginários. Han se refere a realidades paralelas, forjadas e ininterruptamente alimentadas por *bytes*, que se alinham e realinham em infinitas combinações gerando diferentes aspectos fictícios. E tais processos se dão numa velocidade vertiginosa, imperceptíveis para as pessoas desavisadas, implicando na possibilidade do estabelecimento de vínculos anômalos entre elas.

Han também identifica como características marcantes do nosso tempo histórico a celeridade e imprecisão dos eventos e das próprias inter-relações humanas, propondo como possível prevenção ao fenômeno posturas observacionais mais calmas, atentas aos detalhes e respeitosas

frente às diferenças. Sobre o assunto, o autor argumenta: “O respeito pressupõe um olhar distanciado, um *pathos* da distância, característico do espetáculo. O verbo latino *spectare*, ao qual espetáculo remonta, é um olhar voyerístico, ao qual falta a consideração distanciada, o respeito (*respectare*)” (Han, 2018, p. 10), complementando com uma afirmação que retrata bem o que vem acontecendo em terras brasileiras: “Uma sociedade sem respeito, sem *pathos* da distância, leva à sociedade do escândalo”.

Neste contexto, o aprendizado de que a utilização dos recursos tecnológicos configura padrões perceptivos comuns aos usuários das redes, estabelecendo uma cultura própria nutridora dos imaginários, urge. Portanto, a reflexão atenta às minúcias imagéticas e suas repercussões comunicativas com as / os receptoras / es representa um caminho em direção ao desvelamento dos cenários visuais contemporâneos, possibilitando um entendimento mais amplo sobre o mundo em que vivemos, a potência comunicativa dos símbolos e seus ecos em cada subjetividade e no *ethos* comunitário.

A compreensão acerca da necessidade de um olhar distanciado sobre o mundo, dá a ver a existência de uma arena na qual emissoras /es e receptoras /es se encontram na própria imagem, influenciando e interpretando, sugerindo significados e percebendo-os, efetivando a comunicação através da mensagem imagética. Sendo assim, o jogo perceptivo acontece independente da ciência da sua existência, e nós, do PhotoGraphein, temos ao longo dos últimos anos focado as investigações em busca de melhor entender esse processo, compartilhando os resultados e assim desnudando os seus meandros para o maior número de pessoas possível.

Apostamos na potência de tais reverberações para compartilhar e enraizar discussões em prol do desvelamento da realidade visual em sua complexidade e da participação ativa de todas /os na vida cultural. A ciência de que somos intimados pelas imagens a todo momento, gerando movimentos de interpelação da própria identidade, é a motivação da pesquisa desenvolvida, analisando a circulação de discursos visuais, não-verbais, nas redes sociais, em especial, nos *stories* do Instagram. Tal interpretação permite apreendermos melhor o momento peculiar em suas especificidades e abrangências.

O *stories* do Instagram é um recurso que contempla o compartilhamento de mensagens de textos, imagens e vídeos, com a duração de 24 horas, postagens que são exibidas num período que pode variar entre cinco e quinze segundos. Ele logo foi adotado como recurso para divulgação da vida particular e da autoimagem de muitas / os usuárias / os, tornando-se, portanto, um espaço privilegiado para pesquisas de cunho sociológico.

O incremento das atividades nas redes sociais no período analisado nos levou a indagar, especificamente com relação ao Instagram, sobre o tipo de imagens veiculadas e as significações emanadas dos seus aspectos simbólicos. Pré pandemia eram comuns as relativas a viagens, festividades privadas e muitos *selfies*, porém, com as restrições de movimentos e convivência social, o cenário mudou radicalmente. Mais do que analisar sobre o tempo presente, ansiávamos por vislumbrar a vida em sociedade num mundo pós-pandêmico, entendendo que os comportamentos atuais delineiam possibilidades para o devir.

Cabe esclarecer, que somos pesquisadores que seguem os ditames das Teorias do Imaginário, buscando a ampliação dos diferentes sentidos

dos eventos, para um entendimento mais amplo da história a partir do âmbito do simbólico. Consideramos, principalmente, o pensamento de Durand (1998) sobre o imaginário e seus símbolos. Para nós, o imaginário é formado pelo somatório entre as nossas heranças arquetípicas, antropológicas, e as particularidades subjetivas, consolidando uma ampla rede simbólica que ancora mentalidades e comportamentos. E essa grande “bacia semântica” se consolida através das práticas de linguagens verbais e não-verbais, cujos produtos são a face visível de nossos comportamentos em sociedade, oportunizando diferentes interpretações.

