



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS – CCHL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA – PPGS**



**FERNANDA SOUSA RODRIGUES**

**À FLOR DA TELA: EMOÇÕES JUVENIS NO INSTAGRAM DURANTE A  
PANDEMIA DA COVID-19**

Teresina  
2023

FERNANDA SOUSA RODRIGUES

**À FLOR DA TELA: EMOÇÕES JUVENIS NO INSTAGRAM DURANTE A  
PÂNDEMIA DA COVID-19**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia - PPGS da Universidade Federal do Piauí – UFPI, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lila Cristina Xavier Luz.

Teresina  
2023

FICHA CATALOGRÁFICA  
Universidade Federal do Piauí  
Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco  
Divisão de Representação da Informação

R696f Rodrigues, Fernanda Sousa.  
À flor da tela : emoções juvenis no instagram durante a pandemia da COVID-19 / Fernanda Sousa Rodrigues. -- 2023.  
133 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí,  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Teresina, 2023.  
“Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lila Cristina Xavier Luz”.

1. Juventudes. 2. Sociologia. 3. COVID-19 (Doença) . I. Luz, Lila  
Cristina Xavier. II. Título.

CDD 305.23

Bibliotecária: Milane Batista da Silva – CRB3/1005

FERNANDA SOUSA RODRIGUES

**À FLOR DA TELA: EMOÇÕES JUVENIS NO INSTAGRAM DURANTE A  
PANDEMIA DA COVID-19**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Piauí, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Aprovada em: \_\_\_/ \_\_\_/ \_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lila Cristina Xavier Luz  
Universidade Federal do Piauí - PPGS

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Marta Azevedo Queiroz  
Universidade Federal do Piauí - PPGCOM

---

Prof. Dr. Francisco de Oliveira Barros Júnior  
Universidade Federal do Piauí - PPGS

## **AGRADECIMENTOS**

Ao escrever estas palavras de agradecimento, o sentimento que me invade é o de felicidade. Felicidade por mais uma oportunidade, por mais uma experiência, por mais uma realização tão significativa em minha vida, em minha trajetória acadêmica e profissional.

Agradeço à Deus, pela fé, coragem e convicção que mantive desde o momento que me inscrevi na seleção do programa à conclusão dessa dissertação, pelas dificuldades e pelas oportunidades que me engrandeceram durante o mestrado.

Agradeço aos professores Francisco Júnior, Francisco Mesquita, Ana Beatriz, Maria Sueli in memoriam, Francisca Veronica e Lila Luz pelo acolhimento, pelo conhecimento e experiências compartilhados em suas respectivas disciplinas, essenciais para mim como pessoa, estudante, pesquisadora e profissional.

Agradeço em especial à professora e minha orientadora Lila Luz, pela oportunidade e troca de experiências em todo o processo de desenvolvimento de minha pesquisa, pelo apoio, paciência, por enriquecer e engrandecer meus horizontes como pesquisadora de juventudes.

Agradeço à professora Marta Queiroz, pelo apoio, ensinamentos e orientação na construção desta dissertação.

Agradeço aos jovens, que são os atores sociais dessa pesquisa, pela disponibilidade e contribuição significativa de suas experiências, de seus cotidianos para a construção e embasamento dessa dissertação.

Agradeço a minha família, em especial a minha mãe e professora Rita de Cássia, meu exemplo e minha força diária, pelo incentivo e apoio em todos os momentos de minha vida.

Agradeço aos colegas de turma pela convivência, pelo apoio, pela troca de experiências, pela torcida, e mesmo forma remota, e a todas as pessoas que tive a oportunidade de conhecer no decorrer dessa trajetória no mestrado, e que me impulsionaram direta e indiretamente de forma positiva.

Lá nas redes sociais  
o mundo é bem diferente,  
dá pra ter milhões de amigos  
e mesmo assim ser carente.  
Tem like, a tal da curtida,  
tem todo tipo de vida,  
pra todo tipo de gente.  
Tem gente que é tão feliz  
que a vontade é de excluir.  
Tem gente que você segue  
mas nunca vai lhe seguir. [...]

Bráulio Bessa

## RESUMO

Na atualidade, as redes sociais na Internet são uma das ferramentas de comunicação e interação nas relações e vínculos dos indivíduos em sociedade. No entanto, mesmo com os avanços tecnológicos já produzidos, não abrange a todas as realidades sociais quando relacionamos ao fato de que nem todos têm acesso à Internet e dispositivos móveis, evidenciando critérios de inclusão e exclusão em redes sociais na Internet. O convívio em meio desses espaços tem suscitado vários estudos para analisar as formas de estar inserido ou não em uma rede social em relação a vários aspectos comportamentais e sociais, dentro e fora dessas redes para determinados grupos sociais, os quais destacamos as juventudes. Na pandemia, dados apresentados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2021) revelaram a exclusão de um percentual de 28,2 milhões de pessoas acima de 10 anos de idade no acesso à Internet por motivos de localização, interesse, acesso e manuseio de aparelhos eletrônicos. Por outro lado, dados do relatório Juventudes e a Pandemia do Coronavírus (2021) destacou em pesquisa realizada com 68 mil jovens no Brasil, que seis a cada dez jovens com acesso à Internet passaram a utilizar mais as redes sociais em decorrência dos efeitos diretos e indiretos da pandemia nas relações sociais, condições de saúde física e mental. Nesse sentido, a presente investigação problematiza como as emoções potencializaram-se como forma de sociabilidades juvenis no Instagram durante a Pandemia da Covid-19. Definimos como objetivo geral analisar as relações sociais juvenis na rede social Instagram e as formas como expressaram suas emoções no contexto da pandemia. E como objetivos específicos: mapear perfis de jovens que se relacionam no Instagram por meio do perfil @ufpi, descrever os conteúdos por eles veiculados e as interações estabelecidas por meio dos emojis, curtidas, comentários, imagens, vídeos; compreender as conexões que estabeleceram expressões de emoções dos jovens em seus perfis e nas entrevistas. Para isso, adensamos referências teóricas sobre as juventudes, mídias e relações sociais, para relacionarmos com as interações juvenis durante a pandemia no Instagram. Utilizamos como método de pesquisa a etnografia aplicada à Internet (Hine, 2015) com uso das técnicas de observação participante aos perfis públicos de onze jovens e a realização de entrevistas com quatro jovens, que moram em Teresina, de diferentes identidades sociais, de cursos da graduação da Universidade Federal do Piauí, do campus de Teresina e que durante a pandemia utilizaram o Instagram como meio de interação para compartilhar em seus perfis publicações sobre os seus cotidianos, se relacionar e expressar suas emoções durante o isolamento, na flexibilização das atividades e sobre a vacinação. Percorrer o espaço do Instagram demonstra a fluidez das identidades e das conexões que se perdem sem a troca de um capital social contínuo. As análises das informações recolhidas permitiram concluir que considerando a gravidade e os efeitos da pandemia nas sociabilidades, os jovens entrevistados postaram mais conteúdo positivo do que negativo em seus perfis, evidenciando o autocontrole das emoções sentidas e expressadas, seguindo uma etiqueta das emoções e de imagem nas publicações realizadas no feed e no story sobre os seus cotidianos, mesmo durante a Pandemia.

**Palavras-chave:** Juventudes; Emoções; Mídias; Relações Sociais.

## ABSTRACT

Nowadays, social networks on the Internet are one of the communication and interaction tools in the relationships and bonds of individuals in society. However, even with the technological advances already produced, it does not cover all social realities when we relate to the fact that not everyone has access to the Internet and mobile devices, evidencing inclusion and exclusion criteria in social networks on the Internet. Conviviality in these spaces has given rise to several studies to analyze the ways of being inserted or not in a social network concerning various behavioral and social aspects, inside and outside these networks for certain social groups, which we highlight the youth. During the pandemic, data presented by the Continuous National Household Sample Survey (2021) revealed the exclusion of a percentage of 28.2 million people over 10 years of age from accessing the Internet due to location, interest, access, and handling of electronic devices. On the other hand, data from the report *Juventudes e a Pandemia do Coronavirus* (2021) highlighted in a survey carried out with 68 thousand young people in Brazil, that six out of ten young people with Internet access began to use social networks more because of the direct effects and indirect effects of the pandemic on social relationships, physical and mental health conditions. In this sense, the present investigation problematizes how emotions were potentiated as a form of youth sociability on Instagram during the Covid-19 pandemic. We defined it as a general objective to analyze youth social relationships on the Instagram social network and how they expressed their emotions in the context of the pandemic. And specific objectives: to map profiles of young people who relate to each other on Instagram through the @ufpi profile, describe the content they publish, and the interactions established through emojis, likes, comments, images, videos; understand the established connections with young people's expressions of emotions in their profiles and interviews. For this, we add theoretical references on youth, media, and social relationships to relate to youth interactions during the pandemic on Instagram. We used ethnography applied to the Internet (Hine, 2015) as a research method, using participant observation techniques to public profiles of eleven young people and conducting interviews with four people young, who live in Teresina, from different social identities, from courses at undergraduate students at the Federal University of Piauí, on the Teresina campus and who, during the pandemic, used Instagram as a means of interaction to share publications about their daily lives on their profiles, relate to each other and express their emotions during isolation, in the flexibility of activities and about the vaccination. Traveling through the space of Instagram demonstrates the fluidity of identities that are lost connections without the exchange of continuous social capital. The analysis of the information collected allowed us to conclude that considering the severity and effects of the pandemic on sociability, the young people interviewed posted more positive than negative content on their profiles, evidencing self-control of the emotions felt and expressed, following a label of emotions and image in the publications made in the feed and the story about their daily lives, even during the pandemic.

**Keywords:** Youths; Emotions; Media; Social Relations



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 - Tipos de conteúdo compartilhados no feed de perfis diversos do Instagram | 21 |
| Figura 2 - Tipos de conteúdo compartilhados no feed em perfis diversos do Instagram | 22 |
| Figura 3 - Formas de Interação por story no Instagram                               | 23 |
| Figura 4 - Referências de Interações por meio de Direct, Shop e Reels no Instagram  | 24 |
| Figura 5- Perfil @ufpi no Instagram   | 26 |
| Figura 6 - Jovens da zona rural com perfis de destaque no Instagram                 | 46 |
| Figura 7 - Interação por repercussão e compartilhamento de notícia nos perfis       | 59 |
| Figura 8 - Perfil do Hyeser que ensina como usar e crescer perfis no Instagram      | 60 |
| Figura 9 - Publicações no perfil de influenciadora no início da Pandemia            | 66 |
| Figura 10 - Publicações no Instagram sobre a Pandemia da Covid-19                   | 69 |
| Figura 11 - Publicações no Instagram sobre a Pandemia da Covid-19                   | 70 |
| Figura 12 - Publicações no story no início da pandemia                              | 74 |
| Figura 13 - Publicações no story no início da pandemia                              | 75 |
| Figura 14 - Publicações no story no início da pandemia                              | 76 |
| Figura 15 - Publicações no feed dos jovens  | 80 |
| Figura 16 - Publicações de selfies nos perfis de jovens no Instagram                | 81 |
| Figura 17 - Legendas nas publicações feitas pelos jovens no Instagram               | 83 |
| Figura 18 - Estilos de biografias nos perfis dos jovens no Instagram                | 84 |
| Figura19 - Diferentes mosaicos de feed nos perfis dos jovens                        | 85 |
| Figura 20 - Publicações de tédio no story e no feed dos jovens                      | 86 |
| Figura 21 - Publicações compartilhadas no story sobre os estudos online             | 87 |
| Figura 22- Publicações no feed pelo retorno das aulas práticas                      | 88 |
| Figura 23 - Publicações sobre #tbt nos feeds  | 89 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 24 - Publicações durante a flexibilização na Pandemia                             | 90 |
| Figura 25 - Publicações que representam o relato do jovem durante a Pandemia             | 91 |
| Figura 26 – Emojis utilizados nas publicações de comentários                             | 93 |
| Figura 27 - Interações nas publicações por comentários                                   | 94 |
| Figura 28 - Publicações no story sobre o momento da vacinação nos perfis dos jovens      | 95 |
| Figura 29 – Interações no feed e story sobre a vacinação nos perfis dos jovens           | 96 |
| Figura 30 - Publicações no cotidiano das aulas presenciais e nos espaços da Universidade | 97 |
| Figura 31 – Interações no story sobre ansiedade durante a Pandemia                       | 10 |
| 2  |    |
| Figura 32 – Publicação de luto e homenagem no story                                      | 10 |

**LISTA DE TABELAS**

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1 - Quadro descritivo dos perfis dos jovens no Instagram | 98 |
|---|----|

**LISTA DE SIGLAS**

|         |  |
|---------|--|
| CONJUVE | Conselho Nacional da Juventude do Brasil             |
| OMS     | Organização Mundial da Saúde                         |
| PNAD    | Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua |
| UFPI    | Universidade Federal do Piauí                        |

## SUMÁRIO

|   |            |
|---|------------|
| <b>1. UM FEED DE CONEXÕES: CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....</b>                           | <b>11</b>  |
| <b>2. TRANSITANDO PELO INSTAGRAM: ENTRE FEEDS E STORY .....</b>                       | <b>19</b>  |
| <b>2.1 Sociabilidades no Instagram .....</b>  | <b>21</b>  |
| <b>2.2 O perfil @ufpi no Instagram .....</b>  | <b>26</b>  |
| <b>2.3 Estabelecendo Conexões com os Perfis de Jovens .....</b>                       | <b>28</b>  |
| <b>2.4 Da ética para realização da pesquisa .....</b>                                 | <b>39</b>  |
| <b>3. JUVENTUDES E MÍDIAS SOCIAIS: REFERÊNCIAS PARA ANÁLISE.....</b>                  | <b>41</b>  |
| <b>3.1 Aspectos teóricos para compreender juventudes .....</b>                        | <b>41</b>  |
| <b>3.2 As mídias sociais e o espaço do Instagram.....</b>                             | <b>46</b>  |
| <b>3.3 Os nós e as conexões das redes sociais na Internet.....</b>                    | <b>50</b>  |
| <b>3.4 A vitrine instagramável do ser, mostrar-se e ser visto .....</b>               | <b>55</b>  |
| <b>4. JOVENS INSTAGRAMMERS E SUAS INTERAÇÕES DURANTE A PANDEMIA .....</b>             | <b>64</b>  |
| <b>4.1 Visualização, percepções e reflexões sobre emoções no Instagram .....</b>      | <b>64</b>  |
| <b>4.2 Compartilhando o momento: vivências e sentimentos durante a pandemia .....</b> | <b>71</b>  |
| <b>4.3 Etiqueta de uso da imagem e das emoções nas publicações .....</b>              | <b>101</b> |
| <b>4.4 Contrastes de expressões de emoções nas publicações .....</b>                  | <b>110</b> |
| <b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>115</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>119</b> |
| <b>GLOSSÁRIO .....</b>  | <b>126</b> |
| <b>APÊNDICE A .....</b>   | <b>127</b> |
| <b>APÊNDICE B .....</b>   | <b>128</b> |
| <b>APÊNDICE C .....</b>   | <b>129</b> |



## 1. UM FEED DE CONEXÕES: CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Na atualidade, o desenvolvimento e a expansão do uso de novas tecnologias da informação e da comunicação reestruturaram o cenário capitalista, potencializaram o fenômeno da globalização e estabeleceram conexões como explicitou o sociólogo Manuel Castells (2003). Nesse cenário, as ferramentas de informação e comunicação proporcionaram a criação das redes sociais online, potencializando, assim, novas formas de interação nas relações e vínculos dos indivíduos em sociedade.

Os campos das ciências humanas e sociais apresentam diversas formas de análise sobre as redes sociais na Internet para compreender como estes espaços norteiam a vida social, comportamentos e evidenciam contextos históricos de grupos sociais em que as relações entre os indivíduos são tecidas, como analisa a especialista em mídias sociais Raquel Recuero (2009, p. 13) que define as redes sociais “como complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais da comunicação”.

Recuero (2009) explicita ainda, que a forma como são analisadas as mudanças nas estruturas das relações sociais e estruturas mediadas pelas tecnologias, faz com que as redes sociais recebam denominações variadas como: redes sociais virtuais, digitais, online, mídias sociais, mídias digitais. Dessa forma, o convívio por meio desses espaços, tem suscitado a realização de estudos para análises das vantagens e desvantagens de estar inserido ou não nessas redes sociais, em relação a vários aspectos comportamentais e sociais, dentro e fora desses espaços para determinados grupos sociais, os quais destacamos as juventudes.

No âmbito das próprias redes sociais na Internet, tem-se apresentado análises diversas sobre a compreensão de jovens nesses espaços. Uma das temáticas destacadas na atualidade, problematiza os jovens como a maioria de usuários presentes em redes sociais na Internet e ao mesmo tempo, aponta que são os mais prejudicados sob o aspecto do equilíbrio mental e emocional em relação aos conteúdos que acessam e consomem nesses espaços. O estudo das pesquisadoras Souza e Cunha (2020) por exemplo, analisa o impacto das redes sociais digitais no campo da psicologia, motivadas pela preocupação que a afetação do uso desses espaços tem nos comportamentos, saúde mental, problemas emocionais causados e

distúrbios mentais existentes em adolescentes e jovens.

As redes sociais na Internet apresentam características que nos possibilitam a apropriação para comunicar, desenvolver ações como interagir, relacionar, expressar, participar, consumir, impulsionar, entre outros, por meio do conteúdo que produzimos e que são direcionados a um público específico ou a um grupo de pessoas que compartilham de interesses comuns ou não da vida social.

A intensidade, característica atribuída aos jovens referenciada por sociólogos como Oscar León (2005) e Helena Abramo (2005) também está presente nas redes sociais na Internet, relacionada a interação decorrente do fluxo de informações, no consumo de conteúdos, em se mostrar e ser visto, na dimensão individual e coletiva, no seguir ou não padrões, na construção de identidades, entre outros aspectos. Essa percepção de que as redes sociais na Internet são espaços de interação, relação, sobretudo de compreensão de diferentes aspectos das juventudes, nos despertou para abordar suas emoções no espaço de uma rede social na Internet. Além disso, os momentos considerados legais e felizes, por exemplo, que são priorizados como conteúdos compartilhados nesses espaços.

Pesquisar sobre a felicidade no Instagram foi a temática que escolhida na propositura do projeto de pesquisa para a seleção no programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Piauí - UFPI no ano de 2019 e que devido as medidas sanitárias de distanciamento impostas pela Pandemia da Covid-19, ocorreu de forma online, assim como as aulas do curso que seguiram na modalidade remota. Mas foi partir da disciplina Sociologia da Juventude que nutrimos o interesse em abordarmos em nossa pesquisa o público juvenil quando vivenciamos a Pandemia, agora não mais sobre a felicidade, mas sobre as emoções manifestadas e expressadas por jovens no Instagram.

Além do contato com a literatura sobre o tema juventude, também foi possível acessar uma literatura que tratava acerca de investigações envolvendo diferentes realidades juvenis contribuindo para as reflexões ao longo da pesquisa e para a escolha da fundamentação teórica que dialogasse com tema e o contexto atual. Portanto, a experiência de estudo nessa disciplina possibilitou minimizar a ausência do conhecimento sobre algumas percepções e reflexões sobre as juventudes em outros contextos sociais e espaciais a nível nacional e internacional não aprofundados antes como por exemplo, o Massacre de Tlatelolco no México (ANDRADE, 2008).



Mesmo com as limitações ocasionadas pela pandemia, a disciplina nos possibilitou o diálogo, a troca de experiência com os colegas por meio das aulas realizadas por meio da plataforma Google Meet, por meio de mensagens nas redes sociais, compartilhando também relatos e experiências sobre a pandemia. Contexto esse, que impactou também a vida pública de outros jovens inseridos nas mais diversas realidades sociais, em todas as dimensões das suas sociabilidades. Em especial, àquelas relacionadas a festas, viagens, passeios, por exemplo, afetando também a saúde, mental e emocional, a educação e o trabalho bem como suas perspectivas em relação ao futuro, que se tornaram incertas diante do atual cenário.

Como espaço de sociabilidades, as redes sociais na Internet funcionam para disseminar e interagir sobre conteúdos que são compartilhados entre usuários diversos, dentre eles, os jovens inseridos nesse espaço. São compartilhados conteúdos relacionados ao trabalho que buscam ou realizam, à educação, saúde, lazer, sexualidade, religião, moda, estética, participações em movimentos e causas sociais, entre outros. Os conteúdos mencionados já eram compartilhados por youtubers, tiktokers, influenciadores digitais, empresas e marcas famosas, por exemplo, e foram intensificados durante a pandemia em decorrência do isolamento e medidas restritivas, como destaca a pesquisa de Bezerra e Gibertoni (2021).

Não há dúvidas de que as redes sociais na Internet são uma das principais ferramentas de comunicação na atualidade. Entretanto, sabemos que ainda existe a barreira de exclusão a esses espaços, pois nem todas as classes sociais e espaços do território geográfico têm acesso à Internet e aos dispositivos móveis que viabilizam a interação nas redes sociais na Internet. Dados apresentados durante a pandemia pela Pesquisa Nacional de Acesso por Domicílios Contínua (2021) revelaram que no Brasil ocorre a exclusão de um percentual de 28,2 milhões de pessoas acima de 10 anos de idade no acesso à Internet, dentre eles 3,6 milhões de estudantes, sendo 94,7% de escola pública e 5,3 % de escola privada além de 24,5 milhões sendo não estudantes.

Os dados revelaram ainda, que no Brasil a exclusão ao acesso à Internet ocorre em um percentual de 7,7% em domicílios da zona urbana e 25,3% em domicílios da zona rural, onde a distribuição do serviço de acesso à Internet é considerado caro tanto na zona urbana (29,4%) quanto na rural (22,3%), sendo considerado um dos principais motivos para a não utilização da Internet. Outro fator mencionado é a

indisponibilidade de serviço de rede móvel, telefonia ou Internet que ocorre na zona urbana em um percentual de 5,1% e na zona rural em um percentual de 28,2% (PNAD CONTÍNUA, 2021).

Em relação ao percentual de pessoas maiores de 10 anos ou mais de idade que utilizaram equipamentos eletrônicos para acesso à Internet, 98,8% utilizaram o telefone móvel celular, 41% utilizaram o microcomputador, 45,1% utilizaram a televisão e 9,3% utilizaram o tablet. Por outro lado ficaram sem utilizar a Internet um percentual de 42,2% que não sabia utilizar, 27,7% por falta de interesse, 14% por serviço de acesso caro, 6,2% porque o equipamento eletrônico era caro, 5,3% por serviço indisponível, 4,5% por outro motivo (PNAD CONTÍNUA, 2021)

Durante a pandemia, diversas investigações sobre a afetação das redes sociais foram potencializadas. Pesquisadores como Bezerra e Gibertoni (2021) por exemplo, mencionaram como uma das motivações a polarização de informações. Em relação às juventudes, destacamos os dados apresentados no segundo relatório Juventudes e a Pandemia do Coronavírus (2021) que em pesquisa realizada com 68 mil jovens no Brasil, revelou que seis a cada dez jovens com acesso à Internet passaram a utilizar mais as redes sociais em decorrência dos efeitos diretos e indiretos da pandemia nas suas relações sociais, condições de saúde física, mental e emocional, sobretudo em relação aos sentimentos de ansiedade.

Observamos que os jovens ao sofrerem com as restrições de suas sociabilidades, como principalmente as atividades de lazer, maximizaram o uso de espaços das diversas redes sociais na Internet. Assim, as interações sobre emoções foram potencializadas como forma de sociabilidades juvenis durante a Pandemia da Covid-19, em que destacamos a rede social Instagram.

Essas e outras experiências contribuíram para aguçar ainda mais a nossa curiosidade e interesse por investigar o tema emoções juvenis durante a Pandemia e, frente a ele questionar: É possível analisar as relações sociais juvenis no Instagram? Quais perfis de jovens contactar? Onde os jovens estavam e como se apropriaram de seus perfis para evidenciar ou não o que sentiam em relação a pandemia? As interações sobre as emoções juvenis estavam relacionadas quais aspectos das suas conexões?

Assim, definimos como preocupação central desta investigação analisar as

relações sociais juvenis na rede social Instagram e as formas como expressaram suas emoções no contexto da pandemia da Covid-19. Como objetivos específicos: mapear perfis de jovens que se relacionam no Instagram por meio do perfil @ufpi, descrever os conteúdos por eles veiculados e as interações estabelecidas por meio dos emojis, curtidas, comentários, imagens, vídeos, compreender as conexões que estabeleceram expressões de emoções dos jovens em seus perfis e nas entrevistas.

Com o intuito de sistematizar a produção da investigação desenvolvida, estruturamos a presente dissertação em três capítulos, além da Introdução e Considerações Finais. Assim, considerando ser esse um estudo inédito no que se refere ao tema tratado, bem como em relação ao período pandêmico, decidimos destinar um capítulo para socializar a forma, encontrada por nós, para realizar o trabalho de campo; nossos “caminhos”, “encontros” e “desencontros” com a “realidade virtual”.

Assim, no segundo capítulo descrevemos como a investigação foi desenvolvida e explicitamos nosso modo de trabalho com a etnografia na Internet (HINE, 2015) em que a escolha e o contato aos perfis de onze jovens ocorreram por meio do perfil no Instagram da Universidade Federal do Piauí (@ufpi). No referido perfil, observamos a interação de universitários e comunidade externa nos conteúdos acadêmicos veiculados. Por meio de observação participante (MALINOWSKI, 1984) descrevemos características das relações e interações veiculadas por jovens universitários, dos cursos diversos da graduação da Universidade Federal do Piauí do campus de Teresina. Mas também de diferentes identidades sociais, que compartilham em seus perfis seus cotidianos de estudo, trabalho, lazer, relações sociais.

Além das observações a esses perfis, para mapear e compreender as interações, relações sociais e emoções manifestas em seus perfis do Instagram durante a pandemia de Covid-19, realizamos entrevistas com quatro jovens dos cursos da graduação de química, nutrição, odontologia, medicina veterinária. Uma pesquisa empírica singular, na medida em que se constituiu por meio do ambiente virtual, conexões atravessadas por uma tela e à distância. Destinamos esse capítulo para tratar acerca de como analisamos as informações compartilhadas pelos jovens.

A produção dessa investigação foi desenvolvida no decorrer do segundo semestre do ano 2021 ao primeiro semestre do ano de 2022. O longo período tornou-se importante porque tivemos a oportunidade de mapear, não apenas os

compartilhamentos de interações sobre o início da pandemia, mas no decorrer desse contexto as diversas experiências juvenis compartilhadas nos perfis do Instagram, como na flexibilização das atividades, onde os jovens passaram a compartilhar mais sobre o que sentiram à medida que voltaram a frequentar lugares como festas, bares, universidade, sobre como se sentiram ao compartilharem que estavam sendo vacinados, além constatar durante as observações limitações que configuram a fluidez dos jovens durante a pesquisa.

No terceiro capítulo, para adensar conceitos e entendimentos sobre juventudes, redes sociais na Internet e emoções abordamos algumas referências que tratam sobre o tema, bases estruturantes da fundamentação teórica desta investigação. Recorremos a teóricos como Machado Pais (2003), Margulis e Urresti (2008), Carles Feixa (2014), dentre outros, por entendermos que suas referências às juventudes como categoria social heterogênea e complexa, marcada por aspectos biológicos, psicológicos, sociais, são fontes norteadoras para compreendermos, os jovens e suas sociabilidades, ainda que o contexto empírico sejam as redes sociais e o tempo social vivido marcado pela Pandemia.

A natureza interdisciplinar da temática aqui tratada, obrigou-nos a transitar por teóricos que fornecem referências da comunicação e sobre as redes sociais na Internet a partir de entendimentos como o do sociólogo Manuel Castells (2003) na configuração da sociedade em rede, do pesquisador André Lemos (2005) no processo de territorialização e desterritorialização dos espaços das redes sociais, em que a partir de um dispositivo com acesso à Internet e por meio de um perfil transitamos por espaços diversos. São aspectos que se relacionam as dinâmicas de interação dos jovens no Instagram.

Da mesma forma, a partir de entendimentos como o da pesquisadora em comunicação social Raquel Recuero (2009) nas dinâmicas de apropriação, conexões, capital social nas redes e mídias sociais e da antropóloga Paula Sibilia (2016) no que diz respeito as reflexões sobre exposição da vida pública e privada; na expressão do eu no espaço das redes, para ampliarmos a compreensão acerca do comportamento dos jovens em seus perfis.

Com a temática assim circunscrita, foi necessário cortejamos alguns autores para fundamentar nossa compreensão do tema das emoções. Para tanto, nos aproximamos das reflexões do sociólogo Thomas Scheff (1990) que trata da formação

e desfazimento dos laços sociais motivados por emoções como a vergonha. Já o sociólogo Norbert Elias (1994) relaciona que o comportamento e convivência em sociedade ocorre por meio das formalidades e do autocontrole das emoções. A socióloga Arlie Hochschild (2013) por sua vez, destaca o gerenciamento das emoções na perspectiva do gênero e do trabalho, por exemplo, onde as mulheres são vistas como mais sentimentais que os homens, e no âmbito do trabalho devemos separar o que sentimos e expressamos nas relações entre o público e o privado.

Em geral, esses autores evidenciam entendimentos acerca das emoções na dinâmica das relações e interações dos indivíduos em sociedade em diferentes contextos históricos, sociais e culturais; e pontuam elementos importantes que relacionamos ao contexto da pandemia e com a dinâmica de expressão das emoções por meio do Instagram.

Ainda no terceiro capítulo, ancorada em dados do relatório Juventudes e Pandemia do Coronavírus, do Conselho Nacional da Juventude, produzida nos anos de 2020 e 2021, destacamos como as juventudes no Brasil foram impactadas em suas diversas realidades sociais, sobretudo na percepção emocional, com o aumento do uso das redes sociais e relacionamos essa afetação no uso desses espaços para a sociabilidades das suas emoções na pandemia.

Outro estudo recentemente publicado sobre o tema, Trajetórias/práticas juvenis em tempos de Pandemia da Covid-19 (2022) que aborda experiências de jovens na América Latina e Caribe em eixos como trabalho, educação, direito à cidade, participação social, família e emoções, foi produzido durante a Pandemia evidencia como o contexto da pandemia afetou o cotidiano e as sociabilidades de jovens.

Essas e outras referências ajudaram-nos a sistematizar e analisar as interações estabelecidas pelos jovens na rede social Instagram: no compartilhamento de momentos e situações de seus cotidianos, nas interações em publicações no story e do feed, comentários, curtidas, seguidores, emoções expressadas e manifestadas em seus cotidianos durante a Pandemia de Covid-19.

No quarto capítulo, apresentamos as análises acerca das emoções mais utilizadas entre as interações compartilhadas pelos perfis dos jovens, em conjunto com as informações produzidas em realização de entrevistas com quatro jovens, do sexo masculino, de identidades sociais diversas, que descreveram e confirmaram

seus cotidianos de interação em seus perfis do Instagram durante a pandemia. No início, principalmente por meio de story como meio de interagir para passar o tempo, compartilhar suas experiências emocionais e suas rotinas durante o isolamento. Durante a flexibilização das atividades, usaram para compartilhar os lugares que voltaram a frequentar, viagens, encontros com amigos, rotinas de estudo, e atividades de vacinação, para interagir sobre como se sentiram em relação a esse momento.

Coletamos informações junto aos jovens entrevistados sobre as publicações compartilhadas em seus perfis acerca de momentos e situações negativas relacionados a pandemia, da mesma forma em relação as emoções expressadas no offline que foram ou não compartilhadas no feed de publicações dos jovens.

A pesquisa permitiu analisar as especificidades de interação dos jovens que mesmo considerando a gravidade e os efeitos da pandemia, entre os conteúdos compartilhados, os jovens entrevistados afirmaram que houve o autocontrole das emoções, em que destacaram momentos felizes, agradáveis, saudosos. Além disso, os jovens evidenciaram que o autocontrole das emoções também acontecia nas interações de story em que foram compartilhadas publicações para as pessoas selecionadas nos Melhores Amigos de seus perfis.

Dessa forma, as publicações compartilhadas pelos jovens configuraram uma etiqueta de uso do Instagram que movimentaram o capital social (RECUERO, 2009) nesse espaço, em que a apropriação e a visibilidade da imagem publicizada nos perfis, enfatizaram o bom, o belo, os melhores momentos, os sentimentos mais agradáveis e felizes, contribuindo para as interações mais positivas de afeto entre os laços sociais diversos no âmbito desse espaço.

## 2. TRANSITANDO PELO INSTAGRAM: ENTRE FEEDS E STORY

Quando a Pandemia da Covid-19 foi anunciada no ano de 2020, nos primeiros meses foram disseminadas informações na mídia e conseqüentemente nas redes sociais na Internet sobre a perspectiva de que os jovens não seriam os mais afetados pelo coronavírus. Uma ideia sustentada na lógica de que o corpo jovem é, por si só, isento do risco do contágio e letalidade que era maior para as pessoas em situação de risco, comorbidades e idosos.

Porém, dados da pesquisa Juventudes e a Pandemia do Coronavírus realizada pelo Conselho Nacional da Juventude do Brasil (CONJUVE) referente nos anos de 2020 e 2021 evidenciaram que os jovens foram afetados em suas diferentes realidades sociais pelos efeitos da Pandemia. Destacamos dentre as informações relatadas pelos jovens: o medo de perder amigos e familiares, o agravamento da saúde mental, o desenvolvimento de ansiedade, o uso exagerado das redes sociais que foram intensificados durante a Pandemia.

A Pesquisa Trajetórias/Práticas juvenis em tempos de pandemia da Covid-19 (2022) também evidenciou informações acerca dos desafios enfrentados pelas juventudes da América Latina e Caribe: Argentina, Chile, Cuba, Equador e México, a partir da condição juvenil. Porém, apesar de tratar diferentes dimensões da condição juvenil, o texto publicado aprofundou aspectos sobre a educação, o trabalho, a família, cidades e emoções experienciadas pelos jovens. Desta feita, revela o impacto da pandemia nas relações sociais e na mobilidade dos jovens, o aumento das desigualdades sociais, as vulnerabilidades e as emoções dos jovens em relação aos efeitos da pandemia em seus cotidianos e em suas vidas.

Ambas as pesquisas mencionam como as emoções foram afetadas nas diversas experiências juvenis durante a pandemia que adentram a diversos espaços:

[...] descrevem os múltiplos efeitos da pandemia na vida pessoal, familiar, escolar, trabalho, comunitária e nacional. É assim que as emoções; embora sejam uma resposta individual a uma situação ameaçadora ou de bem-estar, importam aqui porque são resultado de experiências intersubjetivas que estão inseridas em uma estrutura de poder, desigualdade ou hierarquia social típica de um determinado ambiente social (RIVERA ET AL, 2022, p. 168).

