
Diários da pandemia: caracterizando o *sensorium* urbano de dentro da crise mundial de saúde em 2020-2021¹

Fernanda Elouise BUDAG²
FAPCOM e USJT, São Paulo, SP

Resumo

Partindo do pressuposto de que a atual crise de saúde deslocou nossos olhares sobre como experienciamos o cotidiano e como nos comunicamos, o texto pretende pensar sobre a vida cotidiana urbana durante a pandemia de Covid-19 e sobre como ressoam nela os produtos materiais e simbólicos, questionando o que estaria caracterizando o *sensorium* (BENJAMIN, 1994) urbano nesse período. Estudamos esse cenário a partir da exposição virtual “Diários da pandemia: um dia por vez”, organizada pelo Museu da Pessoa, que coletou relatos cotidianos sobre a pandemia, de brasileiros e holandeses, entre maio/2020 e abril/2021. Como chaves de leitura, emergindo desses registros, identificamos, sobretudo, o medo, a esperança, a sociabilidade e o amor, revelando a necessidade de humanização da sociedade; questões sobre os quais traçamos considerações dialogando com autores como Morin (2021) e hooks (2020).

Palavras-chave: comunicação; consumo; culturas urbanas; *sensorium*; pandemia.

Introdução

Um pouco antes do fim do ano de 2019, e sobretudo na virada para 2020, relatos noticiosos começaram a chegar até nós pela grande mídia sobre um vírus provocando estados de saúde graves e mortes na China, primeiro na cidade de Wuhan. Tratava-se da doença que posteriormente veio a ser nomeada Covid-19, provocada pelo novo coronavírus, Sars-CoV-2. Aos poucos e rapidamente foi se alastrando pelo mundo, instalando caos sanitário em vários países, com destaque para a Itália, em que a quantidade de ocupação de leitos hospitalares e mortes alcançou níveis altíssimos, a ponto de faltar leitos e equipamentos respiratórios em hospitais, assim como valas para os enterros em cemitérios. Cenário desolador. Exatamente em 25 de fevereiro de 2020³ o

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP), com pesquisa de pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Mestrado também em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Docente na Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação e Universidade São Judas, e-mail: fernanda.budag@gmail.com.

³ BRASIL confirma primeiro caso do novo coronavírus. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 fev. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibriosaude/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus.shtml>. Acesso em: 11 ago. 2021.

Brasil registrou o primeiro caso confirmado do novo coronavírus, justamente de pessoa que havia estado na Itália durante a alta dos casos. Contando praticamente quinze dias a partir dessa data o Brasil iniciaria de fato as medidas de prevenção na intenção de contenção do alastramento do vírus, modificando completamente nossas rotinas. Isso porque a recomendação era de isolamento das pessoas em suas casas ou, no mínimo, de distanciamento social entre as pessoas nos espaços públicos.

Atividades laborais foram temporariamente suspensas, ou mantidas acontecendo remotamente nos espaços das residências. Assim como escolas e faculdades também foram suspensas ou mantidas com professores transmitindo as aulas de suas casas. Outros trabalhadores ainda, que exercem funções em serviços considerados essenciais, mantiveram-se em deslocamento pela cidade e presentes nos respectivos estabelecimentos, como profissionais trabalhadores em hospitais, supermercados e farmácias. Ainda assim, tiveram também seu cotidiano afetado, com a introdução de protocolos de higiene como distanciamento de um metro entre as pessoas, uso de máscara e emprego de álcool na concentração de 70% rotineiramente ao longo de seu dia.

Escrevemos estas linhas a posteriori (ainda que ainda em meio à pandemia) e, de modo assim breve, damos a entender que todas as medidas seguras contra o vírus e contra a sua disseminação já eram conhecidas e já estavam dadas e estipuladas desde o início. Porém, pegos de supetão, os gestores da saúde precisaram simultaneamente conhecer e enfrentar o desconhecido: o vírus. Portanto, as medidas e protocolos foram sendo construídas com o passar do tempo. Foram mudando inclusive. E nós, habitantes das cidades, fomos tendo que aprender “com o bonde andando” em um turbilhão, precisando ao mesmo tempo encarar demandas da vida pessoal e do trabalho e/ou aulas, todas em novas configurações, assim como tendo que lidar com emoções afetadas pelo medo do contágio tanto quanto pelas notícias de mortes, seja de pessoas próximas ou das estatísticas crescentes frente a esse desconhecido.