Sobre a comunicação digital, Han (2018, p. 15) argumenta que ela “torna (a ação) uma descarga de afetos instantânea possível. Já por conta de sua temporalidade ela transposta mais afetos do que a comunicação analógica. A mídia digital é, desse ponto de vista, uma mídia de afetos”. E tal constatação destaca a impregnação das imagens pelas subjetividades produtoras. Logo, ao analisá-las como metáforas visuais, através das quais se manifestam os imaginários, é possível identificar as suas ideias geradoras, remetendo à tese de Mirzoeff (2016, p. 750) sobre o “direito a olhar”, “uma recusa a permitir que a autoridade suture sua interpretação do sensível para fins de dominação, primeiro como lei e, em seguida, como estética”.

Com base no acima exposto, podemos considerar que, ao analisarmos as postagens dos 120 usuários do Instagram selecionados, colaboramos para a elaboração de uma “contravisualidade”: “Confrontados com esta dupla necessidade de apreender e contrariar um real que existe, mas não deveria, e um que deveria existir, mas ainda está em devir, a contravisualidade tem criado uma variedade de formatos realistas estruturados em torno destas tensões” (Mirzoeff, 2016, p. 750). Sendo assim, através

da pesquisa desenvolvida foi possível desvelar significados ocultos das imagens, identificando os seus atravessamentos subjetivos, mobilizadores das corporeidades frente ao cotidiano.

A investigação efetivada demonstra a capacidade da fotografia de manifestar símbolos introjetados, dando visibilidade aos imaginários fundantes dos sujeitos da pesquisa. Ela analisa os múltiplos sentidos que movem esse universo de representações, caracterizando a linguagem fotográfica como facilitadora de exercícios de introspecção ativador da imaginação criadora.

Imagens e Comunicação em Tempos de Pandemia: o que nos mostra o Instagram?

Como pontua o subtítulo, a pesquisa foi desenvolvida no período pandêmico, ainda vigente. Uma parcela significativa dos brasileiros ainda vive intensamente a virtualidade cotidianamente. E nesse contexto a fotografia adquiriu efetivamente a qualidade de emissária da vida em sociedade, representando, conscientemente ou não, personagens e cenários.

O inventário e a posterior análise do capital empírico permitiram a identificação dos núcleos simbólicos mais recorrentes, determinados pelas homologias significativas (repetições) dos símbolos manifestados pelas imagens, cujos conjuntos individuais podem ser tratados como crônicas visuais narrativas sobre o vivido. Algumas das postagens demonstram uma intencionalidade estética por parte da / o usuária / o, porém, isso necessariamente não demonstra um pensamento racional sobre a construção simbólica. Ao contrário, o apuro estético remete a códigos pessoais, a questões ideológicas particulares que são ponderadas durante o processo analítico.

Alguns dos perfis acompanhados durante os dois períodos da pesquisa, em 2020 e 2021, pertencem a pessoas envolvidas com artes, fato relacionado ao meio no qual costumeiramente circulamos. Entretanto, verificamos que as suas postagens em nada se diferenciam das demais, não afetando as aproximações realizadas entre os diferentes perfis.

A atenção à estética não é incomum aos utilizadores das redes, algumas pessoas chegam a criar cenários elaborados para apresentar o seu cotidiano. Como exemplo, destacamos uma pessoa que durante o primeiro período apresentou o seu apartamento através do seu *stories*, postando a foto de um ambiente por dia, sempre com a presença de seu pet, em diferentes posições: no sofá, na janela, na mesa de jantar, etc. Embora a nítida intencionalidade, nessas composições estéticas temos também a simbolização de valores pessoais, de comportamentos, de relações com o mundo exterior, numa comprovação do imaginário como um “entre saber” que nos permite olhar para além do visto. Identificamos também que tal comportamento caracteriza uma ‘busca e fuga’ nas imagens, um debate amplo nas sociedades contemporâneas acerca de indivíduos que percebem a incompletude da realidade e procuram fugir do real através das imagens (Han, 2018).

