

Imagens e comunicação em tempos de pandemia: o que nos mostra o Instagram?

*Images and communication in pandemic times:
What does Instagram show us?*

Claúdia Brandão

Universidade Federal de Pelotas, Brasil
claummattos@gmail.com
ORCID ID: [0000-0002-2161-4779](https://orcid.org/0000-0002-2161-4779)

Resumo: Em tempos pandêmicos, as redes sociais destacam-se como o meio de comunicação privilegiado da população mundial. Nesse contexto, se sobressai a utilização do Instagram, uma rede social focada no aspecto visual, em especial o seu stories, criado em 2016, com o intuito de promover marketing digital. Esse recurso permite a elaboração de postagens com textos, imagens e/ou vídeos, visíveis para os usuários por 24 horas, cuja exibição varia entre 5 e 15 segundos. Embora no início estivesse vinculado à divulgação de marcas empresariais, logo o stories foi apropriado pela sociedade brasileira em geral, e se transformou em um meio para o compartilhamento, principalmente, de fatos/imagens relativos à vida particular. O presente estudo está focado nas expressões imagéticas postadas diariamente em 120 perfis públicos nos stories do Instagram, selecionados dentre os amigos dos pesquisadores, num período de dois meses, iniciado em abril. Essas postagens são entendidas como reverberações simbólicas de compreensões e sentimentos individuais acerca de uma realidade imediata, anômala, que restringe relacionamentos interpessoais. O objetivo geral é o de investigar os núcleos simbólicos pregnantes, nos quais se enquadram tais imagens, e o que eles comunicam acerca do imaginário pessoal e social, num recorte de tempo específico. A investigação apoia-se principalmente nos estudos de Gilbert Durand acerca do imaginário e suas emanções arquetípicas, manifestadas simbolicamente através das imagens; especialmente em Nicholas Mirzoeff e Georges Didi-Huberman, e suas discussões acerca das imagens e do que elas comunicam, para além do que mostram; e no pensamento de Byung-Chul Han sobre o nosso mundo tecnológico, suas mentalidades e comportamentos. Isso, na consideração de que atualmente esse é um espaço privilegiado para a divulgação de mensagens rápidas sobre o cotidiano dos usuários, logo, a sua análise permite identificar os principais assuntos abordados e respectivas representatividades sociais, além da qualidade desse tipo de comunicação no período da quarentena. A pesquisa foi concluída e neste artigo são apresentados alguns dados relevantes, resultantes da análise geral, que permitem delinear o conjunto macro. Foram identificados doze núcleos simbólicos pregnantes, nos quais se distribuem as mais de dez mil imagens amealhadas. No conjunto se destaca em primeiro lugar o núcleo relacionado a "Ativismo cultural e social", entretanto, os assuntos políticos partidários também são relevantes, uma preocupação em consonância com a atual conjuntura do Estado brasileiro, sobrepujando até o tema Corona vírus. Com relação ao comportamento dos perfis investigados foi possível identificar a ocorrência do que estamos denominando de "verborragia imagética", um excesso de imagens publicadas, comprometendo a eficácia comunicativa de ideias e sentimentos.

Palavras-chave: Imagem; Instagram; Comunicação Simbólica; Pandemia.

Abstract: *In pandemic times, social networks excels out as the preferred means of communication for the world population. In this context, the use of Instagram excels out, a social network focused on the visual aspect, especially its stories, created in 2016, with the aim of promoting digital marketing. This feature allows the creation of posts with texts, images and / or videos, visible to users for 24 hours, whose display varies between 5 and 15 seconds. Although in the beginning it was linked to the dissemination of corporate brands, soon the stories were appropriated by Brazilian society in general, and became a means for sharing, mainly, facts / images related to private life. The present study is focused on the imagery expressions posted daily on 120 public profiles in Instagram stories, selected from among the researchers' friends, in a two-month period started in April. These posts are understood as symbolic reverberations of individual understandings and feelings about an immediate, anomalous reality, which restricts interpersonal relationships. The general objective is to investigate the pregnant symbolic nuclei, in which such images fit and what they communicate about the personal and social imagery, in a specific time frame. The investigation is mainly supported by Gilbert Durand's studies on the imaginary and its archetypal emanations, symbolically manifested through images; especially in Nicholas Mirzoeff and Georges Didi-Huberman and their discussions about images and what they communicate, in addition to what they show; and in Byung-Chul Han's thinking about our technological world, its mentalities and behaviors. This, considering that this is currently a privileged space for the dissemination of quick messages about the daily lives of users, therefore, its analysis allows to identify the main issues addressed and their social representations, in addition to the quality of this type of communication during the period of quarantine. The research was concluded and in this article some relevant data are presented, resulting from the general analysis, which allows us to outline the macro set. Twelve pregnant symbolic nuclei were identified, in which the more than ten thousand collected images are distributed. As a whole, the nucleus related to "cultural and social activism" stands out in the first place, however, political party issues are also relevant, a concern in line with the current situation of the Brazilian State, surpassing even the Corona virus theme. In the behavior of the investigated profiles it was possible to identify the occurrence of what we are calling "imagery verbiage", an excess of published images, compromising the communicative effectiveness of ideas and feelings.*

Keywords: Image; Instagram; Symbolic Communication; Pandemic.