“Desconhecido” é o termo trazido por Canevacci (2021), o qual, disparado pela fala de uma virologista italiana, que usa o termo para se referir ao vírus, aciona-o para situar uma provocação para as pesquisas em ciências humanas: “o desconhecido é o desafio que pode ser enfrentado a qualquer hora e lugar. E essa incógnita também diz respeito à pesquisa antropológica, filosófica ou como se queira chamá-la.” O desconhecido como a incógnita que impele a pesquisa e nos chama a nos abriremos a ele. Então estamos aqui neste espaço nós também dispostos a enfrentar o

desafio/desconhecido de procurar traços de um *sensorium* urbano desses nossos tempos de crise mundial de saúde em 2020 e 2021.

Partindo do pressuposto de que a atual crise de saúde deslocou nossos olhares sobre como experienciamos o cotidiano e como nos comunicamos, nosso texto pretende pensar sobre a vida cotidiana urbana durante a pandemia de Covid-19 e sobre como ressoam nela os produtos materiais e simbólicos, questionando o que estaria caracterizando o *sensorium* (BENJAMIN, 1994) urbano nesse período. Estudamos esse cenário a partir da exposição virtual “Diários da pandemia: um dia por vez”⁴, organizada pelo Museu da Pessoa, que coletou relatos cotidianos sobre a pandemia, de brasileiros e holandeses, entre maio/2020 e abril/2021.

Mais concretamente, nosso texto percorre um caminho que vai de um macro contexto ao microuniverso do *locus* de observação selecionado. Em um primeiro momento, introduzimos dados externos outros – de estudos de mercado – sobre esse momento pandêmico, para complementar e respaldar nossas observações, já começando a articular com um repertório teórico para pensarmos o cotidiano, a comunicação, o espaço urbano e, com particular interesse maior de nossa parte, o consumo; sempre com o olhar voltado às novas equações que essas esferas ganharam nesse tempo de crise sanitária. Na sequência explicamos em mais detalhes a exposição-objeto empírico, seu objetivo e a justificativa para sua escolha enquanto objeto empírico; seguindo apresentando o material da exposição combinado a nossas percepções.

Fazemos esse exercício assumindo a perspectiva da análise de discurso de linha francesa de procurar os sentidos que *emergem* dos discursos/textos, da materialidade discursiva (ORLANDI, 2007; BRANDÃO, 2004). Assim, adiantamos que, como chaves de leitura, emergindo das narrativas registradas na exposição, identificamos, sobretudo, o medo, a esperança, a sociabilidade e o amor, revelando a necessidade de humanização da sociedade; questões sobre os quais traçamos considerações dialogando com autores como Morin (2021) e hooks⁵ (2020). Por fim, fechamos com nossas considerações procurando amarrar as pistas que apontam para o *sensorium* presente que nos interessa.

Encerrando essa parte introdutória, sublinhamos que estamos perseguindo, a certo modo, uma “pesquisa implicada” no sentido de que, tratando de uma situação de

⁴ DIÁRIOS da pandemia: um dia por vez. *Museu da Pessoa*, 2021. Disponível em: <https://www2.museudapessoa.org/exposicoes/diarios-da-pandemia/?lang=pt-br>. Acesso em: 11 ago. 2021.

⁵ Adotamos ao longo deste texto a grafia do nome em iniciais maiúsculas, como sugerida pela própria autora.

pandemia que nós vivenciamos também na pele e que nos afeta, não há como não nos implicarmos, enquanto sujeitos-pesquisadores, no processo de construção do conhecimento. Ao defenderem a introdução da confiança na construção dos vínculos no processo de pesquisa cartográfica para potencializá-la, Sade, Ferraz e Rocha (2013) falam sobre a pesquisa implicada. Os autores sustentam “[...] um plano de implicação que entrecruza os diversos atores no processo. Esse caráter implicado da produção de conhecimento na cartografia nos convoca a pôr em questão os seus efeitos de produção de subjetividade” (SADE; FERRAZ; ROCHA, 2013, p. 282). Enfim, reconhecemos que nossa subjetividade está, propositalmente, atravessando os escritos a seguir.