Consideramos que “Ver é sempre uma operação de sujeito, portanto uma operação fendida, inquieta, agitada, aberta. Todo olho traz consigo sua névoa, além das informações de que poderia num certo momento julgar-se detentor” (Didi-Huberman, 1998, p. 77), logo, as imagens revelam querelas da visualidade, caracterizadas pela tensão entre os elementos simbólicos e os representativos do real. Sendo assim, cabe-nos, como pesquisadores calcados nas Teorias do Imaginário, dar destaque às relações performáticas que emanam de tais comunicações

não-verbais, correspondências fortuitas dos arranjos formais e suas possíveis decodificações historicamente contextualizadas.

Um olho ingênuo, sem sujeito, não existe. Portanto, ao serem analisadas as mais de 20.000 mil imagens, em sua maioria fotográficas (em torno de 20% são videográficas), estávamos conscientes de que esses são momentos durante os quais “se abre o antro escavado pelo que nos olha no que vemos” (Didi-Huberman, 1998, p. 77). Sim, tínhamos a nossa frente depoimentos sobre um viver em isolamento social, como sínteses simbólicas de um momento único na vida de toda a população.

Sabíamos que algumas pessoas ainda estavam circulando nos espaços urbanos, em 2020 em função das vidas particulares de cada uma e suas exigências, e, em 2021, pela situação de transição experienciada. Entretanto, a marca pandêmica está impressa em cada postagem, refletida num conjunto que expõe a complexidade do momento e do entendimento que cada pessoa tem do evento. Mais do que depoimentos sobre o presente, tais postagens nos ajudam a desvelar o que nos aguarda num futuro próximo enquanto uma coletividade que parece viver envolta num nevoeiro.

Impedidos de deambular pelo espaço urbano, atualmente nós, do PhotoGraphein, transitamos pela web, atuando como “trapeiros” (Benjamin, 1991), recolhendo dados imagéticos marginais, muitas vezes desprezados, com a intenção de melhor entender a vida em sociedade e suas reverberações futuras. Implicados com o nosso objeto e estimulados pelo vivido, transformamos em epistemologia a experiência presente, ampliando o nosso repertório sociocultural.

Como é de conhecimento geral, vivemos no país uma situação atípica, também no que se refere ao trato do problema mundial de saúde

pública. Enquanto temos uma marca provavelmente maior do que os 600.000 mortos registrados oficialmente, os governantes parecem ignorar o que nos afeta e infecta, numa atitude negacionista visando minimizar os efeitos da COVID-19. Tal postura repercute nas redes através de figuras e frases clichês, colocando o capital, a circulação de mercadorias e seus lucros, acima do inestimável valor das vidas humanas, e nas nossas análises isso não foi diferente. Enquanto algumas pessoas postaram imagens de um mundo cenográfico, com acentuadas “tintas” imaginárias, outras vociferavam contra o governo, as injustiças, as desigualdades e o morticínio.

A coleta em 2020 coincidiu com o caso do assassinato do George Floyd por policiais estadunidenses, e isso repercutiu muito nos nossos dados. Algumas postaram somente sobre o fato em si, enquanto outras estabeleceram relações visuais com eventos semelhantes ocorridos em nosso país. Em 2021, no período de recolhimento dos dados / imagens, não aconteceram eventos tão marcantes, além da pandemia em si, e as preocupações com a vida em sociedade não foram tão evidenciadas, embora permaneçam manifestações ideológicas a favor de interesses próprios, enfatizando comportamentos individualistas e egocêntricos.

A situação pandêmica nos manteve socialmente afastados e sobremaneira conectados, inclusive no âmbito social e político. Porém, os resultados não indicam maior engajamento na vida social efetivamente, ao contrário, elas anunciam tempos mais esquizofrênicos, espaços povoados por pessoas autocentradas. As lutas sociais são muitas e variadas no Brasil do século XXI, da saúde à educação tudo parece estar em vias de desaparecimento. O medo granjeia e se traduz em desesperança, e isso fica nítido para nós.

Ao estudar o presente, visando ampliar a compreensão dos demais e de nós mesmas / os, além de nos mantermos ativas / os no mundo acadêmico, estamos também resistindo aos ataques contra as pesquisas acadêmicas, especialmente as da área das Ciências Humanas, a gratuidade do ensino e o amplo acesso a uma educação de qualidade pelas faixas mais carentes da população. E esse é o contexto da pesquisa ora apresentada.