Introdução

Você, ou seu grupo, permite que um outro te encontre, e ao fazê-lo, você encontra tanto o outro quanto a si mesmo (através do olhar). Isso significa requisitar o reconhecimento do outro a fim de ter um ponto de partida para reivindicar um direito e determinar o que é certo. É a reivindicação a uma subjetividade que tem autonomia para organizar as relações do visível e do dizível. (Mirzoeff, 2016, p. 746).

Com estas palavras, Nicholas Mirzoeff alinhava a sua defesa em prol do direito de olhar, uma alegação acerca da visualidade como elemento fundamental na constituição das identidades. O autor defende a ideia, com a qual concordo, de que visualizar é engendrar visualidades, dando a ver os processos históricos em curso. Nesse sentido, é possível afirmar que quando vemos uma imagem estabelecemos comunicação com uma subjetividade e suas respectivas intencionalidades. Ou seja, ver ou produzir imagens diz respeito a colocar em movimento pontos de vista sobre o real.

Cabe aqui ressaltar que a relação comunicativa posta por textos não-verbais / visuais pode ser constituída a partir de uma intencionalidade ou não, visto que se faz necessário a consciência acerca do processo e suas implicações. Processo esse, que não é algo dado por sua natureza, mas que precisa ser aprendido. Sendo assim, é importante lembrarmos o papel fundamental das instituições escolares no que se refere à problematização acerca da complexidade relativa às imagens e seus processos comunicativos, numa contemporaneidade essencialmente visual.

(Com) vivendo no contexto da cultura visual, muitas vezes podemos ser levadas a acreditar que as imagens têm uma natureza intrínseca a si mesmas. E assim desconsiderar o transitar histórico da própria visualidade, atrelado de modo sistemático aos meandros de dominação e controle estatais, desde meados do século XVIII. Porém, como destaca a estudiosa do tema, Marie-José Mondzain (2013), já no século VIII, as imagens começam a ser pautadas nos debates filosóficos e políticos, em meio às polêmicas versando sobre a proibição e o culto delas, no contexto do império bizantino. Logo, é possível concluir que o assunto não é novo, nem resulta da realidade tecnológica atual, ao contrário, há séculos os poderosos se ocupam do tema, cientes de seu poder de convencimento e condução das mentalidades e comportamentos:

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. 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? (Mondzain, 2013, p. 282).

Mondzain elabora uma argumentação potente, demonstrando que, embora inicialmente utilizada como um dispositivo eclesiástico, hoje a imagem ocupa um espaço diferenciado, no qual “o prazer do espetáculo divide-se entre a crença do espectador e a onipotência de quem exhibe” (Mondzain, 2013, p. 283).

Motivados pelas reflexões acima expostas, nós, investigadoras / es do PhotoGraphein — Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPel / CNPq), em abril de 2020 decidimos dar início à investigação ora apresentada, imbuídas / os da ideia de amealhar subsídios que nos permitissem melhor entender o particular período vivenciado. Refiro-me à situação pandêmica provocada pelo coronavírus e a sinistra realidade, que no momento da escrita deste relato, no mês de setembro, ainda persiste no Brasil. Em nosso país, diferente do que ocorreu em outros, as consequências nefastas da COVID-19 foram incluídas num rol de discussões políticas partidárias que embaralharam a percepção de uma parcela significativa da população. O afastamento social não foi uma decisão do governo federal, que muitas vezes claramente se opôs a ele, e assim, desde meados de março de 2020 vivemos uma situação confusa e conflituosa, que já provocou a morte de mais de 150.000 brasileiros.

Este é o contexto socio-histórico da investigação, e sobre ele não pretendo me alongar, entretanto, a consideração do cenário sintetizado acima é importante para as análises finais. O artigo versa sobre os resultados da pesquisa, que a ele empresta seu título. “IMAGENS E COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA: o que nos mostra o Instagram?”, tendo por objetivo geral o de analisar as postagens diárias no *stories* do Instagram, de 120 perfis públicos de brasileiros, investigando sobre os núcleos simbólicos pregnantes nos quais se enquadram tais imagens, e o que eles comunicam acerca do imaginário pessoal e social, num recorte de tempo específico, entre 21 de abril e 21 de junho de 2020.

Quando começamos as atividades remotas do Núcleo em substituição às presenciais, a discussão sobre a mudança nos modos de comunicação imposta pelo afastamento social se sobrepôs a outras. Como pesquisadores das imagens e seus imaginários, discutir sobre o tema nos pareceu pertinente. Sendo assim, eu, Cláudia, propus às / aos pós-graduandas / os Ariadne Silveira Terra, Berenice Bailfus, Dhara Fernanda Carrara, Guilherme Susin Sirtoli e Ítalo Franco Costa o encaminhamento de uma pesquisa focada nas postagens dos *stories*, visto que neles são privilegiadas as imagens fotográficas majoritariamente.

No âmbito das análises, as referidas postagens são entendidas como reverberações simbólicas de compreensões e sentimentos individuais acerca de uma realidade imediata, anômala, restritiva de relacionamentos interpessoais, que nos interpelou a contrapelo.