Expondo o contexto de fundo da exposição

De todo o exposto até aqui, estando partindo do princípio de que todos nós sujeitos que estamos vivenciando os anos 2020 e 2021 mudamos. Mudamos em vários âmbitos e, desse todo, lançamos nosso olhar às mudanças em nossas rotinas e nossos hábitos. Estamos trazendo as práticas cotidianas à luz, aos moldes de Certeau (2007); olhando o ordinário, mas agora o ordinário em uma conjuntura extraordinária – ainda que longa e talvez com mudanças permanentes. Olhamos essas práticas entendendo que se expandem também para além de “simples” práticas e implicam em alterações de nosso olhar, em novas sensibilidades, em nossa forma de perceber o mundo, as coisas do mundo, as relações e a nós mesmos sozinhos e em relação. Afinal, “*no interior de grandes períodos históricos [como uma pandemia], a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo que seu modo de existência. O modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente*” (BENJAMIN, 1994, p. 169, grifos do autor). Por isso nosso interesse em tentar desvendar o *sensorium* urbano neste momento histórico marcante.

Entendemos que uma ocorrência físico-natural e social como uma pandemia faz reverberar diretamente mudanças também nos consumos. Isso porque enxergamos, à semelhança de Douglas e Isherwood (2006), do ponto de vista da estreita relação entre cultura e consumo, que “o consumo é a própria arena em que a *cultura é objeto de lutas que lhe conferem forma*” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 103, grifos nossos). Ou, ainda, de maneira mais explícita, estamos em diálogo com Alonso (2006), segundo o qual o processo de consumo seria “[...] um conjunto de comportamentos que *recolhem e*

ampliam, no âmbito privado dos estilos de vida, as mudanças culturais da sociedade em seu conjunto” (ALONSO, 2006, p. 99, grifos nossos). Nossas práticas cotidianas de consumo na cidade (isolados em casa, mas, ainda assim, na cidade) concretizam e materializam o momento sócio-histórico e cultural.

Portanto, temos que, enquanto a cultura se modifica, o consumo se transforma e, assim, através de nossos variados consumos, concretizamos/materializamos as variações culturais em movimento. Afinal, transformações culturais começam a ser materializadas sempre em discursos e atitudes, que, por sua vez, acabam por se refletirem em práticas, entre as quais se incluem também as de consumo. Agora, o atual momento histórico deixa ainda mais em evidência essas questões: um vírus pandêmico exigiu nossa desconstrução. Todo esse fenômeno, aliás, faz descortinar o caráter de construto sociocultural do consumo que, por vezes, é assumido de modo tão naturalizado, quando, em verdade, é uma construção. (BUDAG, 2020, p. 132).

Estudos de mercado, como a 12ª edição do *Consumer Thermometer* (“Os novos comportamentos e as respostas à crise), da Kantar, empresa líder global em pesquisas de mercado, apresenta opiniões e atitudes dos consumidores com o avanço da pandemia do novo coronavírus (GAMBARO, 26 jun. 2020)⁶, coletadas no fim de abril e início de maio de 2020. Contextualizando a amostra, o estudo apresenta quatro perfis distintos das pessoas entrevistadas em relação a seu comportamento frente ao isolamento social: pessoas que afirmam não sair de casa para nada (12%); pessoas que saem de casa para atividades essenciais e trabalham (35%); pessoas que saem de casa para atividades essenciais e não trabalham (33%); e pessoas que continuaram saindo de casa para trabalhar (20%). No primeiro grupo, dos que não saem de casa, estão as pessoas mais preocupadas com o futuro (79%). No segundo grupo, dos que trabalham de casa e saem para o essencial, 55% declaram-se preocupados com perda de emprego. No terceiro grupo, dos que saem de casa e não trabalham, estão as pessoas mais otimistas, com 36% confiantes na retomada econômica. Por fim, no quarto grupo, estão os que mais concordam com a afirmação de que se deve estar pronto e enfrentar a situação (12%) (GAMBARO, 26 jun. 2020).

Esses dados delatam a adoção de comportamentos de consumo distintos a partir de prioridades na vida cotidiana dos sujeitos entrevistados: por exemplo, há desde os que praticamente não alteraram hábitos de consumo de mídia (quarto grupo) aos que passaram a consumir mais mídia tradicional, ainda que também acessem frequentemente as redes

⁶ Dados referentes ao estudo “Target GroupIndex Flash”, que contou com amostra de 3.000 entrevistados e cuja coleta de dados se deu de 20 de abril a 07 de maio.

sociais digitais (terceiro grupo). Portanto, valores prezados pelas pessoas desembocam em comportamentos e estes denunciam o espírito do tempo presente, que revela sobre nós, fala por nós.

