



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A CRIAÇÃO DE EXPERIÊNCIAS ONLINE E OFFLINE: práticas de consumo do Facebook por uma mãe de vítima da Boate Kiss¹

Alice Bianchini Pavanello²

Sandra Rúbia da Silva³

Universidade Federal de Santa Maria

Resumo

Analisamos neste artigo as práticas de consumo do Facebook por uma mãe de vítima da tragédia da Boate Kiss na criação de experiências online e offline. Considerando que o consumo está associado a produção de sentido para cada grupo ou indivíduo de forma particular (BARBOSA; CAMPBELL, 2012), e que as plataformas de comunicação são apropriadas por sujeitos que, a partir delas, criam práticas diversas a serem analisadas (CAMPANELLA; BARROS, 2016) procuramos identificar, por meio de uma abordagem etnográfica para internet (HINE, 2015), as formas de apropriação do Facebook na construção de significado para a dor da perda de uma filha. Percebe-se o consumo do site de rede social na construção de experiências para a dor, bem como, para a mobilização de sentimentos com o propósito terapêutico e de luta por justiça.

Palavras-chave: consumo; Facebook; mãe; luto; Boate Kiss

Este artigo quer investigar as práticas de consumo do Facebook por uma mãe de vítima do incêndio da Boate Kiss na criação de experiências para vivenciar a dor da perda. Este trabalho é um recorte da dissertação de Mestrado de mesma temática em desenvolvimento pela primeira autora e coordenada pela segunda. Neste trabalho, a internet é considerada como um campo de atuação social (MILLER et al, 2016), um artefato cultural com diferentes significados assumidos em cada contexto e não se faz distinção entre os ambientes online e offline, sendo então considerada incorporada,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, consumo e subjetividade, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), bolsista Capes, integrante do Grupo de Pesquisa em Consumo e Culturas Digitais, coordenado pela Prof^ª. Dr^ª. Sandra Rúbia da Silva, e-mail: alicebpavanello@gmail.com.

³ Prof. Dr^ª. do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, coordenadora do Grupo de Pesquisa em Consumo e Culturas Digitais, e-mail: sandraxrubia@gmail.com.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

corporificada e cotidiana (HINE, 2015). Aceita-se também a ideia de que o consumo é um mecanismo social produtor de sentido e identidade e que independe necessariamente da aquisição de bens (BARBOSA; CAMPBELL, 2012). Estudar as práticas de consumo e as particularidades nas apropriações é um caminho para compreender as especificidades de cada grupo (CASTRO, 2014).

A tragédia na Boate Kiss aconteceu na madrugada do dia 27 de janeiro de 2013, em Santa Maria, cidade com cerca de 280 mil habitantes, localizada no interior do Rio Grande do Sul. A casa noturna, onde acontecia uma festa organizada por estudantes da Universidade Federal de Santa Maria, pegou fogo depois que um dos integrantes da banda que se apresentava no palco acendeu um artefato pirotécnico. O fogo atingiu o forro da estrutura e se alastrou rapidamente deixando 242 mortos, a maioria, intoxicado com a fumaça. Dentre as 28 pessoas apontadas pela Polícia Civil (SIQUEIRA; VÍCTORA, 2017) como responsáveis pela tragédia, apenas quatro foram acusadas por homicídio doloso: os dois sócios da boate e dois integrantes da banda. Dentre as pessoas que foram indiciadas por crimes diversos, mas não foram denunciadas pelo Ministério Público estão secretários, funcionários e fiscais da prefeitura de Santa Maria, o prefeito da cidade, bombeiros que trabalharam nos resgates e na fiscalização da Boate Kiss, além do comandante do Corpo de Bombeiros. O que foi considerado por familiares e, especialmente pais de vítimas, uma injustiça. Além disso, num primeiro momento após a tragédia, moradores e empresários de Santa Maria se uniram para prestar solidariedade aos familiares com ações como a colocação de fitas brancas nas casas e vitrines para homenagear as vítimas. Entretanto, poucos meses depois, muitas pessoas passaram a desaprovar ações de familiares e amigos que insistiam em lembrar as mortes e cobrar justiça, afirmando que essas atitudes estavam levando a uma retração no comércio local.