À medida que a Pandemia se expandia, aumentava o número de óbito, a imposição do isolamento, as regras de distanciamento, o fechamento de locais de espaços de sociabilidades, intensificaram-se os acessos e usos das redes sociais como forma de minimizar o esvaziamento resultante da alteração no espaço/tempo deixado pelo distanciamento social, imprimindo diferentes dinâmicas na realização das atividades cotidianas desses jovens. Essa nova condição juvenil, possibilitou novas formas de análise de como as relações sociais pelos espaços das redes na Internet se configuram durante a Pandemia e nos impôs, como pesquisadora, pensar estratégias para realizar a investigação que originou informações para a presente dissertação acerca das dinâmicas de sociabilidade no Instagram referente as emoções juvenis durante a Pandemia.

Considerando que o Instagram assim como as demais redes sociais online, possuem diferentes dinâmicas de uso, de forma, em que vão estar inseridas ou não as diversas classes sociais, seja por faixa etária, por gênero ou por contextos específicos, por exemplo, nesses espaços podemos buscar, perceber, compreender como se configuram as dinâmicas com a realidade, sujeitos, comportamentos, experiências, expectativas das relações, regras e etiquetas de uso, por exemplo, como mencionam professores Alex Vailat (2020) e Tânia Freitas (2020) no webinar As implicações da etnografia on-line transmitido pelo canal do YouTube.

Dessa forma, a metodologia empregada nesta investigação foi a etnografia aplicada à Internet (HINE, 2015) com uso das técnicas de observação participante e a realização de entrevistas para a produção do material etnográfico. O meio escolhido para a pesquisa de campo foi a rede social Instagram, onde estão inseridos jovens de diferentes identidades sociais e que durante a Pandemia de Covid-19, passaram a ter em seus perfis maior interação, manifestação e expressão de suas emoções no compartilhamento de seus cotidianos.

Embora no nosso campo de abordagem se discuta sobre os termos etnografia virtual ou netnografia como método de pesquisa, a cientista social Christine Hine (2015a, p. 170) fala em etnografia aplicada à Internet porque entende que “a Internet permeia o nosso cotidiano, de forma que usar termos como virtual, online ou net podem apresentar afastamento dos princípios metodológicos mais gerais da etnografia”.

O antropólogo Malinowski (1984) descreve que o trabalho de campo



etnográfico é alcançado por meio de três vias: 1- buscar e delinear a organização da tribo e a anatomia de sua cultura, por meio de documentação concreta e estatística; 2- tratar e acompanhar os fenômenos cotidianos e os comportamentos da vida real, por meio de observações contínuas, detalhadas e minuciosas em contato íntimo com a vida nativa; 3- recolher depoimentos, narrativas que expressem a cultura e as visões dos nativos. De modo que por meio dessas abordagens sejamos capazes de compreender o ponto de vista do nativo, suas relações e visões de mundo.

A seguir, exploramos a rede social Instagram, onde descrevemos as dinâmicas dos vários recursos que são disponibilizados aos seus usuários, explorando as especificidades desse espaço que configura um meio de expressões, visibilidade, interações e relações sociais, dentre outras características.

## **2.1 Sociabilidades no Instagram**

O Instagram foi desenvolvido no ano de 2010 pelo norte americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, com intuito de compartilhar imagens por meio de um feed. Os desenvolvedores tinham a intenção de “resgatar a nostalgia do instantâneo, das clássicas polaroids, câmeras de filme cujas fotos revelavam-se no ato do disparo” (PIZA, 2012, p. 7).

Essa rede social na Internet apresenta como formas de interação seguir, curtir, comentar, compartilhar, salvar publicações, incluindo o compartilhamento simultâneo com outras redes sociais na Internet como o Facebook, o Twitter, Tumblr.

Além da tradicional postagem compartilhada no Feed, o Instagram está estruturado em diferentes espaços como Story, Reels e Direct, em que as interações acontecem de diferentes formas. São espaços que podem ser utilizados para compartilhar conteúdos:

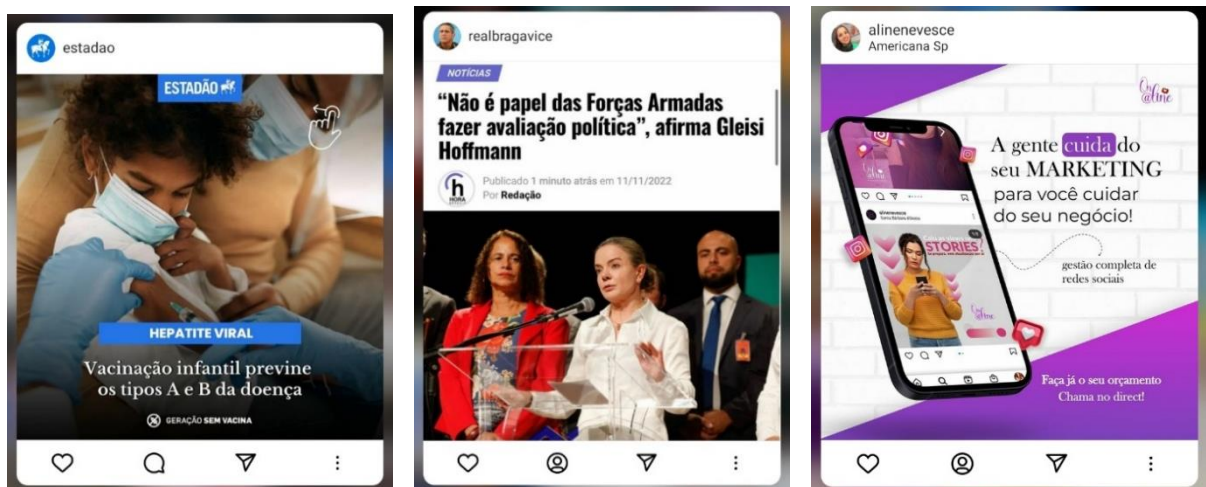
O Instagram é um espaço de expressões de jovens, que traz consigo novas estruturas sociais e uma liberdade de interações que possibilita a expressão também por meio do corpo, dos gestos, dos olhares, da linguagem, dos comportamentos, dos lugares, entre outros (COSTA E VIEIRA, 2019, p 17).

Como explicitado acima, o Instagram é uma rede social marcada por uma complexa dinâmica de funcionamento que permite a seus usuários realizar diversas

atividades e finalidades, por meio da criação de conteúdo. Dentre essas, podemos citar:

- Exposição da mídia, contextos e fenômenos sociais como: o noticiário da mídia virtual em tempo real sobre as dimensões política, econômica, educacional, sanitária e cultural da sociedade, das catástrofes nacionais e internacionais, os projetos, as pautas e campanhas encabeçadas por grupos e movimentos sociais, por instituições, as histórias de vida e os discursos de pessoas públicas e anônimas;
- Atividades de consumo: compras e vendas online, moda, estética, culinária, tecnologias, viagens;
- Atividades marketing profissional e empresarial para a produção de conteúdo que alimentem o consumo nas redes sociais nos diversos seguimentos da saúde, alimentícia, estética, educação, política, entre outros;
- Promover expressões e sociabilidades de conteúdos diversos que repercutem dentro e fora das redes sociais.

Figura 1 - Tipos de conteúdo compartilhados nos Feeds de perfis diversos do Instagram



Fonte, novembro, 2022.

Entre as várias publicações no Instagram, dentre as compartilhadas estão conteúdos sobre:

- Animais, paisagens, lugares; viagens;
- Comidas, bebidas, festas;
- Atividades físicas, estudos, lazer;
- Livros, filmes, séries, músicas; memes;

- Política, entretenimento, informações;
- Estilos, roupas, maquiagens, estética;
- Imagens e vídeos de reflexão, motivacionais, humor, entre outros.

A partir do exposto nas figuras abaixo, podemos constatar a importância dos filtros para a divulgação de imagens, mas também uma estética que provoca visualmente, sensações diversas, como: alimento provocando “cor” “sabor”; de espaço evidenciando “organização” “rotina” e espaço público, uma “rua tranquila” “segura”.

Figura 2 - Tipos de conteúdo compartilhados no feed em perfis diversos do Instagram



Fonte: Instagram, outubro, 2022.

Segundo o Blog Instagram (2021) recursos variados são disponibilizados porque “as pessoas possuem expectativas diferentes em relação à própria experiência no Instagram. Além disso, as necessidades dos usuários estão mudando”. O Blog afirma ainda, que essa perspectiva existe para “dar as pessoas o poder de criar comunidades e aproximar o mundo. Pode proporcionar aos jovens a oportunidade de fortalecer conexões, praticar habilidades sociais e encontrar comunidades que os apoiem”.

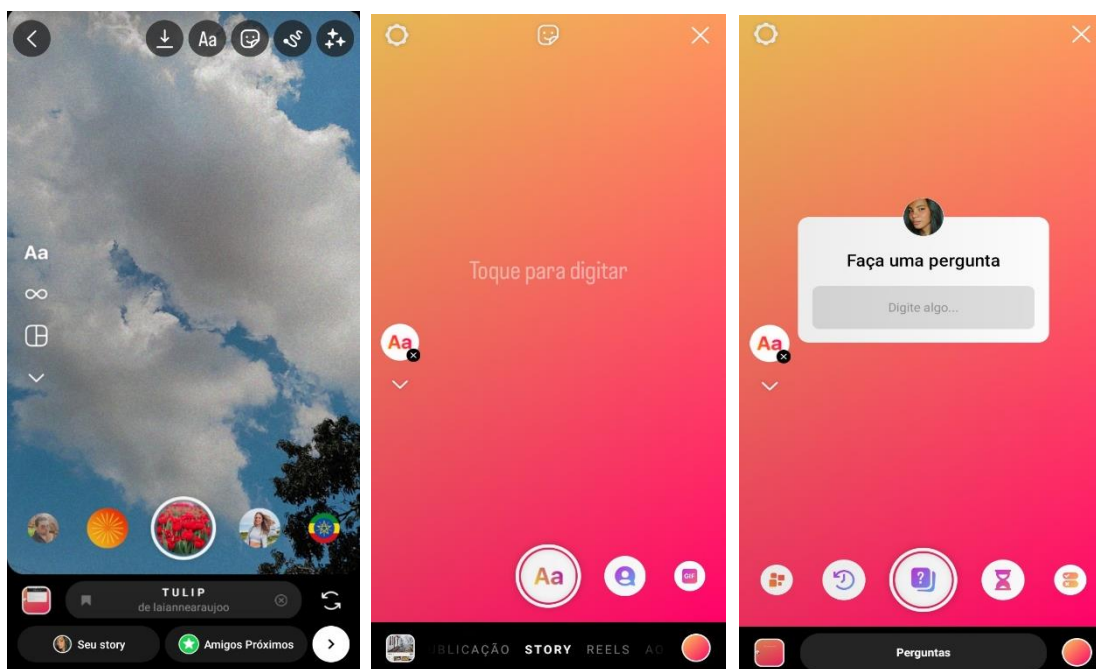
O recurso dos story é onde são feitas as publicações com duração de até 24 horas. Nele são compartilhadas publicações com edição de filtros e efeitos nas imagens, sons e vídeos para visualização de todos os seguidores ou apenas para visualização de pessoas próximas por meio dos Melhores Amigos. Após essas 24 horas, as publicações podem ser adicionadas aos destaques em nosso perfil.

No story, estão disponíveis uma diversidade de filtros que possibilitam aplicar efeitos como maquiagens, fantasias, entre outras, que são capazes de alterar a cor dos olhos, dos cabelos, o formato do rosto, do corpo, adicionar brilho e cores diversas, em que as pessoas podem produzir e modificar suas imagens para interagir.

O Instagram story é um espaço para se expressar e compartilhar momentos cotidianos, mas nossa comunidade cresceu, e às vezes, o que se deseja compartilhar não é para todo mundo. Com os “Melhores Amigos” há uma flexibilidade de compartilhar momentos com um grupo de pessoas escolhidos pelo usuário (BLOG INSTAGRAM, 2018).

Com os Melhores Amigos, as publicações feitas no story, são direcionadas uma lista de pessoas selecionadas para visualizar e interagir em determinadas publicações que são compartilhadas. Geralmente as pessoas incluídas nesse espaço, são as que possuem mais afinidade ou maior interação.

Figura 3 - Formas de Interação por story no Instagram



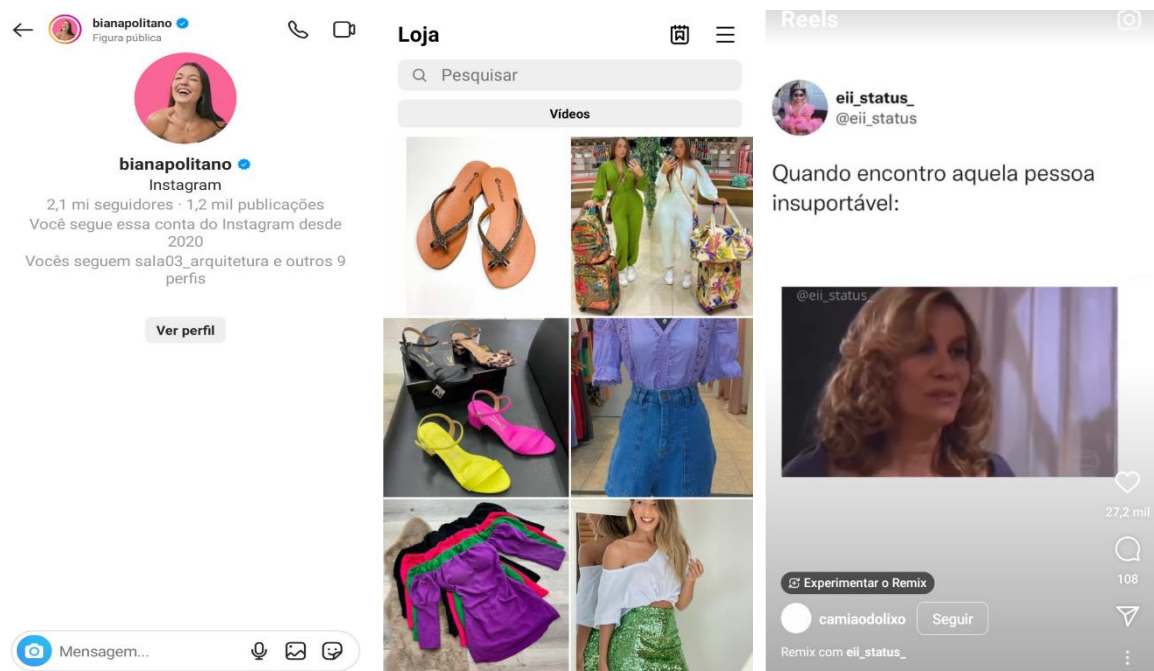
Fonte: Instagram, 2022.

A dinâmica de comunicação e interação entre os usuários no Instagram também ocorre por meio do recurso Direct Messenger, em que a interação pode ocorrer por chamada de voz, vídeo chamada, pelo envio de mensagens personalizadas com textos, fotos, áudios e vídeos com efeitos e figurinhas e que estendem também aos usuários do Instagram que são conectados no Facebook.

No Reels, a interação ocorre por meios do compartilhamento de vídeos curtos com até 30 segundos criados com edição de filtros, áudios e textos. “O Reels oferece às pessoas novas formas de se expressarem, de descobrirem mais daquilo que amam no Instagram. O Reels ajuda qualquer pessoa com objetivo de se tornar um criador de conteúdo e ganhar visibilidade” (BLOG INSTAGRAM, 2020).

Reels em português significa carretéis, no Instagram esse recurso é editável, personalizado e compartilhado tanto no espaço do Feed quanto do Story pela própria pessoa que criou o vídeo. Além disso, diferente da dinâmica do Story que desaparecem em 24 horas, o Reels permanece de forma exposta no perfil da pessoa que compartilha.

Figura 4 - Referências de Interações por meio de Direct, Shop e Reels no Instagram



Fonte: Instagram, outubro, 2022.

O Instagram também disponibiliza o recurso de compras de produtos por meio do feed e do story, em que são compartilhadas publicações de marcas e seus produtos diariamente. Além disso, uma infinidade de lojas físicas, virtuais e marcas de produtos compartilham seus conteúdos de vendas por meio de seus próprios perfis. “O Instagram Shop é um novo destino no Explorar que permite comprar produtos de marca de criadores de conteúdo com mais facilidade” (BLOG INSTAGRAM, 2020).

O recurso pesquisar e explorar também é disponibilizado para que os usuários

possam explorar e encontrar no âmbito do espaço dessa rede social conteúdos que sejam do seu interesse por meio de palavras-chaves que direcionam os perfis de usuários aos tópicos pesquisados.

Os vídeos ao vivo, são recursos que se destacam na dinâmica de interação entre os usuários no Instagram. São gravações e transmissões de vídeos ao vivo, as famosas lives, onde um ou dois perfis, por exemplo, criam salas online e ao vivo para compartilhar e interagir com seguidores diversos da rede sobre conteúdos de diversas áreas:

As salas ao vivo, permitem fazer transmissão ao vivo no Instagram com até três pessoas. Antes só era possível transmitir ao vivo com mais uma pessoa no stream. Criadores de conteúdo de todos os tipos, desde instrutores de fitness até músicos, blogueiras de beleza, chefs e ativistas, utilizam a Live para criar momentos e unir as pessoas a fim de interagirem com as próprias comunidades de maneiras criativas (BLOG INSTAGRAM, 2021).

Diante dessa diversidade de recursos que possibilitam aos seus usuários diferentes dinâmicas nas formas de interagir, criar seus próprios conteúdos, personalizá-los, compartilhá-los, podemos refletir a apropriação (Recuero, 2009; LIMA, 2021) dessas dinâmicas nas experiências de jovens com motivações e interesses diversos para criar um perfil, socializar, expressar, consumir conteúdos, dentre outras formas de afetação no âmbito desse espaço.

## **2.2 O perfil @ufpi no Instagram**

Escolhemos como forma de contato com os jovens nesta investigação o perfil oficial da Universidade Federal do Piauí – UFPI (@ufpi) no Instagram. A escolha do referido perfil justifica-se por ser público, compartilhar conteúdos no âmbito da educação direcionados tanto a comunidade acadêmica interna e externa da universidade e apresentar um grande fluxo de interação das juventudes, em que também seguimos e participamos.

Em pesquisa sobre o perfil do Instagram @ufpi, o site da Universidade Federal do Piauí - UFPI informa que o referido perfil é um dos meios de comunicação oficial da instituição além das outras redes sociais como o Facebook e o Twitter, com a finalidade de divulgação das ações dos Campus da instituição, destacando que “o

perfil no Instagram cumprirá por meio de fotos e vídeos, importante papel na divulgação de informações da UFPI para a sociedade” (UFPI, 2019).

Figura 5- Perfil @ufpi no Instagram



Fonte: Instagram, dezembro, 2022.

Dentre os conteúdos compartilhados pelo perfil @ufpi estão as ações desenvolvidas pelos Campus da Universidade Federal do Piauí, dentre eles: publicações de divulgação do calendário acadêmico, processos seletivos, eventos, cursos, palestras, promovidos no âmbito da própria instituição e das demais instituições públicas em âmbito regional, nacional e internacional, assim como pesquisas desenvolvidas por pesquisadores, dentre eles docentes e discentes da comunidade acadêmica e científica, entre outras.

Durante a Pandemia também foram compartilhados no perfil diversas publicações sobre o funcionamento, suspensão e retomada das atividades acadêmicas e administrativas. Além disso, foram compartilhados conteúdos informativos, pesquisas, protocolos, cursos e orientações no enfrentamento ao coronavírus, assim como notas de esclarecimento, notas de pesar, informando a

comunidade acadêmica e a sociedade sobre as ações desenvolvidas pela UFPI durante esse período.

As publicações estavam sendo compartilhadas por meio do Feed, Story, Reels, e em publicações repostadas por: perfis de discentes, docentes, funcionários, perfis dos programas de pós-graduação e da graduação, de pólos da graduação, perfis que se descrevem independentes da UFPI mas compartilham e divulgam notícias, eventos, contatos no âmbito da instituição, como os perfis: @ufpinoticias, @estagiosufpi, @ufpi\_in\_love, @catufpi.

O perfil @ufpi possui mais de cem mil seguidores, dentre eles, perfis de diversas pessoas dos Campus da UFPI, de outras instituições de ensino, de pessoas da comunidade externa à instituição que interagem por meio dos comentários, curtidas e compartilhamentos das publicações compartilhadas. Nesse perfil, escolhemos os perfis de jovens da graduação dessa instituição como participantes da nossa investigação.

### **2.3 Estabelecendo Conexões com os Perfis de Jovens**

Acessamos os perfis de jovens que se identificaram em suas biografias como estudantes de diferentes cursos da graduação da UFPI, do campus de Teresina-PI. Os perfis apresentavam a conta aberta ao público, o que significa que qualquer pessoa pode visualizar todas as publicações por eles compartilhadas, uma vantagem em relação aos perfis de jovens que possuem suas contas privadas, em que dependíamos de tempo entre a solicitação e a aprovação ou não para visualizar as publicações.

Estabelecemos por meio do nosso perfil pessoal o contato com quinze jovens via mensagem no Direct, em que nos identificamos, explicitamos o tema, o objetivo da pesquisa e informamos como seria realizada a investigação. Naquele momento, evidenciou-se uma das implicações na pesquisa: todos os jovens visualizaram a nossa mensagem, mas apenas onze jovens responderam e aceitaram participar da pesquisa, momento em que passamos a segui-los para observarmos as dinâmicas de interação por meio dos conteúdos compartilhados em seus respectivos perfis.

Essa ausência entre a visualização e o não retorno dos outros jovens em participar da pesquisa, é uma das implicações da etnografia online em redes sociais



mencionada por Hine (2015b) e Freitas (2020) que está relacionada a uma das questões éticas na pesquisa: a negociação da entrada no campo, em que se espera a manifestação, a autorização e a colaboração dos sujeitos para a construção do trabalho, ainda que os perfis se apresentem na rede como público. Segundo Freitas (2020) a produção e circulação de material até de perfis públicos também pode configurar constrangimento de alguma forma as pessoas.

Por outro lado, não sabemos o motivo pelo qual os demais jovens que visualizaram a nossa mensagem de contato não puderam ou não quiseram participar da pesquisa. A princípio, várias suposições podem ser consideradas, como o sentimento de desconfiança, haja vista que diversas abordagens no âmbito das redes sociais na Internet acabam sendo falsas, configurando as práticas dos famosos golpes virtuais, a não exposição ou a falta de interesse na pesquisa, o acesso à Internet, seja por dados móveis ou por conexão Wi-fi, por exemplo.

Sabemos que a Internet e os dispositivos móveis são os meios que viabilizam o acesso das pessoas às redes sociais na Internet. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD (2021) revelaram que mesmo com o aumento do acesso à Internet por conta da Pandemia de Covid-19, uma parcela de 28,2 milhões de brasileiros de 10 anos ou mais de idade não tinham Internet.

Após seguir os perfis dos jovens, as observações iniciaram-se em 27 de julho de 2021 e seguiram até 27 de junho de 2022. A escolha para observação nesse período justificou-se pelo andamento da pesquisa no campo, que se iniciou no mesmo dia da escolha aos perfis de jovens. Nesse período de vivência na pandemia ainda com restrições, estávamos iniciando a flexibilização de atividades presenciais e a liberação do calendário de vacinação para os jovens.

O longo do período a observação tornou-se importante a medida que em que participamos das dinâmicas de interações dos jovens, não apenas acerca das publicações feitas sobre o início da pandemia, mas no decorrer desse contexto, em diversas experiências desses jovens compartilhadas em seus perfis do Instagram, como acerca da flexibilização das atividades, em que os jovens passaram a compartilhar mais sobre seus sentimentos à medida que voltaram a frequentar lugares como festas, bares, universidade. Sobre seus sentimentos ao compartilharem que estavam sendo vacinados, além constatar durante as observações situações como a fluidez e a exclusão de conta, que caracterizam as implicações de saída de

participantes na pesquisa.

O trabalho de campo prolongado realizado pelo etnógrafo significa que ele tem segurança de que foi exposto a uma ampla gama de informações significativas nas vidas dos participantes e que teve a oportunidade, ainda em campo, de revisar suposições, categorias e refinar os quadros de análise. A reflexão que ocorre após a saída de campo é importante para elaboração de argumentos teoricamente sofisticados e robustos, mas não substitui a oportunidade de reflexão e revisão em campo (HINE, 2015b, p. 55, tradução livre).

Utilizamos a técnica da observação participante nos perfis dos onze jovens que aceitaram participar da nossa pesquisa, para acompanhar e descrever as dinâmicas de conteúdos compartilhados por eles e suas interações estabelecidas por meio das publicações no feed, story, reels, curtidas, comentários, legendas, emojis.

Durante o período das observações, ativamos as notificações de perfil, para facilitar a visualização dos conteúdos que os jovens publicaram. Preocupada em estabelecer uma sistemática de trabalho que garantisse acompanhar certa dinâmica da publicação, definimos o turno da noite para observarmos, porque além de ser o horário em que podíamos ver e ler todo conteúdo postado por todos os jovens. Observamos que as publicações compartilhadas pelos jovens ocorriam em horários diversos durante o dia e a noite, sendo o período da noite, de mais interação para alguns jovens em seus perfis.

As dinâmicas de interação nas publicações eram tão singulares entre os jovens que alguns deles demoravam dias para fazer uma publicação de imagem no story ou no feed, por exemplo. Essa percepção das experiências de interação dos jovens foi confirmada em entrevista por alguns deles, como algo relativo ao dia, ao contexto, a situações, seja de trabalho, estudo, lazer, por exemplo. Nesse sentido, refletimos em Recuero (2009) a compreensão de que as interações possuem particularidades no processo comunicativo dos atores sociais no espaço das redes.

No decorrer das observações, mais precisamente no dia 17 de abril de 2022, percebemos que uma das jovens excluiu a conta do Instagram. Não sabemos as motivações que levaram a essa situação, mas sabemos que no Instagram, a pessoa decide a qualquer momento se quer estar inserido, se quer interagir, ter um ou mais de um perfil, assim como também pode perder, excluir ou recuperar a conta de usuário, ocultar publicações, bloquear, silenciar, restringir pessoas de seu perfil. São

dinâmicas que segundo Freitas (2020) fazem parte da fluidez de entrada e saída de participantes na pesquisa, caracterizando implicações da pesquisa etnográfica.

As observações renderam diversas informações sobre as especificidades de uso dos recursos do Instagram, sobre o cotidiano dos jovens compartilhados em seus perfis, sobre as relações e a forma como os jovens se comunicam e interagem por meios dos comentários nas suas publicações, sobre as limitações e permanência na rede, sobre o conteúdo das imagens. Dinâmicas que demonstram as suas experiências acerca do fenômeno das emoções durante a pandemia que eles transmitiram por meio das legendas e das imagens compartilhadas.

Assim descrevemos os perfis do Instagram dos onze jovens observados:

Jovem 1: Perfil feminino, aparenta ter pele parda, cabelos curtos e pintado de loiro escuro. Em sua foto de perfil, o foco é o seu rosto, gesticulando um sorriso com olhos fechados. Em sua biografia usa emojis de maleta, descreve que é graduanda em Pedagogia pela UFPI e estagiária.

Em seu feed, compartilha publicações com legendas bem-humoradas, enfatizando ser uma mulher gostosa e empoderada. Possui poucas imagens no feed referentes a atividades de lazer, em piscinas, praia e em contato com a natureza, com poses em paisagens e selfies, e com frequência a publicação por meio do story do seu cotidiano de selfies, lugares, situações, universidade, do estágio, de amigos e família.

Jovem 2: Perfil masculino, aparenta ter pele parda, cabelos curtos e escuros, usa barba. Em sua foto de perfil, o foco é o seu rosto, gesticulando um olhar pensativo para o lado. Em sua biografia usa emojis de nuvem, estrelas, bandeira colorida, descreve a localização de Teresina, cursa Ciências Sociais pela UFPI e que possui um outro perfil no Instagram direcionado a temáticas reflexivas e cotidianas das Ciências Sociais.

Possui muitas publicações no feed, em que compartilha seu cotidiano de estudo e lazer, a maioria são selfies sozinho, em frente ao espelho, e de viagens, com legendas de frases sobre si, ou com reflexões sobre o momento. No story faz publicações no cotidiano de atividades da universidade, estágio, paisagens, livros, prints de outras redes sociais como o Twitter, selfies, viagens e assuntos políticos.

Jovem 3: Perfil feminino, aparenta ter pele branca, cabelos ondulados com

franja, curtos e ruivos. Em sua foto de perfil, usa com os cabelos no rosto, um símbolo na testa, o rosto de lado com a mão sobre o rosto. Em sua biografia se descreve como artista plástica e acadêmica em moda, usa emojis, compartilha o seu e-mail de contato e usa emojis de estrela.

Possui muitas publicações no feed de imagens sobre desenhos e rabiscos, pinturas e maquetes de paisagens, animais, selfies com pose mostrando o corpo em paisagens, mostrando somente o rosto. Usa legendas que descrevem o momento das fotos, seguidas ou não de emojis. Em seu story faz mais publicações sobre atividades da universidade, de desenhos que produz, dicas de estilo e moda. Entretanto passa dias e até mesmo mais de uma semana sem fazer qualquer tipo de publicação tanto no feed quanto no story. As suas publicações variam, mas geralmente ocorrem pelo período noturno.

Jovem 4: Perfil masculino, aparenta ter pele parda, cabelos curtos e escuros. Em sua foto de perfil está posicionado para o lado, sorrindo, mostrando os dentes e usando barba. Em sua biografia, descreve que atua na área de odontologia, cita a localização de Teresina, usa emojis que simbolizam o curso de graduação e faz menção ao contato de atendimento e marcação de consultas do local em que trabalha.

Em seu feed possui muitas publicações, dentre elas: viagens com a família, com o namorado, selfies sozinho e como o namorado, mostrando o rosto, o corpo, fotos fazendo poses em diferentes paisagens. Essas publicações do seu cotidiano também são compartilhadas no story. Passa dias sem fazer publicações, e não há uma certa frequência de horário para postar.

Jovem 5: Perfil masculino, aparenta ter pele preta, cabelos cacheados. Sua foto de perfil é uma selfie, com expressão de leve sorriso, sem mostrar os dentes. Em sua biografia se descreve como um amante do mar, usa emojis relacionados ao mar, ao curso da graduação, e faz menção a perfis do Instagram relacionados ao seu curso de graduação.

Possui poucas publicações no feed, dentre elas com a família, com amigos, na maioria são fotos sozinho, selfies mostrando o rosto, fotos em lugares e viagens, e publicações produzidas por ele mesmo no reels.

No story faz publicações diariamente e com frequência durante o dia, as publicações demonstram o seu cotidiano em casa, sobre atividades acadêmicas,

encontros com os amigos e situações que acontecem no transitar do seu dia. Esse jovem comenta, usa emojis e curte todos os comentários que são feitos nas suas publicações do feed.

Jovem 6: Perfil masculino, aparenta ter pele parda, cabelos curtos e castanhos, com corte moderno. Em sua foto de perfil, está fazendo pose sentado, usando jaleco e instrumentação do curso de graduação, com expressão alegre, sorrindo e mostrando os dentes, ao fundo de um cenário de consultório. Em sua biografia descreve uma frase em inglês, atua na área de medicina veterinária, atua como promotor técnico de uma loja especializada em animais, com menção ao perfil do Instagram da loja, faz menção a nacionalidade brasileira e cita a data de nascimento.

No feed o jovem possui muitas publicações, dentre elas: registros de imagens de viagens, festas, fotos sozinhas nos lugares, fazendo pose, selfies sozinho fazendo careta, sorrindo, sério, fotos com montagens, fotos em comemoração à aniversários, com família, com amigos, selfies na academia. Nas publicações do story compartilha com frequência tanto do dia quanto da noite, momentos, situações do cotidiano de atividades acadêmicas, trabalho, viagens. Suas publicações no feed possui comentários principalmente com elogios, mas não recebem curtidas e nem comentários por parte do jovem.

Jovem 7: Perfil feminino, aparenta ter pele parda, cabelos longos na altura da cintura, lisos e escuros. Em sua foto de perfil, mostra o rosto virado para o lado, usando maquiagem, fazendo bico e com cabelos soltos. Em sua biografia descreve o ano 2000, o signo de câncer, emojis de anel e coração e menciona o curso de Ciências da Natureza pela UFPI.

Possui poucas publicações no feed, em que as imagens são em sua maioria fotos sozinhas, com fotos a frente do espelho em um quarto, fotos em praias e selfies fazendo caras e bocas. Em relação aos comentários feitos em suas publicações curte e comenta aos elogios dos seguidores, com uso de emojis. Faz poucas publicações por meio do story, onde compartilha selfies, republica imagens de textos de outros perfis do Instagram, algumas poucas imagens do seu dia a dia e mais fotos em frente ao espelho em um quarto.

Jovem 8: Perfil masculino, aparenta ter pele parda, pratica atividades físicas,

cabelo curto e pintado em um tom ruivo escuro. Em sua foto de perfil, está fazendo selfie, sorrindo sem mostrar os dentes, usando óculos de grau. Em sua biografia descreve que cursa Nutrição pela UFPI, faz menção a localização de Teresina, usa emojis de maçã e compartilha o seu link do Facebook.

Possui poucas publicações compartilhadas no feed, que são relacionadas a apresentação de trabalhos acadêmicos e viagens, nas imagens aparece sozinho e fazendo pose em cenários de paisagens, em praias, restaurantes, museu, shoppings, ruas. Comenta e curte todos os elogios feitos nas suas publicações, com emojis sorrindo e de coração. Em suas publicações do story, compartilha seu cotidiano de atividades acadêmicas, viagens, saídas com os amigos, praticando exercícios na academia. Também compartilhava conteúdos de receitas que fazia em casa, músicas, memes e vídeos de outros perfis do Instagram.

Jovem 9: Perfil masculino, aparenta ter pele preta, cabelos muito curtos e escuros, usa barba e constantemente usa acessórios na cabeça e no pescoço da cultura afrodescendente. Em sua foto de perfil, faz montagem em colagem digital, nas cores preta e branca, usa acessório na cabeça, olha para frente e com expressão séria. Em sua biografia se descreve como artista visual, afro empreendedor, do curso de Artes Visuais pela UFPI, compartilha um perfil da venda de acessórios artesanais, além de um link de blog sobre os trabalhos produzidos. Usa emojis de pincéis e sol, com menção a localização de Teresina.

Possui mais publicações no feed relacionadas aos trabalhos de colagem digital que ele produz, faz uso de legendas acompanhadas de hashtags, curte e comenta aos elogios que seguidores fazem em suas publicações. Já no story publica tanto sobre a divulgação do seu trabalho ou de outras pessoas, publica pouco sobre seu cotidiano e compartilha sobre eventos de festividades da umbanda. Não possui frequência certa para fazer publicações tanto no story quanto no feed.