No nosso ponto de vista, os valores socioculturais refletem o espírito do tempo (*zeitgeist*), que se fragmenta em distintas tendências de comportamento e consumo, que se revelam e se hibridizam em diferentes manifestações culturais, denunciando a alma de uma época por meio da arte, da moda, do *design*, da publicidade, etc. Em outras palavras é como se juntas todas as tendências formassem um *patchwork* ou quebra-cabeça que denuncia a forma de pensar e sentir de um determinado período. (SANTOS, 2017, p. 23).

Nessa lógica de que valores socioculturais também materializam-se em produções culturais e desaguam no consumo dessas produções, revelando nossa subjetividade nesse trajeto, achamos pertinente, para embasar mais um pouco o cenário atual, passarmos os olhos pelos filmes em *streaming* mais assistidos no Brasil no ano de 2020 a partir de dados divulgados pela Netflix (plataforma de *streaming* mais difundida em território nacional) em novembro deste mesmo ano sobre os conteúdos mais assistidos pelos usuários brasileiros (SILVA, 2020).

Nesse momento, vale posicionar que, por subjetividade, referimo-nos à construção interior do sujeito que é marcada, de maneira implacável, pelo social em que ele é imerso e a ele responde. Seguimos o raciocínio de Gilberto Velho, o qual define a subjetividade exatamente como “a vida interior, as opções mais íntimas marcadas por um ethos em que a sociabilidade assume um tom caracteristicamente marcante” (VELHO, 1986, p. 88 apud SOUSA, 1995, p. 33). Ou, no campo da comunicação, estamos em linha com Baccega, segundo a qual

o universo de cada indivíduo é formado pelo diálogo desses discursos [os discursos que circulam na sociedade], nos quais seu cotidiano está inserido. E é baseado na materialidade discursiva que se constitui a subjetividade. Logo, a subjetividade nada mais é que o resultado da polifonia que cada indivíduo carrega. (BACCEGA, 2002. p. 17).

Buscamos, pois, brevemente, desenhar essa subjetividade brasileira contemporânea – que se constitui não somente, mas também como produto das narrativas fílmicas consumidas – revelando suas pinceladas, ainda que borradas. Considerando que a visualização do que chamamos de “filmes tristes” cresceu expressivamente na primeira metade de 2020 no Brasil – “em abril, as buscas por essas produções ficaram 70% mais comuns na comparação com março” (SILVA, 2020) –, esse gênero parece estar gritando mais sobre quem somos ou como estamos. Quando mergulhamos um pouco mais nesse

universo, concebendo que dois dos três filmes mais assistidos desse gênero tratam do luto em seu pano de fundo, o interesse por eles pode dar-se por reconhecimento, em um momento sem precedentes nos tempos mais recentes da humanidade em que tantas pessoas juntas vivem um luto coletivo. Nossa subjetividade está involuntariamente marcada pelo luto, vivido mais direta ou menos diretamente por cada um; como poética e tragicamente lembrou Maria Homem (2021): “nada como poder me refugiar no sofrimento difuso da morte em massa para me aliviar da angústia trágica da perda do Um”. Todo sujeito está sofrendo.

Chama a atenção o quanto questões sobre batalhas internas e problemas psicológicos atravessam os gêneros fílmicos mais assistidos; podendo ser avistados tanto nos filmes de ação quanto nos dramas – em que seriam mais previsíveis. Como dados de pesquisas recentes (ONE..., 2021) apontam a percepção de piora da saúde mental entre mais da metade dos brasileiros, trata-se, portanto, de um traço marcante da subjetividade presente.

Ao mesmo tempo, para além do retrato da dor humana nesses filmes sobre o luto e doenças mentais, cujo consumo dá-se por identificação, os filmes de romance despontam como um contraponto à dura realidade, cujo consumo apontaria para uma projeção. Nos termos de Durand (1985; 2004), essas narrativas de comédias românticas corresponderiam a imagens marcadamente de um regime diurno, de combate à morte; tão pertinente para o momento. O consumo inclusive dos clichês românticos sinaliza para uma busca por referências em uma época de tantas incertezas. Seriam estes traços de uma subjetividade que clama oxigênio para respirar.