Apesar de o caso ainda repercutir na mídia tradicional, a luta dos familiares vai além do tempo e do espaço destinados a eles nas páginas de jornais ou reportagens de televisão. É nas redes sociais online que eles encontram um lugar para sociabilizações e mobilizações em nome de causas diversas como uma forma de criar novas experiências a partir da dor da perda. O luto é vivido e assimilado por cada pessoa de forma subjetiva e também influenciado por contextos culturais (FRIZZO, 2015), assim como as práticas de consumo. Quando os dois fenômenos (luto e práticas de consumo) se entrecruzam, o resultado é uma forma completamente singular de comportamento que pode ser observado nas redes sociais online. Dessa forma, o objetivo deste artigo é compreender as práticas de consumo de uma mãe em luto na criação de experiências para a dor da perda. Para tal, na primeira parte vamos discutir o luto



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

materno e suas manifestações na Internet. Num segundo momento trazemos os conceitos de consumo cultural e, por fim, a análise das publicações e as interpretações das experiências online e offline de uma mãe que perdeu a filha na tragédia.

O LUTO E SUAS MANIFESTAÇÕES NA INTERNET

A perda de um filho é considerada por pesquisadores da área da Psicologia Social e da Saúde como a pior dor vivenciada pelos pais. A literatura contemporânea sobre luto propõe a compreensão do processo como algo que vai ser vivido de forma diferente por cada pessoa, de acordo com o contexto social onde se encontra e com fatores individuais. Assim, como consequência, a forma de expressar a dor e daí criar experiências de vivência também são fenômenos subjetivos e singulares.

Diante da perda do filho, mães têm que encontrar um novo sentido perante a ausência do outro e de sua nova configuração de vida (FREITAS; MICHEL, 2014). Dentre os comportamentos que são comuns às mães que passam por essa situação estão a tentativa de perpetuar a memória do filho para que ele não seja esquecido e para que seja lembrado de forma positiva. Também é observado com regularidade o engajamento de mães em projetos relacionados aos filhos os mantendo assim como uma herança. Uma vez que, as mães não costumam receber o apoio psicológico e emocional devido e é esperado que rapidamente elas superem a perda e voltem às suas atividades normais (FRIZZO, 2015; FREITAS; MICHEL, 2014), as redes sociais online se apresentam como uma alternativa para que possam falar sobre a morte e o luto, tema que muitas vezes é considerado desagradável e interdito na sociedade contemporânea (NEGRINI, 2010).

Para mães que perderam os filhos encontrar forma de exteriorizar os sentimentos por meio de plataformas de comunicação online pode ser um importante caminho para enfrentar o período de luto. O Facebook é um meio para que elas recebam apoio, se identifiquem com outras mães, recordem do filho, tenham informações sobre ele e possam homenageá-lo, além de expressar sentimentos (PERLUXO, 2015). De acordo com a pesquisadora, essa rede social costuma ser mais utilizada por mães que perderam o filho há menos de cinco anos. Como se deu a morte também influencia o tipo e a quantidade de compartilhamentos feitos pelas mães, sendo que as mortes inesperadas e repentinas suscitam um maior número de publicações, “pois existe o sentimento de que ficou alguma coisa por



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

dizer” (PERLUXO, 2015, p.42), papel que é estendido ao Facebook. Escrever em blogs a experiência de perder um filho é visto como outra alternativa para que as mães possam enfrentar a dor da perda e criar novos significados para o luto, bem como ter a oportunidade de reestabelecer a vida (FRIZZO, 2015), uma vez que, é possível criar novas interações sociais, ter um espaço de expressão, encontrar apoio e suporte emocional, além da atualização do blog funcionar como uma nova ocupação.

Para as mães que perderam os filhos de forma violenta as plataformas de comunicação se apresentam como um meio para publicizar o fato, bem como expor os esforços na busca de responsabilizações. As redes sociais como o Facebook assumem importante papel, “a visibilidade traz a importância da fala no espaço público e, nesse sentido, ela é terapêutica e, ao mesmo tempo, fortalece a luta política.” (FARIA, 2017, p.179). Sendo essa uma outra forma de falar de temas, muitas vezes, silenciados ou encobertos na sociedade. Faria (2017) ainda afirma que no momento em que as mães decidem se expor na sociedade para manifestar publicamente a sua dor e dela criar propósitos para luta, em alguns casos, passam a ser vistas com outras identidades, de “sofredoras” ou de “guerreiras”.