Jovem 10: Perfil masculino, aparenta ter pele branca, cabelos curtos, não usa barba. Em sua foto de perfil, está sorrindo, aparece sozinho e olha para a frente. Em sua biografia descreve apenas que cursa Jornalismo pela UFPI.

Possui poucas publicações no feed, em que aparece em todas elas sozinho, em estúdio, em paisagens na natureza. Suas publicações não possuem comentários, porque essa ação pode ser ocultada a qualquer momento do perfil. Nas publicações

do story, compartilha sobre seu cotidiano, principalmente sobre atividades relacionadas ao curso, em estúdio, comemorações com amigos, viagens. Foi o único dos jovens que nos adicionou ao Melhores Amigos para compartilhar publicações do story.

Jovem 11: Perfil feminino, aparenta ter pele preta, cabelos cacheados, escuros e abaixo do ombro. Em sua foto de perfil aparece fazendo pose, sorrindo mostrando os dentes, usa óculos de grau, com cabelos soltos. Em sua biografia se descreve como estudante das Ciências Sociais pela UFPI, faz menção a localização de Teresina.

Seu perfil possui poucas publicações no feed, com selfies, divulgação de eventos, fotos com animais, fotos com familiares e amigos. Interage em suas publicações comentando com emojis e curtia aos comentários feitos pelas pessoas. Nas publicações do story também fazia poucas publicações sobre atividades acadêmicas, selfies sozinhas ou com o irmão, com o gato, com amigos.

Nesse espaço de tempo das observações também construímos a nossa presença junto aos perfis dos jovens no espaço do Instagram. Alguns deles nos seguiram de volta e houve troca de interação nas visualizações e curtidas por meio das publicações no story, em que foram compartilhadas diversas experiências acerca do nosso cotidiano de trabalho, estudo, lazer, em dias descontraídos ou não.

As descrições feitas sobre os perfis dos jovens, demonstram a nossa percepção de como eles usam o espaço do Instagram para uso pessoal, para a dinâmica de apropriação (Recuero, 2009) e expressão do eu (Sibilia, 2016). Além disso, percebemos a diversidade, naturalidade, singularidade nas experiências juvenis em suas publicações compartilhadas no âmbito desse espaço na rede.

Ao final das observações alguns jovens já haviam trocado as suas fotos de perfil, biografias, adicionado várias postagens no feed. Outros jovens permaneceram com suas biografias, deixaram de postar ou aumentaram suas publicações no story. Entretanto, as características que apresentamos dos jovens em seus perfis configuram a nossa percepção sobre eles, sobre os seus comportamentos, os modos como interagem, o que eles reproduzem no espaço do Instagram.

Alguns aspectos da vida dos jovens no offline não são compartilhados em seus perfis, assim como características como: sexualidade, idade, gênero, lugar de

onde postaram, demonstrando de sentimentos. O que visualizamos nos perfis são publicações com recortes que refletiam determinados momentos no tempo/espaço desses jovens, que ocorrem no offline e que são escolhidos por eles para compartilhar e interagir no espaço online.

Diante dos aspectos mencionados, considerados essenciais para nossa investigação, realizamos entrevistas com os jovens acerca de sentimentos, pensamentos, situações que ocorrem no offline e que não são expostas por eles em seus perfis. Dos perfis acima descritos, quatro jovens do sexo masculino aceitaram participar da entrevista e apenas uma jovem do sexo feminino justificou que não poderia participar da entrevista porque estava hospitalizada. Os demais jovens não manifestaram interesse ou justificaram a não participação, mas visualizaram as mensagens de nosso contato.

As entrevistas foram combinadas conforme horário e disponibilidade dos jovens, foram realizadas de forma individual, tiveram duração entre trinta minutos a uma hora e todos os jovens aceitaram que fossem gravadas. As entrevistas foram realizadas por meio da plataforma Google Meet, sendo duas realizadas pelo horário da noite e uma no horário da manhã. Uma entrevista foi realizada de forma presencial, no horário da manhã, na biblioteca da Universidade Federal do Piauí.

Sobre o formato das entrevistas online, a professora Tânia Freitas (2020) destaca que as pessoas podem interpretar como implicações da pesquisa etnográfica, porque sugere limitações de impressões, já que a entrevista online não é a mesma coisa da entrevista presencial. Entretanto, as limitações também ocorrem por meio das entrevistas presenciais, seja pela dificuldade de aproximação, por intimidação com os sujeitos, seja pela aparência, pela idade, por exemplo.

Durante as entrevistas, aprofundamos sobre as interações estabelecidas por esses jovens em seus perfis no Instagram, em que eles ressaltaram as emoções manifestadas e expressadas por eles em três momentos de vivência da pandemia: no início, na flexibilização das atividades, na disponibilização das vacinas e o que eles não acharam importante compartilhar nesse período.

Ao início de cada entrevista, explicamos para os jovens como e em qual momento de desenvolvimento estava a pesquisa. Durante as entrevistas online, o primeiro jovem ficou à vontade para responder as perguntas com a câmera ligada,



estava respondendo da sua casa, justificou que escolheu o formato e o horário da entrevista online por causa da rotina de trabalho. Expressou clareza, espontaneidade, tranquilidade e gentileza ao responder as perguntas. Houve momentos em que se expressou sorrindo, em outros, pensativo.

O segundo jovem, escolheu ser entrevistado de forma presencial. Se sentiu à vontade durante toda a entrevista, se expressou de forma muito simpática, respondeu todas as perguntas de forma descontraída e espontânea. Em diversos momentos sorriu, relembrou os momentos e os detalhes vivenciados, contando e demonstrando por meio das fotos salvas no seu dispositivo móvel.

O terceiro jovem escolheu ser entrevistado de forma online, preferiu responder as perguntas com a câmera desligada, estava na sua casa e havia participado momentos antes da entrevista, de uma reunião também de forma online. Se expressou com clareza e calma, em algumas perguntas respondeu de forma pontual e em outras perguntas respondeu de forma mais descontraída.

O quarto jovem também escolheu ser entrevistado de forma online e preferiu responder as perguntas com a câmera desligada, parecia estar em trânsito, por conta de barulhos externos. Comunicou que ocorreu um imprevisto pessoal minutos antes da entrevista. Durante toda a entrevista e ao responder as perguntas se expressou de forma espontânea e descontraída, foi muito atencioso, respondeu com riqueza de detalhes a cada pergunta.

Portanto, participaram da entrevista quatro jovens com idade entre 21 a 24 anos, sendo todos do sexo masculino. Em relação ao gênero, um jovem se identificou como bissexual; dois jovens se identificaram como gays e um jovem como homossexual. A presença dessa diversidade de gênero quanto a sexualidade nem sempre é evidenciada no Instagram ou em outras redes sociais na Internet, devido a várias formas de preconceito que podem sofrer no espaço das redes.

Essa percepção está relacionada com o que menciona Freitas (2020) ao afirmar que na rede tudo se inflama, os afetos, os amigos, por exemplo. Nesse sentido, ocorrem os cancelamentos, as mensagens de haters nos perfis, por não concordarem com as escolhas, posicionamentos, a forma como a pessoa se identifica em relação a sua sexualidade e o que expõe na rede social.

Em relação a cor/raça, os quatro jovens se identificaram como pardos. Todos

os jovens afirmaram que moram em Teresina. Acerca das suas localizações durante a pandemia, um dos jovens afirmou que transitou entre Teresina e sua cidade natal Cocais, dois jovens afirmaram que transitaram entre Teresina e um interior próximo, e um jovem afirmou que permaneceu em Teresina. Ambos afirmaram que faziam suas postagens no Instagram a partir dos espaços em que estavam, utilizando o celular com Internet.

Dessa forma, as publicações dos jovens em seus perfis aconteciam de diferentes lugares. Ao mesmo tempo em que acessavam diferentes lugares no tempo e no espaço mediados pelo aparelho móvel com acesso à Internet por Wi-fi ou dados móveis. Essas características descrevem o fenômeno de territorialização e desterritorialização (LEMOS, 2005) e compressão do tempo e espaço (HARVEY, 2006) nas diversas experiências compartilhadas pelos jovens entre offline e online.

Em relação ao grau de instrução, no período das observações os quatro jovens descreveram na biografia de seus perfis que cursavam respectivamente Nutrição, Medicina Veterinária, Química e Odontologia pela UFPI. Durante a entrevista dois jovens afirmaram que ainda seguem cursando e que possuem a mesma descrição em suas biografias e dois afirmaram que concluíram o curso durante a pandemia, postaram em seus perfis momentos da colação e mudaram as suas biografias, mudanças essas que ocorreram após o período de nossas observações.

Em relação a inserção no mercado de trabalho, dois jovens afirmaram que não estão trabalhando e dois jovens afirmaram que já estavam trabalhando antes da conclusão do curso, em suas respectivas áreas de estudo. Apenas um dos jovens comentou que durante a pandemia, enquanto estava em sua cidade natal precisou voltar para Teresina para fazer a entrevista de emprego na empresa em que trabalha atualmente.

As informações obtidas e confirmadas, pensamentos, opiniões, expressões dos sentimentos em relação a Pandemia transmitidos pelos quatro jovens durante as entrevistas nos permitiram conhecê-los para além da tela do celular, das biografias descritas e das imagens em seus perfis. Nos permitiram saber e compreender informações que eles não compartilharam, assim como a que eles compartilharam e que foram importantes para eles tornar público em seus perfis no Instagram.

Ao mesmo tempo em que a entrevista reduziu mais ainda o número de jovens

participantes na pesquisa, apresentou informações importantes sobre a identidade dos mesmos, com destaque para uma discussão importante no espaço das redes sociais que é a questão do gênero e a sexualidade. Uma diversidade que como já mencionamos, nem sempre tem suas expressões e posicionamentos respeitados no espaço das redes sociais na Internet.

Para orientar o trabalho de campo, também utilizamos as informações obtidas durante o processo de observação, o qual se iniciou quando decidimos ter o Instagram como campo empírico e se estendeu até poucos dias antes da construção dessa parte desta dissertação. Ademais, as informações recolhidas sobre todos os jovens durante as observações somadas a realização das entrevistas, foram fundamentais para entendermos sobre os comportamentos, as interações, as relações sociais estabelecidas no espaço do Instagram. Contudo, enfatizaremos os quatro jovens que participaram de todo o processo da nossa pesquisa, consentiram o uso de suas falas e imagens no Instagram.

#### **2.4 Da ética para realização da pesquisa**

Investigar as especificidades e as dinâmicas das redes sociais na Internet também envolvem implicações éticas. Os pesquisadores Freitas (2020) e Segata (2020) destacam que a pesquisa em perfis embora se apresentem como públicos na rede, em que presume-se que as informações são públicas, exige o bom senso e a autorização escrita. Além disso, aspectos com a fluidez na entrada e saída de participantes implicam em questões éticas na pesquisa, relacionadas aos riscos na circulação das informações coletadas, que possam causar constrangimento, por exemplo.

Os perfis dos jovens escolhidos para análise nessa investigação se apresentaram como públicos no Instagram. Como mencionado acima, quando contatamos os jovens por meio dos seus respectivos perfis, nos apresentamos, solicitamos a autorização e enviamos um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido contendo todas as informações para a realização da pesquisa.

Respeitando a orientação formal da ética, que adota normas e diretrizes para a realização de pesquisa envolvendo seres humanos, submetemos o projeto ao

Comitê de Ética da Universidade Federal do Piauí, o mesmo foi apreciado e aprovado sob o parecer de nº 5. 651.983.

Embora as normas sejam necessárias, Portelli (1997) nos ensina que não temos que tornar nossas pesquisas um processo burocrático, uma vez que não estamos livres de manipulação e inverdades. Como pesquisadores temos a responsabilidade técnica e profissional de atuar no cumprimento da ética em relação aos participantes, a autenticidade das informações e ao que será veiculado acerca de experiências, subjetividades e fatos.

### **3. JUVENTUDES E MÍDIAS SOCIAIS: REFERÊNCIAS PARA ANÁLISE**

Todo trabalho acadêmico, cuja preocupação seja conhecer uma realidade social, é conduzido por reflexões teóricas para orientar percursos e aproximações à essa realidade. Por isso, é de suma importância ao leitor, mesmo que essa realidade exija diálogo com jovens mediados por “telas”, com referências que permitam apurar esse olhar no sentido de uma compreensão mais próxima dessa realidade.

Assim, este capítulo foi dividido em compreender aspectos que caracterizam as juventudes em sua diversidade de contextos sociais, destacando características socioculturais dessas juventudes no acesso às mídias e redes sociais, para relacionarmos às diversas dinâmicas de interações, sociabilidades, comportamentos, relações e emoções no Instagram diante da vivência de jovens na Pandemia.

#### **3.1 Aspectos teóricos para compreender juventudes**

Compreender dar significado à juventude é algo que em um primeiro momento parece ser fácil. Quando nos deparamos com o termo juventude ou o que ele representa, “diversas interpretações se adentram por perspectivas do senso comum e das ciências sociais” (CRUZ, PEREIRA, 2021, p. 38). Nesse sentido, trata-se de formas diversas e complexas de viver, sentir e entender as juventudes.

Assim, as juventudes são vividas e compreendidas tendo como referências uma variedade de contextos, especialmente marcados pelo modo como realizam e materializam relações que dão sentidos e significados às práticas que demarcam os diferentes segmentos: infância, adolescência, adulta e velhice, como diferentes fases de juventude.

A juventude é compreendida como fase de transição para o mundo adulto (ABRAMO, 2005; MARGULIS, 2008, MÜLLER, 2013). Essa compreensão expressa-se de forma mais evidente nos contextos de maior vulnerabilidade social das diversas trajetórias juvenis dos espaços urbanos e rurais. Nesse sentido, a juventude é vista na perspectiva de fase de preparação para que assuma as funções do chamado mundo adulto, como trabalhar, concluir os estudos, constituir a própria família, mesmo que isso não se constitua o seu projeto de vida.

Entretanto, os jovens dos centros urbanos com condições socioeconômicas mais vantajosas desfrutam da fase da adolescência, sendo posterior o trânsito da juventude para as atribuições do mundo adulto (ANDRADE, 2010). Assim, os marcos etários que englobam as idades entre adolescência e final da juventude, são definidos como tempo para que essa transição para a vida adulta ocorra. Esse entendimento expressa uma forma sobre ser ou não ser jovem diante da idade, de modos de interagir e se relacionar, que lugares frequentar, quais atividades praticar, como se vestir, formas de falar, por exemplo.

Outra forma de perceber e entender a juventude, está associada à faixa etária, como uma referência ao sentido de que existe um tempo vivido cronológico que corresponde, no ciclo de vida, o ser jovem. Por sinal, em grande medida, está relacionado à expectativa de vida em um dado contexto social.

A designação por idade é um marco da sociedade moderna. Segundo o historiador Philippe Ariés (1981) a identificação por data de nascimento era utilizada pelo clero no século XVI para controle da população em exatidão pela idade. Mas foi na instituição escolar que surgiram as primeiras noções de juventude, separando-a das fases da infância e da vida adulta. Assim, os fatores como as transformações da sociedade moderna, as condições demográficas, as formações de povos urbanos, as mudanças socioeconômicas e educacionais possibilitaram a delimitação das fases da vida em idades, como por exemplo, para brincar, estudar, trabalhar, namorar, casar, ter filhos, envelhecer, para as classes sociais tidas como mais favoráveis.

Bourdieu (1983, p. 112) compreende que classificar a juventude por idade e outros fatores como classe e gênero “[...] acabam sempre por impor limites e produzir uma ordem onde cada um deve se manter em relação à qual cada um deve se manter em seu lugar”. Além disso, ele compreende que entre os aspectos da idade social e da idade biológica existem relações complexas.

A referência etária, compreende várias relações e discussões no âmbito científico, que a depender do contexto histórico e das experiências sociais podem estar circunscritas à área da saúde, da educação, da psicologia, do direito e a partir do século passado, ganhou uma atenção da Sociologia, com enfoque nas relações sociais como forma de entender o campo diverso das juventudes.

As juventudes nas Ciências Sociais despertam grande interesse de estudo

acerca de seus aspectos culturais, econômicos, sociais, entre outros. Categoria esta, que assume características e denominações que variam conforme o contexto em que está inserida. E como afirma Santos (2013), compreende uma diversidade complexa que ultrapassa critérios como fatores biológicos, de faixa etária e comportamental.

Na Sociologia, a juventude é objeto de reflexão de diversos autores compreendendo-a de forma heterogênea. Dentre esses é importante mencionar sociólogos como Bourdieu (1983), Feixa (2004, 2014), Pais (2003), que partem do fundamento de que há uma pluralidade de juventudes diante das estruturas desiguais de classes sociais, da condição de realidade em que cada jovem está inserido.

A juventude também é atribuída a comportamentos diversos, adjetivos e comparativos, dentre eles a imprevisibilidade, imaturidade, rebeldia, alienação, delinquência, insegurança, conflito, inquietude, marginalidade. Mas também lhe são atribuídas características como: habilidades para protagonizar, resistir, a destreza, a intensidade, a sagacidade, entre outros, de acordo com a condição, o tempo, o espaço e a condição social em que as juventudes vivenciam.

São visões e percepções distintas que nos levam a busca de uma compreensão da complexidade que as juventudes apresentam. Na Sociologia, esse estudo tem como referências as chamadas correntes da juventude que segundo Pais (2003) configuram-se pela dimensão geracional, classista e das culturas juvenis. De um lado a corrente geracional constitui a juventude como uma fase da vida, relacionada ao fator etário, e que por meio de socialização representam uma cultura juvenil complementada ou não por valores transmitidos de gerações anteriores. Do outro lado a geração classista, que constitui a juventude por meio da realidade vivenciada a partir do recorte de classes sociais. Nessa cultura juvenil os valores são transmitidos por diferenças nas trajetórias e privilégios dos jovens em diferentes classes sociais.

Tanto nas ciências humanas quanto nas ciências sociais, as juventudes apresentam dimensões específicas da condição social, seja marcada pela fase de transição da dependência familiar para a autonomia, seja como uma fase para viver experiências e comportamentos conflitantes. A psicóloga Abramo (2005) explicita que essa referência a condição social está relacionada a processos variados, que decorrem de aspectos pessoais e sociais, possibilitando diferentes análises das juventudes.

Entre as diferentes análises destacamos a característica da condição juvenil enfatizada por Pais (2003) em razão dos jovens transitarem por múltiplos espaços do cotidiano, configurando diferentes modos de compreensão:

A perspectivação dos jovens por meio de seus cotidianos permite descobrir a diversidade de comportamentos entre jovens. Porque se movem em diferentes contextos sociais, os jovens partilham linguagens diferentes, vestem de maneira diferente, comportam-se de maneira diferente. As suas diferentes maneiras de pensar, de sentir, de agir resultam de diferentes mapas de significação que orientam as suas condutas, as suas relações interindividuais, as suas trajetórias (PAIS, 2003, p. 60).

No aspecto da condição juvenil, características como a moratória social e vital são evidenciadas por Margulis e Urresti (2008) entre as juventudes pelas desigualdades apresentadas nas questões de classes sociais e em aspectos estéticos impostos pela sociedade e pela cultura.

Historicamente, a juventude ganhou notoriedade no decorrer dos séculos XIX e XX, a partir da presença na cena pública, notadamente pela participação em movimentos de cunho cultural e político no qual objetivavam garantir direitos e mudanças sociais. Recorrendo a historiadora Lídia Santos (2013), identificamos sua contribuição de estudo histórico-sociológico, destacando a participação juvenil nos campos:

A Juventude Hitlerista (ALE) e o Komsomol (URSS); os meios de comunicação de massa/indústria cultural, por meio da formação de mercado consumidor juvenil, de que dão exemplo a propagação do modo de vida do teenager americano e todos os seus produtos agregados (PASSERINI, 1996); a Igreja, através, por exemplo, da Ação Católica, extremamente presente no Brasil, que reunia estudantes universitários (JUC), jovens camponeses (JAC), jovens operários (JOC) e a juventude mais abastada (JIC) da Juventude Estudantil Católica (JEC) com o objetivo de ampliar e fortalecer o catolicismo entre as novas gerações, combater o comunismo e discutir problemas sociais e morais da sociedade contemporânea; as ciências sociais, médicas e jurídicas (SANTOS, 2013, p. 69).

A investigação histórica de Santos (2013) argumenta que a participação juvenil brasileira consolidou-se e ascendeu nos anos de 1950 e 1960, em meio a intensificação do processo de internacionalização da cultura e da expansão desta para as massas, das novas mídias e tecnologias.

Essa massificação da cultura estava em concomitância com as mudanças



econômicas, políticas e sociais do cenário nacional advindas do crescimento das cidades, da industrialização, da redemocratização do Estado, na chamada Era Dourada:

A ascensão da juventude, a partir da década de 1950, inseriu-se no conjunto de mudanças decorrentes da chamada Era Dourada do capitalismo, na contemporaneidade. Nos seus anos de ouro, o Brasil passava por um processo de redemocratização, sua indústria retomava o crescimento e sua população, atrás de novas oportunidades de educação e emprego, migrava das zonas rurais para as urbanas e do Nordeste para o Sudeste, intensificando o processo de metropolização de algumas cidades, sobretudo as capitais (SANTOS, 2013, p. 71-72).

Anteriormente, o historiador britânico Eric Hobsbawm (1995, p. 254-255) justificou a nova cultura juvenil em tríplice fatores:

Primeiro, a juventude era vista não como um estágio preparatório para a vida adulta, mas em certo sentido, como o estágio final do pleno desenvolvimento humano. Segundo, ela tornou-se dominante porque representava agora uma massa concentrada de poder de compra, cujo jovens eram mais propícios ao consumo de novas tecnologias e de novos produtos no mercado, diferentemente de grupos etários mais conservadores. O terceiro fator foi o seu espantoso internacionalismo, gostos musicais como o blue jeans e o rock como marca da juventude moderna.

A partir desse contexto, a juventude na década de 50 tornou-se um fenômeno diante de sua visibilidade em protestos e movimentos internacionais, assumindo o papel central e a simbologia heroica em diversos contextos sociais durante o século XX. Nesse contexto, abriu-se caminho para uma valorização do ser jovem, do viver intensamente, revelando posteriormente, uma cultura juvenil que promoveu mudanças culturais, geracionais e nas relações sociais.

A psicanalista Rita Kehl (2004) afirma que a juventude é uma sintonia da cultura e argumenta que a cultura juvenil brasileira da década de 50 e 60, sofreu influência da geração adolescente norte americana que experimentava privilégios, como o consumo de novas tecnologias e o desfrute da liberdade da vida adulta, sem ter responsabilidades e custeados pelos pais.

Kehl (2004) afirma ainda, que na sociedade pautada pela indústria cultural, em que as identificações se constituem por meio de imagens industrializadas e a imagem publicizada estivesse relacionada a todas as classes, poucos jovens eram capazes de

consumir todos os produtos que eram ofertados ao adolescente contemporâneo, como os jovens com melhores condições socioeconômicas.

Essa característica do privilégio é evidenciada pelos sociólogos Margulis e Urresti (2008) nos termos da moratória social e vital. Na moratória social, os jovens pertencentes a classes sociais mais favorecidas têm a oportunidade de aproveitar, viver a juventude e postergar as responsabilidades da vida adulta. Nesse sentido, a juventude inserida na moratória social e vital passa a ser estetizada pela sociedade em aspectos como da aparência do rosto, do corpo, do vestuário, se tornando símbolo de desejo e consumo para as juventudes que não detém de privilégio social e econômico.

Podemos observar que as mudanças na linguagem, na moda, nos ritmos musicais, na sexualidade, na alimentação, nas relações familiares, escolar, as mudanças econômicas, políticas, entre outras, advindas dos processos e relações sociais das juventudes foram sendo acompanhadas pelas mídias sociais, “revitalizando, reconfigurando ou também legitimando, as instâncias de socialização tradicionais, as mídias passam a ter o poder de inaugurar novas maneiras de categorizar os sujeitos sociais [...]” (GARSON, 2010, p. 12).

### **3.2 As mídias sociais e o espaço do Instagram**

O uso das mídias sociais configurou um novo espaço nas relações sociais, de narrativas, protagonismos, símbolo de desejo e consumo na sociedade da comunicação e da informação para as juventudes que detém uma moratória social e vital, embora o acesso e uso a essas ferramentas da comunicação não sejam disponíveis a todas as condições juvenis, pelas desigualdades da própria moratória social.

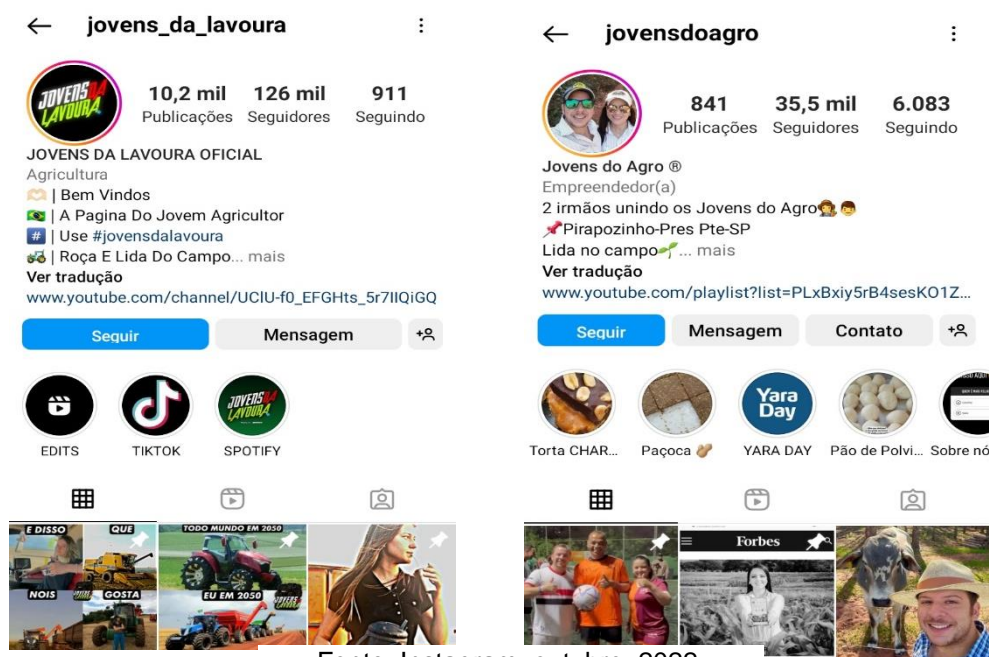
A pesquisadora de mídias sociais Raquel Recuero (2009) caracteriza as mídias sociais como ferramentas de comunicação que permitem a emergência das redes sociais e que relacionadas a Internet permitem que a interação e a sociabilidade sejam compartilhadas em grande escala. Nesse sentido, podemos compreender que o Instagram é uma mídia social e uma rede social na Internet.

Ao apontarmos as características mencionadas sobre as juventudes, podemos

fazer relação delas quando adentramos as diferentes redes sociais na Internet. No Instagram, existe o critério da idade para se criar um perfil. É preciso que seja adicionado a data de nascimento, atendendo as diretrizes desta rede social para fins de segurança e para proveito dos recursos e anúncios. E embora essa informação da data de nascimento fique nas configurações de privacidade, está ao critério dos jovens e de demais usuários tornarem público tanto a sua idade, quanto a data de nascimento por meio da sua biografia no perfil.

Em relação ao aspecto da moratória social e da moratória vital, tomamos como exemplo as juventudes dos diversos espaços urbanos e rurais, que também estão presentes no Instagram. Ainda que haja exclusão ao acesso nesta rede social na Internet, é possível visualizarmos o trânsito desses jovens nesse espaço ao compartilharem em seus perfis, para publicizar seus diversos a fazeres: quando vão para locais da zona rural, compartilham onde estão, o que estão fazendo, tiram fotos, fazem vídeos e interagem sobre isso nos seus perfis. Assim, os próprios jovens da zona rural que detém de moratória social e vital vêm destacando seus perfis, como influenciadores do agro, compartilhando suas vidas no ambiente rural; sobre a lida na roça, no campo a exemplo de perfis como: @jovens\_da\_lavoura, @jovensdoagro, entre outros.

Figura 6 - Jovens da zona rural com perfis de destaque no Instagram



Fonte: Instagram, outubro, 2022.

O Instagram não se restringe a hegemonia juvenil entre aspectos apenas do urbano e rural. Essa rede social reúne a diversidade de experiências e trajetórias juvenis que ocorre nesses espaços. Nesse sentido, estamos diante de uma “legítima juventude” (CHMIEL, 2000) que como afirma Margulis:

Sensíveis às novas tecnologias e ao predomínio da imagem, os jovens encontram nesta um âmbito propício<sup>1</sup> para capturar e esperar a variedade cultural do nosso tempo e orientar, mais no nível dos signos do que acionar sobre o mundo, seu apetite de identidade (2000, p. 10). (Tradução Livre).

Uma geração marcada por habilidades muito particular quanto ao uso das tecnologias e mídias sociais, conhecida como geração Millennials, conforme caracterizam sociólogos Strauss e Howe (2000). A geração de jovens que nasceram a partir do ano de 1982 e que em decorrência dos avanços tecnológicos como o acesso à informação, à tecnologia e às novas mídias, são jovens que se destacam pela inteligência, cooperação, colaboração para o trabalho em equipe, para o uso das tecnologias e para a realização de várias atividades ao mesmo tempo.

Segundo Marck Prensky (2001) esses jovens nativos digitais, apresentam uma maior interação e destreza com o uso dessas tecnologias que as gerações juvenis anteriores. Isso resulta do fato de já terem nascido e crescido em contato com a Internet e com as ferramentas digitais como os computadores, videogames, telefones, celulares, entre outros.

Segundo Carles Feixa (2014) um modo característico dessa geração, evidenciado como culturas juvenis, é o fato de os jovens em convívio digital se relacionarem por meio de signos, que vinculam a denominada “geração arroba (@)” que são jovens nascidos e crescidos na era digital.

Por sua vez, o signo da “geração hashtag (#)” foi atribuído para referenciar os jovens que vivenciam a generalização da web social em que estão inseridas as atividades da informação e da comunicação em rede, da hiper digitalização e das redes sociais na Internet.

Em nosso entendimento, em relação ao Instagram, os termos antes atribuídos

---

<sup>1</sup> “Sensibles a la nuevas tecnologías y al predominio de la imagen, los jóvenes encuentran en ésta un ámbito propicio para capturar y expresar la variedad cultural de nuestro tiempo y orientar, más en el nivel de signos que en el del accionar sobre el mundo, su apetite de identidad” (MARGULIS, 2000, p.10).

por Feixa (2014) como signos geracionais, ganham outro significado quando utilizados em redes sociais na Internet. No Instagram esses signos são usados nos perfis como forma de identificação e interação pelos usuários. Os símbolos arroba (@) que identifica o username do usuário, que são os nomes atribuídos aos perfis de pessoas, locais, animais, entre outros; e a hashtag (#) como uma espécie de hiperlink que direciona para as imagens e textos reunidos sobre um tópico ou assuntos do momento.

O aspecto da condição juvenil é fortemente evidenciado quando observamos a inclusão e exclusão de jovens no acesso as mídias sociais, como afirma pesquisadores Cobo et al (2018, p. 20):

Nem todos os jovens têm as mesmas oportunidades de participar por meio das tecnologias, que decorrem de situações como: fatores demográficos, o contexto sociocultural e econômico e onde se situam, o acesso a conectividade e equipamento tecnológico, as oportunidades de alfabetização digital e inclusão de acesso à educação.

Para o sociólogo Pais (2017) embora as redes sociais tenham papel determinante na mobilização de jovens, já que eles se interconectam e envolvem-se em novas formas de comunicação, o acesso a essas redes sociais não é democratizado. Este pensamento colabora com o que o sociólogo Manuel Castells (2003) já havia evidenciado acerca das redes sociais, no sentido de que conforme as mudanças tecnológicas acontecem, há uma maior flexibilidade nas redes que geram ao mesmo tempo a inclusão e a exclusão de categorias sociais, entre elas, as juventudes.

Nesse sentido, podemos citar como inclusão e exclusão de jovens no Instagram ao observarmos fatores como a falta de acessibilidade à Internet que pode ser tanto para jovens urbanos e rurais ou pelo fato de não possuir um aparelho celular ou outra ferramenta que viabilize estar inserido e interagir por meio de uma rede social na Internet seja por condições financeiras ou territoriais.

O próprio Instagram quando lançado como rede social na Internet em 2010, já causava a exclusão de interação entre usuários de aparelhos móveis, porque quando lançado, estava disponível apenas para plataforma do sistema do iPhone (IOS) e somente no ano de 2012 foi disponibilizado para plataforma do sistema Android, quando a rede social foi comprada pelo Facebook.

Ainda no espaço do Instagram a inclusão e exclusão de jovens também está presente na condição de gênero, de cor, de sexualidade, por exemplo, se observarmos que jovens podem sofrer limitações de interação que os impedem de emitir opiniões, de expressar suas afetividades em seus perfis ou se observarmos que jovens podem ser excluídos por não apresentarem interesse em interagir, de estarem inseridos ou de não possuírem um perfil em rede social na Internet.

Já as características de moratória social e vital podem ser observadas no Instagram quando visualizamos as diferenças existentes entre os perfis de jovens que por condições sociais e econômicas podem desfrutar de maiores privilégios e compartilhar em seus perfis um estilo de vida mais confortável, com viagens, festas, roupas e acessórios de marca, entre outros, além de uma valorização muito forte da imagem, quanto a estética do corpo e do rosto, que elevam os perfis de muitos jovens no Instagram a influenciadores digitais.

A antropóloga Paula Sibilia (2016) enfatiza que por mais que haja o entusiasmo com as novidades sobre a Internet, dispositivos móveis, aparelhos digitais, o acesso universal e a inclusão digital está longe de abranger a todas as pessoas. Podemos com isso afirmar que não há democratização no uso das redes sociais na Internet, dentro e fora desses espaços.

### **3.3 Os nós e as conexões das redes sociais na Internet**

O termo rede é referenciado por Castells (2003) como um conjunto de nós responsáveis pela absorção e/ou compartilhamento de informações que fluem no espaço. Para o sociólogo, as redes são essenciais na transformação social, já que por meio delas a comunicação entre os indivíduos ocorre por uma fronteira mínima de espaço e tempo.

Segundo Recuero (2009, p. 43) as redes sociais são como “um conjunto de elementos onde estão inseridos os atores (pessoas, instituições ou grupos, os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. Para ela, são os atores que constituem as redes sociais, utilizando como suporte de interação os sites de redes sociais na Internet.

A pesquisadora menciona ainda, a utilização três elementos complexos para

entender as motivações que levam os atores a utilizar os sites de redes sociais na Internet: a conexão, o laço e o capital social. De modo que as conexões são os laços sociais estabelecidos entre os atores e a troca entre eles constitui o capital social. O capital social, por sua vez, são os recursos e os investimentos obtidos pelos atores para a manutenção das conexões. Nesse sentido, cada rede social na Internet vai produzir formas diferenciadas de interação entre os atores.