Diários da pandemia

Concebemos que o contexto apresentado até então, de comportamentos e consumos praticados durante a pandemia, estão no pano de fundo das narrativas da exposição. A escolha por pensar sobre o *sensorium* urbano em condição de pandemia enquanto objeto de estudo a partir da exposição virtual “Diários da pandemia: um dia por vez” dá-se, sobretudo, pela riqueza que o material promete revelar e complementa-se com o fato de ser um material não apenas local (brasileiro), mas que combina narrativas de dois países, de hemisférios distintos, o que acaba por ser mais condizente com a cultura mundializada (ORTIZ) em que vivemos. Antes, contextualizando, a exposição é resultado

de um projeto mais amplo, “Diário para o futuro”, que consistiu em uma campanha colaborativa realizada pelo Museu da Pessoa, entre maio e outubro de 2020, para a coleta de narrativas cotidianas de brasileiros sobre a pandemia; e, depois, em parceria com a School of Fine and Performing Arts da Fontys University, coletou essas mesmas narrativas cotidianas sobre a pandemia de holandeses, entre janeiro e abril de 2021. O recorte temporal mostra-se interessante também por envolver momentos distintos: mais iniciais e mais avançados na pandemia.

Integram também esta exposição relatos colhidos pela iniciativa “Inventário de Sonhos”, que desde o início da pandemia já coletou mais de 2.000 sonhos narrados, bem como histórias do projeto “Reinventar-se: Narrativas Digitais da Docência em 2020”, que registrou memórias, impressões e vivências da vida cotidiana docente, coletando produções digitais que versaram sobre mudanças, adaptações e dificuldades no trabalho domiciliar durante a pandemia da Covid-19. (DIÁRIOS..., 2021).⁷

Enfim, a exposição revelou-se um *locus* privilegiado para a observação do que nos interessava do cotidiano urbano durante a pandemia de Covid-19, com leve ênfase à cultura material (MILLER) e ao consumo material e simbólico (como e se aparecem?); em suma, pensar sobre a natureza comunicacional do urbano implicada aí. Em outros termos, a partir das narrativas pessoais registradas na exposição e dos elementos que elas trazem (entre eles, possíveis elementos do consumo), buscamos vestígios para pensar e “desenhar” um *sensorium* em andamento. Empreendemos essa tarefa trazendo a seguir trechos das histórias expostas na supracitada exposição encadeando com nossas reflexões e assentando os sentidos que elas manifestam.

*“O mundo amanheceu diferente, há algo de estranho.
De dentro de casa, o tempo passa de outra maneira.
A realidade é outra, quando vista pela janela.
Os relatos do dia a dia demonstram sentimentos comuns e distintos.
O que está acontecendo?”*

Esse pensamento marca o início da exposição, lançando o questionamento “o que está acontecendo?” e deixando a entender que agora o espaço da cidade é visto da janela. Aqui já está uma primeira mudança sensível: o espaço urbano, em verdade, passa a ser vivenciado de dentro do espaço do lar. Sobretudo no início da pandemia, para quem pode respeitar a quarentena, a cidade resumiu-se a sua residência. Em diálogo com a pesquisa

⁷ DIÁRIOS da pandemia: um dia por vez. *Museu da Pessoa*, 2021. Disponível em: <https://museudapessoa.org/exposicoes/diarios-da-pandemia-um-dia-por-vez-wp/>. Acesso em: 11 ago. 2021.

da Kantar (GAMBARO, 26 jun. 2020), já mencionada por nós, corresponderia principalmente ao primeiro perfil identificado: pessoas que afirmam não sair de casa para nada. Nesse caso, estar em São Paulo, por exemplo, significava *estar em uma casa ou apartamento em São Paulo*. Habitar a cidade foi ressignificado restritamente para “ocupar um espaço privado dentro da cidade” – que poderia ser qualquer cidade, nem faria diferença, visto que passamos a não mais desfrutar uma cidade com o mesmo prazer. Afinal, antes a liberdade de circular pela cidade era ameaçada pela violência urbana; já agora a respiração, a aproximação humana e o toque passaram a ser inimigos ocultos perigosos e temidos. E por isso as pessoas que podiam mantinham-se dentro de casa, observando o espaço urbano pela janela:

“Olhar pela janela o que acontece lá fora tomou uma outra dimensão. Isso é morar sozinho.” (D. B.).

“Nós estamos assim: presos, tomando sol através da janela.” (M. E., 73 anos).

Somada a essa perspectiva de quem está dentro de casa, para os que não possuem uma moradia foi justamente sentida a ausência de ocupação e vivência do espaço público:

“Não tinha nada na rua. Ficou um mês sem passar ninguém aqui.” (H. M., pessoa em situação de rua, 30 anos).⁸

Ao mesmo tempo que o lado de fora passou a ser temido e desconfortável, o espaço urbano também passou a ser desejado com saudosismo:

“Meus melhores momentos são quando retorno para casa.” (C. A. B., 58 anos).