O olho eletrônico de corpos apartados: quando a “voz” se faz imagem

Creio ser incontestado que os avanços tecnológicos alcançados nas últimas décadas reverberaram sobremaneira nos modos comunicacionais, repercutindo sobre as pessoas e seus imaginários. Sem sombra de dúvidas, é possível afirmar que no século XXI as imagens galgaram uma outra categoria, fazendo desse o século das imagens certificadoras de presenças, no domínio maciço das redes sociais. O que já era parte integrante da nossa vida cotidiana, com a situação pandêmica ganhou outros contornos, dando vazão ao que parece ser uma vontade humana insaciável de apresentar-se aos demais enquanto egos visuais personificados através de aparências bidimensionais:

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. A mídia digital leva o contraposto [Gegenüber] real cada vez mais ao desaparecimento (...). Desse modo, a comunicação digital se torna cada vez mais sem corpo e sem rosto. 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).

É pertinente registrar aqui o que Gilbert Durand (2000), ainda no século XX, denomina “civilização da imagem”, referindo-se ao que identificava ser uma produção obsessiva de imagens e a conseqüente dispersão na apreensão dos sentidos delas, quando entendidas como mensagens visuais comunicativas. A discussão proposta por Byung-Chul Han, bem mais recente, vai além da percepção de Durand sobre o problema, referindo-se à construção de um imaginário muitas vezes desconectado do mundo real, produzido por indivíduos entrancheirados em seus *bunkers* / apartamentos, literalmente como estamos vivendo agora.

Como consumidores vorazes de uma visualidade eletrônica, temos muitas vezes leituras acríticas das imagens que nutrem cotidianamente nossos imaginários, obliterando sobremaneira a percepção do que nos acostumamos a chamar realidade, o nosso contexto político e socio-histórico. Os *bytes* imperam superando qualquer memória humana, juntam-se, conjugam-se, redistribuem-se, montando e remontando aparências. E nesse contexto, podemos, inclusive, nos referir a conexões disfuncionais entre pessoas virtualmente “ligadas” através de diferentes equipamentos.

Sem exemplos anteriores da realidade social ora experienciada, nem mesmo imaginada por Han, agora habitamos uma que é paralela ao mundo lá fora, assaz dinâmica, efêmera e vaga, um mundo no qual “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” (Han, 2018, p. 30), volatilidade agora por demais acentuada, eu acrescentaria.

Um antídoto a essa situação, proposto pelo próprio autor, é o de substituímos o ritmo

acelerado da realidade virtual pela observação atenta, calma e respeitosa sobre os detalhes da visualidade compartilhada:

Respeito significa literalmente olhar para trás. Ele é um olhar de volta. No trato respeitoso com os outros, controlamos o nosso observar curioso. 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). A distância distingue o respectare do spectare. Uma sociedade sem respeito, sem pathos da distância, leva à sociedade do escândalo (Han, 2018, p. 10).

Assim também entendendo, pondero ser importante a consciência de que “o uso das técnicas conforma cada um segundo um *modelo perceptivo* partilhado por todos — um *habitus* comum sobre qual se elabora uma cultura e da qual a arte se alimenta” (Couchot, 2003, p. 16). Logo, buscar uma suspensão reflexiva, que permita o exercício da contemplação atenta aos detalhes comunicativos das imagens, pode representar um desvelar do palimpsesto visual que se apresenta ao olhar, permitindo melhor entender os acontecimentos ao nosso redor, as comunicações simbólicas que se multiplicam nas redes e as possíveis reverberações sobre imaginações e imaginários.

Se “o entendimento pressupõe um olhar distanciado” como quer Han (2018, p. 12), então, se trata de ajuizar o campo de trocas que se estabelece entre espectadores / receptores e produtores / emissores através das imagens / mensagens, cuja participação no jogo perceptivo / comunicativo que se estabelece nem sempre é do domínio de todas / os. Entretanto, as imagens seguem circulando principalmente pelas redes sociais e propalando suas mensagens, portanto, cabe a cada um / a buscar literalmente a “retirada do véu”.

Creio ser esse um caminho viável para que seja possível aprofundar conhecimentos sobre a realidade dos fatos, procurando cotejar os detalhes da complexidade visual e garantir uma participação ativa no frenesi da vida cultural contemporânea, pois “A imagem nunca é uma realidade simples. As imagens (...) são antes de mais nada, operações, relações entre o dizível e o visível, maneiras de jogar com o antes e o depois, a causa e o efeito” (Rancière, 2012, p. 14). Nesse sentido, elas nos intimam a todo momento e nos cabe interpelá-las, além de que “Em toda parte elas incitam o questionamento sobre as relações entre nosso desejo e nossa identidade. Será que o ‘conhece-te a ti mesmo’ é, em sua essência, um ‘conhece tua imagem?’” (Mondzian, 2013, p. 247), uma indagação que a própria autora complementa afirmando:

Encontramo-nos, portanto, numa estranha tipologia das instâncias a destruir e a respeitar. O pensamento especulativo abre-nos o campo das produções imaginárias e de todas as esperanças de liberdade, ao mesmo tempo que funda o poder institucional que essa liberdade conquistada aterroriza a qual ele quer controlar ou até aniquilar.