Para efeito das análises as imagens são consideradas textos não-verbais, traduções simbólicas de diferentes vivências que ao se conectarem manifestam um sentido mais amplo sobre uma experiência coletiva. O conjunto de imagens se constitui como uma manifestação discursiva que traz em si marcas indeléveis das heranças antropológicas, das subjetividades em circunstância e suas percepções.

Como já citamos, a investigação é pautada nos preceitos das Teorias do Imaginário, contemplando uma metodologia composta por quatro procedimentos principais. No seu primeiro período, entre abril e junho de 2020, os seis pesquisadores selecionaram 20 perfis públicos no Instagram para amearhar *prints* diários das publicações nos seus *stories*, organizados em pastas separadas, juntamente com os dados pessoais de cada um / a: gênero, idade e ocupação, além da periodicidade das publicações. Após o primeiro mês, o segundo procedimento teve início, ou seja, a análise prévia das imagens para delinear os núcleos temáticos mais pregnantes, identificando doze deles:

1. Alimentos – fotografias de cardápios, alimentos prontos, bebidas e ingredientes, além de receitas;
2. Ativismo cultural e social – informações de interesse público, incluindo as que se referem diretamente à COVID 19;

- referência a movimentos sociais (feministas, antirracistas, antifascistas, etc.); divulgação de eventos, obras de arte, museus, galerias; sugestões de leituras, séries e filmes;
3. Autorreferência artística – apresentação de imagens de produções artísticas autorais;
 4. Cotidiano – estado de espírito; cenas do cotidiano, afazeres domésticos e profissionais; práticas esportivas;
 5. Família – abrangendo o círculo mais amplo, incluindo amigos / pessoas próximas;
 6. Memória – postagens caracterizadas com o *#tbt*, muito comum no Instagram;
 7. Música – apresentações musicais, reprodução de músicas específicas ou notícias referentes ao mundo da música;
 8. Negócios – informações e divulgações sobre serviços;
 9. Selfies – normais, montagens ou manipulações através de aplicativos;
 10. Paisagens – cenas externas, rurais ou urbanas;
 11. Pets – animais, aves e insetos domésticos;
 12. Política – notícias, comentários, humor e palavras de ordem, referenciadas em ideologia partidária.

Durante o terceiro procedimento metodológico, cada um/a tabulou os seus dados, organizando uma tabela e identificando o núcleo mais significativo. Também buscamos identificar comportamentos peculiares, diferentes dos demais, e se o tema COVID 19 prevaleceu nas publicações. Os três núcleos mais recorrentes, na ordem de representatividade, foram: “Ativismo cultural e social”, predominando nos dados de quatro pesquisadores, “Autorreferência artística” e “Cotidiano”.

O resultado nos causou estranheza, pois até a chegada da pandemia, o que predominava nos *stories* das nossas redes eram os autorretratos. Portanto, identificamos um deslocamento do foco de interesse, talvez pela condição ímpar da pandemia. A atitude ativista também pode estar relacionada a fatos ocorridos durante o período investigado, como o assassinato do negro norte americano George Floyd, em Minneapolis (EUA), sufocado por um policial, amplamente divulgado pelas mídias brasileira e internacional, e que repercutiu nos grupos acompanhados. Provavelmente esse acontecimento também repercutiu no número significativo de postagens sobre as diferentes formas do racismo em nosso país.

Outra constatação inesperada foi a pouca representatividade de postagens versando especificamente sobre a COVID 19, sejam informações sobre o vírus, a doença em si, meios para a prevenção e procedimentos recomendados. O assunto foi abordado de modo indireto através de críticas ao governo e seus comportamentos e decisões negacionistas.

Em síntese, identificamos uma maioria significativa de postagens contra o racismo e atitudes fascistoides, em defesa dos direitos das mulheres e dos povos indígenas. Sabemos bem que em nosso país o racismo e a misoginia, embora endêmicos, ganharam uma maior potência no atual governo, portanto, reações mais enfáticas neste momento de isolamento parecem emergir como claros posicionamentos políticos a situações socialmente entranhadas. Parece-nos que agora, com os olhos voltados às telas, uma consciência coletiva sobre essa realidade se delineia.