O incêndio da Boate Kiss fez com que 242 mães perdessem seus filhos de forma trágica, sendo seguido pela falta de punição aos apontados como culpados e ainda com a pressão social e empresarial para que as mães “superassem” a perda e “deixassem Santa Maria voltar a sorrir”. O Facebook foi uma alternativa encontrada por algumas delas para poderem exteriorizar diversos sentimentos. Dessa forma, considera-se importante a compreensão de como a apropriação das plataformas digitais faz com que elas possam encarar o processo de luto criando experiências online e offline. De acordo com a abordagem antropológica de consumo, a criação de significados para as redes sociais online se dá de forma singular por indivíduos ou grupos. Aspecto que será discutido no próximo tópico deste artigo.

PRÁTICAS DE CONSUMO DO FACEBOOK

O consumo visto sob a ótica sociocultural requer a compreensão de que ele vai além das questões materiais para se tornar algo simbólico e representativo de um estilo ou modo de vida. Partindo de uma abordagem de cultura material para o consumo, Miller (2007) afirma que se deve prestar atenção nas materialidades em forma de mídias como elemento importante para a criação de sociabilidades. Miller (2007) explica que o consumo pode se manifestar enquanto produção de grupos



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

sociais, e que, portanto, estes devem ser examinados em suas especificidades. Miller et al (2016) completam que para que seja possível compreender os usos das redes sociais por grupos ou indivíduos é preciso analisar o contexto cultural no qual estão inseridos.

Barbosa e Campbell (2012) também ressaltam que os usos que são dados ao que é consumido importa mais do que pensar em quem compra o quê. Para essa compreensão é preciso se aprofundar nas experiências sociais vivenciadas pelos diferentes grupos. Os autores destacam ainda que o consumo não necessariamente está ligado a aquisição de bens e deve ser analisado como fator de cidadania, cultura, política e processos da vida social e, mais recentemente, também como uma forma de criar identidade, de autodescobrimento e de resistência. Os mesmos objetos que são consumidos para suprir necessidades básicas de moradia e alimentação, também são consumidos para mediar as relações sociais, conferir status, criar identidades e estabelecer fronteiras entre grupos. “E esses mesmos bens e serviços auxiliam na “descoberta” ou na “constituição” de nossa subjetividade e identidade.” (BARBOSA; CAMPBELL, 2012, p.22).

Na sociedade contemporânea, é por meio das publicações feitas em redes sociais na internet que muitos grupos encontram formas de mediar suas relações. Por meio dos sites como o Facebook, grupos e indivíduos encontram caminhos para a constituição de subjetividades e identidades que devem ser analisadas com foco nas distintas práticas de consumo dos mesmos. “As ‘novas mídias’, portanto, entram na vida de sujeitos específicos, que se orientam a partir de códigos culturais particulares que criam práticas diversas a serem analisadas.” (CAMPANELLA; BARROS, 2016, p.8). Ideia da qual compartilha Castro (2014) ao dizer que “estudar as práticas de consumo significa também procurar compreender as especificidades dos modos de apropriação de cada grupo social, que funciona segundo regras próprias de atribuição de sentido a produtos, serviços, marcas e afins.” (CASTRO, 2014, p. 62-63).

Em seu trabalho de pesquisa sobre as práticas de consumo das redes sociais online por pacientes com doenças terminais, Miller (2017) fala que as mulheres têm tendência maior a querer expressar publicamente seus sentimentos no Facebook por normalmente serem mais sociáveis que os homens no ambiente familiar. Dentre as práticas recorrentes dessas pacientes estão a divulgação dos detalhes do seu estado de saúde, o que sendo feito em uma plataforma de acesso coletivo, evita que ela tenha que repetir o mesmo assunto diversas vezes para quem se interessar em saber e para isso entra em contato direto por telefone ou pessoalmente. Da mesma forma, é possível que amigos e conhecidos possam



expressar seus sentimentos de consternação ou apoio sem precisar necessariamente conversar com a autora da publicação. Miller et al (2016) explicam que para a compreensão da utilização de uma plataforma online de comunicação deve-se pensar de forma relacional com as demais alternativas. “Grupos e plataformas podem se sobrepor, mas principalmente nós encontramos plataformas que se associam a gêneros específicos de comunicação que as pessoas consideram apropriadas para o grupo envolvido com essa plataforma em particular.” (MILLER et al, 2016, p.5, tradução nossa).