E foi exatamente o pensamento especulativo que nos instigou a buscar, através de uma investigação sobre imagens, interpretar os discursos em circulação nas redes sociais, para uma maior compreensão acerca das vivências peculiares de uma situação pandêmica, do afastamento social e de suas implicações. A escolha recaiu sobre os *stories* do Instagram em função de suas especificidades e ao fato de serem privilegiadas fotografias, imagens que nos interessam sobremaneira.

O *stories* do Instagram é um recurso acrescentado a essa rede social em 2016, tendo inicialmente a finalidade de ser uma ferramenta de promoção / marketing digital de empresas / pessoas jurídicas. Porém, em nosso país ele logo caiu no gosto das pessoas comuns, sendo apropriado como mais um meio para o compartilhamento, principalmente, de imagens relativas à vida particular. Esse recurso permite a elaboração de postagens públicas contendo textos, imagens e / ou vídeos, visíveis aos usuários por 24 horas, cuja exibição varia entre 5 e 15 segundos.

A particularidade do curto período de circulação dessas mensagens visuais nos pareceu algo que merecia ser investigado: Qual o tipo de imagens que são selecionadas para essa visibilidade efêmera durante uma pandemia? Quais são as mensagens simbolicamente transmitidas?

Antes da pandemia estávamos acostumadas / os a ver nos *stories* imagens de viagens, dos ambientes privados e muitos, muitos *selfies*. E o que nos questionávamos então, era se a impossibilidade do deslocamento físico afetaria o tipo de imagem escolhida e os temas abordados simbolicamente através delas.

Em nossas pesquisas costumamos trilhar os (des) caminhos propostos pelas Teorias do Imaginário, com a intenção de ampliar os sentidos emanados da história presente. Adotamos as ideias de Gilbert Durand (2000) sobre imaginário, entendendo-o como a reunião de nossas heranças antropológicas somadas às percepções subjetivas, o que se consolida como uma estrutura simbólica de amplo espectro, a grande bacia semântica durandiana, a qual estão subordinados nossas mentalidades e comportamentos. As imagens estruturantes dessa grande rede que subjaz nossa própria existência são oriundas do exercício de diferentes linguagens, sejam verbais ou não verbais / visuais. Através delas nos é permitido interpretar e transparecer os nossos modos de apreensão e atuação em sociedade, para que assim seja possível instituir outras maneiras de produção de subjetividade, mais abrangentes e inclusivas, forjando diferentes sentimentos, ponderações e ações contra hegemônicos. Isso, no entendimento de que:

Enquanto se redige esforçadamente a mão ou com a máquina de escrever, a exaltação imediata já desvaneceu. A comunicação digital, em contrapartida, 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. (Han, 2018, p. 15).

Em consonância com as ideias de Han, eu acrescentaria, de afetos e afecções, particularmente quando a comunicação se dá através de imagens, referindo-se, também, à possibilidade de uniformização do pensamento e manipulações midiáticas. Nem sempre a polissemia dos símbolos é percebida por leitores visuais despreparados para a complexidade simbólica que as imagens manifestam, pois, o exercício da:

Imaginação, como uma vertente produtora de significados, coloca em movimento as imagens, conferindo vida a projetos utópicos e simbólicos, que delas emergem. A inovação semântica que o exercício de linguagens não-verbais proporciona, dá visibilidade a interpretação hermenêutica dos símbolos que emergem dessas imagens poéticas, enfatizando o pensamento, não a realidade. Assim, podemos considerar tais imagens como enunciações metafóricas que possibilitam a abertura a novos espaços de significação, relacionando o discurso poético a uma força heurística ontológica. (Brandão; Azevedo, 2019, p. 27).

Logo, quando percebemos as imagens como metáforas visuais nas quais se plasmam os imaginários, é possível avaliar os atributos que lhe conferem singularidade subjetiva e a referida potência indagativa e indicativa do ser em circunstância, não referida a corpos, sim, à atividade criativa de corporeidades. Portanto, quando nós, pesquisadores do PhotoGraphein, nos propomos à leitura de mensagens não verbais / visuais corroboramos com a proposta de Mirzoeff (2016), quando reivindica o “direito a olhar”, explicitando que:

Não é, portanto, um direito relativo à declaração de direitos humanos ou defesa de pautas. O direito a olhar é uma recusa a permitir que a autoridade suture sua interpretação do sensível para fins de dominação, primeiro como lei e, em seguida, como estética. [...] O direito a olhar é, então, a reivindicação por um direito ao real. É o limite da visualidade, o lugar onde tais códigos de separação encontram uma gramática da não-violência (significando uma recusa à segregação), como forma coletiva. 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).

A análise das imagens dos 120 sujeitos selecionados, dentre os nossos “amigos” com perfis públicos, nos possibilitou elaborar minimamente uma contravisualidade à visualidade pandêmica estabelecida através das redes sociais, muitas, inclusive, estimuladas pelo próprio estado. O acesso a um olhar clarificado, descontaminado de impregnações impostas verticalmente, de cima para baixo, implica a produção de uma contravisualidade. Isso diz respeito a iniciativas investigativas na direção de agitar o que Durand refere como uma “anestesia da criatividade imaginária” (2000, p. 36). Para tanto, o autor propõe atenção aos símbolos que emergem das imagens, como (re)apresentações de sentimentos mobilizadores do ser frente às situações cotidianas.