Sobre comportamentos peculiares, identificamos o que chamamos de “verborreia visual” em cinco pessoas, que se refere à publicação de um número excessivo de imagens sobre um mesmo tema. Como as publicações nos *stories* têm um curto tempo de exibição, no máximo

15 segundos, as imagens passam rapidamente, e se forem muitas, a visualização fica comprometida, impossibilitando até a leitura de eventuais legendas. Logo, o excesso de imagens acaba por banalizar a mensagem, dificultando o seu entendimento e enfraquecendo a comunicação. Isso determina a desvalorização do texto não-verbal, inclusive, assumindo uma aparência informe, desconexa, acenando para um possível comportamento compulsivo. Ponderamos que tal comportamento pode resultar de novas relações entre as subjetividades e os automatismos maquínicos, mas que também pode ser um reflexo de atitudes verbor-rágicas intrínsecas aos emissores, agora transferido para a virtualidade.

Em 2021, dois pesquisadores revisitaram seus grupos para identificar possíveis mudanças, visto que o próprio cenário da pandemia se transformou. Agora vivemos um momento de transição que acena para o retorno à normalidade, embora estejamos conscientes de esse será um novo normal, diferente do vivido antes da pandemia.

Nessa “segunda parte” da pandemia, durante o ano de 2021, identificamos uma mudança nos cenários otimizados nas lentes dos celulares. Se antes nos perguntávamos quais seriam os rumos adotados pelas pessoas ao utilizar a ferramenta de imagens rápidas, frente à impossibilidade de circular entre os lugares, de passear e viajar, desta vez as coisas parecem mais distanciadas da realidade pandêmica vivida até então. São novos cenários cotidianos indicando uma “nova normalidade” mesmo que a pandemia ainda não tenha chegado ao fim.

É menor a presença de *stories* caracterizados como “#tbt”, referenciando memórias passadas. Desde o final de 2020, é fácil identificar pessoas transgressoras das recomendações de distanciamento social. Não nos referimos às pessoas que precisam trabalhar ou até mesmo as

que frequentam academia ou espaços para atividades físicas, mas sim, àqueles que comparecem a festas clandestinas e bares lotados, sem máscaras, desrespeitando o distanciamento social e compartilhando tudo amplamente nas suas redes sociais, sem qualquer pudor. Se por um lado tais imagens pululam, como se a emergência sanitária estivesse resolvida, por outro, podemos desfrutar a veiculação de um conteúdo tão esperado, mas que, no ano passado, parecia tão distante: registros de pessoas se vacinando contra a COVID-19.

Corroborando com os dados anteriores, verificamos a maciça presença de fotografias nos *stories* com relação aos vídeos. Entre os doze núcleos temáticos previamente estabelecidos para a análise, o de menor incidência nos os perfis observados em 2021 foi o de “Autorreferência artística”, diferente da análise anterior. Apenas um dos perfis, de um artista independente, realizou postagens voltadas à divulgação/apresentações de trabalhos autorais.

“Cotidiano”, “Ativismo cultural e social” e “*Selfies*” foram os núcleos pregnantes nesta etapa, sendo que o primeiro o tema consta de praticamente todos os perfis, aparecendo ao menos uma vez nos dois meses de análise. Entendemos que esse comportamento pode identificar o gradual retorno às atividades fora do espaço privado. Além disso, identificamos também a manutenção de um efetivo comprometimento com assuntos relacionados a política e ao ativismo social. Nesse sentido, cabe destacar que três perfis dos 40 ora acompanhados dedicaram a quase totalidade de suas postagens — considerando imagens e vídeos — à conteúdos voltados a esses temas, complementando com temas relativos à memória, sendo que algumas vezes, essas memórias também se inserem em contextos políticos e/ou de ativismo social.

Um comportamento que não foi tão incomum durante a análise, foi a ferramenta de tornar a conta privada, o que já tinha sido observado em 2020. Cinco perfis fizeram uso deste recurso no decorrer da investigação, sendo que um único perfil trancou a sua conta por três vezes. Tal conta, também mostrou um comportamento curioso durante o processo de “privado / público” da sua rede social: a incoerência de discursos. Se durante o primeiro mês de análise o perfil compartilhava, frequentemente, conteúdos relacionados a pautas feministas, este, definitivamente, não foi o discurso apresentado em suas postagens após a primeira vez em que privatizou sua rede social. A conta passou a compartilhar conteúdos que pareciam ataques a outras pessoas, apostando em discursos que criticavam a liberdade das mulheres em trocar de parceiros com facilidade/rapidez, inclusive, incitando mensagens retrógradas sugerindo que as mulheres “deveriam se dar ao respeito”. Desde a última vez que seu perfil ficou público, no entanto, os discursos voltaram a se alinhar com os apresentados nas primeiras semanas de observação.