A exemplo de como as redes oferecem diferentes formas de conexões e capital social lembramos do famoso Orkut (2004) que era um dos sites de rede social na Internet mais populares no Brasil nos anos 2000. Nessa época, quem não tinha um PC, precisava se deslocar para as lanhouses para acessar a Internet, fazer login no site e interagir, o que era o nosso caso. E então tinha aquela euforia de irmos com o grupo de três, quatro amigos pra lanhouse, cada um ficava em um computador, então a interação se dava com os amigos online no Orkut e com os amigos que estavam do lado conversando sobre e acessando o Orkut ao mesmo tempo.

O interesse para ver quem visitou o nosso perfil, se havia alguma solicitação de amizade ou alguma mensagem para responder ou depoimentos no perfil, principalmente. Havia ali o interesse da conexão, não necessariamente pela questão do laço social em si, porque nessa dinâmica de relações, o maior objetivo era ter muitos amigos que ocasionavam maior interação, visibilidade no perfil, que corresponde a referência do capital social atribuído por Recuero (2009).

Lembramos que depois da febre do Orkut veio a rede social Facebook, estávamos no ano de 2009, época do ensino médio, continuamos acessando pelo computador, dessa vez sem a necessidade de ir a uma lanhouse, acessamos de casa mesmo, no entanto, não havia mais o grupo de amigos e a Internet era acessada por meio de modem, uma espécie de roteador móvel, porque o celular que possuíamos não era compatível ao acesso de redes sociais na Internet. Pelo Facebook a interação foi diferente, acessamos diariamente, mas eram poucas as interações. Primeiro pelo fato de que os amigos que estavam no Orkut não estavam no Facebook, havia também a questão de interagirmos com quem estava online e de repente a pessoa estava offline, respondia no outro dia, ou quando estivesse online novamente, além disso, o nosso capital social não estava mais voltado para as conexões por quantidade ou maior visibilidade do perfil.

Nessa intensa evolução e expansão das redes sociais na Internet para as mais

conhecidas e utilizadas na atualidade como Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram, WhatsApp, Telegram, TikTok, Kwai, entre outras, temos a praticidade de acesso em seus respectivos sites tanto pelo computador quanto por dispositivos móveis por meio de seus aplicativos. Sendo a mobilidade do dispositivo móvel capaz de ampliar a interação por diferentes espaços, dinamizar a produção de conteúdo dos atores, por exemplo, se estamos com o celular em mãos, em determinado lugar, já tiramos uma foto, ali mesmo já editamos e publicamos em nossos perfis das redes sociais na Internet.

Existe nesse processo de evolução das redes sociais na Internet, o processo de territorialização, desterritorialização e reterritorialização em que as redes sociais à medida que sofrem atualizações, readaptações, modificações, criam novas formas de interagir no espaço da Internet, indo de encontro com o pensamento do especialista em cibercultura Lemos (2005, p. 7) que atribui o termo des-re-territorialização para exemplificar que o ciberespaço “nasce como um espaço estriado, território controlado pelo poder militar e industrial e vai sendo, pouco a pouco, des-re-territorializado por novos agenciamentos da sociedade”.

Ressaltamos o próprio Instagram como um exemplo de territorialização e desterritorialização por ser um site de rede na Internet, que foi criado a partir de outro aplicativo chamado Burn<sup>2</sup> para a interação por meio de fotografias. Foi desenvolvido para funcionar na plataforma iOS que é o sistema operacional do celular iPhone, que até então nem todos tinham acesso, depois passou a funcionar para a plataforma Android, aumentando o número de usuários; e no decorrer desses anos, vem atualizando e modificando o feed e inserindo novos recursos, ou seja, o mesmo espaço vai se reconfigurando para abranger diversas formas de interação, atender as demandas e as necessidades de seus usuários.

Nesse sentido, lembramos também da compreensão do termo apropriação atribuído por Recuero (2009) ao afirmar que as redes sociais na Internet possuem características parecidas, como fazer o perfil, fazer publicações, interagir. Mas as formas de apropriação se dão de modos diferentes, sejam para a informação, conversação, mobilização, por exemplo. A pesquisadora menciona também que uma

---

<sup>2</sup> Segundo Piza (2012, p. 7) Burn seria uma rede social criada pelos mesmos desenvolvedores do Instagram para aderir a várias funções como o compartilhamento de localização, imagens, vídeos, mas como se mostrou muito complexo, veio a criação de um aplicativo que contemplasse apenas a fotografia.



mesma pessoa pode ter duas redes sociais com apropriações distintas. Por exemplo, temos o Facebook e nos apropriamos para a interagir com amigos mandando mensagem, assim como temos o Instagram e nos apropriamos dele para interagir publicando e comentando publicações, em que o sentido para conexão (interação ou laços sociais) em cada rede social na Internet é diferente.

Recuero (2009) enfatiza ainda, a existência da apropriação nas redes sociais na Internet como espaços de “expressão do eu”, onde os atores ali inseridos vão construir as suas identidades. Nesse sentido, podemos analisar que as identidades construídas no Instagram ocorrem a partir da criação de um ou mais de um perfil, seja profissional ou pessoal, público ou privado, da escolha dos conteúdos a serem publicados, para qual público direcionar, com quem e de qual forma interagir, manter ou não os laços sociais.

Compreendemos que expressão do eu desperta conexões diversas a serem estabelecidas entre os perfis criados. No Instagram, um determinado perfil se identifica com os conteúdos que são publicados em outros perfis, a partir de aí se inicia a interação de seguir, curtir, comentar, compartilhar, criar ou não laços sociais. É na apropriação do Instagram que ocorre a expressão do eu, em que vão se estabelecer as conexões (interação ou laços sociais) e as trocas de capital social.

“A interação no ciberespaço pode ser compreendida como uma forma de conectar pares de atores e de demonstrar o tipo de relação que esses atores possuem, podendo ser relacionada aos laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 34). As trocas de interações nas redes sociais na Internet, segundo a pesquisadora podem ser constituídas em conexões de laços fortes ou fracos, com relação na proximidade, na intimidade e na vontade de manter a conexão ou não. Podemos observar também a existência de reciprocidade entre laços fortes e fracos, assim como entre laços fortes que podem ser constituídos a partir de laços sociais fracos e vice e versa.

No Instagram, várias situações de conexão caracterizam os laços sociais fortes e fracos, seja nas relações entre perfis de desconhecidos, amigos e familiares. Como por exemplo, como laços fracos distribuídos em: seguir um perfil e não ser seguido de volta, interagir em publicações com comentários, emojis, curtidas e não possui qualquer conexão ou relação de proximidade, familiaridade, intimidade; seguir e deixar de seguir perfis, interagir e não ter troca de capital social.

Assim como podemos observar no Instagram a existência de laços sociais fortes e recíprocos, bem como laços sociais fracos e superficiais, que podem se tornar fortes à medida que são mantidas as interações entre as trocas de capital social, seja no seguir e ser seguido, na reciprocidade de curtidas, comentários, compartilhamentos, mensagens no direct e na própria vontade de manter conexão constituída no âmbito dessa rede social.

Como exemplo disso destacamos o ano de 2013, em que baixamos o aplicativo do Instagram no celular e criamos o perfil, sem biografia, apenas com a foto de perfil e com a conta privada. Nesse ano, estávamos iniciando a graduação, novos lugares, pessoas novas, novas experiências, assim como a novidade do Instagram. Alguns colegas da graduação já possuíam o perfil no Instagram, com a conta privada, mas o fato de sermos colegas na graduação não possibilitou a interação e laços sociais pelo Instagram. Por outro lado, recebemos solicitações de amizade no Facebook de colegas do curso que interagíamos, mas que não tinham um perfil no Instagram.

No perfil do Instagram adicionamos biografia, fotos, seguimos pessoas conhecidas, tínhamos pouco seguidores, interagíamos mais com os perfis de pessoas de nosso vínculo social. Fomos nos ausentando da interação pelo Facebook, mas mantivemos o perfil. O ano que mais interagimos pelo Instagram foi entre 2017 e 2018, época de várias fotos da formatura para publicar e usávamos mais o feed.

Entre os anos de 2019 e 2020, modificamos o perfil, em que foram arquivadas fotos do feed, e passamos a publicar apenas pelo story. Deixamos de seguir e removemos perfis de pessoas, lojas, contas sem uso, pelo fato de que com esses perfis não tínhamos qualquer interação que configurasse a troca contínua do capital social. Durante a pandemia usamos o Instagram para visualizarmos e interagirmos sobre conteúdos de moda, de humor, receitas, notícias e nas publicações de amigos e familiares e como espaço para pesquisa.

Em comparação sobre a apropriação dessas redes sociais na Internet que usamos, no Orkut tivemos maior preocupação em ter mais amigos. Em relação ao Facebook e ao Instagram as interações foram voltadas para o compartilhamento de publicações entre amigos, colegas e familiares. Interessante que ao criarmos o perfil no Instagram, amigas do ensino médio que nem tinham perfil no Orkut ainda estavam descobrindo o Facebook e por incrível que pareça, dentre essas amigas, há quem não possua um perfil no Instagram.

Diante dessas diversas experiências, a medida com que se configuram as tecnologias, as redes sociais na Internet vão sofrendo modificações e nos possibilitando diferentes formas de conexões. Pela timeline do Instagram, percorremos diversos tempos e espaços de forma contínua, acessamos diferentes lugares, informações, pessoas, caracterizando a experiência que o geógrafo David Harvey (2006) chama de compressão do tempo-espaço.

O Instagram por exemplo, nos possibilitou acessar antes e principalmente durante a pandemia, enquanto vivenciamos o isolamento, durante a flexibilização das atividades, durante a vacinação, acessarmos diversos contextos e experiências nos diferentes tempo-espaços do mundo inteiro pela tela dos dispositivos móveis com acesso à Internet em tempo real: nos informamos sobre os efeitos da pandemia, mantemos nossas relações sociais à distância, consumimos conteúdos de diversas áreas em perfis que por conta da pandemia aderiram ao espaço do Instagram para dar visibilidade aos seus produtos e serviços.

### **3.4 A vitrine instagramável do ser, mostrar-se e ser visto**

A visibilidade é um dos elementos de interação nas redes sociais na Internet. No Instagram, se destaca pelo uso de imagens caracterizada pela pesquisadora Mariana Piza (2012, p. 17) como “um fenômeno que segue a lógica do ver e ser visto”. Entretanto essa lógica, revela que a visibilidade é seletiva, como observamos a seguir.

Para Raquel Recuero (2009) a visibilidade caracteriza uma das formas de capital social nas redes sociais na Internet. No Instagram por exemplo, um perfil pode ser público ou privado. Em um perfil que se apresenta como público, o seu conteúdo será visualizado por seguidores e não seguidores, a depender do envolvimento e interesse da pessoa que quer visualizar os conteúdos.

Em um perfil que se apresenta como privado, o conteúdo está mais restrito e será visualizado apenas pelos seguidores daquele perfil. No perfil privado também existe a motivação e interesse apenas para visualizar. O fato de um perfil estar privado não o livra de situações da falta de interação por seguidores que apenas acumulam números, como por exemplo, perfis que não publicam nada, perfis fakes, perfis de lojas e empresas, o que é comum tanto em perfis públicos quanto em privados.

A visibilidade nos perfis se configura de várias formas: podemos selecionar quem visualizar e o que vai ser visualizado tanto no perfil público quanto no privado por meio das publicações no story, onde publicamos algo específico de uma situação, mas não queremos compartilhar com todas os seguidores ou pessoas específicas, então escolhemos ou adicionamos um número X de pessoas a uma lista de amigos próximos e eles poderão visualizar o conteúdo que compartilhamos, podemos observar que esse tipo de interação mais restrita corresponde a interação com laços fortes e fracos nessa rede social.

Se não queremos interagir com determinados seguidores, também podemos ser seletivos nessa essa interação, como por exemplo, ocultando a visibilidade do story nas configurações de privacidade, podemos escolher quem pode responder ao story que publicamos, podemos ainda restringir perfis de seguidores sem deixar de seguir, podemos ainda silenciar perfis para não ver publicações, story, mensagens, podemos bloquear perfis, e nessa opção onde ambos deixam de se seguir, e a pessoa bloqueada não tem mais acesso às informações do perfil que o bloqueou.

A outra possibilidade está no que queremos visualizar dos perfis que seguimos. Podemos no Instagram criar uma lista de favoritos, onde as publicações dos perfis que inserimos na lista aparecem mais acima no feed do que as publicações dos demais perfis que seguimos, configurando uma forma de prioridade de visualização, onde controlamos o que queremos ver primeiro.

Entre outras formas de interação por visibilidade de perfis, também pode acontecer de um perfil público vir a ficar privado ou um perfil privado vir a ficar público, o que é relativo e dependerá da interação e da intenção da pessoa em se mostrar, do conteúdo que vai mostrar, da visibilidade que quer dar ao seu perfil seja ele profissional ou pessoal para interagir com os seguidores.

Por exemplo, é comum vermos perfis de pessoas privados, com determinado número de seguidores e que se tornam públicos, porque a pessoa vai utilizar esse perfil para divulgação profissional, de uma marca ou empresa, porque a pessoa por vontade própria quer transformar aquele perfil público para ter mais interação, nesses exemplos, a visibilidade está relacionada com a conexão e interação que decorrem do alcance e o engajamento de perfis.

A visibilidade está relacionada com a forma que o conteúdo que será exposto

por cada perfil no Instagram, e nesse sentido, os conteúdos variam de acordo com a motivação, a necessidade, o interesse de cada pessoa do que se quer mostrar, de como ser visto em seu perfil.

As motivações são as mais diversas, mas a principal delas é para interagir. Interagir sobre aspectos da vida como trabalho, estudo, sobre uma viagem, uma festa, sobre política, sobre notícias, sobre famosos, sobre estética, entre outros conteúdos.

A necessidade de ter ou não um perfil, por exemplo, para expor sobre a vida pessoal, ou a necessidade de criar um perfil para trabalhar por meio dele, como muitas pessoas e empresas fizeram durante a Pandemia.

O interesse em criar um perfil no Instagram para compartilhar conteúdos não se restringe apenas a pessoas, mas abrangem também marcas, instituições, empresas que utilizam esse espaço para divulgar seus serviços, captar clientes, estimular o consumo de produtos e serviços.

A antropóloga Sibilía (2016) exemplifica que em anos anteriores ao Instagram, as pessoas que participavam de campanhas publicitárias se tornavam celebridades na internet, graças a visibilidade que ganhavam nas mídias sociais. Ainda funciona assim. No Instagram, além de celebridades instantâneas, as pessoas se tornam os famosos “influencers”<sup>3</sup>, influenciadores digitais, criadores de conteúdos, criam suas próprias marcas e divulgam empresas e serviços em seus perfis.

Esse tipo de visibilidade também está condicionado ao engajamento dos perfis, que decorre do aumento de interações nas visualizações, curtidas, comentários, quantidade de seguidores, ou seja, quanto maior o engajamento, mais visibilidade e crescimento dos perfis, e geralmente visualizamos isso nos perfis dos famosos e influenciadores digitais mais conhecidos.

Um exemplo disso é o perfil no Instagram da influenciadora Virginia (@virginia) que possui muitos seguidores, compartilha publicações diariamente em seu perfil sobre o seu cotidiano e trabalhos, a interação no seu perfil tem alto alcance, principalmente nas publicações relacionadas a maternidade, estética e na divulgação dos produtos de marcas e produtos voltados para a estética do corpo e rosto.

Esse tipo de engajamento, entretanto, apresenta ambiguidade entre os perfis,

---

<sup>3</sup> Gente mais valorizada por sua popularidade em canais como Facebook, Instagram ou Twitter (SIBILIA, 2016, p. 44).

quanto a interação no número de curtidas, de comentários, de seguidores, que vem da intervenção de aplicativos. Nesse sentido, enfatizamos Sibilia (2016, p. 43) ao argumentar que “para ter mais sucesso que os outros, tudo vale: desde a compra de contas falsas, para se aplaudir anonimamente, por exemplo, até a mais descarada compra de likes em sites que permitem esse comércio”.

Outro exemplo que destaca a interação por visibilidade, é a viralização de conteúdo em perfis que rapidamente conseguem atrair muitos seguidores, graças ao alcance de visualizações, curtidas comentários que aumentam o engajamento de interações na publicação. Um exemplo disso foi o bordão “bora bill” que viralizou nas redes sociais e virou meme nacional, tornando o treinador cearense Bill Moraes um criador de conteúdo digital, com mais de setecentos mil seguidores no Instagram.

A visibilidade também está relacionada a exclusão e o arquivamento das publicações que compartilhamos em nossos perfis no Instagram. Se por algum fato estamos insatisfeitos com uma publicação e ela não faz mais sentido de estar exposta no nosso feed, ou por qualquer outro motivo podemos excluí-la. De outro modo, se os motivos para excluir ou arquivar forem temporários, essa mesma publicação pode voltar a fazer parte do nosso feed.

No story também podemos publicar e a qualquer momento podemos apagar a publicação, por arrependimento, porque não ficou bom, porque queríamos que determinada pessoa visualizasse. Do mesmo modo, podemos publicar algo no story depois adicioná-los aos destaques ou no próprio feed e ambos ficarem expostos no perfil definitivamente como visualizamos em perfis descritos com legendas: “Do story para o feed” ou “a pedidos, do story para o feed”.

Recuero (2009) enfatiza a apropriação das redes sociais para a “expressão do eu” e Sibilia (2016) propõe que nas redes sociais há a apresentação de vários “eus” como: “o eu narrador, o eu privado, o eu visível, o eu autor, o eu real, o eu personagem, o eu espetacular”. Nesse contexto, o Instagram apresenta diversidades de expressões de “eus” e dos “eus” naquilo que visualizamos e naquilo que mostramos nos nossos perfis, porque é uma rede social que pode ser compreendida de várias formas, como diário online, álbum de fotografias, blog pessoal da contemporaneidade.

Em nosso perfil, podemos nos apresentar e expressar como um narrador de determinadas situações da nossa vida como superação pessoal ou profissional.

Podemos tornar público algo que era íntimo e que vai mobilizar outras pessoas da sociedade, como em situações de violência, por exemplo. Podemos nos apresentar como autor e criarmos ou escrevermos sobre conteúdos que as pessoas curtam, comentem, compartilhem.

Em nosso perfil, podemos nos apresentar como somos, como as pessoas nos conhecem ou não na vida social. Por outro lado, também podemos criar um personagem, nos expressar da forma como não faríamos na vida fora do âmbito da rede social e podemos utilizar mais de um perfil para isso.

Em nosso perfil, podemos definir o “eu” que queremos ser, gerenciarmos o “eu” vamos postar, para quem postar, o que queremos ver, como e com quem interagimos. Podemos ter um perfil que só mostra fotos de lugares ou ter um perfil em que só mostramos a preparação para algum tipo de concurso e até mesmo ter um perfil onde mostramos tudo da nossa minha vida, aonde vamos, como estamos, o que fazemos, o que sentimos, selfies, fotos, vídeos. As variedades de expressões dos “eus” compartilhadas em nosso perfil também terão diferentes formas de visibilidade.

Tal como o título do livro “O show do eu: a intimidade como espetáculo, de Sibilia (2016) a exposição no Instagram pode ser observada como um espetáculo, como uma vitrine, por exemplo, em que a busca pela visibilidade também está condicionada a aprovação social, a um status, ao poder, ao consumo, a uma etiqueta.

Quando se fala em intimidade nem sempre, a exposição dela tem seu lado positivo, como o que aconteceu com a atriz brasileira Klara Castanho, que teve a sua intimidade violada e exposta nas redes sociais. Uma exposição que gerou uma repercussão social, em que se discutiu a que preço uma notícia íntima deve ser exposta, sem o consentimento da pessoa que vivenciou. Entre os boatos até a confirmação pela própria atriz em seu perfil no Instagram, houve uma tensão, uma ansiedade, pela especulação, pelos julgamentos, a discussão entre leis e religião, entre o que é certo e errado, da escolha de uma jovem.

A dimensão de como a vida privada é exposta nas redes sociais chama atenção para o que compartilhamos, curtimos e comentamos nesse espaço em que a possibilidade de viralizar pode ocasionar efeitos positivos e negativos a vida social pública e privada diante dos diversos comportamentos e posicionamentos nesse espaço, que se relacionam com questões de ordem moral e ética como resultado das

interações sociais, uma vez que “a opinião pública traz suas origens uma autoridade moral pela qual se impõe aos particulares [...]” (DURKHEIM, 1994, p. 54).

Em nossas observações aos perfis dos jovens, nenhum deles compartilhou situações em seus cotidianos que configurassem exposição negativa de suas vidas, ou qualquer tipo de exposição sofrida que os constrangessem de qualquer forma.

Figura 7 – Interação por repercussão e compartilhamento de notícia nos perfis



Fonte: Instagram, outubro, 2022.

De certo modo, exposições como essas se transformam em um espetáculo negativo, principalmente entre famosos. Mas em geral, as pessoas se aproveitaram da situação, para especular, fazer posts no Instagram, fazer lives, podcasts, compartilhar entre as demais redes sociais na Internet, para discutir sobre o caso e fazer novas especulações pelo engajamento, pelo número de likes. Por outro lado, as manifestações de apoio e expressão de emoções nessas situações, revelam interações que criam uma avalanche de curtidas, comentários, compartilhamentos e novos seguidores.

Visualizamos o Instagram como uma grande vitrine que se configura no mostrar e ser visto, em se expressar, em viralizar, em buscar aprovação por número de seguidores, de curtidas, de elogios. “Seriam estratégias que os sujeitos contemporâneos colocam em ação para responderem a essas novas demandas socioculturais, balizando outras formas de ser e estar no mundo” (SIBILIA, 2016, p.



48).

Nessa vitrine “instagramável”<sup>4</sup>, as pessoas querem mostrar o quanto estão bem, são felizes, legais, bonitas, bem-sucedidas, estimulando um padrão de comportamento, de beleza, que temos que buscar e mostrar nesse espaço, além disso, seguir uma etiqueta do que postar e quando postar para ser visto. Sim, existem horários para postar no Instagram, nem todos seguem essa lógica, mas aqueles que fazem uso disso tem mais visibilidade e conseqüentemente maior engajamento no perfil.

Um dos perfis mais conhecidos no Instagram, o Hyeser (@hyeser) fornece um guia de etiqueta para perfis no Instagram. Ao mesmo tempo que compartilha seus conteúdos, oferta serviços para perfis de pessoas, empresas, instituições crescerem no Instagram por meio de cursos de criação de conteúdos, estratégias de como iniciar, onde, o que, como, quando postar, o que não postar, enfim, compartilha formas de marketing para a exposição, a venda e o consumo da imagem no Instagram.

Figura 8 – Perfil do Hyeser que ensina como usar e crescer perfis no Instagram



Fonte: Instagram, outubro, 2022.

Várias interpretações e reflexões podem ser produzidas de tudo o que

<sup>4</sup> Propõe-se que o instagramável é a busca do produtor de conteúdo por uma mensagem o mais envolvente possível para agradar o receptor daquela imagem (KROLOW, 2019, p. 63).

expomos, mas uma das principais é que ainda que o Instagram seja constituído pelo compartilhamento de imagens, proporcionando a experiência em que nós mesmos somos capazes de produzir e editar nossas imagens, na atualidade essa rede proporciona maior apropriação para o marketing e o consumo da vida, da intimidade, da felicidade, propriamente.

Sibilia (2016) exemplifica que os perfis de jovens são pagos para mostrar o seu cotidiano e por meio deles divulgar produtos, empresas, marcas, principalmente as voltadas para estética e imagem do corpo, do rosto, apresentando vidas desejáveis e a incitação do consumo para as pessoas. Dessa exposição, como se diz, nem tudo são flores, por trás das vitrines da autopromoção nos perfis, ocorrem lágrimas, falsidade, busca pela aprovação das pessoas que mexem com a autoestima e com as emoções de quem ver e de quem é visto.

As estratégias pessoais de exibição nas telas delatam até que ponto tais comportamentos se naturalizam entre nós, com uma rapidez inusitada, passando a desempenhar um papel fundamental no cotidiano de qualquer um. Afinal o que se busca ao se exibir nas redes? Seduzir, agradar, provocar, ostentar, demonstrar aos outros – ou a alguém em particular – quanto se é belo e feliz, mesmo que todos estejam a par de uma obviedade: o que se mostra nessas vitrines costuma ser uma versão “otimizada” das próprias vidas (SIBILIA, 2016, p. 42).

Nesse sentido, os perfis se apresentam como uma fachada (Goffman, 1985) em que são evidenciados apenas recortes da realidade, que podem causar impressões diversas. Entretanto, uma das principais emoções que queremos evidenciar no perfil do Instagram é que estamos felizes, e por sinal, também é um dos motivos destacados pelos jovens em nossa pesquisa.

Contudo, outras emoções são evidenciadas nos perfis a depender do contexto que vivenciamos, do estado emocional em que estamos, da vontade de compartilhar, para atingir pessoas, para extravasar, para fugir do tédio, para acalmar, para ficar feliz, entre outros motivos. Por exemplo, pessoas entram no Instagram para compartilhar alegrias, outras vão para encontrar alegria, se sentir alegre, descontraí-las. Outras pessoas vão compartilhar assuntos tristes, ansiedades, tédio para encontrar um apoio, acolhimento. Outras pessoas vão para compartilhar o ódio, fazer julgamentos, cancelamento. Entre outros assuntos compartilhados, as pessoas vão interagir nas publicações compartilhadas, deixando suas curtidas, compartilhando e comentando

algo sobre ou relacionado as suas emoções e as emoções alheias.

Nesse sentido, visualizamos no Instagram características como a interação do capital social (RECUERO, 2009), o imperativo da visibilidade (SIBILIA, 2016) a vida para consumo (BAUMAN, 2008) que se configura como uma vitrine online de perfis em suas publicações compartilhadas nesse espaço.

## **4. JOVENS INSTAGRAMMERS E SUAS INTERAÇÕES DURANTE A PANDEMIA**

Neste capítulo, trataremos sobre a diversidade de compartilhamentos sobre emoções, as dinâmicas de interação dos jovens em seus perfis do Instagram onde analisamos como essa rede social configurou um espaço para expressão de emoções reproduzidas no fluxo de publicações feitas no feed, story, reels e direct.

Descrevemos como o cotidiano dos jovens foi afetado, de onde postaram e o que postaram durante a Pandemia e as formas como utilizaram seus perfis para interagir entre comentários, curtidas, emojis, direct, compartilhados, contemplando a singularidade de cada jovem em relação as suas emoções nas dimensões online e offline.

### **4.1 Visualização, percepções e reflexões sobre emoções no Instagram**

As emoções são “pensamentos de alguma forma sentidos em rubores, movimentos dos nossos fígados, mentes, corações, estômagos, pele. São pensamentos incorporados, pensamentos infiltrados pela percepção de que estou envolvido” (ROSALDO, 1984, p. 143).

Nesse sentido, é comum associarmos, por exemplo, que quando estamos tristes, sentimos vontade de chorar, quando estamos alegres sentimos vontade de rir, quando estamos felizes ficamos eufóricos, quando estamos com raiva ficamos agressivos e associamos essas emoções a vontade de ficar sozinho, frio na barriga, pernas trêmulas, suor nas mãos ou no corpo, vontade de comer, perda do apetite, dor de cabeça, insônia, o famoso nó na garganta.

Essas emoções são referenciadas principalmente no campo de estudo da psicologia, que tem suas fontes em correntes filosóficas e se estendem a outras áreas do conhecimento como a psicanálise, a neurociência, a antropologia, a sociologia, por exemplo, apresentando uma vasta interdisciplinaridade entre elas, de análises, de interpretações, de teorias, que ultrapassam as dicotomias do corpo e mente, razão e emoção, e dialogam com as relações e os contextos sociais.

Tratar as emoções como categoria analítica das ciências sociais, permite um diálogo para além destas, isto é, parte de uma perspectiva

interdisciplinar em que saberes dos campos biológico, fisiológico e psicológico possibilitam aproximar-se do humano na sua inteireza posto que, nas palavras de Morin (1996) o homem é um ser biopsicossocial, corroborando ainda com Mauss (2003) tal aproximação permite lançar luz à dimensão simbólica que representa o tríptico ponto de vista, o do “homem total”, que é necessário e contempla dimensões fisiológicas, psicológicas e sociológicas (RIVERA ET AL, 2020, p.199).

Segundo o sociólogo Túlio Rossi (2020) existem três dimensões das emoções a serem consideradas e que se complementam: a dimensão fisiológica, relativa as emoções físicas e as sensações, a dimensão subjetiva e psicológica, relacionada as experiências subjetivas das emoções do indivíduos, como por exemplo, os laços sociais, e a dimensão social cultural, que diz respeito as normas e os códigos emocionais, ao que sentir, como sentir, quando sentir, a intensidade de sentir, para codificar as nossas emoções e determinar a legitimidade da emoção. Na Pandemia de Covid-19, essas três dimensões foram vivenciadas por nós, foram manifestadas, noticiadas, compartilhadas em todas as redes sociais na Internet.

O surto do novo coronavírus tornou-se emergência de saúde pública de nível internacional declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 30 de janeiro de 2020, culminando no gerenciamento de medidas sanitárias elaboradas pelo Comitê de Emergências do Regulamento Sanitário Internacional para conter a disseminação do novo vírus. Entretanto, em 11 de março de 2020, a doença da Covid-19 foi caracterizada como pandemia pela OMS (ORGANIZAÇÃO PAN AMERICANA DA SAÚDE NO BRASIL, 2020).

Foi determinado por regulamentação de decretos federais, estaduais e municipais, o fechamento de escolas, bares, restaurantes, shoppings, casas de shows, lojas de rua, academias, praias, praças, realização de eventos diversos e viagens foram suspensos para reduzir a circulação de pessoas e a propagação da doença. Destacamos estes lugares e espaços como os que os jovens têm acesso e estão em maior frequência.

Vivenciamos o período em que somente o funcionamento de atividades essenciais foram mantidas como: supermercados, farmácias, clínicas e hospitais, lotéricas e agências bancárias, postos de combustíveis, serviços de limpeza e segurança e alguns estabelecimentos puderam funcionar apenas na modalidade delivery.

Foram estabelecidas medidas sanitárias coletivas e individuais, como a imposição do uso de máscaras, o uso de álcool em gel, a higienização das mãos, o distanciamento e isolamento físico e social através de quarentenas, a restrição de circulação em ambientes que causam aglomeração, bem como a adoção de lockdown para o funcionamento das atividades econômicas.

Rapidamente a pandemia foi problematizada nos meios de comunicação e em diversos estudos a nível global. O caos que se instalou na sociedade nas dimensões sanitária, econômica e social, desencadearam e aumentaram uma série de vulnerabilidades, de desigualdades sociais nas populações em diversos países.

No Brasil, a problemática tornou-se maior ainda, principalmente por ser o país que apresenta estruturas sociais com realidades distintas e desiguais para toda a população. Vivenciamos as dificuldades da solidão, do distanciamento, do isolamento, o medo da contaminação com o vírus, o medo de perder o emprego, o medo da morte, a angústia e a incerteza de quando tudo acabaria, a ansiedade, o tédio da falta das sociabilidades, a esperança e o entusiasmo pela vacina, pela volta à normalidade das atividades presenciais, que todos chamaram de “novo normal”. Foram várias as experiências emocionais que afetaram as classes sociais, sejam por questões de gênero, de raça, questões geográficas, por exemplo, vivenciadas de formas e intensidades diferentes.

Nesse contexto, as redes sociais na Internet foram mecanismos de fuga de interação para as pessoas. Laços sociais foram feitos e defeitos à medida que as pessoas se informavam, se comunicavam e interagiam sobre como estavam vivenciando a pandemia e as emoções que estavam sentindo. Essas emoções foram manifestadas e expressadas no Instagram principalmente pelas juventudes, público de maior interação nessa rede social na Internet.

De acordo com o sociólogo Thomas Scheff (1990) por meio das emoções se formam e se rompem os laços sociais, definindo a vergonha como a emoção social responsável pela quebra dos laços sociais em decorrência de determinada situação. A exemplo desse entendimento durante a pandemia, um fato de grande repercussão no Instagram e nas demais mídias sociais, foi o caso da influencer Gabriela Pugliesi (@eusougabriela) que em plena quarentena organizou uma festa em sua casa e divulgou o story em seu perfil do Instagram. O fato repercutiu como exemplo negativo para a sociedade e para a reputação da influencer no Instagram, que perdeu mais de

cem mil seguidores, teve contratos e parcerias com marcas suspensos.

Os seguidores e não seguidores ficaram indignados, com vergonha alheia de tal atitude porque estávamos no início da pandemia, cumprindo o distanciamento social para a não propagação do vírus e qualquer tipo de festa estava proibida por decretos que regulavam as medidas sanitárias. A situação de vergonha não se restringiu apenas ao fato da festa. Antes, a influencer que já havia sido infectada pelo vírus em uma festa de casamento, fez um discurso de reflexão em seu perfil do Instagram durante a quarentena dizendo que a situação da pandemia estabeleceu a igualdade social:

Ela está sendo algo invisível que chegou e colocou tudo no lugar. De repente, os combustíveis baixaram, a poluição baixou, as pessoas passaram a ter tempo, tanto tempo, que nem sabem o que fazer com ele. Os pais estão com os filhos em família. O trabalho deixou de ser prioritário, as viagens e o lazer também. De repente silenciosamente, voltamos para dentro de nós, para entendermos o valor da palavra solidariedade. Num instante damos conta que estamos todos no mesmo barco, ricos e pobres, que as prateleiras dos supermercados estão vazias e os hospitais cheios e que o dinheiro e os seguros de saúde que o dinheiro pagava, não tem nenhuma importância, porque os hospitais privados foram os primeiros a fechar. As garagens e parques estão parados, igualmente os carros tops de linha ou ferro velhos antigos, simplesmente porque ninguém pode sair. Bastaram meia dúzia de dias para que o universo estabelecesse a igualdade social, que se dizia ser impossível novamente. O medo invadiu todos. Que isso sirva para darmos conta da vulnerabilidade do ser humano. Não se esqueçam, bastou meia dúzia de dias (PUGLIESI, 2020).

Figura 9 – Publicações no perfil de influenciadora no início da pandemia



Fonte: Instagram, março, 2020.

A influenciadora foi rebatida, primeiro porque não houve igualdade, várias situações de pessoas tiveram que deixar de trabalhar, perderam o seu sustento, tiveram que passar fome, tiveram que fechar suas empresas, enquanto outras apenas deixaram de trabalhar, ou trabalhavam de casa, mas tinham a condição econômica favorável para passar por aquela situação, sendo restritas apenas as atividades sociais de lazer, por exemplo.