No caso das apreciações realizadas, abordadas a seguir, elas se referem a uma conjuntura peculiar e imprevista, que literalmente do dia para noite mudou substancial o viver comunitário. Fomos definitivamente arremessados para a virtualidade das relações, na qual a fotografia assume categoricamente a condição de representante simbólica das pessoas, da vida cotidiana e, principalmente, da elaboração nem sempre consciente de personas e cenários.

Transitando entre imagens, imaginários e suas simbologias

“Com a fotografia, a presença do objeto se torna incontornável. O objeto preexiste necessariamente à imagem. O real faz pressão sobre a imagem e sua exaltação realista ou seu distanciamento com o simbolismo se torna apenas preocupação do fotógrafo” (Couchot, 2003, p. 36). Não posso dizer que discordo de Edmont Couchot, creio nem ter autoridade para isso, entretanto, quero aqui situar o ponto de vista da pesquisa em discussão e seus parâmetros. Ao analisarmos as postagens no *stories*, lembrando que se tratam de pessoas reagindo a seu cotidiano, no caso a pandemia, consideramos ser a operacionalização simbólica da composição uma atribuição inconsciente do fotógrafo. Embora muitas apresentem uma elaboração estética mais esmerada, isso necessariamente não implica na racionalização simbólica para elaboração da mensagem visual. É pertinente também destacar que as escolhas estéticas por si só já remetem a referências ideológicas de cada um, e isso é considerado para as análises.

Como o grupo de pesquisadores é ativo no meio das artes visuais, é até natural que muitos dos perfis selecionados sejam de pessoas vinculadas ao meio, inclusive, atuando como artistas visuais. Entretanto, nas postagens cotidianas em seus Instagram o que mais prevalece são reações quase que instantâneas a fatos / eventos recentes, e isso é estimulado pelo próprio aplicativo e o tempo de duração das postagens, 24 horas. Muitas vezes são imagens gratuitas, sem intencionalidade objetiva, cuja simbologia surge a partir do exame de olhares distanciados, mais atentos a questões inerentes às subjetividades e suas manifestações antropológicas.

Identificamos que algumas pessoas, sem estarem diretamente preocupadas com questões relacionadas à poética da linguagem, demonstram atenção especial a questões estéticas, chegando mesmo a montar cenários cuidadosos para registrar determinada intencionalidade comunicativa. Mesmo assim, em tais imagens é possível identificar um arranjo simbólico que surge das lacunas do pensamento lógico que dá forma à imagem, comprovando que o imaginário é assim como um “entre lugar” que ocupa brechas que a própria razão não detecta.

Isso posto, é possível concluir que as imagens dão a ver visualidades em disputa, como elementos tensionados entre o que representam e o que simbolicamente manifestam. Cabe, portanto, a pesquisadores de imagens e seus imaginários identificar dentre eles a performatividade comunicativa como uma contrapartida não intencional de rearranjos dos aspectos formais e suas possíveis leituras, historicamente contextualizados, visto considerarmos que:

O ato de ver não é o ato de uma máquina de perceber o real enquanto composto de evidências tautológicas. O ato de dar a ver não é o ato de dar evidências visíveis a pares de olhos que se apoderam unilateralmente do “dom visual” para se satisfazer unilateralmente com ele. Dar a ver é sempre inquietar o ver, em seu ato, em seu sujeito. 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).

Assim como Didi-Huberman, também não acreditamos na existência de “um olho puro, olho sem sujeito”. Logo, ao analisarmos o conjunto final de 12.752 imagens, composto por um baixo percentual de vídeos (menos de 1% das imagens são videográficas), tínhamos consciência de que esse era o “momento em que o que vemos justamente começa a ser atingido pelo que nos olha. (...) momento em que se abre o antro escavado pelo que nos olha no que vemos” (Didi-Huberman, 1998, p. 77). E isso contempla a nossa intenção primeira ao dar início à investigação, relativa à situação pandêmica compartilhada pela população brasileira e as suas possíveis repercussões mais íntimas, provocadas pelo próprio confinamento, sua solidão ou algazarra (festiva ou não), dependendo do número de pessoas habitando o mesmo espaço. Nesse contexto, as postagens podem ser consideradas assim como reações / respostas a estímulos que fogem do nosso controle e acenam para a complexidade do momento vivido. Gostamos de fantasiá-las como se fossem “cartas de naufragos” colocadas em garrafas e jogadas ao mar, cuja maioria pode permanecer dispersa na imensidão do oceano ou pode ser encontrada por alguém que se sensibilizará com o “pedido de socorro”.

Nós, pesquisadores do PhotoGraphein, temos um pouco de “recolhedores de garrafas perdidas”, assim como se fôssemos “trapeiros”, figura poética abordada por Walter Benjamin (1991) ao analisar a poesia de Charles Baudelaire. Trata-se de alguém que ao perambular sem rumo definido vai colecionando / recolhendo os trapos / restos abandonados nos quais tropeça pelo caminho.