“O digital submete a tríada lacaniana do real, do imaginário e do simbólico a uma reconstrução radical. Ele desconstrói o real e totaliza o imaginário” (Han, 2018, p. 45), acenando para a possibilidade de substituição da visualização humana, imperfeita, por uma instância visual com destaque para aparências perfeitamente retocadas. Ou seja, nas redes sociais muitas vezes são divulgados personagens visando representações idealizadas da autoimagem, desconectadas da realidade.

É importante observar que, ao mesmo tempo em que as pessoas podem construir novos saberes e ultrapassar ideias reacionárias, as redes sociais também permitem às / aos usuárias / os de cada perfil selecionar criteriosamente o que será compartilhado, criando uma personalidade

para os espaços virtuais que, muitas vezes, não condiz com a realidade fora das telas. Diferente do comportamento “verborrágico” identificado em 2020, que compulsivamente postava imagens gerando mensagens comprometidas no seu entendimento, esse indica o contrário, pois envolve elaboração criteriosa da mensagem. Como já referenciamos no texto, provavelmente tais comportamentos sejam reflexos efetivos de comportamentos sociais habituais, afinal, não nos dissociamos de nós mesmas / os no mundo virtual.

Considerações Finais

Na atualização da pesquisa em 2021, não nos surpreendemos com o fato da mudança de comportamento de algumas pessoas, anteriormente engajadas em divulgar informações acerca da pandemia, e que agora divulgam mensagens sobre a corrida da vacinação em suas respectivas cidades. As pessoas encontraram formas de se adaptar à realidade pandêmica, seja trabalhando em casa, abrindo um novo negócio voltado, muitas vezes, ao delivery, ou, até mesmo, fingindo que não existe pandemia alguma. Isso, de certa forma, explica o uso atual dos *stories*, em sua predominância, para exibir o cotidiano dos perfis analisados. As contas não mostram mais tanto suas casas, mas sim, sua rotina nela e fora dela.

O atual momento político, caótico em toda sua abrangência, até mesmo no que se refere a assuntos internacionais, como a retomada do Afeganistão pelo grupo Taleban e as ameaças de novos atentados, se faz presente nas redes, e são conteúdos referentes ao núcleo “Ativismo cultural e social”. Muitas são as pessoas favoráveis ao atual governo que se mantêm silenciosas nas redes sociais, como constatamos ao observar

cinco contas de pessoas que, até o início do ano passado, concordavam com os posicionamentos governamentais, mas que, durante todo o período da atual análise, sequer tocaram em pautas que pudessem remeter a tais assuntos.

Cabe destacar que observamos um retorno significativo das *selfies* às publicações nos *stories* do Instagram. Isso, favorecido pela popularização dos filtros, sejam eles utilizados para distorcer propositalmente rostos de forma sarcástica ou para manipular suavemente imperfeições estéticas.

Seja iniciando um novo negócio, praticando exercícios físicos, dedicando-se aos estudos, aumentando a família intencionalmente ou, até mesmo, sem intenção alguma, a vida seguiu e as redes sociais evidenciam essas mudanças e seus impactos. Mas não nos deixemos enganar, esse é um recorte da realidade e, na maioria das vezes, não temos acesso aos contextos reais por trás das imagens compartilhadas.

Muitos comportamentos negacionista e temerários nos mostram fortes indicativos do egocentrismo de uma parcela significativa da população brasileira, e isso é assustador.

No início de 2020, circularam muitas imagens de cenários revitalizados pela pandemia, que, embora esvaziados da presença humana, mostravam o retorno da vida pujante de outras espécies, como, por exemplo, as águas claras dos canais da italianíssima Veneza, repletas de peixes e pássaros. Naquele momento chegamos a pensar que tudo seria diferente quando as nossas rotinas fossem reestabelecidas, entretanto, os sinais não indicam isso.