Várias situações de pessoas infectadas, com suspeita do vírus, que precisavam de atendimento médico, e não tinham condições de serem recepcionadas nem no atendimento público e nem no privado. Regiões do Brasil inteiro mais afetadas que as outras, pessoas morrendo em casa, no trajeto para os hospitais, nas portas e dentro dos serviços de saúde, em razão da alta demanda de casos, pela precariedade de estrutura e insumos naqueles serviços, para atender pessoas. Todavia, a desigualdade social e econômica, evidenciou que houve diferença em relação ao tratamento das pessoas acometidas pela covid-19 entre as diversas regiões do país, classes sociais. Segundo Duque (2020), as desigualdades aumentaram em relação a renda, a pobreza, a saúde, aos cuidados sanitários para maior parte da população brasileira.

No universo laboral, observamos que a carga emocional para o trabalho também foi afetada. Enquanto uns profissionais perderam seus empregos, outros tiveram cargas exaustivas. É exemplar a situação dos profissionais da área da saúde que tiveram que se desdobrar para atender as demandas de casos de covid-19 nos serviços de saúde; a dos profissionais de comunicação que tinham que manter a sociedade informada sobre a Pandemia, além de conviverem diariamente com situações que remetiam a emoções como tristeza, luto, desespero, medo, dentre outras.

Para aqueles que não perderam seus empregos, foi necessária a adaptação para o desempenho de seus trabalhos em home office. Nesse contexto, organizaram as ferramentas, as atividades, o local, o horário de trabalho. Além disso, somou-se as atividades laborais, àquelas atinentes ao espaço doméstico, como as de cuidados com pessoas, de limpeza e preparo de alimento e de construção de relações sociais no âmbito de casa. Tudo isso também gerou uma carga de emoções como ansiedade, estresse, raiva, angústia, dentre outras.

Segundo Hochschild (2013), o trabalho emocional consiste no controle e



administração das emoções no cotidiano do trabalho. Emoções marcadas pela interação face a face em que as pessoas em seu trabalho devem induzir ou reprimir suas emoções e criar uma atmosfera de emoções mais adequadas, positivas, acolhedoras, confiantes. O controle das emoções também está relacionado as expressões faciais e corporais em situações de nojo, de embaraço, de vergonha, de tristeza, de raiva, de alegria, dentre outras.

Contudo, um dos profissionais que tiveram que enfrentar uma extensa carga de trabalho, foram os da saúde que mesmo exaustos, frustrados, com medo, de luto por colegas e familiares, ainda assim seguiram mantendo o serviço em funcionamento. Para tanto, desenvolveram estratégias diferentes de acolhimento, cuidado, confiança e, esperanças nos usuários em estados físicos, psicológicos e emocionais afetados durante a pandemia. Em meio a tudo isso, manifestando com alegria, alívio, entusiasmo em poder contribuir e salvar vidas nesse momento difícil.

Também são exemplos do controle emocional, as situações de luto pela perda de pessoas próximas e distantes. Nos primeiros meses de pandemia, a convivência com o luto diário em casa, no trabalho, nas redes sociais, de familiares, de amigos, de pessoas desconhecidas a nível nacional e internacional. Algumas pessoas puderam vivenciar, sentir o luto, outras pessoas tiveram que reprimir ou controlar essa emoção para dar seguimento as suas relações sociais na família, no trabalho, por exemplo.

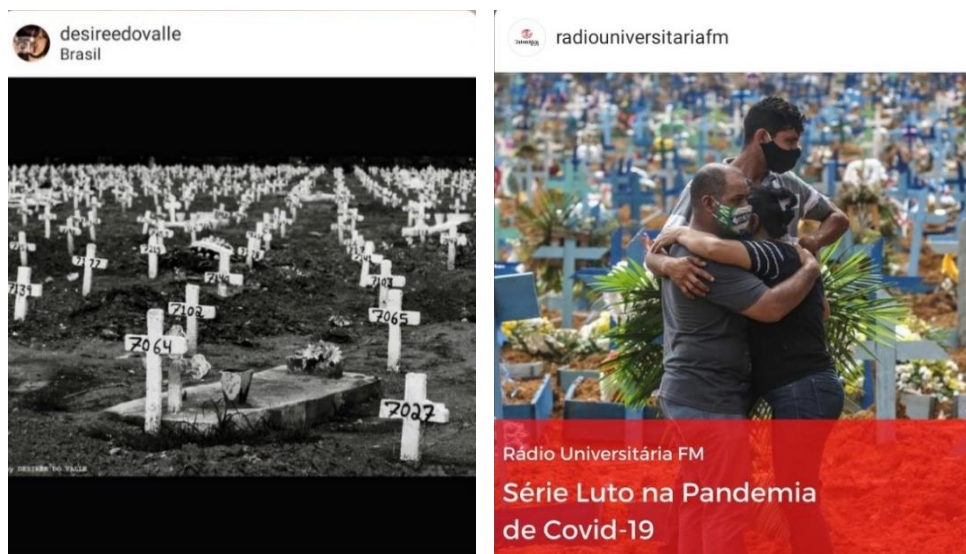
Ao trabalho emocional a socióloga Hochschild (2013, p. 11) também relaciona as regras do que sentir ou não nas situações em relação ao gênero, destacando o estereótipo da razão atribuída ao homem e da emoção à mulher, como a exemplo da expressão de raiva, que para o homem é considerado racional enquanto para mulher é considerada instabilidade emocional. Observando o contexto pandêmico, o trabalho emocional também impactou aquelas pessoas que tiveram que conciliar o tempo para trabalho, casa, família e em relação a tudo gerenciar as suas emoções. Nesse sentido, podemos destacar as mulheres, quando a própria Hochschild (2013) afirma que elas têm melhor experiência em gerenciar suas emoções privadas do que os homens.

No Instagram quando utilizamos o recurso explorar que nos direciona para os diversos compartilhamentos de conteúdo, observamos que foi constante as interações que demonstraram a expressão de emoções por meio de publicações de vídeos, fotos, comentários, dos momentos compartilhados pelas pessoas nos mais diversos espaços e contextos do cotidiano durante a pandemia, que remetiam a sentimentos

de medo, de luto, de angústia, de ansiedade, de incertezas, por exemplo.

As emoções observadas nos remetem ao entendimento do sociólogo Norbert Elias (1994) sobre o medo. Para ele, o medo se distingue em dois sentidos: o medo relacionado ao que sentimos pavor e o medo relacionado ao que desconhecemos que decorre de outros sentimentos como a angústia, por exemplo. Obviamente vivenciamos esses sentimentos em relação a pandemia, diante do perigo do desconhecido e das consequências que poderiam nos ocorrer dessa situação.

Figura 10 – Publicações no Instagram sobre a Pandemia da Covid-19



Fonte: Instagram, agosto, 2021.

Identificamos essa relação de medo como sentimento de insegurança, também em publicações do Instagram. Nessas, observamos que a instabilidade transmitida nas atitudes e ações dos governos em relação ao enfrentamento da pandemia, ao respeito para com a prevenção da população, em relação a providências para a compra de vacinas e outros insumos para controlar a disseminação do vírus, gerou sentimentos como: raiva, revolta, vergonha, indignação, nojo. Várias publicações, em relação a posturas de autoridades; ao fato de pessoas não cumprirem as medidas de controle, previstas em decretos governamentais; o descumprimento de medidas de distanciamento físico por meio da promoção de festas clandestinas; o trânsito de pessoas em espaços públicos sem máscaras e, em meio a isso, manifestações de discursos de ódio e “cancelamento” de várias pessoas nos perfis do Instagram.

Nesse sentido, nossas condutas diante da pandemia também dizem respeito

ao que sentimos e expressamos e as emoções que provocamos a outrem, quando agimos de forma a causar vergonha e repugnância. Essas emoções também são analisadas por Elias em *Processo Civilizador* (1994), em relação a comportamentos e o autocontrole que devemos fazer delas para sermos considerados sujeitos “normais” no convívio social.

Figura 11 – Publicações no Instagram sobre a Pandemia da Covid-19



Fonte: Instagram, agosto, 2021.

Nos perfis em que referimos as figuras acima, visualizamos expressões de emoções como luto, tristeza, lamentação, comoção, transmitidas em declarações e mensagens de despedida escritas nos perfis das pessoas que faleceram, nos perfis de pessoas que prestaram homenagens aos seus familiares e amigos.

Por outro lado, também visualizamos nos perfis, publicações que expressavam emoções como alegria, felicidade, gratidão, alívio e esperança daquelas pessoas que sobreviveram, dos familiares e amigos que tiveram seus entes recuperados da doença. E emoções estas que também foram manifestadas com a notícia da vacina, da flexibilização das atividades, bem como de alívio quando as pessoas começaram a ser vacinadas.

#### 4.2 Compartilhando o momento: vivências e sentimentos durante a pandemia

No início da pandemia, como as sociabilidades presenciais foram afetadas pelas restrições como medidas sanitárias, as redes sociais virtuais tornaram-se mais

utilizadas para que os jovens pudessem interagir em seus vínculos sociais. No Instagram, os jovens passaram a compartilhar mais sobre si, sobre os seus cotidianos, evidenciando a expressão das suas emoções, afetividades, pensamentos sobre o que estavam vivenciando na pandemia. Em entrevista, os jovens relataram como foram as suas experiências durante a pandemia, entre elas destacamos a fala desse jovem:

No início demorou um pouco a cair a ficha, então eu estava “Deus isso não está acontecendo”, até o momento em que chegou na minha cidade natal, que é uma cidade menor aqui do Piauí, que é Cocal no norte do estado. Quando começaram a ter sintomas lá, que começaram a aparecer pessoas, aí o pânico foi batendo um pouco mais, mas eu não cheguei em nenhum momento a entrar em desespero ou um isolamento total, por assim dizer. Eu fazia o meu isolamento, andava sempre de máscara, mas eu não cheguei a ficar totalmente alucinado com isso (@italo, 22 anos, 2022).

Mesmo estando em Teresina, @italo acompanhava por meio do próprio Instagram as notícias sobre como estava ocorrendo a pandemia em sua cidade natal. Em relação aos outros jovens, eles também relataram como vivenciaram o início da pandemia, e se mostraram em diferentes contextos.

Antes da Pandemia, eu estava passando por uns problemas familiares e pessoais sobre a descoberta da sexualidade e foi na pandemia que culminaram esses problemas e eu conheci meu namorado (@warney, 24, 2022).

Em outra perspectiva, jovens se apresentaram preocupados com as suas famílias, com as pessoas mais idosas e com comorbidades no início da pandemia que foram consideradas como grupo de risco, como relatou um dos jovens:

A Pandemia pegou todo mundo de surpresa, realmente era uma coisa que ninguém estava esperando que acontecesse, a gente evitava bastante fazer e receber visitas pelo fato de a minha família ter mais idosos, seguíamos muito à risca (@henrique, 24, 2022).

Além disso, demonstraram uma preocupação com suas interações que foram afetadas pelo isolamento, o sentimento de medo, pela incerteza daquele período e do que poderia acontecer, como destacou um dos jovens:

A Pandemia foi bem difícil de lidar para mim, impactou muito o meu cotidiano e as minhas interações, eu sempre tinha medo de acontecer alguma coisa comigo ou com a minha família (@luyz, 21, 2022).

Os quatro jovens entrevistados relataram que no início da pandemia

procuraram meios e formas de ocupar o tempo livre durante o isolamento, da seguinte forma: assistiram séries, ouviram músicas, fizeram receitas, assistiram aulas, ficaram com suas famílias, usavam as redes sociais, tudo aquilo que fizesse o tempo passar. Faziam vídeos e fotos do que estavam fazendo, de onde estavam, do que estavam sentindo, e utilizavam o Instagram para interagir.

O Instagram eu usava muito como método de escape para conversar com as pessoas até porque eu fiquei distante de todos os meus amigos, eu só estava com a minha família, então estava no meu nicho familiar. Então o Instagram era uma forma de interagir, inclusive eu brinquei que virei blogueiro, que eu postava várias coisas para todo mundo. Normalmente essas coisas eu posto só nos melhores amigos. Aí eu ficava postando outras coisas assim do meu dia a dia mesmo para todo mundo (@italo, 22, 2022).

No trecho acima, identificamos a importância do Instagram para esse jovem em relação aos laços sociais com quem ele interagiu em seu perfil. Suas publicações restringiram-se ao que ele postava para os seus melhores amigos e o que ele publicava para o restante das pessoas visualizarem em seu perfil. Nesse sentido, suas emoções e experiências eram compartilhadas de forma mais restrita para os amigos, que são os laços sociais fortes desse jovem no Instagram.

A interação foi um dos principais motivos dos jovens usarem o Instagram durante a pandemia, principalmente para aqueles jovens que tinham o perfil no Instagram mais não usavam muito e para aqueles em que a pandemia impactou as suas interações no Instagram:

Em relação a interação e relações sociais com amigos e seguidores, na pandemia foi o momento que eu estive mais ativo no Instagram no sentido de conversar de interagir por mensagens, comentar story, comentar em fotos porque a gente não tinha nada para fazer durante o dia, o Instagram era onde eu passava mais tempo mesmo. Porque assim, a questão da pandemia, eu passei por alguns problemas familiares então eu buscava no Instagram formas de ocupar a cabeça, ver alguma coisa assim diferente, era mais em relação a isso (@warney, 24, 2022).

O Instagram além de ser usado para interação, também foi utilizado como meio de informação, comunicação, de expressão das emoções sobre os acontecimentos da pandemia e da própria experiência nesse contexto. Características que configuram formas de apropriação desse espaço. O trecho da entrevista a seguir evidencia, como um dos jovens se manifestou:

A Pandemia impactou muito a minha interação pelo Instagram, porque antes eu não usava muito. Com a pandemia meu perfil no Instagram foi usado como meio de comunicação, para saber das informações, como meio de expressão das minhas emoções também, nele eu falei sobre tudo um pouco, principalmente sobre o meu cotidiano de como estava sendo lidar com a pandemia para mim (@luyz, 21, 2022).

Também houve jovem que já era ativo em suas publicações no Instagram antes da pandemia e que por meio dela, passou a compartilhar mais sobre o seu cotidiano, pela falta de mobilidade:

Antes da Pandemia eu já usava o Instagram bastante, sempre gostei de tirar foto, publicar do meu dia a dia, com a pandemia realmente eu acho que foi a forma que eu tive basicamente de interagir mais, como estava tudo fechado, a gente não podia visitar parentes, visitar os amigos, era uma forma que tinha realmente de me distrair e ver o que estava acontecendo ao redor do mundo (@henrique, 24, 2022).

Os quatro jovens entrevistados relataram que durante a pandemia, estavam em Teresina e suas publicações no Instagram basicamente aconteciam nos espaços de suas residências. Mas que transitaram por outros lugares e de lá também faziam publicações sobre seu cotidiano.

O jovem @italo relatou que foi para a sua cidade Cocal para ficar perto da família no período do isolamento. Porém destaca que durante a pandemia transitou e publicou no seu perfil do Instagram de outros lugares:

Eu não sou natural de Teresina, então algumas vezes eu viajava para minha cidade, algumas vezes eu visitava o meu namorado que mora em São Luís e por causa do meu trabalho também eu viajar bastante". Quando decretaram a Pandemia, antes de ir para a minha cidade, passei duas semanas em Teresina. Fiquei de abril até julho de 2020 na minha cidade e retornei em 18 de julho para Teresina, fiquei de quarentena aqui com meu namorado, também retornei para cá por conta da autoescola e de uma entrevista de emprego (@italo, 22, 2022).

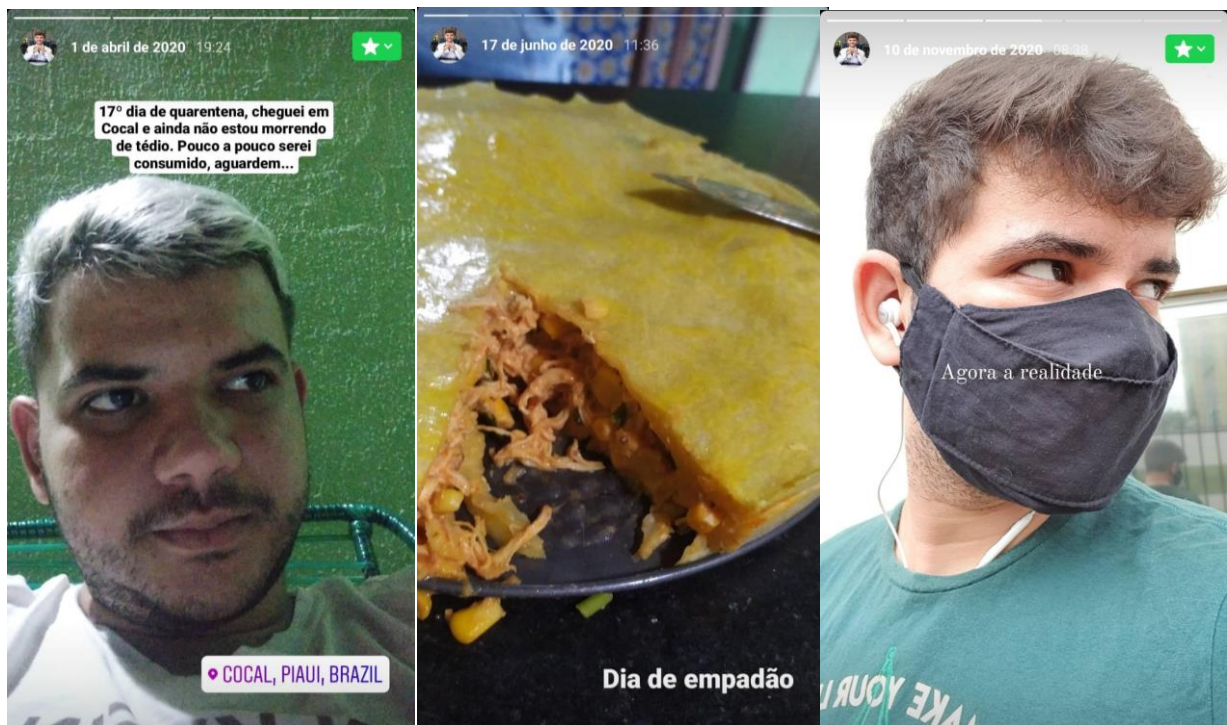
Sobre suas publicações no Instagram, @italo relatou que compartilhava a sua rotina e destacou que o Instagram é sua rede social principal:

Na Pandemia eu assistia muitos filmes. Coloquei todas as minhas séries em dia, jogava bastante e isso tudo eu compartilhava. Fiz tipo um calendário. Pinte cabelo, tirei foto contando os dias da quarentena, passei a quarentena junto com meu namorado, eu fazia tudo que matasse o meu tempo, cozinhei bastante, eu emagreci durante a pandemia, mas porque eu fui para minha cidade aí depois voltou tudo

e com bônus inclusive. Comprei remédio, assisti muitas lives em casa, fiz skincare, fiz enquetes para saber qual a minha música preferida, postei “tbts”, falando mal do real, postei sobre o dia das mães com minha mãe e minha avó, postei foto antiga, postava trancado no meu quarto, compartilhei foto da minha primeira máscara, da caminhada que fiz de máscara personalizada (@italo,22, 2022).

Diante dos relatos dos jovens entrevistados, identificamos que as publicações compartilhadas expressaram vários moods. A palavra Mood que significa humor em português, caracteriza o modo como a pessoa está se sentindo, evidenciando na publicação compartilhada. Dessa forma os jovens afetados por determinadas situações, compartilharam um recorte que caracteriza o humor do momento como conteúdo de interação no âmbito do Instagram, como nas imagens apresentadas a seguir:

Figura 12 – Publicações no story no início da pandemia



Fonte: Instagram, abril, junho, novembro, 2020.

O jovem @warney relatou que bem no início da pandemia postava no seu perfil de Teresina mesmo, mas que também foi para um sítio para aproveitar o tempo com a sua família e que também publicou no Instagram sobre o seu cotidiano:

Na Pandemia eu publicava mais sobre conteúdos que eu assistia, teve também aquela época dos treinos em casa em que as academias

estavam fechadas, então eu e minha mãe a gente costumava treinar junto, postava sobre receitas, testei muitas receitas, na época da pandemia em si eu fui para o sítio de um tio meu, então eu postava sobre o lugar assim, a paisagem, o pôr do sol e consistia mais nisso que como a gente não estava podendo sair era basicamente isso (@warney, 24, 2022).

O relato do jovem caracteriza o fenômeno de territorialização e desterritorialização (LEMOS, 2005) e a compressão do tempo-espaço (HARVEY, 2006) à medida em que transitou por diferentes lugares, mesmo durante a pandemia e compartilhou em seu perfil publicações que registraram recortes dos momentos vivenciados em espaços diversos.

Figura 13 – Publicações no story no início da pandemia



Fonte: Instagram, abril, maio, outubro, 2020.

O jovem @henrique não se ausentou de Teresina, afirmou que evitava sair de casa por conta dos idosos em sua família. Já o jovem @luyz, relatou que foi algumas vezes para o interior de seus avós, mas passou a maior parte da pandemia postando de sua casa em Teresina.

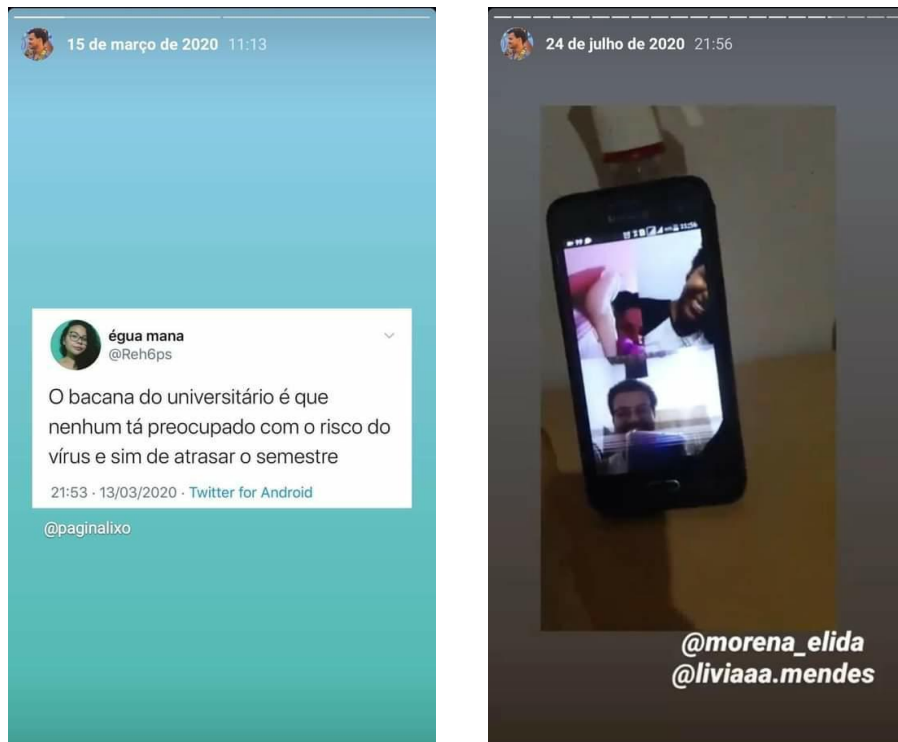
No início da pandemia eu estava postando da minha casa em Teresina, boa parte das postagens era na minha casa, até pelo fato de que na minha família tem mais idosos, então a gente evitava bastante



fazer visitas receber visitas e seguíamos muito à risca isso, então era basicamente de casa (@henrique, 24, 2022).

Nesses relatos, como já mencionado, identificamos que os jovens são afetados pelo processo de territorialização-re-territorialização em função da Pandemia, das medidas de restrições, reconfigurando assim, suas formas de sociabilidade, utilizando com linha de fuga o acesso à Internet e seus aparelhos móveis, em que acessam o perfil do Instagram para compartilhar e interagir acerca de suas experiências nos diversos espaços em que estão situados durante esses contextos.

Figura 14 – Publicações no story no início da pandemia



Fonte: Instagram, março e junho, 2020.

Acerca da manifestação e a expressão das emoções que esses jovens evidenciaram em seus perfis no início da pandemia, relataram que interagiam sobre esse conteúdo pelas publicações no story e pelo direct:

Bem no início da pandemia, expressei sentimentos de angústia do que acontecia, revolta com o posicionamento principalmente do Presidente da República atual, revolta também com algumas pessoas que furavam de maneira inadequada, se é que existe uma maneira adequada de se furar o isolamento. Mais pelas pessoas que faziam aglomerações indevidas, pessoas que postavam alguma coisa que desrespeitava todos que estavam sofrendo com a doença (@italo, 22, 2022).

Por outro lado, o jovem @warney tentou manter publicações mais positivas em seu perfil no início da pandemia. Isso ocorre em razão do contexto em si e por estar vivenciando problemas pessoais no cotidiano, em relação a sexualidade e familiares:

No início da pandemia senti ansiedade, medo e insegurança. Em meu perfil com relação a emoção, publicava um pouco sobre conteúdos de alegria, porque a gente estava naquela fase pesada da coisa então eu tentava não postar sobre essas coisas (@warney, 24, 2022).

Para o jovem @luyz, a pandemia impactou bastante o seu cotidiano e sua interação no Instagram. Vejam no trecho da entrevista a seguir, como ele expressou suas emoções:

No início da Pandemia eu senti ansiedade, mas eu falava pouco no Instagram, fiz só um vídeo falando sobre. Eu expressava mais quando estava um pouco revoltado com o que estava acontecendo, e insegurança, eu sempre tinha medo de acontecer alguma coisa comigo ou com a minha família por causa da pandemia. Também expressei emoções positivas, como alegria, humor. Sempre quando ia para o interior eu tentava postar porque era um lugar que me fazia bem, sempre tentava levar as coisas boas do cotidiano para o meu perfil, para as pessoas (@luyz, 21, 2022).

Para o jovem @henrique as suas interações sobre emoções aconteciam no direct:

Por meio das publicações no story, a interação sobre emoções acontecia principalmente no direct, quando tinha essa questão mais ligada a pandemia em si, sobre o fato da gente estar vivendo isso, do sentimento de incerteza. Sobre a questão das mortes sempre tinham pessoas que vinham e comentavam que tinham ou parentes ou pessoas próximas que tinham falecido. Pessoas que estavam doentes e estavam com medo de não sobreviver sempre tinha esse debate sobre a Pandemia e a preocupação da gente não saber como seria o dia de amanhã (@henrique, 24, 2022).

As emoções foram manifestadas e expressadas no início da pandemia pelos jovens de diferentes formas em seus perfis. Compreendemos que essa interação por meio do story, pelo direct, contempla as dimensões biológicas, psicológicas e sociais sobre o que esses jovens estavam sentindo, tanto na forma subjetiva, de expressar, quanto a forma intersubjetiva em compartilhar os sentimentos entre seus seguidores, interagindo assim, com seus laços sociais fortes e fracos.

A situação da pandemia também fez com que jovens compartilhassem em

seus perfis situações de seus cotidianos que transmitiam a expressões de emoções positivas, até mesmo em relação ao sentimento de ansiedade. O jovem @italo compartilhou em seu story sobre estar com a família e a espera pela vacina:

De emoções positivas expressei e postei sobre estar com a minha família, a questão da esperança que foi naquela época que começou as notícias sobre os desenvolvimentos da vacina, então acho que eu aguardava mais a vacina do que o fim da covid. A ansiedade também, mas uma ansiedade boa em relação a encontrar os meus amigos em algum momento futuro, e alguns aniversários de família que a gente fazia dentro de casa mesmo. Então foi um momento que eu estive mais próximo da minha família porque eu moro aqui (Teresina) e ficava distante de todo mundo. Quando eu estive lá a gente tinha aquelas lives que passavam direto na tv, a gente comprava coisa por delivery, fazia festinha dentro de casa mesmo, então foram algumas demonstrações que faziam essas emoções mais felizes para o dia a dia que eu compartilhava no story do meu perfil (@italo, 22, 2022).

De todos esses relatos, analisamos o Instagram no início da pandemia, como um método de fuga para os jovens, em se apropriar da interação pelo Instagram para a expressão do eu em seus perfis sobre os seus cotidianos na pandemia, para ocupar o tempo, para se informar, para expressar as suas emoções e que além disso, o Instagram foi um meio de conexão para esses jovens; para interagir com as pessoas de seus vínculos sociais que são os seus laços sociais fortes na rede, por conta da questão do distanciamento/isolamento, e se conectar com outros laços sociais a distância nessa rede social na Internet.

A falta de mobilidade dos jovens aos espaços restritos pela pandemia, levou-os para a mobilidade no espaço do Instagram e por meio dos dispositivos móveis com Internet eles puderam: 1- acessar e postar do lugar onde estiveram; 2- acessaram e visitaram outros lugares por meio das publicações pela tela do seu celular de suas casas; 3- fizeram publicações de determinado lugar estando em outro, como por exemplo, o famoso tbt; 4- interagiram com pessoas de outros territórios.

Nesse sentido, relacionamos a territorialização e desterritorialização (LEMOS, 2005) dos cotidianos e de interação dos jovens no âmbito do Instagram, em que afetados pela Pandemia, isolamento, medidas restritivas, falta de sociabilidades nos locais em que costumavam frequentar, passaram a acessar vários lugares, pessoas, informações, compreendidos no tempo-espaço (HARVEY, 2006) pela timeline de seus perfis no Instagram. Assim como podiam postar de lugares diversos, mesmo durante a pandemia e compartilhar em seus perfis para compartilhar o que estavam

vivenciando, o que sentiram e de onde estavam.

Os relatos dos jovens sobre essa interação no Instagram no início da pandemia foram importantes para a compreendermos como foram os seus cotidianos na fase do isolamento, já que não visualizamos as suas publicações por meio do story nesse período. Entretanto, durante as entrevistas os jovens compartilharam algumas publicações feitas em seu story nesse período.

As nossas observações aos perfis dos jovens no Instagram iniciaram no trânsito da flexibilização das atividades, que foi em 27 de julho de 2021. Nesse contexto, as medidas sanitárias sobre o funcionamento e restrição de atividades que promoviam a aglomeração e a circulação de pessoas estavam mantidas, mas as atividades em espaços públicos abertos estavam condicionadas aos protocolos sanitários, como o uso de máscara, distanciamento e horário de circulação das pessoas.

Segundo o decreto estadual de nº 19.888 de 25 de julho de 2021, estavam permitidas as atividades sociais, culturais e artísticas, observando o número máximo de cem pessoas nesses espaços, obedecendo os protocolos sanitários e de modo a não gerar aglomerações. Semanalmente e mensalmente os decretos foram mantidos para assegurar o cumprimento das medidas sanitárias e o funcionamento das atividades conforme atualização epidemiológica e as recomendações do Comitê de Operações Emergenciais em Saúde Pública do Estado Piauí.

Em nossas observações, os perfis dos quatro jovens seguiam diferentes formas de compartilhar a vida social. Seus perfis seguem diferentes estilos de publicações, em que eles reproduzem os momentos e situações por eles vivenciados em imagens e vídeos, acrescentando efeitos e filtros, com poses, gestos, sorrisos, caretas.

Os jovens demonstraram diferentes formas de interagir em seus perfis. Como quando alguns desses jovens entrevistados descreveram que possuem um horário para entrar no Instagram, definem uma frequência com que fazem suas publicações, sobre os conteúdos que postam sobre si e o que compartilham de outros conteúdos com os quais interagem. Analisamos que é muito relativo, principalmente quando os jovens afirmaram seguir um horário determinado para fazer suas publicações e quando observamos que em seus perfis eles acabaram publicando em qualquer horário do dia.

Figura 15 – Publicações no feed dos jovens



Fonte: Instagram, julho e agosto, 2021.

Em seus perfis, os jovens constroem e expressam suas imagens por meio do corpo, diferentes estilos de se vestir, cabelos com cortes e cores variadas, maquiagens, tatuagens, acessórios diversos que potencializam suas imagens e publicações. Nas publicações do Instagram, as imagens produzidas pelos jovens têm forma profissional ou não, personalização dos filtros ou não, poses e gestos diversos. Nesse sentido, destacam-se as selfies<sup>5</sup>, um dos recursos de autorretrato que os jovens mais utilizam para evidenciar características e expressões faciais:

As selfies são as mais vistas nos murais e anunciadas pelos jovens, como prediletas para a publicação. As selfies estão impregnadas na cibercultura. Na linguagem dos jovens e na observação sobre elas extraem-se tais aspectos culturais. Quando sozinhos nesse tipo de post, eles focam o rosto esbanjam sorrisos, carões, biquinhos, línguas de foras, outras vezes seriedade, sinalizações com os dedos, brincam e abusam das expressões faciais. Nesse instante são produtores de suas próprias imagens, protagonistas e gerenciadores da autorreprodução concernente aos seus diversos padrões de estilos de vida, valores sociais e traços culturais (COSTA E VIEIRA, 2019, p. 19).

As imagens das selfies expressam em geral, juventudes diversas, sempre bela, descontraída, em que evidenciam na reprodução de seus autorretratos a forma como desejam ser vistos, pela posição do rosto, do corpo, na expressão do olhar, sorriso,

<sup>5</sup> A selfie é definida por Gunthert (2015, p. 15) como imagem auto fotográfica compartilhada, que surgiu no Japão nos anos 2000, evidenciada apenas no ano de 2013.

por exemplo, como destacamos nas imagens a seguir:

Figura 16 – Publicações de selfies nos perfis de jovens no Instagram



Fonte: Instagram, outubro, 2021.

Entre os vários estilos de publicações tanto no feed quanto o story, as selfies se destacam em todos os perfis dos jovens em que aparecem com expressões faciais positivas e animadas, sorrindo, mostrando os dentes, fazendo caretas diversas. Entre os jovens, visualizamos mais publicações de selfies mostrando apenas o rosto, selfies no espelho e as selfies sozinhos.

O modo como expressaram suas falas, seus pensamentos, suas emoções também estão presente por meio das legendas que os jovens utilizaram para comunicar o que pensam. Da mesma forma, essa comunicação é mascarada pela linguagem juvenil, são gírias e termos populares que evidencia o poder de diálogo entre eles. Essa comunicação também é fortalecida pelo pelos símbolos, siglas, hashtags, memes, trechos de poemas, músicas, filmes e que ao serem compartilhadas, rapidamente viraliza entre eles nesta rede social virtual:

As legendas assinalam a invocação à liberdade, ao amor-próprio, à ousadia e ao atrevimento para viver. Frases e citações motivacionais, de superação, perseverança e objetivos de vida. Se classificássemos as legendas em categorias de tipos e conteúdo, teríamos ainda aquelas que reafirmam laços familiares e de amizade; religiosidade, fé, esperança e registros de pertencimentos aos grupos religiosos; e as escritas em língua inglesa, tendo em vista a considerável frequência de legendas no idioma (COSTA E VIEIRA, 2019, p. 19).