Assim somos, deambulamos sem rumo certo pela cidade, anteriormente, e agora pelas redes sociais, para que possamos minimamente apreender e analisar aspectos da sociedade na qual convivemos. Os trapos / mensagens / restos recolhidos são imagens, que alguns podem considerar objetos de investigações marginais ou, até mesmo, pormenor desprezável. Entretanto, propomos tal articulação como procedimento epistemológico frutificado de estímulos da história presente e que, portanto, também nos implicam diretamente. E no âmbito desse pensar, consideramos que os resultados manifestam posicionamentos em relação a problematizações sociológicas acerca da realidade contemporânea, ampliando o nosso repertório cultural.

O “triunfo do bom senso” é uma crença característica das sociedades ocidentais, expressando o entendimento de uma parte expressivas dos indivíduos de que as sociedades caminham de maneira invariável rumo ao “bem comum”. A crença no progresso e na teleologia

são exemplos disso. Também o é a de que o bom senso / a “verdade” triunfará frente a um cenário político ensimesmado, dominado por figuras fascinadas pelo poder, como é o caso do atual panorama brasileiro. E isso provoca uma série de clichês sendo mobilizados nas redes sociais, através das “militâncias”, estimulando pessoas voluntaristas que reagem de forma compulsória e obsessiva a conteúdos postados, como manifestações ideológicas em prol de interesses próprios.

A história marcha para o progresso e isso é inevitável, é um discurso conformista de quem fica prostrada / o frente aos acontecimentos. E no nosso país essa crença tem granjeado visibilidade em função da situação pandêmica, pois agora estamos confinados, apartados fisicamente, mas conectados como nunca ao mundo da política e seus atravessamentos e consequências. Portanto, ao nos disponibilizarmos a lançar um olhar mais demorado sobre a história presente, nós buscamos entender o outro e entender-nos. Estamos também lutando / resistindo na defesa da educação como um todo, e a universitária e suas pesquisas em especial, que neste momento é alvo de inúmeros ataques e encontra barreiras nos seus caminhos já tortuosos, inclusive, para a sua sobrevivência na gratuidade e acesso facilitado a todas e todos.

E é no contexto de tal panorama social e político que a pesquisa “IMAGENS E COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA: o que nos mostra o Instagram?” teve o seu início. Nela, as imagens são entendidas como textos não verbais, capazes de abarcar em si mesmas diferentes experiências posteriores conectadas ao que passou. Logo, instituídas como elaborações discursivas aportadas no passado, elas se encontram em algum sítio entre o herdado, o vivido e o percebido, e como tal são analisadas.

A metodologia desenvolvida contemplou três etapas, cada uma com procedimentos específicos, os quais passo a explicitar. Na primeira etapa, cada um dos seis pesquisadores selecionou 20 amigos brasileiros no Instagram com perfis públicos e, no período entre 21 de abril e 21 de junho de 2020, colecionou *prints* diários de todas as imagens ou vídeos compartilhados nos seus *stories*. Os dados foram organizados em arquivos separados, incluindo os dados pessoais, como faixa etária e ocupação.

Passado o primeiro mês de compilação das imagens realizamos uma avaliação prévia, dando início à segunda etapa da investigação. Delineamos os núcleos temáticos / simbólicos mais recorrentes, determinados pelas homologias significativas, as repetições expressivas dos símbolos manifestados. Analisando os dados imagéticos que tínhamos até então, foram identificados doze núcleos temáticos que apareciam com constância. São eles:

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.

Encerrado o período delimitado para o recolhimento dos dados, foi encaminhada a terceira etapa de análise, composta por diferentes procedimentos. Inicialmente cada pesquisador tabulou os dados do seu grupo em particular, destacando o núcleo mais pregnante em cada perfil e a periodicidade das publicações de cada um. Além disso, observamos aqueles que manifestaram comportamentos particulares, díspares dos demais, como a “verborragia imagética”, por exemplo, a qual abordarei a seguir. Verificamos também se o tema COVID 19 foi relevante nas postagens.

Cada pesquisador / a organizou a sua tabela, especificando o número de vezes que cada sujeito publicou, e todos os núcleos que surgiram no período investigado, com o respectivo número de imagens compartilhadas em cada um. Finalizando, foram identificados os três núcleos mais recorrentes e o maior dentre esses, o que posteriormente foi analisado no conjunto geral de dados da pesquisa.

Sobre o que denominamos “verborragia imagética” ou “verborreia visual”, concerne a um comportamento específico, identificado em 5 pessoas. Ele se refere à publicação de um número excessivo de imagens para expressar algo que acaba ficando banalizado ou até mesmo de difícil entendimento, embora tenha importância ou conteúdo. Não é um comportamento que pode ser considerado pejorativo, assim como a verborragia verbal, entretanto, é possível afirmar que a prática enfraquece o sentido comunicativo da mensagem, pois as publicações

nos *stories*, como já mencionei, têm um tempo máximo de 15 segundos para a exibição. Sendo assim, quando são compartilhadas muitas imagens, elas passam muito rápido, comprometendo a visualização, principalmente quando são acompanhadas de legendas. E isso determina que a forma assumida pelo discurso em si, que o precede, desvaloriza a mensagem. Muitas vezes quem está visualizando tais postagens interrompe o processo pelo excesso de informações, pois a mensagem assume uma aparência informe, desconexa, acenando para um possível comportamento compulsivo. Ponderamos que esse comportamento pode estar relacionado às novas relações estabelecidas entre as subjetividades e os automatismos maquínicos, além de considerarmos também que existem hábitos culturais diferenciados no uso das redes sociais e seus recursos. Analisando a questão, concluímos que no caso dos *stories*, menos imagens representa maior / melhor entendimento, efetivando com qualidade a comunicação pretendida.