Não podemos negar que a vivência cotidiana da virtualidade nos aproximou de assuntos / debates que antes não eram tão comuns, passamos a acompanhar de perto a vida política do país, assistimos a nossa

Amazônia e o Cerrado queimarem, contabilizamos muitas mortes, e tudo isso potencialmente pode instigar em cada um / a o sentido de cidadania. Porém, também estamos acompanhando a “normalização” de 500 mortes diárias, ignoradas por uma parcela que defende a saúde da vida econômica do país.

Enquanto equacionamos a questão vida x economia estamos rascunhando uma história futura, que não nos parece alentadora. A incoerência entre os discursos públicos e privados acenam para a construção de máscaras sociais na elaboração de personagens públicos incongruentes. Em 2020 chegamos a acreditar num mundo pós-pandêmico melhor, porém, a dicotomia dos discursos permanece numa frequência indesejada. Isso demonstra que transformações aconteceram, mas não na quantidade que almejávamos.

O *stories* do Instagram é um espaço privilegiado para a divulgação de mensagens rápidas sobre o cotidiano dos usuários, sendo que a sua análise permite identificar os principais assuntos abordados e suas respectivas representatividades sociais. Por meio da ponderação sobre as correspondências entre os discursos imagéticos que integram os interstícios da pesquisa é possível acessar outros modos de dizer e dizer-se.

Na investigação a fotografia é reveladora das presentificações dos imaginários, aceita como narração e vida, campo de luta do presente/passado/futuro, demarcando um diálogo filosófico com Walter Benjamin que permite vislumbrar um mundo pós-pandêmico, de acordo com as demandas e as possibilidades de um tempo aparentemente desconexo e fragmentário. A pesquisa foi concluída e no artigo são apresentados alguns dados relevantes, resultantes da análise geral, que permitem delinear o conjunto macro.

Como pesquisadores de imagens nos comportamos como “trapeiros”, aqueles / as que recolhem “entulhos” imagéticos ignorados ou desprezados por uma suposta insignificância. Trafegar pelo ciberespaço recolhendo “trapos” envolve atuar num sistema aberto, indeterminado, não-linear, imprevisível, que se auto organiza no tempo, muito semelhante aos processos da vida em si.

Acreditamos que com tal postura contribuímos para a construção de diferentes olhares e conhecimentos sobre o tema, visando favorecer o reconhecimento dos substratos das atitudes sociais, reflexos de mentalidades e comportamentos. Na investigação apresentamos a instância simbólica das imagens fotográficas como reveladora das raízes arcaicas que nos *atam* ao trajeto antropológico do ser, e isso permite delinear prováveis futuros, um desses pontuados pelo egocentrismo e pelo hedonismo.

Vivemos um tempo histórico peculiar, pandêmico, e nele as imagens / mensagens simbólicas transitam incessantemente nas redes sociais, divulgando mensagens que podem confundir quem não está familiarizado com os processos de leitura não verbal. Somos desafiadas / os cotidianamente a refletir sobre o mundo ao redor, persistindo na busca por respostas aos questionamentos, conscientes de que a visualidade nem sempre revela seus interstícios. E assim, recolhendo pequenos indícios, seguimos na busca incessante por um mundo mais afetivo e inclusivo, no qual mais trapeiros se unam reunindo os cacos de uma realidade complexa, para que possamos vislumbrar um porvir.

Referências

Benjamin, W. (1991). *Obras escolhidas III. Charles Baudelaire - Um lírico no auge do capitalismo* (2ª ed.). Brasiliense.

- Camargo, I. A. (2011). Imagem: representação versus significação. In A. Gawryszewski (org.), *Imagem em Debate* (pp. 205-218). EDUEL.
- Didi-Huberman, G. (2010). *O que vemos, o que nos olha* (2. ed.). Ed. 34.
- Durand, G. (1998). *O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. DIFEL.
- Fabris, A. (2009). A imagem hoje: entre passado e presente (2009). In D. Domingues (org.), *Arte, Ciência e Tecnologia – Passado, presente e futuro*. UNESP.
- Han, B.-C. (2018). *No Exame - Perspectivas Do Digital*. Editora Vozes.
- Mirzoeff, N. (2016). O direito a olhar. *ETD-Educação Temática Digital*, 18(4), 745-768.
- Mondzain, M.-J. (2013). *Imagem, ícone, economia: as fontes bizantinas do imaginário contemporâneo*. Contraponto; Museu de Arte do Rio.