Também foram compartilhados no Instagram, publicações nos espaços, lugares e ambientes que os jovens frequentam. Os jovens compartilharam em suas

publicações, suas rotinas entre as atividades cotidianas que desenvolveram; como quando estavam se locomovendo para alguma atividade entre casa, trabalho, estudo ou lazer. Expressando suas emoções, suas opiniões, seus pensamentos quando estavam por exemplo, em atividades de sociabilidades como em viagens, festas, encontros, passeios com os amigos, com a família e até mesmo quando não estavam em atividade alguma. Conforme refletem Costa e Vieira (2019):

A rede de dados da internet móvel e a conexão Wi-fi, nos estabelecimentos frequentados munem os jovens do poder de transparecerem os locais por onde passam, ou seja, os rastros digitais no ciberespaço ganham localização geográfica com referências físicas em restaurantes, bares, lanchonetes, bares, parques aquáticos, piscinas, shoppings, igrejas. Nota-se que a busca por status é um fator influente no ato de adicionar a localização, como socializar em rede que esteve em um bom restaurante, em uma loja de roupas de marcas caras, lugares turísticos bonitos e alguns mais (...). Os jovens narram para cada localização um acontecimento diferente, dinâmico, extrovertido, emocionante, de tristeza, e/ou de aprendizado (p. 21).

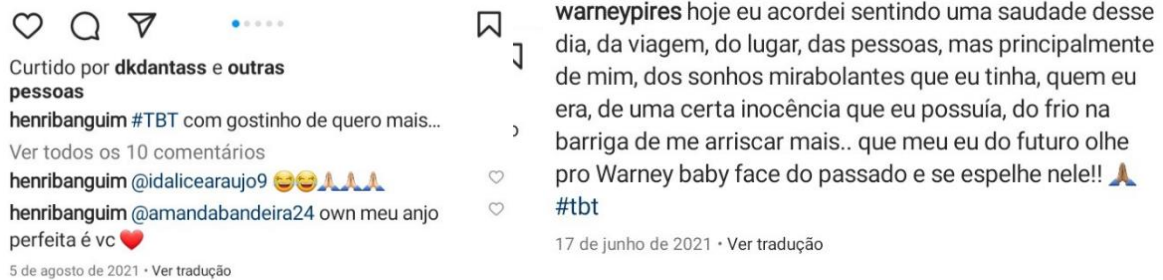
Entre os jovens existe a possibilidade de utilizar o espaço do Instagram para expressar como se sentem ou sentiram em situações que foram ou muito boas ou muito ruins, por meio das publicações seja no feed com fotos e legendas, no story, nos vídeos. No Instagram, essas expressões podem aparecer acrescidas de legendas como ressaltam Costa e Vieira (2019, p. 20-21):

As legendas destacam-se nas publicações como uma expressividade emocional juvenil. Os atores no Instagram as adicionam valorizando os amigos, os familiares, demonstrando vínculos mais subjetivos nas relações, mas também afetivos. Redigem legendas motivacionais, de expectativas e esperança. Em suma, as legendas são exemplos de linguagens que expressam os desejos, vontades, sentimentos e opiniões juvenis, produtoras de subjetividades nesse espaço.

A seguir constam imagens de legendas escritas nas publicações compartilhadas pelos jovens entrevistados que expressaram as formas como eles descreveram os momentos diversos que vivenciaram:

Figura 17 – Legendas nas publicações feitas pelos jovens no Instagram





Fonte: Instagram, agosto, 2021.

As expressividades das emoções de jovens podem ter motivações diversas relacionadas aos modos de: compreensão, interação, discussão, desabafo, justificativa, relevância, mediação, “lacrção”, que estão relacionadas as formas como se comportam e interagem no âmbito desse espaço.

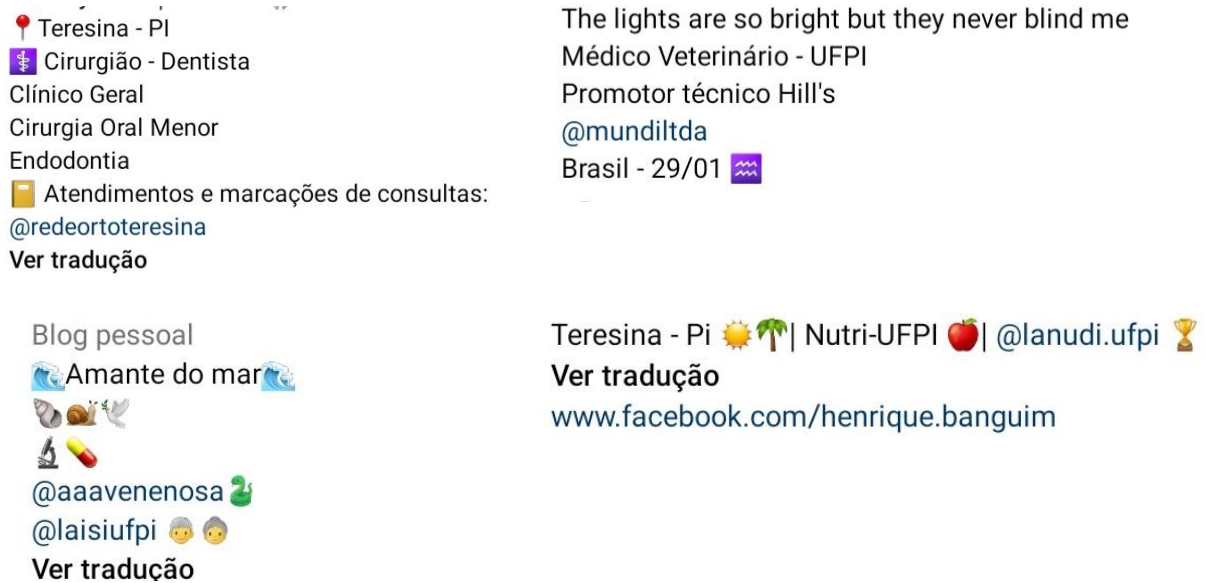
Além disso, a interação sobre aspectos relacionados aos contextos sociais diversos que envolvam vulnerabilidades, conflitos, comportamentos, afetos individuais e coletivos, entre outras questões levadas para o espaço do Instagram, que dão visibilidade a expressão de emoções no fluxo das interações. Tudo isso, é capaz de viralizar e inflamar nas redes, como afirma Freitas (2020).

Entre as publicações compartilhadas pelos jovens, algumas tinham finalidade profissional, mas a maior parte expressava momentos mais descontraídos da vida social, como imagens de momentos sozinhos, com amigos, com a família, de lugares, de fotos com animais, de festas, por exemplo.

Quando visitamos os perfis desses jovens, além das imagens, as primeiras características descritas por eles são visualizadas em suas biografias. É o espaço onde inserimos um pequeno texto com informações, características nossas, de onde somos, onde estamos, o que fazemos, onde estudamos, a profissão, a idade, frases e adjetivos diversos, podemos ainda inserir símbolos, emojis, links de sites, de outras redes sociais como o Facebook, por exemplo, personalizando essa área do perfil de acordo com nosso critério. Entre os jovens entrevistados em nossa pesquisa, todos possuíam uma descrição na biografia de seu perfil:



Figura 18 – Estilos de biografias nos perfis dos jovens no Instagram



Fonte: Instagram, julho, 2021.

A biografia não é uma descrição permanente no perfil do Instagram, principalmente entre jovens, que estão sempre mudando, apagando ou acrescentando alguma informação no perfil. Neste espaço também existem perfis de jovens que não querem ou possuem uma biografia de perfil.

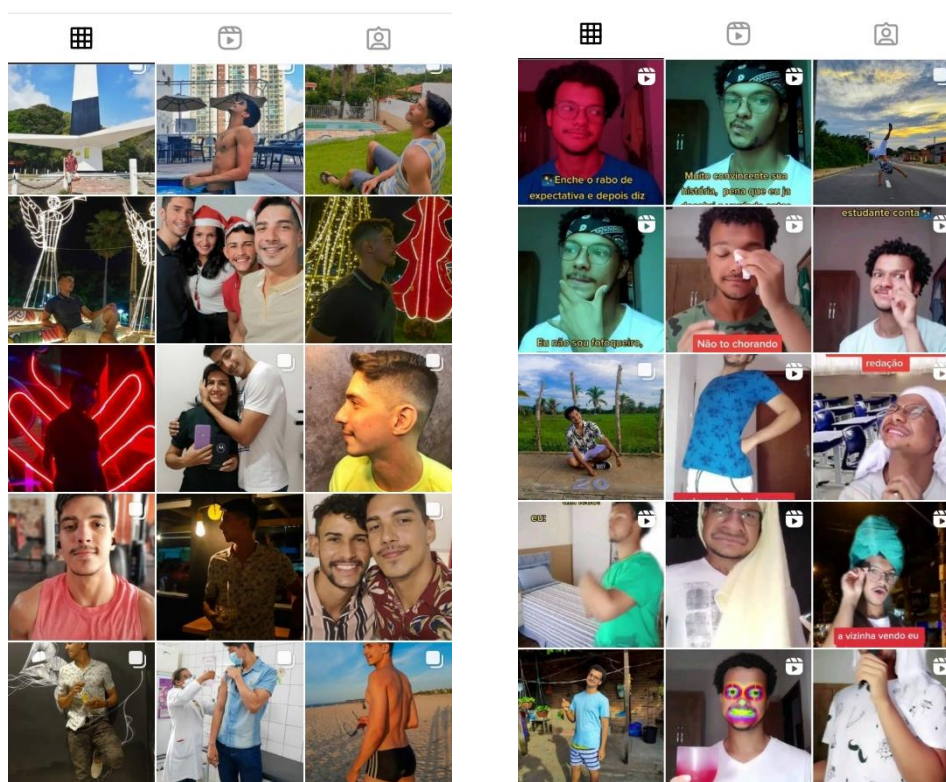
Nas publicações compartilhadas pelo story, identificamos que os jovens se expressaram sobre situações acerca das relações com família e amigos, com seus seguidores, do trabalho, dos estudos, do lazer, da sexualidade e dos diversos assuntos que consomem a atenção deles no âmbito do Instagram. O story funcionou como uma espécie de diário virtual, em que os jovens registraram, compartilharam e atualizaram sobre suas imagens, seus sentimentos, suas experiências:

Cada post juvenil em Story é como uma nova página, uma nova escrita, uma nova narrativa. Nessa perspectiva, viagens, eventos festivos, culturais, educativos, animais de estimação e pelúcia, comidas, atividades escolares, paisagens, livros, músicas, desenhos animados, charadas, filmes, notícias, textos reflexivos, atividades físicas, instrumentos musicais, equipamentos de práticas esportivas, selfies, fotografias de/ com amigos e familiares, memes e outras experiências são anexas às histórias dos jovens (COSTA, 2020, p. 340).

Os jovens usaram de diferentes formas para publicar e potencializar as suas imagens no Instagram, por isso quando visualizamos os seus perfis encontramos uma

variação nas publicações em que estão mescladas como um mosaico só imagens, só de vídeos, imagens e vídeos, assim como as formas que descrevem as suas publicações nas legendas, que podem ser só frases, sem frases, acompanhadas de Emojis.

Figura19 – Diferentes mosaicos de Feed nos perfis dos jovens

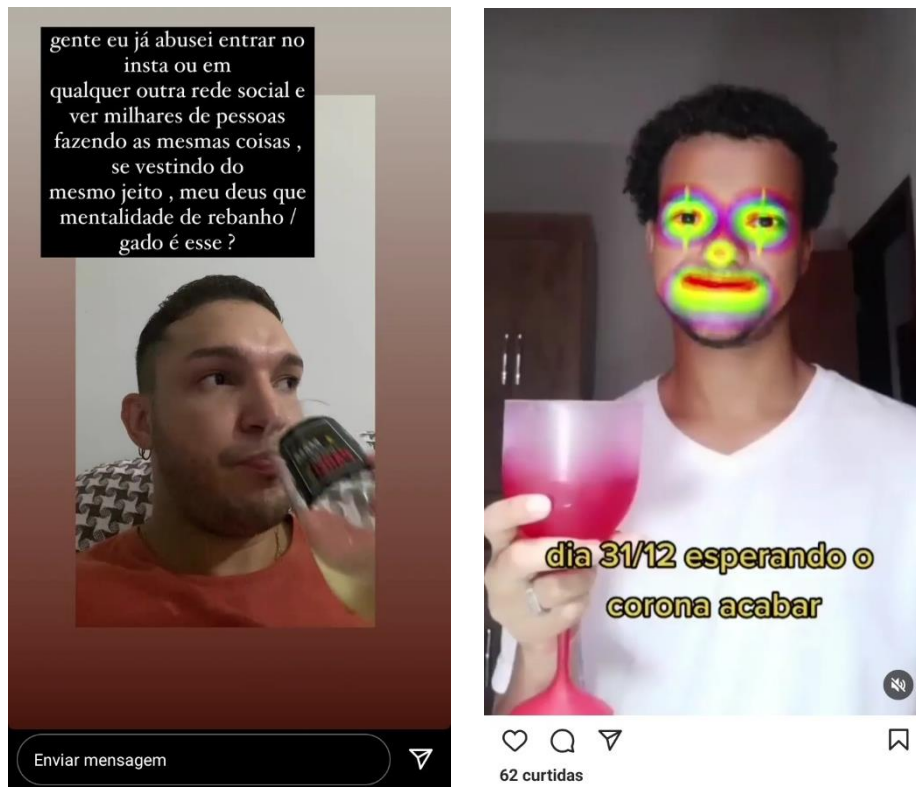


Fonte: Instagram, setembro, 2021.

Observamos em suas publicações, tanto no story quanto no feed, registros sobre suas afetividades, do que estavam sentindo, em relação as suas alegrias, suas tristezas, suas angústias, suas revoltas pessoais, em suas relações sociais no campo familiar, nos estudos, no ciclo de amizades e sobre os fatos e acontecimentos em sociedade e em relação a pandemia.

Alguns dos jovens entrevistados afirmaram e compartilharam publicações em que se sentiram entediados durante a Pandemia, não só pelo contexto vivenciado, mas por acessarem seus perfis e visualizarem padrões de comportamento em que os demais perfis compartilham de um mesmo conteúdo, configurando também padrões de sociabilidade do âmbito da rede.

Figura 20 – Publicações de tédio no story e no feed dos jovens



Fonte: Instagram, dezembro, 2021.

Durante a flexibilização das atividades na pandemia, observamos que os jovens compartilharam mais publicações sobre suas sociabilidades. Especificamente aos feriados e aos finais de semana em que aproveitavam para sair, passear, visitar pessoas, amigos, familiares. Compartilharam publicações expressando como estavam empolgados, animados, relaxados ao vivenciarem esses momentos, ainda que em meio a pandemia.

Por outro lado, os quatro jovens entrevistados também compartilharam em suas publicações por meio do story, o cotidiano na sala de aulas remotas, de como se sentiam em relação aos trabalhos acadêmicos. Postavam de seus quartos, do terraço ou do quintal de suas casas. Em relação a essa situação, expressaram emoções que oscilavam entre a ansiedade, o tédio, o mau humor. Nesse contexto, um dos jovens destacou:

Nesse meio tempo da pandemia, também estava estudando e me senti entediado, eu não conseguia, eu tenho TDHA, então para mim era péssimo prestar atenção, senti vontade de desistir, era péssimo assistir as aulas online, não gostava e não conseguia me concentrar (@italo, 22, 2022).

Este jovem relatou ainda que enquanto assistia as aulas, no tédio em que estava aproveitava até para fazer outras coisas enquanto a aula estava acontecendo. A seguir algumas das imagens compartilhada pelos jovens em seus cotidianos enquanto realizavam atividades acadêmicas.

Figura 21 – Publicações compartilhadas no story sobre os estudos online



Fonte: Instagram, setembro,2020; setembro, 2021.

Essa perspectiva das aulas remotas foi um dos problemas que impactou a vida de diversos jovens, no sentido do próprio acesso à Internet, aos dispositivos como computador, celular para assistir as aulas, para fazer os trabalhos. Impactou também em relação a não possuir um local adequado para fazer essas atividades, da oscilação da Internet e no próprio formato de aula online, que causava tédio. Conseqüentemente, a perda da concentração e ansiedade para que a aula acabasse logo.

Um dos jovens, @luyz publicou em seu perfil o movimento em que participou com seus colegas nas dependências da UFPI protestando com cartazes o fato de já estarem há 453 dias sem ter as aulas práticas. Eles se sentiram prejudicados nessa situação e pediram pelo retorno das aulas no formato híbrido:

Figura 22- Publicações no feed pelo retorno das aulas práticas



Fonte: Instagram, junho, 2021.

A publicação acima mencionada configura mais uma demonstração de apropriação pelo jovem ao utilizar o seu perfil para dar visibilidade a problemática vivenciada no convívio online das dinâmicas nas atividades acadêmicas durante a pandemia e a dimensão política de posicionamento dos estudantes. Entretanto, não foram todos os jovens que compartilharam esse cotidiano das aulas remotas, chegaram a publicar, mas não enfatizaram tanto, como destacou outro jovem:

Faz um bom tempo que eu postei alguma coisa sobre estudo porque, eu postei um story há algum tempo, mas eu não tenho postado nada sobre estudo porque eu tenho focado mais na coisa do fazer mesmo, em vez de estar mostrando (@warney, 24, 2022).

Observamos entre os perfis dos jovens durante a pandemia, uma grande quantidade de publicações que fizeram referência a popular hashtag TBT (#tbt)<sup>6</sup> que é utilizada nas legendas das fotos, vídeos, dos momentos já vivenciados e que são lembrados, publicados, repostados às quintas-feiras no Instagram. “Esse foi o dia da semana que os Instagrammers escolheram para publicar alguma foto do passado, que remete a uma lembrança ou sentimento de saudade ou em postagens que são feitas,

<sup>6</sup> Sigla para throwbackthursday, que em tradução livre significa “de volta à quinta-feira” (ANTUNES, 2017, p. 3).

horas ou mesmo alguns dias depois do registro da imagem” (ANTUNES, 2017, p.3).

Entre as publicações dos jovens, o #tbt fazia referência aos momentos saudosos, relacionadas as suas sociabilidades nas festas, nos encontros, nas reuniões com amigos e familiares, nas viagens, nas aulas presenciais, dos momentos e situações vivenciados antes e durante a Pandemia de Covid-19.

Figura 23 – Publicações sobre #tbt nos feed



Fonte: Instagram, setembro, 2021.

Ademais, no Instagram alguns jovens se apresentaram mais desinibidos, gostavam de produzir conteúdo, de se expressar mais no story. Além disso, expressaram o que estavam sentindo no exato momento em que estavam vivenciando determinada situação. Durante a flexibilização das atividades por exemplo, os jovens destacaram como se expressaram:

Quando começou a flexibilizar eu já estava assim louco para sair, então eu sempre fui uma pessoa da rua, então quando começou, que tive a oportunidade de poder voltar a frequentar restaurante, poder voltar a frequentar alguns bares mesmo que por tempo determinado, porque fechavam bem mais cedo eu pude reencontrar os meus amigos. Eu lembro quando vi o meu melhor amigo 6 meses depois do começo da pandemia. Meu Deus! Porque ele é um irmão para mim, então para mim foi algo tipo, foi muito interessante. Então eu expressava bastante a felicidade de reencontrar os meus amigos (@ítalo, 22, 2022).

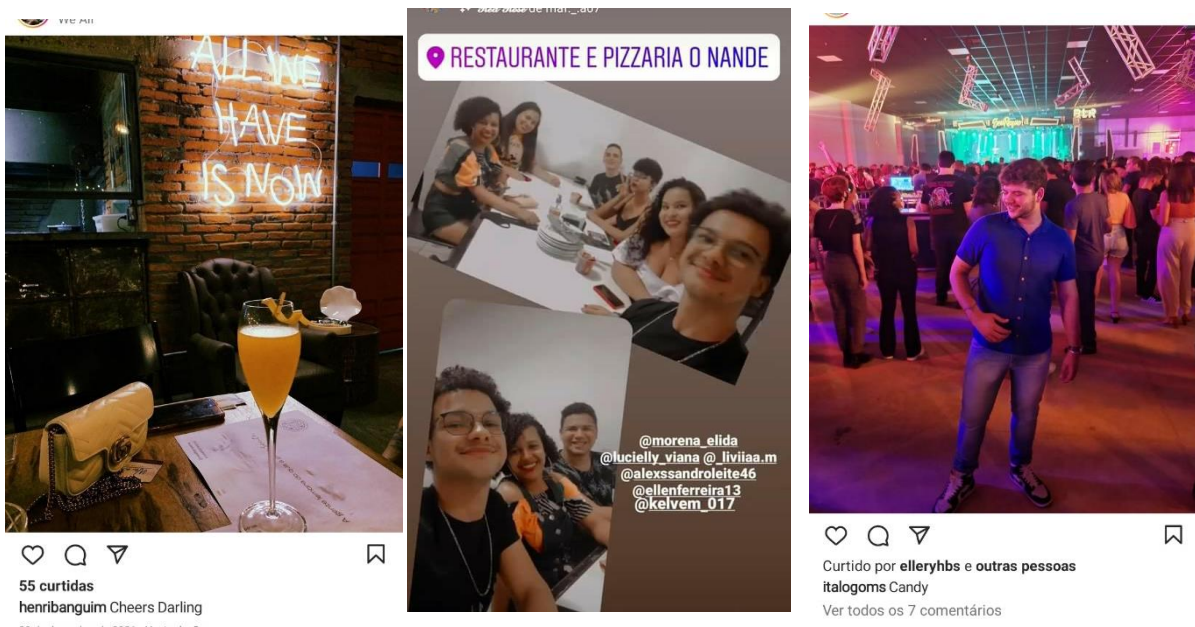
Com a flexibilização das atividades, os jovens postaram muitas atividades de lazer como viagens, principalmente a idas a restaurantes, bares, praias, shoppings, festas, com os amigos, com os familiares, nas postagens demonstraram uma euforia

em mostrar que estavam voltando a transitar em diferentes espaços:

A princípio foi um alívio, quando as atividades começaram a flexibilizar que as lojas começaram a abrir, eu comecei a postar mais ainda porque aí tem aquela coisa de mostrar “estamos voltando pra nossa rotina”, mostrar o que estava fazendo, os lugares que a gente estava voltando a frequentar e trazendo esse sentimento de alívio de estar voltando novamente pra aquela rotina que a gente tinha, lógico que não era da mesma forma, mas depois que flexibilizou, comecei a postar ainda mais, mostrando o mundo novamente, como as coisas estavam voltando a reabrir, a forma que estavam voltando a abrir, como era que estava sendo essa flexibilização de alguns lugares (@henrique, 24, 2022).

Dessa forma as publicações compartilhadas pelos jovens caracterizaram novamente o processo territorialização e desterritorialização dos espaços, em que foram afetados novamente pela reconfiguração das suas sociabilidades, desta vez, a interação passou a ser no trânsito entre online e offline, em que compartilharam as formas de readaptação ao voltarem nos lugares que frequentavam antes, como apresentadas nas imagens a seguir:

Figura 24 – Publicações durante a flexibilização na pandemia



Fonte: Instagram, novembro, 2021.

Um dos jovens já havia comentado que antes e no início da pandemia lidava com problemas familiares e pessoais sobre a descoberta da sexualidade; e foi durante a flexibilização das atividades na pandemia que esse jovem conheceu seu namorado, iniciou relacionamento e publicou fotos em seu perfil. Seu relato foi muito interessante

porque senti o medo e alívio de expressar sobre isso no Instagram e evidenciou uma das questões acerca da visibilidade da sexualidade, de expressar sentimentos em um espaço que não é democrático a essas pautas como o Instagram:

Antes da pandemia, eu estava passando por umas questões familiares e pessoais sobre a descoberta da sexualidade. Na flexibilização foi quando eu conheci meu namorado e aí foi quando estava cominando nessa questão dos problemas com a família, então eu era muito travado com relação a postar alguma coisa com ele por medo do que as pessoas fossem pensar. Só que aí no trânsito da pandemia eu percebi que todo dia ia morrer gente e aquilo foi me dando uma coisa na minha mente, que a vida ela tem finitude, um dia as coisas acabam. Então eu não queria ficar me restringindo muito por medo do que fulano fosse ou que não fosse pensar. Passei a ter mais tranquilidade em postar, não sei como isso se transforma em emoções, mas passei a me importar menos com o que as pessoas vão pensar com relação a minha vida pessoal, destaco a alegria também que me gerou uma certa felicidade de postar com meu namorado, meu namorado e minha mãe assim na mesma foto (@warney, 24, 2022).

Figura 25 – Publicações que representam o relato do jovem durante a pandemia



Fonte: Instagram, dezembro, 2021.

Observamos que cada jovem vivenciou diferentes situações da vida pessoal durante a flexibilização das atividades e isso refletiu em como eles se expressaram e publicaram em seus perfis:

Durante a flexibilização das atividades, passei a publicar vídeos sobre como eu estava me sentindo, de situações que eu passei, depois foi uma forma de me voltar para o conteúdo de humor, para fazer vídeos



interativos, mais voltados para fazer as pessoas rirem (@luyz, 21, 2022).

Segundo os jovens entrevistados, os momentos que vivenciaram e publicaram em seu story geravam a interação por meio do direct, onde as conversas, manifestações, as expressões, de elogios, de emoções, por exemplo, eram comentadas de forma mais restrita entre os jovens e as pessoas que interagiam com eles:

Passei a interagir mais durante a pandemia no story e direct, porque geralmente o story é o visual e o direct é meio de comunicação, então era sempre assim durante a pandemia eu costumava compartilhar muito mais do que eu fazia no dia a dia, a questão das enquetes e aí muita gente comentava e acabava compartilhando e faziam coisas que eu indicava, porque durante a pandemia fiz muitas receitas e postava, vinham me dar feedback de; ah experimentei aquela comida que você falou, ou fui em tal lugar que você indicou, assisti tal filme que você disse e aí isso acabava gerando um diálogo, uma troca, então no geral eu tinha bastante interação (@herique, 24, 2022).

Essa interação por meio do direct ao mesmo tempo que restringe o quê e com quais pessoas esses jovens se expressaram, é diferente da interação que eles tinham em suas publicações. Uma delas, no sentido do que eles postaram no story, podia virar um diálogo, uma discussão, uma abertura para falar sobre o que estavam sentindo, que se estendia no direct. Sobre essa interação pelo direct para falar sobre emoções um dos jovens comentou:

A interação pelo direct me deixa mais livre para falar sobre emoções. Inclusive não só com pessoas do meu círculo social mais próximo, mas assim, pessoas que a gente é amigo de rede social que a gente não vê diariamente, vê uma vez na vida, mas até com essas pessoas eu percebo uma certa desinibição, não tenho vergonha de falar de nada, é bem tranquilo (@warney, 24, 2022).

A interação pelo story, também fazia com que as pessoas que as visualizaram, de alguma forma se identificassem com o conteúdo, com a opinião postada pelos jovens de modo que também compartilharam aquele mesmo story, como afirmou um dos jovens:

Aparecia bastante interação, principalmente sobre a questão de revolta com algumas pessoas na pandemia, muita gente interagia ah é triste, então acontece bastante das pessoas se manifestarem e eu também observo que muitas vezes que eu público uma coisa e outras pessoas vão lá e publicam no seu story então vai transformando em

uma rede (@italo, 22, 2022).

Em relação as publicações dos jovens no feed, que eram mais relacionadas a lugares, a comemorações, selfies, fotos com amigos e familiares, a interação entre os jovens e os seguidores, aconteceu pelas curtidas, comentários com emojis. Entre eles: emojis de rosto com coração, emojis de rosto chorando de rir, emojis de coração eram os mais utilizados pelos jovens para interagir nas suas publicações.

Figura 26 – Emojis utilizados nas publicações de comentários



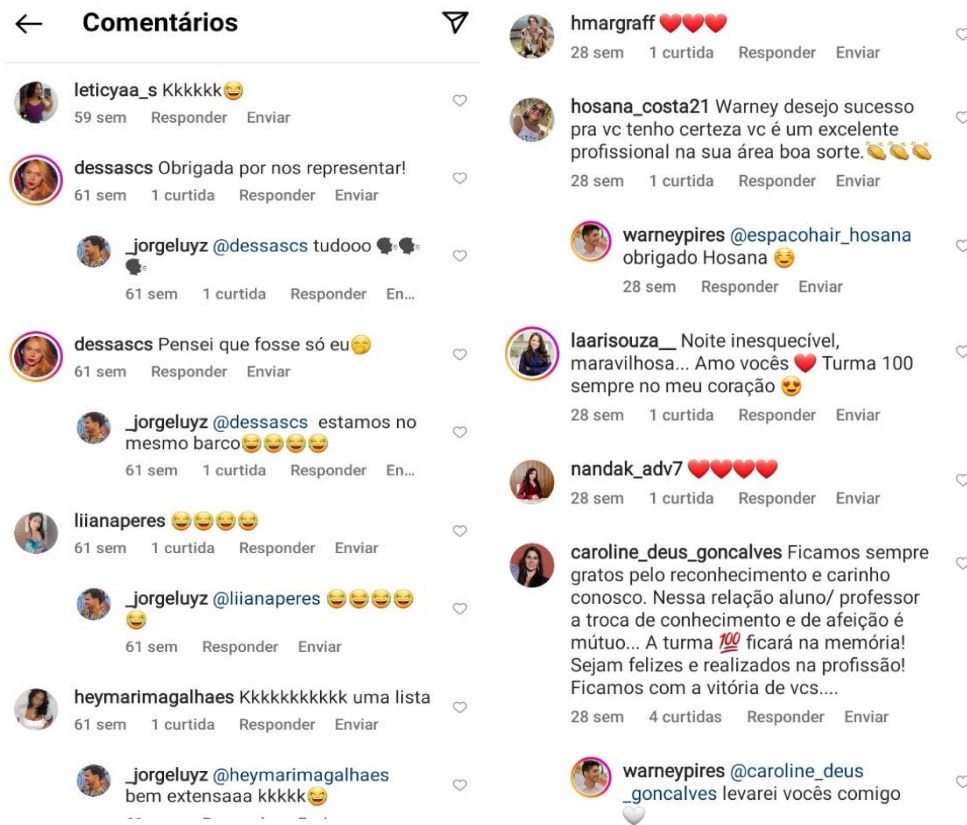
Fonte: Instagram, junho, 2022.

Basicamente esses emojis são interações nos comentários das publicações, seja no feed ou no story de forma mais privada, e significam para os jovens entrevistados expressões de carinho, quando relacionados aos comentários que gostamos, para expressões de alegria, quando recebemos algum comentário engraçado, ambos os emojis funcionam como uma retribuição na intensidade em que significam os comentários feitos pelas pessoas em nossas publicações ou que fazemos nas publicações em que comentamos.

Uma observação interessante em relação aos Emojis é que eles não são utilizados por todos os jovens entrevistados na pesquisa, pensamos que estaria relacionado com a questão de ser brega, mas para o jovem tem outra justificativa:

Eu não uso, porque eu nunca sei o que responder quando a pessoa me manda, em uma reação eu só curto, eu gosto de conversar e a pessoa me responder (@italo, 22, 2022).

Figura 27 – Interações nas publicações por comentários



Fonte: Instagram, novembro, 2021.

Em outro momento da pandemia e durante a flexibilização, os perfis dos jovens entrevistados começaram compartilhar que estavam sendo vacinados contra a covid-19. Em seus perfis do Instagram eles fizeram publicações no feed, no story, fizeram campanha incentivando outros jovens e as demais pessoas a se vacinarem, além disso, expressaram o que estavam sentindo em relação àquele momento, como afirmou um dos jovens entrevistados:

Para mim era um misto, tanto de mostrar aquela preocupação de: olha estou me vacinando, também estou fazendo parte desse momento que realmente é um momento importante, necessário; e foi um meio de incentivar as pessoas a quererem se vacinar nem que seja só pelo fato de postar, mas de se vacinar e que as pessoas fizessem o mesmo de demonstrar para o mundo que também estavam se preocupando, que é realmente o pensamento coletivo (@henrique, 24, 2022).

Para os jovens universitários da área da saúde, a vacinação ocorreu de forma antecipada, para que fossem realizadas as atividades presenciais relacionada ao curso, sobre essa situação um dos jovens nos relatou:

Como minha área é a medicina veterinária, a minha iniciou um pouco mais cedo, na época foi aceito como profissional da saúde e na época

eu fazia o meu estágio curricular obrigatório então eu precisava da vacina pra poder seguir com a minha pesquisa, de uma forma que eu estava exposto a outras pessoas então tinha que tá mais seguro, aí foi quando a UFPI começou a disponibilizar declarações de que a gente tinha acesso aos laboratórios e a outras pessoas e que precisávamos da vacina, então eu iniciei até mais cedo do que alguns dos meus colegas. Eu postei foto no Instagram, sobre vacinas salvam vidas, em todo o meu nicho de pessoas próximas fiz essa divulgação da importância da vacinação e ainda hoje eu faço (@italo, 22, 2022).

Especificamente sobre as suas emoções em relação a vacinação outro jovem respondeu que publicou sobre o momento em seu perfil e o que sentiu:

Foi muito boa a sensação, eu até postei está no meu feed, acho que da segunda dose da vacina que eu tomei, foram sentimentos de esperança, alívio, felicidade (warney,24, 2022).

Figura 28 – Publicações no story sobre o momento da vacinação nos perfis dos jovens



Fonte: Instagram, agosto, 2021.

Nesse contexto, podemos atribuir o sentido da apropriação, da expressão do eu referenciada por Recuero (2009), quando estes jovens se apropriaram dos seus perfis no Instagram para além de expressar o que estão sentindo, também divulgar, incentivar, informar, conscientizar, dando exemplo para as pessoas que utilizam esse espaço para que também participem da campanha da vacinação e se vacinem.

Outro jovem além de publicar esse momento da vacinação em seu perfil, fluiu sobre o assunto, fez vídeo para incentivar:

Eu me senti aliviado, senti alegria. Sempre postava sobre alguma

coisa positiva ou então algum vídeo interativo falando positivamente da vacinação. Quando me vacinei e minha vó também se vacinou, postei falando sobre isso, sobre como era importante para gerar interação com impacto positivo para as pessoas se vacinarem (@luyz, 21, 2022).