Nas análises realizadas por Guilherme Susin Sirtoli, por exemplo, foi constatada uma preocupação estética na montagem de cenários *instagramáveis*, ou seja, alguns dos usuários acompanhados montaram composições estéticas intencionais para serem postadas em seus *stories*, criando uma espetacularização do cotidiano. Esse comportamento gera uma ‘busca e fuga’ nas imagens, o que é um amplo debate no contemporâneo, visto que muitos indivíduos sentem a realidade enquanto incompleta e procuram uma fuga do real nas imagens (Han, 2018). Além disso, o pesquisador também percebeu um traço em comum em três dos seus 20 indivíduos analisados: a ‘espetacularização’ dos animais de estimação. Estes usuários da rede social fotografaram incansavelmente seus pets, os colocando em diferentes cenários dentro de casa, quase como se fossem personagens, mostrando que os debates propostos por Guy Debord (1997) sobre a “sociedade do espetáculo”, em meados da década de 1960, continuam a ser constantemente atualizados.

Uma das conclusões a que chegamos, contrariando o que esperávamos, é a de que postagens sobre a COVID 19 não foram representativas, visto que poucos perfis divulgaram notícias diretas a propósito do vírus, da doença em si, dos meios para a prevenção ou dos cuidados específicos necessários. Com relação ao assunto, predominaram as críticas ao nosso governo e seus procedimentos erráticos no que se refere à pandemia.

Também analisamos possíveis peculiaridades identificadas dentre as postagens, como um período específico com publicações similares, o que no geral pode ser relacionado a datas comemorativas, tendo, nesse sentido, um fato crucial que merece a nossa atenção.

Durante o espaço de tempo investigado, aconteceu o assassinato do estadunidense George Floyd, em Minneapolis (EUA), sufocado por um policial que manteve o seu joelho sobre o pescoço do negro de 40 anos. Ou seja, sem que ele tenha oferecido qualquer tipo de resistência à abordagem, no dia 25 de maio Floyd foi assassinado pela polícia, na rua, em plena luz do dia. A notícia foi amplamente divulgada pela mídia brasileira e internacional, e o registro em vídeo feito por testemunhas viralizou nas redes sociais, repercutindo sobremaneira em todos os grupos acompanhados.

No meu grupo especificamente, as manifestações contra o racismo e o antifascismo começaram a aparecer em profusão, e permaneceram até o final da observação. Junto a essas, também começaram a aparecer muitas manifestações feministas, em defesa dos direitos das mulheres, além dos em favor dos povos indígenas. No Brasil, o racismo e a misoginia tem se manifestado de modo contundente em função das posições do atual governo, sendo quase natural, e esperado, que repercutam nas redes sociais.

Considerando os seis grupos menores, identificamos como núcleos pregnantes: “Ativismo cultural e social”, predominando em quatro deles, em um foi o “Autorreferência artística” e no outro “Cotidiano”. O que foi para nós uma surpresa na observação geral dos dados é que os *selfies* não predominaram, como acontecia anteriormente, crescendo o ativismo, que não era comum nas nossas redes. Provavelmente, a situação particular vivenciada, pandêmica, influenciou a mudança nas postagens, porém, avaliamos fundamental considerar a complexidade de uma situação até então inusitada para nós (e para todas as pessoas planeta afora!), o que não permite avaliações “fechadas”.

Nesse cenário imprevisto, julgamos que a situação atual requer investigar em complexidade, uma abordagem considerada essencial para pensamentos que consideram a necessidade de uma apreensão das manifestações a partir de um ponto de vista transdisciplinar. Assim, outras perspectivas de análise dos dados surgem, instigadas por nossas incertezas e configuradas pelo próprio método experimental aplicado, que se elabora no processo da pesquisa.

Portanto, investigar em complexidade não significa somente considerar a complexidade do tema, das imagens *persi*, mais do que isso, representa considerar que no caso de uma imagem assumir determinado significado, isso não implica uma conclusão definitiva. É aconselhável retornar aos dados e colocá-los em situação frente a outras possibilidades de atravessamentos e influências. Ou seja, esse é um processo aberto a outras interpretações, sempre bem-vindas, ampliando as “verdades”, para tantas quantas forem as interpretações, cujo somatório pode nos dar uma nuance do real, pois somos conscientes de que ele é impossível de ser capturado em sua integridade.

Considerações finais

Aqui temos um homem — ele tem de recolher na capital o lixo do dia que passou. Tudo o que a cidade grande jogou fora, tudo o que ela perdeu, tudo o que desprezou, tudo o que destruiu, é reunido e registrado por ele. Compila os anais da devassidão, o cafarnaum da escória; separa as coisas, faz uma seleção inteligente; procede como um avarento com seu tesouro e se detém no entulho que, entre as maxilas da deusa indústria, vai adotar a forma de objetos úteis ou agradáveis. (Benjamin, 1991, p. 78).