“Hoje é domingo e fiz algo extraordinário para esses tempos de pandemia: saí de casa.” (M. M.).

“O que mais sinto falta é andar de bicicleta. Eu realmente sinto falta de poder pedalar, sem a sensação de que estou fazendo algo errado.” (M. B., 28 anos).

“O quarto fica mais estreito, parece vazio. As paredes estão se fechando. Chega de espaços fechados. Eu quero salas abertas.” (D. T.).

“Frequentemente, um ou outro grupinho de crianças pulam os muros da escola fechada para brincar nos espaços externos.” (Coordenadora Pedagógica da rede Municipal de São Paulo/SMESP).⁹

Procurando perceber alguma dimensão do consumo nesses relatos, enxergamos a presença de um consumo simbólico da casa como lugar seguro, assim como uma ausência

⁸ Este relato faz parte do livro “A pandemia que ninguém vê”, do projeto SP Invisível.

⁹ Este relato faz parte do projeto “Reinventar-se: Narrativas Digitais da Docência em 2020”.

de um consumo desejado do fora-de-casa (referenciado nas expressões “saí de casa”, “pedalar”, “salas abertas” e “espaços externos”) enquanto signo do prazer, do lazer e da liberdade.

A última narrativa do bloco acima, de uma coordenadora de escola, para além de apontar para o desejo de ocupar o espaço urbano que atravessa todas as demais histórias, ainda sinaliza para a anseio por momentos e espaços de sociabilidade (SIMMEL, 2006), tão própria do sujeito humano, ator *social* que se viu privado precisamente desse social – que as crianças operam transgredindo.

“Meu desejo é ir até as pessoas. Estar junto.” (D. A., 56 anos).

“Estava em um quiosque com amigos, família, tomando uma cerveja, comendo torresmo. Dizia, nossa, que saudade de fazer isso.” (Anônimo).¹⁰

“Saudades das conversas de bar. De destilar pensamentos livremente.” (N. L., 26 anos).

Aqui o consumo ganha forma material com os bares, petiscos e bebidas; todos mencionados como vontades e inclusive com aparições oníricas – o subconsciente gritando.

Em outra ordem, atravessando esse período, um elemento bastante presente nas narrativas registradas na exposição é o medo. Justificável frente ao desconhecido, o medo acaba figurando quase como um personagem assumindo o protagonismo das histórias de vida nesse momento; inclusive se fazendo presente em relatos de sonhos, revelando as preocupações mais latentes:

“Também corro riscos. Mas é que a situação no Brasil é tão desesperadora... Tenho muito medo por eles.” (C. S., 32 anos).

“Era de madrugada e tinha muitas pessoas sendo enterradas, outras correndo e chorando. Fiquei com medo.” (Anônimo)¹¹.

“Eu achei muita coincidência: ela falando em pensar no futuro dela e eu com medo da morte.” (R. M., 54 anos).

Por outro lado, acima do medo, temos narrativas sobre gestos de amor e com relatos de esperança para aliviar tanto o presente quanto o futuro. A esperança aparece como um olhar otimista lançado sobre a vida, como no registro a seguir de uma neta sobre sua vó, confessando que o que mais sente falta é da esperança que a avó conserva:

¹⁰ Este relato foi coletado pelo projeto “Inventário de Sonhos”.

¹¹ Este relato foi coletado pelo projeto “Inventário de Sonhos”.

“Desde que a quarentena foi decretada no dia 24 de março, não vejo a minha avó materna, Maria. Aos 89 anos, ela está perdendo a memória aos poucos. A memória presente, pois o passado ela lembra como se o estivesse revivendo, aqui e agora. O mais bonito é quando eu ou os meus familiares contamos algo muito bom que nos aconteceu e alguns dias depois ela nos relata que sonhou com aquele fato. Quando explicamos que não foi apenas um sonho e que ela estava sabendo do ocorrido, minha avó simplesmente nos olha surpresa, sorri e diz: 'Deus me abençoou, porque através dos meus sonhos e com o meu amor posso tornar as coisas reais'. É da esperança dela que eu sinto mais falta.” (E. M., 23 anos).