As interações não se restringiram a publicações de imagens no feed e no story. O fluxo de interações sobre a vacinação de jovens, se espalhou por meio das hashtags, figurinhas, emojis, curtidas e comentários nas publicações compartilhadas, em repostagens de publicações de perfis diversos. Configurando uma forma de visibilidade que atingiu direta e indiretamente, vários outros jovens e suas conexões nesse espaço, principalmente nas publicações dos jovens em que as legendas possuíam hashtags, como nas imagens a seguir:

Figura 29 – Interações no feed e story sobre a vacinação nos perfis dos jovens

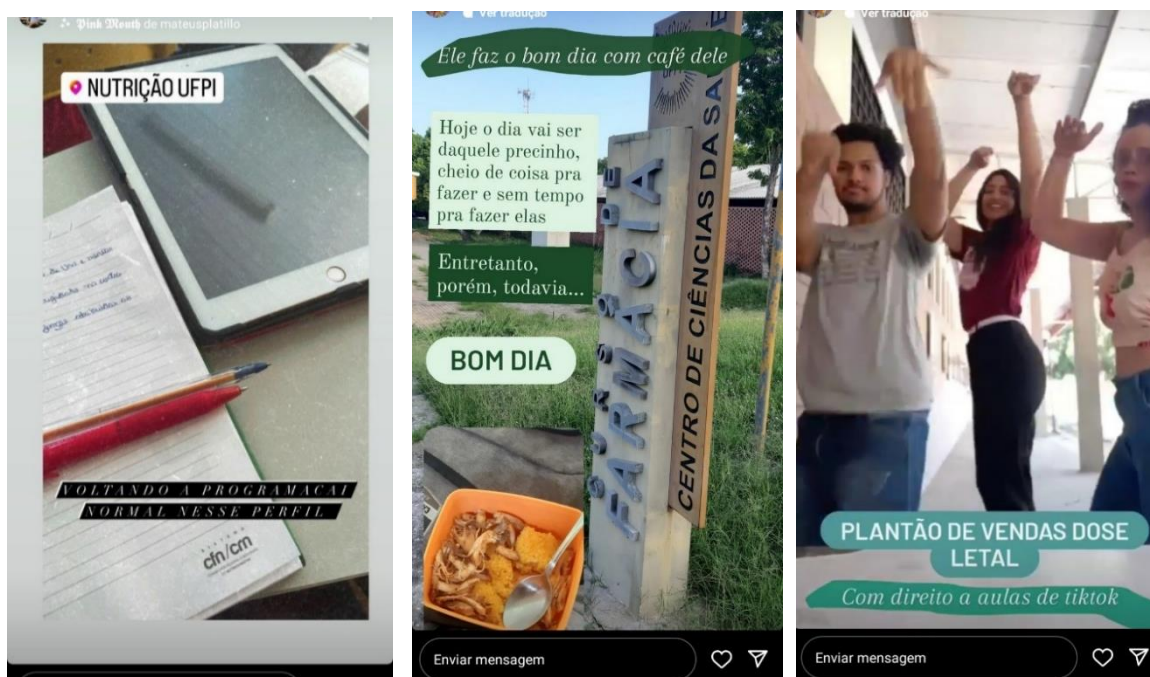


Fonte: Instagram, agosto, 2021.

Quando iniciaram as atividades presenciais na Universidade Federal do Piauí, observamos que esses jovens compartilharam mais publicações de momentos nas dependências da universidade, de interação com os colegas e publicavam em seus

perfis expressaram emoções como gratidão, alegria, descontração, alívio, empolgação por estar com amigos em sociabilidade. Observamos que foi uma forma de empolgação para esses jovens, estar novamente ocupando os espaços da universidade e mostrar a nova rotina nos espaços depois de tanto tempo assistindo as aulas na modalidade remota.

Figura 30 – Publicações no cotidiano das aulas presenciais e nos espaços da Universidade



Fonte: Instagram, outubro, 2022.

Em síntese criamos um quadro descritivo dos conteúdos que jovens mais manifestaram entre os meses de julho de 2021 a junho de 2022 nas publicações (no feed e no story) compartilhadas em seus perfis, e quais emoções elas nos remetiam:

| Quadro descritivo dos perfis dos jovens no Instagram  |   |   |
|---|---|---|
| Descrição do perfil do (a) jovem no Instagram   | Conteúdos compartilhados no Instagram entre os meses de jul./2021 à jun./2022   | Percepção de emoções mais enfatizadas nas publicações no período de jul./2021 a jun./2022   |
| @warney: Jovem do sexo masculino, de cor parda, aparece na sua foto de perfil sorrindo, de cabelos escuros e curtos, usando barba, usando roupa vermelha. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicações sobre viagens, passeios, entre outros lugares como as praias;</li> <li>- Publicações sobre atividades físicas e de lazer como corridas, academia;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Felicidade ao compartilhar que estava tomando a segunda dose contra a covid-19</li> <li>- Gratidão e amor pela família;</li> </ul> |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>- Na descrição da sua biografia se apresenta como profissional cirurgião dentista, residente em Teresina- PI.</p> <p>- Utiliza ainda, Emojis do curso de graduação em seu perfil e faz menção ao perfil de atendimentos e marcações de consultas.</p>   | <p>- Publicações em momentos com amigos, familiares, namorado;</p> <p>- Publicações sobre estudos e cursinhos;</p> <p>- Publicação sobre a vacinação contra a covid-19;</p> <p>- Publicações sobre as fotos de formatura;</p> <p>- Publicações sobre a colação de grau e a festa com familiares e amigos.</p>  | <p>- Felicidade pelo relacionamento amoroso que aconteceu durante a pandemia;</p> <p>- Felicidade por finalizar a graduação no mês de maio de 2022 e comemorar com a família e amigos.</p>  |
| <p>@luyz: Jovem do sexo masculino, de cor parda, na foto de perfil está fazendo uma selfie, sorrindo sem mostrar os dentes, está com cabelos cacheados e usando uma blusa clara.</p> <p>- Na sua biografia se descreve como amante do mar, com menção a Emojis que caracterizam o gosto pelo mar, Emojis que caracterizam o curso de graduação que ele faz. Também faz menção aos perfis de atividades acadêmicas que ele participa na universidade.</p> | <p>- É um dos jovens que mais utiliza o recurso de reels nas suas publicações para falar de si mesmo;</p> <p>- Publicações sobre o seu dia a dia em casa;</p> <p>- Publicações sobre as atividades acadêmicas online e presenciais durante a pandemia na universidade;</p> <p>- Publicações sobre as saídas e encontros com amigos, e na sala de aula com os amigos da universidade;</p> | <p>- Gratidão, felicidade, animação quando vivência momentos junto com os amigos, na comemoração do aniversário, no mês de fevereiro de 2022.</p> <p>- Sentimento de insegurança; em relação às aulas online;</p> <p>- Angústia, ansiedade e alívio em relação aos prazos e trabalhos acadêmicos;</p> |
| <p>Quadro descritivo dos perfis no Instagram de jovens no Piauí</p>  |  |   |
| <p>Descrição do perfil do (a) jovem no Instagram</p>   | <p>Conteúdos compartilhados no Instagram entre os meses de jul./2021 a jun./2022</p>   | <p>Percepção de emoções visualizadas nas publicações no período de jul./2021 a jun./2022</p>  |
| <p>@henrique: Jovem do sexo masculino, de cor parda, na foto de perfil está fazendo uma selfie, sorrindo sem mostrar os dentes, com cabelos curtos e escuros, usando óculos de grau e camisa escura.</p> <p>- Na sua biografia se identifica como residente em Teresina-PI, cursando</p>   | <p>- Publicações sobre viagens;</p> <p>- Publicação sobre apresentação de trabalhos acadêmicos;</p> <p>- Publicação sobre saídas para restaurantes, shopping, praias, museus,</p> <p>- Publicações de selfies;</p>   | <p>- Emoções positivas, como alegria, felicidade, tranquilidade, principalmente quando nas suas publicações compartilha momentos de sociabilidades e lazer com as amigas;</p> <p>- Admiração, bem-estar, felicidade quando faz publicações sobre o corpo na academia;</p>                             |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>nutrição na Universidade Federal do Piauí. Utiliza Emojis de sol e palmeiras para caracterizar onde mora e Emojis de maçã para caracterizar o curso que faz.</p> <p>- Também faz menção ao link da sua rede social Facebook.</p>   | <p>Publicações sobre passeios em parques e ao ar livre, praias, piscinas, formatura com as amigas;</p> <p>- Publicações de atividades na academia;</p> <p>Publicações sobre trabalhos e atividades acadêmicas na universidade.</p>  | <p>- tédio, pela questão de todos no Instagram postarem o mesmo assunto sobre pandemia;</p> <p>- Sentimentos de saudades das viagens que fez;</p> <p>- Ansiedade, alegria, alívio sobre as atividades acadêmicas na modalidade online, e nas atividades presenciais expressa alegria em estar de volta e por estar com as amigas.</p>   |
| <p>@italo: Jovem do sexo masculino, cor parda, em sua foto de perfil aparece sorrindo, mostrando dentes, com cabelos no rosto, usando jaleco branco, em um cenário sentado, fazendo pose para a foto.</p> <p>- Em sua biografia utiliza uma frase em inglês, se apresenta como médico veterinário pela UFPI, promotor técnico de uma loja especializada em produtos para animas, com menção para o perfil da loja no Instagram</p> <p>- E faz a sua nacionalidade e data de nascimento.</p> | <p>- Publicações sobre viagens, praias, shopping, festas;</p> <p>- Publicações sobre o trabalho, sobre viagens a trabalho;</p> <p>- Publicações sobre as fotos de formatura;</p> <p>- Publicações de selfies na maior parte delas sorrindo, e em outras, sério, com chapéus na cabeça;</p> <p>- Publicações sobre animais, com animais como cachorros, cavalos.</p> <p>- Publicação sobre a comemoração de seu aniversário em fevereiro de 2022</p> | <p>- Expressa na maior parte das suas publicações emoções como alegria, felicidade, tranquilidade; já que na maior parte delas aparece sorrindo, e quando está na companhia dos amigos;</p> <p>- Expressa algumas publicações que sente saudades das viagens que já fez;</p> <p>- Expressões de gratidão nos momentos de viagem;</p> <p>- Expressão de felicidade na lembrança do seu aniversário, com amigos e familiares;</p> <p>- Não aparece no perfil para compartilhar emoções negativas;</p> |

Fonte: Observações produzidas durante a pesquisa.

Diante da entrevista e das observações que visualizamos nos perfis dos jovens, destacamos que entre as publicações no story houve uma maior expressividade sobre o dia a dia, do cotidiano dos jovens entrevistados, conteúdos que remetiam a seus sentimentos sobre o período pandêmico em que destacamos a ansiedade e o tédio como emoções evidentes em nossas visualizações. Já nas publicações do feed, havia uma maior expressividade de imagens que remetiam a sentimentos positivos como alegria, felicidade, principalmente, no compartilhamento de momentos de viagens, de



saídas mesmo durante a pandemia.

Na visão e expressão dos jovens entrevistados, as publicações por eles compartilhadas remeteram a emoções como ansiedade, tédio, vergonha, raiva, preocupação, insatisfação, como também a alegria, gratidão, felicidade, entre outras emoções. Em relação a tudo que estavam vivenciando durante a pandemia, daquilo que postaram e visualizaram de outras pessoas no Instagram e do que compartilharam entre a lista de melhores amigos. Além disso, os quatro jovens afirmaram que houve uma certa ansiedade para que tudo voltasse logo ao normal, mesmo sabendo que não seria como antes da pandemia.

A expressão das emoções desses jovens em seus perfis, gerou em torno deles uma rede de interação de formas diferente no story, no feed, no direct. De forma mais ampla e polida nas publicações expostas no feed, de forma mais restrita e mais íntima pelas publicações no story e no direct. Fato que segundo afirmou alguns dos jovens, gerou mais liberdade para interagir sobre suas emoções, que nos passou o entendimento de que as expressões das emoções passam por um filtro do que vai ou não para o Instagram. Do que vai para o feed e para o story, demonstrando autocontrole daquilo que se quer expressar e seguindo uma espécie de etiqueta, que dita o que pode ser considerado como positivo e negativo para que ocorra as interações entre os perfis.

### **4.3 Etiqueta de uso da imagem e das emoções nas publicações**

Emoção não é uma substância, entidade que antecipa ou contradiz as ações humanas, mas sim uma dimensão da vida afetiva que se modifica constantemente, por conta da infinidade de possibilidades da interação humana (LE BRETON, 2001, p. 171).

É por meio da interação humana, das normas e dos costumes como enfatiza o sociólogo Norbert Elias (1994) que os nossos comportamentos são moldados e conseqüentemente nossas emoções seguem o código emocional de como devemos nos comportar em relação ao que sentimos e expressamos frente a situações e pessoas nosso cotidiano. Ainda assim, é possível que em algum momento, não tenhamos o controle de nossas emoções, e nesse sentido, vivenciarmos situações

vergonhosas e embaraçosas em nossas relações sociais.

Os quatro jovens entrevistados afirmaram que o Instagram é como um diário online e que durante a pandemia não foi diferente. Entretanto, houve uma atenção para aquilo que publicaram em relação as emoções. O Instagram é feito de imagens e visualizamos que na maioria dos perfis se estabeleceu o feed para publicações, de um modo geral, que tinham um impacto positivo sobre a imagem e que nos remeteram a emoções positivas e agradáveis, isso refletiu também de uma forma positiva na interação por comentários, curtidas, seguidores por exemplo nos perfis dos jovens.

De fato, as pessoas querem mostrar o seu lado de bem com a vida, felizes e bonitas, como enfatiza a antropóloga Sibilía (2016), mas aqui também não podemos excluir que existem perfis direcionados ao compartilhamento de situações ruins no feed que causam formas de interação por comentários, curtidas, seguidores e compartilhamentos, gerando engajamento mesmo que seja por meio de um conteúdo negativo, como no caso dos perfis que noticiaram mortes, crimes, ataques durante a pandemia, por exemplo.

Já no story, situações como um dia ruim que a pessoa está passando, se sentindo mal, triste, autoestima baixa e resolve compartilhar em seu perfil, desabafar; e em torno daquela publicação se constitui uma rede em que as pessoas vão se identificar, vão se acolher, se ajudar. Percebemos que o story possui a tendência de abranger interações tanto de expressão de emoções que podem ser visualizadas tanto positivas quanto negativas. Nesse sentido, cada pessoa em seu perfil pode evidenciar ou não situações do seu cotidiano, assim como expressar ou não o que sente.

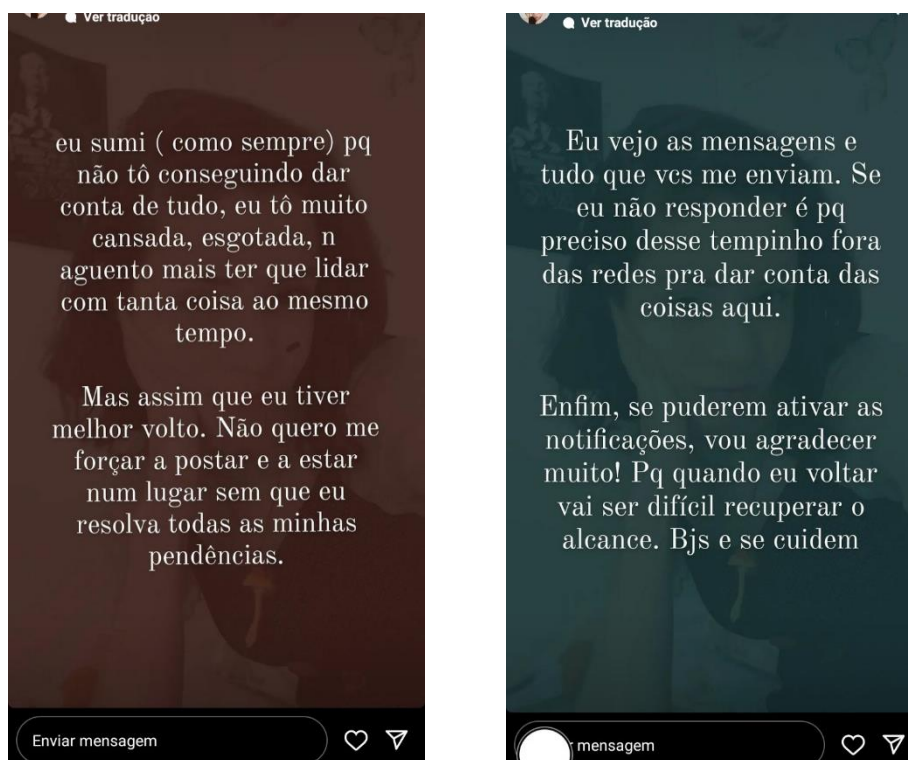
Durante a pandemia os quatro jovens entrevistados afirmaram que sua interação em relação ao Instagram mudou e passaram a evidenciar mais sobre os seus cotidianos. Quando observamos isso nos perfis, recordamos do perfil de uma das jovens que observamos no início da coleta das informações e que por motivos por ela não justificado, não participou da entrevista, mas compartilhou em seu perfil do Instagram, especificamente em publicação do story, um desabafo sobre a ansiedade.

Essa jovem interagiu em seu perfil por meio das caixinhas de perguntas no story e fixou todas as suas respostas nos destaques do seu perfil, percebemos que seja para que os seus seguidores entendam o motivo dela passar longos períodos

sem postar no Instagram, já que por um lado, essa rede social na Internet se tornou um meio de divulgar o seu trabalho artístico de pinturas e maquetes, porém, o seu trabalho demanda tempo, para a construção e modelação dos detalhes e nem todos os seus momentos cotidianos ela postava no Instagram, observamos que o seu perfil estava relacionado de forma mais restrita ao conteúdo de trabalho e a graduação.

Nos chamou atenção que essa jovem compartilhou no story que à medida que sentiu ansiedade e compartilhou sobre isso no seu Instagram, teve a interação de várias pessoas que comentaram em seu direct sobre as suas ansiedades, fazendo com que essa jovem fosse reconfortada a não se sentir sozinha sobre a experiência dessa emoção em seu cotidiano, a seguir relatos compartilhados no perfil da jovem:

Figura 31 – Interações no story sobre ansiedade durante a Pandemia



Fonte: Instagram, setembro, 2021

Entretanto, nem todos os jovens entrevistados expressaram determinados conteúdos em seus perfis no Instagram, mas aqueles que postaram sobre isso, diferenciaram o tipo de publicação que compartilharam no feed e story como comentou um dos jovens:

Em relação a minha etiqueta de uso, eu posto no feed coisas pontuais, é por exemplo eventos como congressos, atividades que eu participo do meio acadêmico, no feed eu posto pouca coisa do meu dia a dia. Já no story não, eu compartilho muito mais o meu dia a dia, eu gosto sempre de expressar o que tá acontecendo comigo, apesar de eu não

ser muito de gravar vídeos, mas eu sempre estou postando foto ou textos de alguma coisa do que eu estou passando ou estou sentindo ou alguma imagem de algum momento que represente o meu humor naquele dia ou alguma situação que eu tenha passado. E o que eu percebo entre os perfis é que as pessoas são da mesma forma, lógico que a grande maioria é postar no feed o dia a dia, aquela coisa de viagem, alegria, e no story tem essa questão mais pessoal, mas para mim eu prefiro postar mais restrito no feed os momentos de conquistas pessoais, enquanto que no story é mais dia a dia mesmo sem o filtro, não tenho filtro de emoções, então se eu estou mal eu manifesto no meu perfil que eu estou mal, ou em forma de texto ou em alguma música que de certa forma descreva aquele meu momento ou em memes. Enquanto no feed não, no feed são mais eventos e as coisas das quais eu quero que as pessoas saibam que eu estou participando, vivendo, coisas importantes para mim (@henrique, 24, 2022).

Por outro lado, observamos e identificamos que esse mesmo jovem que diz não ter filtro das emoções, em relação ao que sente e posta em seu perfil, durante a pandemia afirmou que sentiu emoções e não compartilhou, observamos que além da escolha do jovem de compartilhar ou não determinadas sobre emoções em seu perfil, existiu o autocontrole de suas emoções e em relação ao que postou:

Eu senti todas essas emoções: ansiedade, medo, angústia, mas eu não tive aquilo de postar sobre isso durante a pandemia, por mais que o meu uso ao Instagram tenha aumentado bastante, em relação as essas emoções eu não postava, eu postava realmente mais sobre questões do dia a dia o que eu estava fazendo, as séries que eu estava assistindo, eu comentava sobre muitas séries que as pessoas estavam assistindo e eu acabava assistindo também, criava muita enquete. Eu gosto muito de cozinhar então eu sempre estava cozinhando alguma coisa e postando e perguntando se o pessoal tinha interesse e tal, mas em relação a emoções de estar triste, estar mal, estar infeliz, raramente eu postava, quando eu falava era realmente mais sobre a situação da pandemia em si, a questão das mortes, pessoas próximas que faleceram, da própria doença, sobre a negligência do governo, enfim (@henrique, 24, 2022).

Os outros jovens entrevistados também relataram que durante a pandemia fizeram um autocontrole das suas emoções em seus perfis, que resultou em decidir acerca do que postar. Nem tudo o que eles sentiram postaram. Como enfatizou outro jovem entrevistado que sentiu ansiedade durante a pandemia e não expressou em seu perfil: Eu dei uma segurada não poste nada sobre o assunto, senti vontade, mas não compartilhei no meu perfil (@warney, 24, 2022).

O relatado desse jovem em ter sentido ansiedade, mas ter reprimido de postar a informação, em seu perfil, está relacionado a um conjunto de fatores em que ele já

havia comentado, sobre vivenciar problemas pessoais e não publicar isso em seu perfil. Além disso, identificamos que esse gerenciamento do postar ou não no Instagram, para esse jovem, também está relacionado ao seu trabalho. Esse jovem relatou trabalhar com crianças, que faz publicações sobre momentos do seu trabalho e entre seus seguidores estão seus clientes. Esse relato nos remetendo à perspectiva do trabalho emocional (Hochschild, 2013) conforme pode ser analisado a partir do trecho a seguir:

Principalmente agora depois de formado tem alguns pacientes que me seguem então eu tenho controle do que postar. Não vou fazer ainda e não decidi postar o meu lado profissional com o intuito de atrair pacientes, gerar renda a partir do Instagram, porque eu estou numa fase de descoberta na minha profissão, mas o que eu posto no feed é normalmente, momentos assim, quase 100% dos momentos é felizes da vida, de algum lugar que eu fui, algum show que eu fui, alguma saída que eu fiz com amigos isso pro feed, para o story eu já compartilho mais de mostrar mais o dia a dia, mas não tudo, a gente nunca posta o triste, a aflição a ansiedade, eu nunca posto, é mais ou menos assim que funciona pra mim (@warney, 24, 2022).

Em outra percepção sobre fazer o gerenciamento das publicações em relação as emoções no feed e no story, outro jovem comentou:

O meu feed é basicamente um mosaico de emoções felizes que seguem muito a minha história, então acontece uma coisa interessante na minha vida, se tinha alguma foto interessante eu vou lá público para deixar marcado para sempre, até porque eu digo que o meu Instagram é o meu álbum pessoal, então eu quero saber de alguma coisa eu vou lá e vejo. E o story não, ele já compõe o meu dia a dia e como qualquer outra pessoa tem seus altos e baixos, então eu expressei muito o que está acontecendo no meu dia a dia (@italo, 22, 2022).

Esse gerenciamento das publicações sobre as situações vivenciadas também acontece no story. Nesse espaço, os jovens comentaram que ocorreu uma separação do conteúdo destinado para todos os seguidores visualizarem, com o que foi postado somente com os melhores amigos que se restringiu, na maioria das vezes, a pessoas da família, amigos mais próximos. Isso caracterizou a forma como o jovem interagiu sobre determinado assunto, de forma mais restrita:

Durante a pandemia meu pai foi internado com 35% de comprometimento do pulmão então foi algo que preocupou bastante a gente, ele veio pra cá (Teresina) na época com uma baixa oxigenação, ele quase foi entubado, então durante essa complicação em relação ao covid, eu publiquei né, só nos melhores amigos

avisando meus amigos que meu pai estava passando por um momento difícil e que por isso que eu não estava respondendo muitas pessoas no WhatsApp também, aí a maioria das pessoas interagiram “ah amigo melhoras pra ele”, só queriam saber o quê que ele tinha, outras só visualizaram, mas assim foi como o momento que como te disse felizmente não perdi ninguém durante a pandemia (@italo, 22, 2022).

Esse gerenciamento do que postar, do que publicar no story ou no feed, do que sentir e publicar ou não, está relacionado não apenas com uma etiqueta das emoções, mas também com a etiqueta da própria imagem visualizada nos perfis. Quando associamos o que sentimos e postamos no Instagram a uma etiqueta das emoções, um dos jovens afirmou:

Concordo 100% que existe uma etiqueta das emoções. Isso é ensinado para gente do momento que a gente entra na rede social, a gente ver, seja com um grupo de amigos, seja de um familiar, seja do seu chefe, que você deve e o que não deve postar por N motivos, por exemplo, por você carregar a imagem da empresa, imagem da família, tudo isso está associado sim e é senso comum para mim. Essa questão da etiqueta sempre vai estar presente seja qual for a rede social que você trate, cada uma tem a sua e com o Instagram isso não é diferente (@warney, 24, 2022).

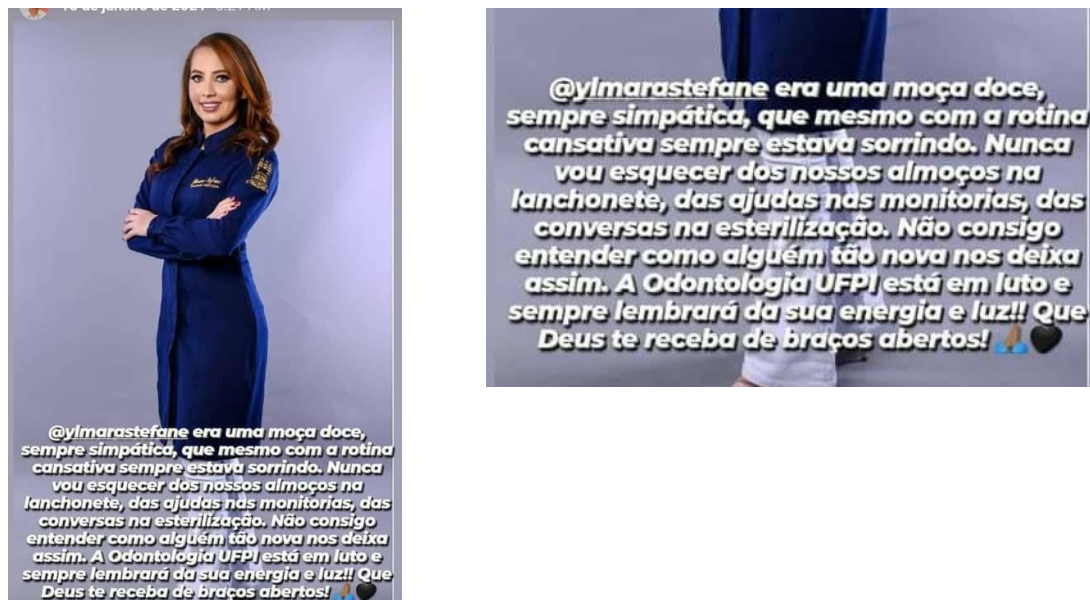
Todos os jovens entrevistados afirmaram que existe uma etiqueta das emoções no Instagram e que fizeram autocontrole de suas emoções para postar em seus perfis. Um dos jovens @luyz, enfatizou que com a pandemia se acentuou mais ainda essa etiqueta das emoções pelo fato de as pessoas, inclusive ele, interagirem mais sobre seus cotidianos e conseqüentemente, sobre suas emoções. Além disso, em relação a essa expressão emocional, todos os jovens entrevistados afirmaram que suas publicações tiveram um significado mais emotivo do que antes da pandemia. Isso ocorreu por causa do isolamento no início, pela questão da incerteza, apesar de escolherem quais emoções compartilharam em seus perfis.

Durante a pandemia, muitas pessoas faleceram e as homenagens de luto no Instagram, ocuparam espaço tanto no feed, quanto no story de forma temporária. Entre os jovens entrevistados, um deles em seu perfil compartilhou publicação no story relacionada ao luto de uma colega da graduação durante a pandemia.

Nesse sentido, também identificamos que existe também uma etiqueta das emoções em relação a pessoas falecidas, nos perfis de amigos, familiares, instituições em que a pessoa falecida trabalhava. Sobre luto, as publicações eram basicamente

uma foto, textos de despedidas, interação por curtidas, comentários, compartilhamentos no story. Como demonstrou um dos jovens nas imagens a seguir:

Figura 32 – Publicação de luto e homenagem no story



Fonte: Instagram, janeiro, 2021.

Dessa forma, as homenagens pelo Instagram configuraram uma ação simbólica de manifestação de expressão para si e para os outros sentimentos Mauss (1980), como tristeza e luto. As pessoas prestaram homenagens, lamentos, expressaram que se sentiram tristes, abaladas, expressaram surpresa, principalmente quando as pessoas relacionadas nas publicações eram jovens, pela forma como a pessoa faleceu. Um dos jovens relacionou a existência de uma etiqueta das emoções em relação as publicações que remetiam a emoções como tristeza:

A maioria das pessoas que eu vejo postar uma coisa mais triste no feed é quando ou perde algum parente ou tem uma perda muito significativa, que aí a gente retrata no feed deixando ali meio que eternizado, já em relação ao meu perfil graças a deus não tive perda de nenhum parente próximo nem durante a pandemia (@italo, 22, 2022).

Relacionamos os relatos dos jovens com o entendimento do sociólogo Túlio Rossi (2020) acerca dos sentimentos subjetivos e a expressão emocional na manifestação externa das emoções. Analisamos conforme observação e entrevistas que a expressão emocional dos jovens em suas publicações ocorreu de forma diferentes para cada um, em que as publicações de momentos que expressaram

emoções alegres, agradáveis expostas no feed, em que fomos remetidos a uma visão mais positivada sobre suas imagens, manifestações e expressões durante a pandemia.

Expressões emocionais sobre o cotidiano foram compartilhadas entre publicações no story entre os jovens. Entretanto, nem todas as emoções foram expressas como afirmaram alguns dos jovens em relação a ansiedade. Cada jovem interagiu de forma diferente, a exemplo disso, um dos jovens @luyz afirmou que sentiu ansiedade, mas resolveu comentar sobre isso por meio de vídeo, por outro lado, os jovens @henrique e @warney afirmaram que sentiram, mas não quiseram publicar, configurando assim diferentes formas de demonstrações das experiências juvenis.

Podemos assim, fazer associação dessa etiqueta das emoções e da imagem utilizadas pelos jovens em suas interações e suas publicações durante a pandemia com os critérios estabelecidos pelo algoritmo do Instagram, que classificam as publicações com base na relevância, no interesse e na interação dos conteúdos compartilhados pelas pessoas.

Acerca do algoritmo, o Blog Instagram (2021) enfatiza que “o Instagram não tem um algoritmo único que define o que as pessoas veem ou não no aplicativo. Na verdade, utilizamos vários algoritmos classificadores e processo, cada um com um propósito”.

Ainda segundo o Blog Instagram (2021) esses classificadores ocorrem em todos os recursos (story, feed, reels, explorar) do Instagram e atendem a uma ordem de importância, como a quantidade de curtidas, o horário e o local em que foi publicado, o número de interações que uma pessoa possui em sua publicação e o histórico de interação dessa pessoa entre as publicações nos perfis.

Relacionamos que as publicações dos jovens entrevistados seguem uma ordem de importância tal como as classificações do algoritmo, no sentido de manter as suas imagens positivadas no perfil. Entretanto, essa observação, não limita ou define as formas de interação dos jovens ao algoritmo, pois exibem formas diferenciadas, em horários de publicações por exemplo, até mesmo porque os jovens entrevistados afirmaram que não usam seus perfis apenas para ter engajamento, e nesse sentido, cada jovem demonstrou uma especificidade para o uso do seu perfil. Dessa forma ainda, os perfis dos jovens nos demonstraram fachadas diversas de



representações (Goffman,1985), em que as impressões transmitidas, configuravam mais impressões positivas.

Quando perguntados acerca de engajamento em suas publicações os jovens entrevistados relataram diferentes perspectivas sobre as suas interações de curtidas, comentários, por exemplo. Para o jovem @italo o engajamento em suas publicações estava relacionado ao dia da publicação e ao conteúdo que estava relacionado:

Depende bastante, muitas vezes uma publicação normal do dia a dia não tem um engajamento tão forte. Nas minhas, o engajamento ocorre principalmente nas publicações de aniversário, conquistas, alguma coisa relacionada ao meu trabalho (@italo, 22, 2022).

Esse jovem entendia que o engajamento nas publicações estava mais relacionado a interação de emoções pontuais como quando pessoas desejam felicidades para a pessoa que estava aniversariando e quando desejavam condolências nas publicações com pessoas que já faleceram. Dessa forma, a expressão dos sentimentos para este jovem configurava como atos simbólicos, em que havia diferença entre as interações de determinadas expressões como alegria para desejar felicidade e a tristeza para expressar o luto, em que a primeira tinha maior alcance de engajamento.

Para o jovem @luyz, as suas publicações de vídeos de humor durante a pandemia, renderam um certo engajamento entre os seus seguidores:

Também acho que tive engajamento sobre as minhas postagens porque muitas pessoas chegaram até mim dizendo que achavam legal, que se identificavam com o que eu estava postando e sentiam o mesmo sentimento, então de certa forma me gerou um certo engajamento, em menor alcance (@luyz, 21, 2022).

Por outro lado, entre os jovens deixaram claro que não tiveram a intenção ou o interesse em se destacar por meio de engajamento em suas publicações, como explicou o jovem @henrique:

Eu acho que depende muito do objetivo da pessoa, quando eu faço publicações, eu não faço com a intenção de ter engajamento, curtida, é que eu vejo o Instagram como diário virtual, mas eu creio que tem muitas pessoas como eu via muitas pessoas fazendo realmente para ter esse engajamento: ah o assunto x está em alta, principalmente na política do cancelamento, na pandemia muitos artistas sendo cancelados. Então eu via que tinha muitas pessoas que gostava, pessoas próximas a mim, gostavam de determinados artistas que ou omitiam a opinião para não serem cancelados, criticados ou criticavam

os artistas só para fazerem parte daquela massa, para se sentir aceito. Mas eu particularmente, sempre fui de expressar minha opinião sim, mas realmente aquilo era algo que ou me incomodava ou que eu tinha realmente lugar de fala, de criticar, e saber que aquela minha crítica ou meu comentário seria plausível, mas nunca na intenção de engajar ou ter curtidas não, logicamente que se você está falando de algum assunto que de uma certa forma está em alta e muitas pessoas compartilham de mesma opinião acaba que tendo essa visibilidade (@henrique, 24, 2022).

Observamos que o aspecto do engajamento comentado pelo jovem @henrique durante a pandemia, atribui a uma escolha das pessoas entre interagir ou omitir opiniões, por outro lado, praticarem o controle do vigiar e punir (Foucault, 1987) em relação as condutas e falas nos perfis em publicações relacionadas a pandemia. Em ambas as formas de interações, para obter engajamento, para não ser cancelado ou para cancelar alguém.