Com essas palavras Benjamin se refere a uma descrição feita em prosa por Baudelaire, versando sobre o herói moderno a quem ele se referiria posteriormente na poesia “O Vinho

dos Trapeiros”. E lendo a poesia, as conexões entre pesquisadores de imagens e a figura do “trapeiro” parecem clarear, especialmente quando consideramos a quantidade de imagens divulgadas através das redes sociais atualmente, provocando até mesmo verdadeiros “entulhos” ignorados, abandonados pelos caminhos, agora virtuais. Nós temos apego pelos dejetos, por tudo aquilo que é desprezado por uma suposta insignificância.

Transitar pelo ciberespaço e recolher os “trapos” é lidar com um sistema aberto, imprevisível, indeterminado, não-linear, que se auto organiza no tempo, muito semelhante aos processos da vida em si. Poderíamos até considerar os dados como estrelas cadentes em redes improváveis e, algumas vezes, temos a sensação de que o significado, ou a interpretação dele, melhor dizendo, escapa pelas bordas.

Desde a finalização do período previsto para recolhimento dos dados / imagens voltamos sucessivas vezes a analisá-los, e a cada mirada aumentava a consciência da complexidade intrínseca ao processo. São múltiplos fatores históricos, sociais e culturais que contribuíram para o estado atual das coisas mundanas e da natureza, tanto no que se refere ao problema de saúde pública, como às questões que envolvem as comunicações através da internet e das redes sociais.

Em meados do século XIX, o desenvolvimento da fotografia e sua rápida assimilação pela sociedade em geral, acabou por sacramentar a tecnologia como balizadora de novas dinâmicas sociais. Os recursos tecnológicos, equipamentos, processos e produtos passaram a atuar amplamente sobre os imaginários subjetivos e sociais, estabelecendo diferentes percepções do real e, até mesmo, delineando as visões de mundo. Não contestamos isso, porém, temos a consciência de que lidamos com algumas conclusões que, embora visualmente definidas, podem ser consideradas informes.

Além disso, sabemos também que essa é somente a “ponta do iceberg”, pois estamos ainda mergulhados num contexto pandêmico, determinante para a emergência do virtual em sua potência máxima. As formas virtuais do existir estão sendo constantemente adaptadas e reinventadas frente a permanente atualização dos aparatos tecnológicos e cada vez mais somos direcionados para o universo do ciberespaço e da cibercultura (Lévy, 2010), sem que a maioria da população brasileira tenha preparo e recursos para tanto.

Neste artigo apresento a análise geral dos dados e as primeiras percepções individuais e coletivas sobre eles. O grande número de imagens e a relação delas com a realidade imediata, cambiante com o desenrolar da história em si, sem ter o recomendável distanciamento dos fatos, impregnadas / os pelas emoções como estamos, faz com que o retorno aos dados, para esmiuçá-los, seja fundamental.

Tentar compreender o mundo no calor dos fatos e explica-lo discursivamente implica a abertura de novas probabilidades para mundos possíveis, portanto, o processo segue em andamento. Não temos ainda uma forma determinada para os fenômenos investigados e não sabemos se chegaremos a uma, pois isso não é algo a ser perseguido. As análises iniciais, como

busquei demonstrar ao longo do texto, nos oferecem alguns contornos plausíveis para uma situação que é fugidia em sua essência complexa.

Vivendo num tempo histórico peculiar, sujeito à pandemia da COVID 19, o que é possível afirmar, com certeza, é que as imagens / mensagens simbólicas em incessante trânsito nas redes sociais podem parecer confusas, truncadas, confundindo aqueles menos familiarizados com tais processos. Porém, como gostamos de desafios, seguiremos buscando mais e mais respostas para as nossas indagações, sabedores de que o ato de ver não se vincula somente aos seus enunciados tautológicos. Ao contrário, o que vemos nos olha, em especial, quando se trata de comunicações simbólicas estabelecidas em meio a uma crise mundial, sanitária e ambiental.

Referências

- Benjamin, walter (1991). *Obras escolhidas III. Charles Baudelaire — Um lírico no auge do capitalismo*. 2a ed. São Paulo: Brasiliense.
- Brandão, c. M. M.; azevedo, C. T. de (2019). *Imaginário, subjetividade e tecnologia na formação docente em artes visuais*. Revista GEARTE, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p. 23-39, jan./abr. <http://dx.doi.org/10.22456/2357-9854.90734>
- Couchot, E. (2003). *A Tecnologia na Arte: da fotografia à realidade virtual*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Didi-huberman, G. (2010). *O que vemos, o que nos olha* (2. ed.). São Paulo: Ed. 34.
- Durand, G. (1998). *O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. Rio de Janeiro, DIFEL.
- Han, B. C. (2018). *No Exame — Perspectivas Do Digital*. Rio de Janeiro, RJ: Editora Vozes.
- Lévy, P. (2010). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Mirzoeff, N. (2016). *O direito a olhar*. ETD-Educação Tecnológica Digital, v. 18, n.4, p. 745-768.
- Mondzain, M. J. (2013). *Imagem, ícone, economia: as fontes bizantinas do imaginário contemporâneo* (1 ed.). Rio de Janeiro: Contraponto: Museu de Arte do Rio.
- RANCIÈRE, J. (2012). *O destino das imagens*. Rio de Janeiro: Contraponto.