Já a respeito das narrativas sobre gestos de amor, por sua vez, podemos ilustrar com a história contada por uma filha, já adulta, casada e com seus dois filhos. Preocupada com a tristeza da mãe, senhora idosa isolada em outra cidade, a filha combinou entre eles quatro que fariam ligações todas as noites para lerem juntos uma história e, assim, com o passar dos dias, foi sentindo a mãe melhorando ao rir e compartilhar esses momentos de sociabilidade reconfigurados. Diz assim a filha em relato em áudio na exposição:

“É a forma que encontrei de mandar o nosso amor para ela.” (F. G., 40 anos).

Uma pandemia é um fenômeno que deixa em relevo e traz à consciência constantemente a finitude da vida e a passagem do tempo. As narrativas, entre elas as literárias ficcionais, como essas que a filha do relato acima lançou mão, ou as narrativas filmicas, como as em *streaming* sobre as quais falávamos ao início, mostram-se essenciais para este momento por serem, conforme situa Durand (1985; 2004), concretizações do imaginário enquanto mecanismos mentais para lidar com as questões da existência (e seu fim) e fornecerem um equilíbrio biopsicossocial ao ser humano.

Considerações finais: humanidade, sociabilidade e amor

Neste espaço final, procuramos reunir, a partir do material observado, os vestígios de um novo *sensorium* em emergência, acreditando que há uma mudança de mentalidade em curso na humanidade, ao menos aflorando. *Sensorium* que não seria único e nem dominante – muito menos em um primeiro momento –, mas ao menos estaria despontando em virtude das mutações sociais – em resposta às variantes virais.

Das narrativas cotidianas sobre a pandemia registradas na exposição que tínhamos sob holofote, identificamos que emergem como chaves de leitura, sobretudo, o medo, a esperança, a sociabilidade e o amor, revelando a necessidade de humanização de fato da sociedade, ou reumanização.

Morin (2021), debruçando-se sobre a pandemia do novo coronavírus, partindo de um levantamento e mapeamento histórico de crises ao longo do globo para sustentar lições e desafios que esse vírus nos deixa, coloca, dentro da lição sobre a condição humana, que precisamos nos questionar “o que é o ser humano?”. Afinal, toda a potência tecnoeconômica não anula a fragilidade humana frente à dor e à morte.

O autor estabelece também que outra das lições do coronavírus está relacionada à nossa existência e, nisso, localiza justamente o amor – que aparece nas narrativas visualizadas na exposição – como uma via alternativa para o caminho da humanidade:

O isolamento deve sobretudo abrir para o essencial da existência, tanto por parte dos desafortunados cativos de suas servidões quanto daqueles afortunados cativos do imediato, do secundário e do fútil: amor e amizade para nosso desenvolvimento individual, comunhão e solidariedade de nossos Eus no conjunto de Nós, destino da humanidade de que cada um de nós é uma partícula (MORIN, 2021, p. 24)

Em linha de raciocínio semelhante segue hooks (2020), ao postular a instalação de uma ética amorosa para a construção de uma sociedade mais justa e voltada ao bem-estar coletivo. Partindo da premissa de que a ética de uma cultura é sustentada por valores que modelam o que pensamos e fazemos, a autora coloca que “uma ética amorosa pressupõe que todos têm o direito de ser livres, de viver bem e plenamente” (hooks, 2020, p. 123), complementando que “para trazer a ética amorosa para todas as dimensões de nossa vida, nossa sociedade precisaria abraçar a mudança” (hooks, 2020, p. 123).

Passamos por um período histórico extremamente marcado pela adaptação de rotinas e percepções; que vimos atravessando os relatos observados. Até criamos novas formas de sociabilidade via dispositivos digitais, assim como novas maneiras de presença amorosa sem a presença do corpo físico, do abraço e do toque. Ainda assim – ou justamente pela ausência disso tudo –, sentimos falta. As narrativas estudadas falam disso e acreditamos que, se nos mantivermos em estado de alerta e lucidez, com a lembrança presente dessa carência da proximidade do outro, um *sensorium* de amor e sociabilidade não estaria apenas restrito ao momento pandêmico e poderia marcar um novo momento de humanidade *de fato* para a humanidade.