#### **4.4 Contrastes de expressões de emoções nas publicações**

Quando referenciamos o sociólogo Túlio Rossi (2020) para fundamentar que as emoções são estratificamente sociais e podem ser experienciadas de diferentes formas e intensidades pelas pessoas. Durante a pandemia, situações causaram sentimentos como a vergonha, a raiva, o nojo, o embaraço em relação a opiniões, posicionamentos políticos, comportamentos de pessoas em relação ao não cumprimentos das medidas sanitárias, a divulgação de Fake News, movimentos anti-vacinas, por exemplo, geraram repercussão para o engajamento, o linchamento e o cancelamento de diversos perfis no Instagram.

As emoções acima mencionadas conforme Rossi (2020) analisa configuram como emoções subjetivas que estão relacionadas as normas e condutas sociais emocionais. Nesse sentido, quando perguntamos aos jovens se em suas publicações ou visualizações de publicações a outros perfis interagiram sobre emoções relacionadas a vergonha, embaraço, nojo, raiva:

De outras pessoas sim eu ficava com muita vergonha alheia quando eu via muitas pessoas organizando festas, que para mim foi impactante e que para essas pessoas era uma forma de engajamento, porque acabava que as pessoas iam interagir e gerava isso para essas pessoas (@luyz, 21, 2022).

No início da pandemia, muitas pessoas fugiram do comportamento socialmente adequado diante da situação que estávamos vivenciando, muitas pessoas ignoraram as medidas sanitárias, mesmo sabendo das proibições estavam nas praias, estavam nas festas, não usaram máscaras e faziam dessas situações momentos de lacração em seus perfis, postaram pela busca de um engajamento, porque mesmo que tenha repercutido negativamente, aquela situação gerou uma certa visibilidade ao perfil.

Eu via muitas pessoas postando coisas dos quais realmente me fizeram ficar com vergonha, como toda e qualquer opinião que fugia do humano, do empático, de ver a situação que a gente estava vivendo e a pessoa comentar coisas que muitas vezes, podia não ser algo intencional, mas aproveitar disso, para fazer comentários assim sem muita humanidade, geralmente isso me gerava revolta e me gerava muita vergonha alheia (@henrique, 24, 2022).

Pessoas publicaram posicionamentos divergentes, banalizaram a pandemia, as mortes e estavam preocupados apenas em um engajamento em seus perfis, fizeram com que esses jovens sentissem vergonha alheia. Um dos jovens, comentou que deixou de seguir pessoas, quando não concordava com o comportamento, o posicionamento delas, com o conteúdo compartilhado e que essas situações para ele serviam para filtrar os seus seguidores e as pessoas que ele seguia:

Deixei de seguir sem problema nenhum, inclusive pessoas que eu já considerava amigos e aí eu vi alguns posicionamentos bloqueei e desbloqueei na mesma hora, porque quando você desbloqueia a pessoa, ela deixa de te seguir automaticamente, é só isso eu faço (@italo, 22, 2022).

As situações relatadas pelos jovens, demonstraram como suas conexões em seus perfis eram distribuídas entre os laços sociais com os quais eles interagiram e se relacionaram no âmbito desse espaço. Dessa forma, conforme a troca entre os perfis despertava sentimentos considerados desagradáveis pelos jovens, a interação era rompida.

Por outro lado, esses sentimentos em relação a vergonha, ao embaraço, ao medo, a insegurança, ansiedade tiveram outro sentido, quando relacionados aos conteúdos que os jovens postaram em seus perfis. Um exemplo disso, foi quando um dos jovens ressaltou que durante a pandemia estava passando pela descoberta da sexualidade, que conheceu seu namorado durante a flexibilização das atividades e ao fazer a sua primeira publicação sobre o seu namoro no Instagram, sentiu medo dos

comentários que viesse a receber e comentou:

Sentimentos que eu senti da primeira publicação que postei sobre o meu relacionamento foi nervosismo, ansiedade insegurança, medo do que as pessoas fossem falar. Mas desde que eu me manifestei assim publicamente lá no Instagram nunca tive nenhum tipo de comentário negativo em post, via DM (direct) eu acho que foi o contrário desde que eu publiquei esse meu lado eu tenho conquistado mais e mais amigos, as pessoas da academia que porventura se veem e disso já começa uma conversa, começa a conversar na academia ou algum amigo que eu tenho que é mais aquela amizade virtual, que a gente não se encontra muito. Então isso acaba sendo um pretexto para a gente conversar, puxar assunto. Depois disso, não me gerou nenhum sentimento ruim não (@warney, 24, 2022).

Outro jovem que já namorava antes da pandemia, comentou que publicava pouco sobre esse aspecto da sua vida e que separava o que compartilhava sobre suas emoções nos melhores amigos no Instagram, do que era postado para o restante dos seguidores, porque preferia compartilhar suas emoções com aqueles que ele considerava mais íntimo:

Meu relacionamento não é uma coisa que eu deixo tão público, então é algo que eu mantenho mais para mim ou que eu posto mais nos meus melhores amigos. Então eu já tenho mais de 5 anos de relacionamento e não é uma coisa que eu tenho uma foto postada no Instagram: Ah eu namoro essa pessoa”. Não. É algo bem mais para meu círculo mais íntimo. Então as emoções relacionadas a isso se restringem aquilo que é postada para grande audiência e para os melhores amigos (@italo, 22, 2022).

O sentimento de ansiedade foi apresentado em sentidos diferentes entre os jovens entrevistados, quando o jovem @italo por exemplo, comentou que sentiu mais ansiedade para tomar vacina do que para o fim da pandemia, quando os jovens @henrique e @warney afirmaram que sentiram ansiedade, mas não expressaram nada em seus perfis no Instagram, quando o jovem @luyz afirmou que sentiu ansiedade e resolveu expressar em forma de vídeo em seu perfil. São emoções que Rossi (2020) afirma ser subjetivas, psicológicas e sociais; sentidas e experimentadas em intensidades e formas diferentes entre pessoas e as classes sociais em que estão inseridas.

O relato desses jovens compreende a diversidade e por outro lado marcadores de gênero e classe que ocorre nas especificidades do online, nos comportamentos e na visibilidade dada em relação ao que postaram sobre as suas vidas, apresentando

diferentes percepções de experiências e expressões emocionais afetados pela classe social em que estavam inseridos, seja por questões de gênero, de raça, assim como por questões geográficas, regionais, por exemplo.

Os jovens afirmaram durante entrevista que se consideravam como classe social baixa e classe média baixa e que suas expressões emocionais seguiam o parâmetro da realidade social em que cada um estava inserido. Nesse sentido, são estudantes e estudantes que trabalhavam e afirmaram ser mais importante expressar e deixar público para as pessoas suas publicações de momentos que consideravam como conquistas pessoais. Dessa forma, o capital social construído em torno do que os jovens escolheram compartilhar geravam conexões de valor e visibilidade nas interações que se identificavam com as impressões transmitidas e em suas conexões.

As emoções transmitidas pelos jovens em suas publicações estavam conectadas aos valores que cada um atribuiu em suas diversas realidade: jovem @warney relatou que em seu perfil gostava de postar momentos de sucesso, em seu trabalho quando atendia uma pessoa que ficava satisfeita e passava a segui-lo. O jovem @italo relatou que os momentos bons que compartilhava no Instagram eram em lugares, viagens, mimos que ele proporcionava a si mesmo graças ao seu trabalho. O @henrique relatou que gostava de publicar os momentos em eventos acadêmicos, e as oportunidades de viagens por meio disso, nessas respostas encontramos a expressão de alegria, de felicidade que eles demonstraram em suas publicações.

Em outro entendimento sobre as emoções na pesquisa, relacionamos a socióloga Hochschild (2013) que fundamenta que as emoções podem ser controladas, suprimidas e gerenciadas, assim como são atribuídas a modos diferentes entre homens e mulheres. Acerca das emoções em relação ao gênero, onde aos homens atribui-se o controle das emoções e as mulheres são atribuídos os impulsos emocionais, os jovens entrevistados apresentaram diferentes opiniões e relacionaram isso ao que publicaram e visualizaram nos perfis do Instagram:

Eu tenho uma visão de que não concordo com o que é estabelecido entre o que é emoção de homem e de mulher, mas considero que esse pensamento existe, mas que é muito machista e na minha visão tanto homem quanto mulher podem postar o que quiser, como se sentir, mais agradável, para mim não tenho essa distinção (@warney, 24, 2022).

Em relação a diferença e intensidade de expressão de gênero no espaço do Instagram, os jovens comentaram diferentes percepções do que visualizaram em seus perfis:

Eu hoje não percebo mais isso, essa questão de ter um gênero que poste mais ou possa ser que a intenção por trás do post seja diferente em relação ao gênero. Mas essa questão de homem e mulher estar postando mais ou menos sobre as suas emoções, eu vejo que não tem mais isso, eu posso até arriscar a dizer que a pandemia possa ter mudado isso, mas antes da pandemia poderia ser mesmo, que vamos supor as mulheres postassem mais sobre as suas emoções, porque a mulher é mais desinibida, mais de bem com a vida, interage mais; e o homem é mais pontual, no meu ponto de vista" (@henrique, 24, 2022).

Em outra percepção, um dos jovens comentou que além de existir o pensamento de que as mulheres são mais emotivas que os homens, percebia que no Instagram algumas pessoas e até ele mesmo por alguns momentos considerava que mulheres e homoafetivos eram mais emotivos que os homens:

As pessoas, não todas, já tem isso na cabeça, de que até os homossexuais são associados a figura feminina em ter o comportamento um pouco mais emotivo. Eu tento não fazer esse julgamento, mas como é uma coisa muito estrutural, às vezes passa o pensamento na minha cabeça, eu não vou ser hipócrita de dizer que nunca passou esse pensamento na minha cabeça de ver em algumas pessoas e pensar: ah emocionado. Mas nem sempre eu associo muito, porque o público que me segue é um público muito mais homossexual, mulheres e poucas pessoas heteros, normalmente eu sigo muito por esse nicho.

O relato dos jovens entrevistados demonstrou entendimentos diversos acerca da existência ou não de diferenças entre o que o homem e a mulher publicam em seus perfis sobre emoções, na forma como visualizaram outras publicações. Entre as falas dos jovens que se identificaram sua sexualidades e relacionamentos, as expressões das emoções também foram suprimidas na dinâmica das publicações e que podem estar relacionados a marcadores como da visibilidade, do que postar, do que expressar no Instagram, do que pode ser aceito ou não.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa estudou emoções e contribuiu no entendimento acerca de como nos controlamos e nos comportamos ao expressá-las em nosso cotidiano, principalmente nas dinâmicas de interação online posto que nesse espaço também são ditadas regras de visibilidade e da própria sociedade. Vivenciar a Pandemia, afetou as nossas emoções e expectativas em relação ao futuro, assim como de muitas pessoas e jovens. Nos fez sentir medo e ao mesmo tempo ansiedade, estresse, entre outros sentimentos que foram ou não expressados, compartilhados na dimensão do online.

A Pandemia também impactou a produção de pesquisas em andamento, assim como as formas com que passaram a ser produzidas na modalidade online, possibilitando assim, suporte e andamento, embora com implicações entre pesquisadores e participantes. Ainda que o nosso campo de pesquisa já contemplasse a dimensão online, chamou atenção o fato de os jovens optarem pela interação durante a entrevista na modalidade online, mesmo em não nos apresentarmos mais em situação de isolamento que nos impedisse do contato presencial.

Nossa intenção foi analisar as relações sociais de jovens no Instagram e as formas como eles expressaram as suas emoções durante a pandemia da Covid-19. Exploramos um campo de pesquisa em que já estávamos inseridos e que assim como os jovens participantes da pesquisa utilizamos para interagir, antes e no decorrer do contexto da Pandemia.

Compreendemos que as emoções são personalíssimas, está na diversidade de como nos expressamos, vivenciamos, sentimos, compartilhamos. Podemos reprimir, controlar, escancarar, se identificar com aquela emoção compartilhada, mas as emoções acontecem em intensidades diferentes. Essas perspectivas foram demonstradas nas observações e nas entrevistas com os jovens que nos possibilitou identificar significados diversos sobre o fenômeno das emoções expressas de forma públicas e privadas com nossas de conexões na rede social, nas várias formas de visibilidade e relacionarmos ao expressamos de nós, o que queremos que as pessoas vejam, o que visualizamos dos outros, o as outras pessoas querem transmitir para

nós.

No Instagram, as perspectivas sobre emoções acima mencionadas, foram demonstradas de formas diversas entre publicações de Reels, Story e Feed, que compreenderam o compartilhamento de conteúdos diversos como foto, música, texto, vídeo, memes, hashtags, que transmitiam a expressão de emoção dos jovens em sua diversidade de cotidianos.

Durante a Pandemia, o Instagram configurou para os jovens um espaço de interação pela situação vivenciada no distanciamento físico imposto pelas restrições sanitárias, a falta de mobilidade aos espaços que frequentavam, como bares, restaurantes, a universidade, shoppings, evidenciou-se para a mais ainda esse espaço para interação e por meio dele o compartilhamento das diversas experiências emocionais, se tornando uma espécie de diário pandêmico virtual e espaço no processo de territorialização e desterritorialização de interação para os jovens

Sob a perspectiva da visibilidade nas publicações dos jovens, a percepção que tivemos de seus perfis, são configurações de fachadas de representação da vida real em que as expressões e impressões enfatizam e transmitem em sua maioria emoções positivas, que estão principalmente nas publicações que ficam expostas no feed. Não que os jovens apenas tenham expressado emoções positivas nesse período, mas que foram a que mais estiveram presentes, sendo também expressadas no story, embora alguns jovens também tenham manifestado emoções negativas.

Em relação a perspectiva de visibilidade dos jovens, eles admitem que compartilharam mais publicações de seus cotidianos que remetiam a expressões de emoções positivas em seus perfis durante a pandemia, embora alguns tenham afirmado que compartilharam pouco sobre emoções negativas, como tédio, ansiedade, por exemplo, e outros jovens tenham admitido que manifestaram as mesmas emoções como medo, ansiedade, vergonha, essas emoções foram sentidas, transmitidas e emitidas de formas diferentes pelos jovens, caracterizando especificidades de gerenciamento das emoções que sentiram e expressaram em seus perfis.

Além disso, emoções expressadas por jovens no story também seguiam uma dinâmica para as publicações primeiro, pelo autocontrole que os jovens admitiram de quais emoções postar, por mais que tenham vivenciado e sentido determinadas



emoções negativas como o medo e a ansiedade, para alguns dos jovens, não houve o interesse em tornar público ou evidenciar essas emoções em seus perfis. Segundo, por sentirem, expressarem e restringirem emoções, e nesse sentido, escolherem com quais conexões de laços sociais compartilhar, como por exemplo, interações de publicações selecionadas para melhores amigos e interação por direct.

A pesquisa também possibilitou o entendimento sobre expressões e interações acerca das emoções como marcadores de gênero, classe social, de sexualidade, caracterizando espaços simbólicos de expressão para si e para suas conexões no Instagram, e por essas questões nem todos os jovens compartilharam sentimentos como o medo, a ansiedade, o tédio que sentiram durante a pandemia, mas a pandemia fez com um dos jovens perdesse o medo de não ser aceito por expressar sobre seu relacionamento e sexualidade, pelo fato dos comportamentos e posicionamentos não democráticos nesse espaço.

Assim como nem todos os jovens sentiram vergonha ou se reprimiram em expressar as suas emoções durante a pandemia, entretanto houve jovens que sentiram vergonha alheia das atitudes e expressões em publicações compartilhadas por pessoas próximas e conhecidas em relação a esse contexto, configurando formas de expressões e impressões das emoções sobre seus sentimentos subjetivos que adentram as normas e condutas sociais também na dimensão online.

Evidenciamos nesse sentido, que mesmo durante a pandemia, em que toda a sociedade estava vivenciando momentos críticos de medo e incertezas, principalmente para os jovens nesta pesquisa, suas publicações mantiveram o fluxo de expressões de emoções positivas para o feed, no compartilhamento de imagens tiradas antes da pandemia, como referência ao #tbt, de momentos quando as atividades começaram a ser flexibilizadas, configurando uma dinâmica de etiqueta da imagem e das emoções a serem transmitidas, com ênfase na forma harmônica e agradável nos perfis, afinal o feed é como um cartão de visita para as interações de curtidas, comentários, seguidores.

Compreendemos que as emoções apresentam percepções, motivações e expressões distintas que estão relacionadas com as situações que os jovens vivenciaram em seus cotidianos durante a pandemia, das suas relações sociais, das classes sociais em que estavam inseridos. Esses jovens sentiram, reprimiram, controlaram, manifestaram, expressaram as suas emoções, e suas afirmações nos

conduziram a percepção de que para alguns jovens, acima das interações de suas expressões emocionais, estava a preocupação com a imagem que é o capital social que transmitem e movimentam as suas conexões por meio do Instagram.

Embora nosso foco tenha sido a abordagem das emoções juvenis no Instagram onde exploramos especificidades relacionadas a conexões de laços sociais e interações, formas de apropriação, expressão e visibilidade por jovens, entre os marcadores de gênero e classe. Este campo se mostra complexo e rico em aprofundamentos e explorações futuras; e a partir desta pesquisa, exploraremos implicações como a fluidez de identidades nesse espaço, que podem também ser motivadas sob estado de alguma emoção, assim como abordar especificidades presentes e ocultas em outras dinâmicas e aspectos da vida social na dimensão desse espaço.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, Bianca. **#tbt e o problema da instantaneidade e do imediatismo no Instagram**. Trabalho apresentado ao GP de Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2017.

ANDRADE, Claudia. **Transição para a idade adulta**: das condições sociais às implicações psicológicas. *Análise psicológica*, VII 2(28), 255-267, 2010.

ANDRADE, Everaldo. **México 1968**: O Massacre de Tlatelolco e a Universidade Latino-Americana. In: *Projeto História*, São Paulo, n. 36, p. 185-196, jun. 2008.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2ª edição. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BEZERRA, Lucas; GIBERTONI, Daniela. **As mídias sociais durante a Pandemia do Covid-19**: análise comportamental dos usuários durante este período e as possibilidades para o futuro. *Revista Interface Tecnológica*, [S.l.], v. 19, n.2, p. 144-156, 2021. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1239> Acesso em 27 de jan. de 2023.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

BLOG INSTAGRAM. **Compartilhe com seus melhores amigos no Instagram Stories**. Publicado em 30 de novembro de 2018. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/curate-instagram-stories-for-close-friends-only> . Acesso em: 20 jun. 2022.

BLOG INSTAGRAM. **Apresentamos o recurso do Reels no Instagram**. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement> . Publicado em 5 de agosto de 2020. Acesso em: 20 jun. 2022.

BLOG INSTAGRAM. **Explicando melhor o funcionamento do Instagram**. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works> . Publicado em: 8 de junho de 2021. Acesso em: 04 de out. 2022.

BOURDIEU, Pierre. **A juventude é apenas uma palavra**. Questões de Sociologia. Rio de Janeiro. Ed. Marco Zero Ltda. 1983.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) **Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel para uso pessoal**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=34949&t=resultados> . Acesso em: 04 out. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2003.

CHMIEL, Silvina. El milagro de la eterna juventud. In: MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo (Ed). **La juventude es más que una palabra**. Buenos Aires, Editorial Biblos, 2000.

COBO, Cristóbal. et al. **Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión em América Latina**. Montevideo, Uruguay: Peguin Random House. 2018.

CONSELHO NACIONAL DA JUVENTUDE. **Pesquisa Juventudes e a Pandemia do Coronavírus**. Relatório de resultados, junho de 2020. Disponível em: <https://atlasdasjuventudes.com.br/juventudes-e-a-pandemia-do-coronavirus> Acesso em: 14 fev. 2022.

CONSELHO NACIONAL DA JUVENTUDE. **Pesquisa Juventudes e a Pandemia do Coronavírus**. Relatório Nacional, 2ª edição, maio de 2021. Disponível em: <https://atlasdasjuventudes.com.br/biblioteca/pesquisa-juventudes-e-a-pandemia-do-coronavirus-2021/> Acesso em: 14 fev. 2022.

COSTA, Douglas; VIEIRA, Maria Dolores. **Visualizando cibercultura em rastros digitais juvenis no Instagram**. Revista Interdisciplinar de Ciências Aplicadas V. 4, n.7, junho, 2019.

CRUZ, Elena; PEREIRA, Cláudia. **Rebeldes sem causa**: a juventude como agente de mudança social numa perspectiva histórica europeia. Revista Conhecimento e Diversidade, Niterói, v. 13, n.29, p, 37-39, jan./abr., 2021.

DUQUE, Daniel. **Pobreza e desigualdade aumentam de novo**: PNAD Contínua Covid mostrou impacto do Auxílio Emergencial nos indivíduos sociais. 2020. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2021/05/21/a-pandemia-agravou-a-desigualdade-de-renda-e-a-pobreza-no-brasil/> Acesso em: 12 mar. 2022.

DURKHEIM, Émile. **Sociologia**. Org. José Albertino Rodrigues. São Paulo: Ática, 1994.

ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador. Uma História de Costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed. Vol. 2, 1994.

FEIXA, Carles. **De las Tribus Urbanas a las Culturas Juveniles. Revista de Estudios de Juventud**. Ed. n. 64, Injuve, março de 2004.

FEIXA, Carles. **De La Generación @ a La #Generación: La juventude em La Era Digital**. Barcelona: Nuevos Empredimientos Editoriales, 2014.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: o nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987.

FREITAS, Tânia. **As implicações da etnografia on-line**. Webinar 2. 3 jul. 2020. In: YOUTUBE. Lav- Laboratório de Antropologia Visual. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=odSffFKVw64> .Acesso em 2 fev. 2023.

GARSON, Marcelo. **Anos 60: o outro lado da juventude**. Trabalho apresentado ao XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul. 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2733-1.pdf> .Acesso em: jan. de 2023.

GABRIELA Pugliesi diz que coronavírus estabeleceu a igualdade social e é criticada. **Caras**. 2020. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/atualidades/gabriela-pugliesi-diz-que-coronavirus-estabeleceu-igualdade-social-e-e-criticada.phtml> . Acesso em: out. de 2022.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GUNTHER, A. **The selfie: disease and emblem of the connected image**. In: #selfie. Imag(in)ing the self in digital media. Book of abstracts. 2015.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 15 ed. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2006.

HINE, Christine. **Por uma etnografia para a Internet: transformações e novos desafios**. Entrevista concedida a Bruno Campanella. Revista Matrizes, São Paulo,

Brasil, v. 9, n. 2, p. 167-173, jul./dez. 2015a.

HINE, Christine. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Huntingdon, GBR: Bloomsbury Publishing, 2015b.

HOBBSAWM, Eric. **A Era dos Extremos – O Breve Século XX (1914-1991)**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOCHSCHILD, Arlie. Trabalho emocional, regras de sentimentos e estrutura social. In COELHO, Maria Cláudia (org). **Estudos sobre interação: textos escolhidos**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2013.

HOWE, Neil; STRAUSS, William. **Millennials Rising: The next great generation**. New York: Vintage Books, 2000.

KEHL, Maria Rita. **A Juventude como Sintonia de Cultura**. Revista Juventude. Em Novaes, R. & Vannuchi, P. (Orgs), *Juventude e Sociedade: Trabalho, Educação, Cultura e Participação*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

KROLOW, Priscila. **Experiências Instagramáveis nos Brunches em Lisboa: a busca por sabor ou likes?**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais. 2019.

LE BRETON, David. **Anthropologie du corps et modernité**. Paris: PUF, 2001.

LE MOS, André. **Ciberespaço e Tecnologias Móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura**. Facom UFBA, 2005.

MAUSS, Marcel. **A Expressão Obrigatória dos Sentimentos**. In: FIGUEIRA, S. (Org), *Psicanálise e Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980. Pp. 56-63.

MALINONOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Editora Abril, 1984.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. **“La juventud es más que una palabra”**. In: Margulis, M. (ed.). *La juventude es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos, 2008.

MÜLLER, Elaine. O conceito de transição e o curso da vida contemporâneo. Revista

Feminismos. Vol.1, n. 3, set-dez. 2013.

OSCAR, Léon; ABRAMO, Helena. Condição Juvenil no Brasil Contemporâneo. In: ABRAMO, H., W.; BRANCO, P. P. M. (Orgs). **Retratos da Juventude Brasileira: análises de uma pesquisa nacional**. São Paulo: Instituto Cidadania/ Fundação Perseu Abramo, 2005, p. 37-72.

ONU BRASIL. **OMS: “Os jovens não são invencíveis contra o coronavírus”**. YouTube, 31 de março de 2020.

ORGANIZAÇÃO PAN AMERICANA DA SAÚDE. **Histórico da Pandemia de COVID-19**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19> Acesso em: 22 fev. 2022.

PAIS, José Machado. **Culturas Juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2003.

PAIS, José Machado; LACERDA, Miriam; OLIVEIRA, Víctor. **Juventudes contemporâneas, cotidiano e inquietações de pesquisadores em educação – uma entrevista com José Machado Pais**. Educar em Revista, Curitiba, Brasil, n. 64, p. 301-313, abr/jun. 2017.

PIAUI. **Decreto nº 19.888 de 25 de julho de 2021**. Dispõe sobre as medidas sanitárias excepcionais a serem adotadas do dia 26 de julho ao dia 1º de agosto de 2021, em todo o Estado do Piauí, voltadas para o enfrentamento das outras providências.

PIZA, Mariana Vassallo. **O Fenômeno no Instagram: considerações sobre perspectivas tecnológicas**. Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

PORTELLI, Alessandro. **Tentando entender um pouquinho. Algumas reflexões sobre a ética na História Oral**. Projeto História 15.Ética e História Oral, Abril. 1997.

PRENSKY, Marc. **Nativos Digitais, Imigrantes Digitais**. Tradução Roberta de Moraes Jesus de Souza. De On the Horizont. Oxford, v. 9 n.5, p.1-6, jan. 2001.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

REVISTA QUEM. **Coronavírus: Gabriela Pugliesi é criticada ao dizer que pandemia ‘estabeleceu igualdade social’**. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/03/coronavirus-gabriela->

[pugliesi-e-criticada-ao-dizer-que-pandemia-estabeleceu-igualdade-social.html](#) . Acesso em 04 de out. de 2022.

RIVERA, Ursula; et al. Emoções e Pandemia: uma análise das narrativas de jovens latino-americanos e caribenhos. In: **Trajetórias/Práticas juvenis em tempos de pandemia da covid-19**. ABRAMOVAY, Miriam et al(org). Brasília, DF: Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais, 2022.

ROSALDO, Michele. **Toward na anthropology of self and feeling**. In: SHWEDER, R.; EVINE, R. (orgs). Culture theory: essays on mind, self, and emotion. Cambridge: Cambridge University Press, 1984, p. 137-157.

ROSSI, Túlio. **Live 1- Emoções e Pandemia com Prof. Dr. Túlio Rossi**. 26. fev. 2020. In: YOUTUBE. CUIDADO E SOCIEDADE GRUPO DE PESQUISA. 26 de junho de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l2ypKmdvrz8> Acesso: 13 jul. 2021.

SANTOS, Lídia. **A Era Dourada Brasileira, a Emergência da Juventude e os Conflitos de Geração. Histórias e Culturas**. Revista Eletrônica do Mestrado Acadêmico em História de UECE. V. 1, n.2, jul. Dez. 2013.

SCHEFF, Thomas J. **Microsociology: discourse, emotion, and social structure**. Chicago: University of Chicago Press. 1990.

SEGATA, Jean. **As implicações da etnografia on-line**. Webinar 5. 3 jul. 2020. In: YOUTUBE. Lav- Laboratório de Antropologia Visual. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=odSffFKVw64> .Acesso em 2 fev. 2023.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Contraponto. 2016.

SOUZA, Karla; CUNHA, Mônica. **Impacto das redes sociais digitais na saúde mental de adolescentes e jovens**. In: Workshop sobre as Implicações da Computação na Sociedade. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2020.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ. **UFPI no Instagram**. Disponível em: <https://www.ufpi.br/ultimas-noticias-ufpi/6505-ufpi-no-instagram> . Acesso em 04 out. de 2022.

VAILAT, Alex. **As implicações da etnografia on-line**. Webinar 1. 3 jul. 2020. In: YOUTUBE. Lav- Laboratório de Antropologia Visual. Disponível em:



<https://www.youtube.com/watch?v=odSffKVw64> .Acesso em 2 fev. 2023.

## GLOSSÁRIO

Direct Messenger: recurso em que são enviadas as mensagens entre os usuários.

Emoji: representações gráficas para transmitir emoções e expressões.

Feed: espaço do Instagram em que são compartilhadas as publicações de imagens, textos e vídeos.

Hashtag: palavras-chaves antecidas do símbolo # associadas a um determinado tópico ou assunto.

Instagram Shop: recurso de visualização, escolha e compra de produtos em lojas virtuais sem sair do Instagram.

Mood: que significa humor em português, caracteriza o modo como a pessoa está se sentindo, evidenciando na publicação compartilhada.

Reels: vídeos curtos criados com edição de filtros, áudios e textos.

Selfie: fotografia que a pessoa tira de si mesma e que podem envolver várias pessoas.

Story: recurso de interação no Instagram em que são compartilhados imagens, vídeos, textos, com edição de filtros e duração de 24 horas.

Username: nome de usuário.

TBT: Sigla para throwbackthursday, que em tradução livre significa “de volta à quinta-feira”

Timeline: espaço de visualização das publicações dos perfis que seguimos.

## APÊNDICE A

### Roteiro de Observação

Perfil escolhido:

Descrição: características e biografia do perfil.

Estratégia utilizada para observação: Notificação das publicações para descrição dos horários em que mais ocorriam as publicações.

Forma da publicação: feed, story, reels e descrição dos recursos que mais usavam para fazer publicações.

Descrição dos tipos de publicações: acadêmico, profissional, lazer, relações sociais, selfies sozinhos, com pessoas, em lugares para cobrir impressões e características faciais e gestuais;

Expressões de emoções transmitidas nas publicações compartilhadas por story, legendas nas publicações do feed, emojis, comentários;

Formas de Interações em curtidas, comentários, emojis, publicações no story ou no feed.

## APÊNDICE B

### Roteiro de Entrevista

- 1- Durante a pandemia de onde você estava postando no Instagram?
- 2- Qual a sua classe social?
- 3- A pandemia impactou a sua interação no Instagram?
- 4- No início da pandemia que emoções você expressou em seu perfil no story?
- 5- Durante a pandemia você fez autocontrole das suas emoções em relação as suas postagens?
- 6- Quais emoções você não sentiu vontade, necessidade, ou motivos para expressar em seu perfil?
- 7- Durante a flexibilização das atividades e da vacinação que emoções você sentiu e expressou em suas postagens sobre o seu cotidiano?
- 8- Visualizamos que existe uma diferença nos perfis dos jovens entre o que é postado no feed e o que é postado no story. Para você existe uma etiqueta da imagem e das emoções que são compartilhadas em seu perfil? Em algum momento você utiliza disso para engajamento de suas publicações em relação a curtidas, comentários e seguidores?
- 9- Como as suas postagens impactavam em relação a expressão de suas emoções nas interações pelo direct?
- 10- Em algum momento durante a pandemia você apagou ou arquivou alguma publicação do feed ou story?
- 11- Em algum momento você postou ou visualizou em outras postagens situação que te remeteram a emoções como raiva, nojo, vergonha?
- 12- Na sua opinião, que existe diferença de gênero em relação a expressões de emoções no Instagram?

## APÊNDICE C



### UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA



#### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Pesquisa:** Emoções Instagramáveis: Manifestações e Expressões Juvenis na Pandemia de Covid-19

Prezado (a) Senhor (a)

Você está sendo convidado (a) a participar como voluntário(a) da pesquisa denominada Emoções Instagramáveis: Manifestações e Expressões Juvenis na Pandemia de Covid-19. Esta pesquisa está sob a responsabilidade da pesquisadora Fernanda Sousa Rodrigues, discente do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Piauí. Esta pesquisa tem por finalidade o estudo das relações sociais de jovens e as emoções manifestadas e expressadas durante a Pandemia de Covid-19 por meio do Instagram. A realização da pesquisa consistirá em aplicação de questionário por meio do Google Forms e entrevistas. Neste sentido, solicitamos sua colaboração mediante a assinatura desse termo. Este documento, chamado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), visa assegurar seus direitos como participante. Se houver perguntas antes ou mesmo depois de indicar sua concordância, você poderá esclarecê-las com o pesquisador responsável pela pesquisa através dos seguintes telefones Fernanda - (86) 99522-1305. Se mesmo assim, as dúvidas ainda persistirem você pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFPI, que acompanha e analisa as pesquisas científicas que envolvem seres humanos, no Campus Universitário Ministro Petrônio Portella, Bairro Ininga, Teresina –PI, telefone (86) 3237-2332, e-mail: [cep.ufpi@ufpi.edu.br](mailto:cep.ufpi@ufpi.edu.br); no horário de atendimento ao público, segunda a sexta, manhã: 08h00 às 12h00 e a tarde: 14h00 às 18h00. Caso decida não participar ou retirar seu consentimento a qualquer momento da pesquisa, não haverá nenhum tipo de penalização ou prejuízo e o (os) pesquisador estará a sua disposição para qualquer esclarecimento.

Os resultados obtidos nesta pesquisa serão utilizados para fins acadêmico científicos (divulgação em revistas e em eventos científicos) e os pesquisadores se comprometem a manter o sigilo e identidade anônima, como estabelecem as Resoluções do Conselho Nacional de Saúde nº. 466/2012 e 510/2016 e a Norma Operacional 01 de 2013 do Conselho Nacional de Saúde,

que tratam de normas regulamentadoras de pesquisas que envolvem seres humanos. E você terá livre acesso as todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo, bem como lhe é garantido acesso a seus resultados.

Esclareço ainda que você não terá nenhum custo com a pesquisa, e caso haja por qualquer motivo, asseguramos que você será devidamente ressarcido. Não haverá nenhum tipo de pagamento por sua participação, ela é voluntária. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente de sua participação neste estudo você poderá ser indenizado conforme determina a Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, bem como lhe será garantido a assistência integral.

Após os devidos esclarecimentos e estando ciente de acordo com os que me foi exposto, Eu \_\_\_\_\_ declaro que aceito participar desta pesquisa, dando pleno consentimento para uso das informações por mim prestadas. Para tanto, assino este consentimento em duas vias, rubrico todas as páginas e fico com a posse de uma delas.

Preencher quando necessário:

- Autorizo a captação de imagem e voz por meio de gravação, filmagem e/ou fotos;
- Não autorizo a captação de imagem e voz por meio de gravação e/ou filmagem.
- Autorizo apenas a captação de voz por meio da gravação;
- Autorizo o uso de imagens do meu perfil na rede social Instagram;

Local e data: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Participante

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Pesquisador Responsável