Quando vemos espaços de consumo redesenhados para a devida proteção social, espaços de consumo proibidos para circulação, novas experiências de consumo assumidas e antigas abandonadas, podemos concluir que houve, sim, ressignificações do consumo. Cabe agora pensar o espaço urbano, por tanto tempo observado das janelas, para benefício

da sociedade. Os objetos da cultura de consumo aparecem cruzando as narrativas analisadas mais como objetos de desejo cuja ausência é sentida do que como objetos que preenchem o cotidiano durante a pandemia. Essa constatação sublinha a prioridade que outras questões, como o amor e a sociabilidade ganharam. As narrativas estudadas retratam o presente de pontos de vista individuais, mas permitem imaginar – essa é a potência das narrativas – juntos o futuro para um coletivo; mais justo, mais humano, mais amoroso.

Referências

- ALONSO, Luis Henrique. **La era del consumo**. Madrid: Siglo XXI, 2007.
- BACCEGA, Maria Aparecida. O gestor e o campo da comunicação. In: BACCEGA, Maria Aparecida. **Gestão de Processos Comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994 (Obras escolhidas v. 1).
- BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.
- BRASIL confirma primeiro caso do novo coronavírus. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 fev. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus.shtml>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- BUDAG, Fernanda Elouise. Criação de novas práticas: ressignificações do consumo? In: SAKAMOTO, Cleusa Kazue; ANDREUCCI JUNIOR, Sérgio José (orgs.). **Crise, criatividade e comunicação: estudos em meio a pandemia de Covid-19**. São Paulo: Gênio Criador, 2020, p. 125-144.
- CANEVACCI, Massimo. Constelações ubíquas: Rumo a uma antropologia não antropocêntrica. **Matrizes**. São Paulo, v. 15, n. 1, jan./abr. 2021, p. 13-43.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- DIÁRIOS da pandemia: um dia por vez. **Museu da Pessoa**, 2021. Disponível em: <https://www2.museudapessoa.org/exposicoes/diarios-da-pandemia/?lang=pt-br>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- DIÁRIOS da pandemia: um dia por vez. **Museu da Pessoa**, 2021. Disponível em: <https://museudapessoa.org/exposicoes/diarios-da-pandemia-um-dia-por-vez-wp/>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DURAND, Gilbert. **O retorno do mito**: introdução à mitodologia. Mitos e sociedades. *Revista FAMECOS*, v. 1, n. 23, p. 7-22, 2004.

DURAND, Gilbert. Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, análise e mitocrítica. *Revista da Faculdade de Educação*, v. 11, n. 1-2, p. 244-256, 1985.

GAMBARO, Fernando. **Thermometer - Ed. 12**: Os novos comportamentos e as respostas à crise. São Paulo: Kantar, 26 jun. 2020. Disponível em: <https://br.kantar.com/mercado-e-polo/C3%ADtica/sa%C3%BAde-e-esporte/2020/thermometer-ed12>. Acesso em: 30 ago. 2020.

HOMEM, Maria. As máscaras do luto. *Folha de S. Paulo*, 24 abr. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opinia/2021/04/as-mascaras-do-luto.shtml?origin=folha>. Acesso em: 30 maio 2021.

hooks, bell. **Tudo sobre o amor**: novas perspectivas. São Paulo: Elefante, 2020.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MORIN, Edgar. **É hora de mudarmos de via**: lições do coronavírus. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2021.

ONE Year of Covid-19: mais da metade dos brasileiros afirma que saúde mental piorou desde o início da pandemia. *Ipsos*, 19 abr. 21. Disponível em: <https://www.ipsos.com/pt-br/one-year-covid-19-mais-da-metade-dos-brasileiros-afirma-que-saude-mental-piorou-desde-o-inicio-da>. Acesso em: 30 maio 2021.

ORLANDI, Eni. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

ORTIZ, Renato. **Um outro território**: ensaios sobre a mundialização. 2. ed. São Paulo: Olho d'água, 1999.

SADE, Christian; FERRAZ, Gustavo Cruz; ROCHA, Jerusa Machado. O ethos da confiança na pesquisa cartográfica: experiência compartilhada e aumento da potência de agir. *Fractal, Rev. Psicol.*, v. 25, n. 2, p. 281-298, maio/ago. 2013.

SANTOS, Janiene. **Sobre tendências e o espírito do tempo**. 2a. ed. rev. ampl. São Paulo: Estação das Letras e Coes, 2017.

SILVA, Victor Hugo. Netflix divulga séries e filmes mais assistidos no Brasil em 2020. *Tecblog*, 11 dez. 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/393132/netflix-divulga-series-e-filmes-mais-assistidos-no-brasil-em-2020/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais de Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SOUSA, Mauro Wilton de. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 14-37.