As mídias sociais online foram a alternativa encontrada por algumas mães de vítimas da Boate Kiss para servirem como mediadoras do que elas tinham para comunicar à sociedade. O Facebook foi escolhido para o recorte deste artigo por ser a rede de compartilhamento de conteúdo com maior número de usuários no país⁴ e a que é mais utilizada pela mãe em foco neste trabalho.

“MEU CORAÇÃO ESTÁ DE LUTO”: práticas no Facebook

Para este artigo focamos nas práticas de consumo do Facebook de Ligiane Righi da Silva⁵ mãe de uma das vítimas da tragédia da Boate Kiss⁶. Vestida diariamente, quando em público, com camisetas com fotos da filha ou com protestos e ações promovidas pela Associação de Familiares de Vítimas da Tragédia de Santa Maria e do Movimento do Luto à Luta⁷ diz que a vida dela é batalhar para que as pessoas responsáveis pela tragédia sejam criminalmente responsabilizadas. Sua rotina se divide entre as atividades domésticas, a produção de doces para venda e as ações de alguma forma ligadas ao incêndio.

Foram contabilizadas e categorizadas as publicações realizadas e compartilhadas por ela em seu perfil pessoal do Facebook durante o mês de janeiro de 2018. Além da análise das postagens, as

⁴ Fonte: <http://conecta-i.com/?q=pt-br/whatsapp-%C3%A9-o-app-de-rede-social-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros>. Acesso em: 15 mar.

⁵ O nome verdadeiro está sendo utilizado seguindo o Termo de Consentimento e Livre Esclarecimento assinado pela participante, uma vez que, se trata de uma pessoa conhecida na cidade e sua história diante da tragédia da Boate Kiss é amplamente publicada em reportagens jornalísticas e livros.

⁶ A primeira autora deste artigo tem formação em Jornalismo e, na época, atuou como repórter da RBSTV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul, durante a cobertura da Tragédia da Boate Kiss acompanhando de perto, desde os primeiros minutos, os desdobramentos do incêndio. O retorno à vida acadêmica despertou o interesse em seguir trabalhando com o assunto, mas, desta vez, com olhar de pesquisadora

⁷ A Associação e o Movimento são compostos por pais de vítimas da Boate Kiss e promovem diversas ações, como amparo aos familiares e sobreviventes, protestos, campanhas solidárias, arrecadação de recursos para construção de um memorial entre outras.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

interpretações foram feitas com base na convivência pessoal e conversas informais o que se deu por meio de encontros semanais na Tenda da Vigília, espaço montado em uma praça central de Santa Maria que funciona como ponto de encontro de familiares e amigos de vítimas e também como símbolo de resistência ao esquecimento e à impunidade. A escolha da etnografia para internet como metodologia desta pesquisa se fez necessária uma vez que os espaços online e offline são considerados como interconectados (HINE, 2015) e ambos colaboram para a construção de significados, sendo fundamental focar em como a vida é vivida e como as tecnologias são adotadas e adaptadas por cada indivíduo. Com um olhar holístico se deve buscar “entender a Internet como fenômeno contextual e contextualizador” (HINE, 2015, p.27, tradução nossa). Ainda sobre a intersecção das experiências vivenciadas nos dois ambientes, Hine (2016) destaca que “qualquer fragmento individual dos dados derivados da internet é, por isso, passível de ser interpretado de uma série de formas, dependendo dos contextos em que incorpora e adquire significado” (HINE, 2016, p.16).

Durante o mês de janeiro de 2018, Ligiane fez 309 publicações em seu perfil pessoal no Facebook. Vale ressaltar que nesse mês completaram os cinco anos da tragédia da Boate Kiss e foram realizadas diversas atividades para homenagear as vítimas do incêndio. Além disso, é o mês em que filha dela, Andrielle Righi da Silva, morta no incêndio então com 22 anos, fazia aniversário. Entretanto a quantidade de publicações não é fora do padrão de Ligiane, que não fica nem um dia sequer sem publicar algo no Facebook. Segundo ela se não publicar nada, ou fizer poucas postagens os amigos do Facebook a chamam inbox (conversa privada) para saber se ela está bem. Amigos os quais nem todos ela conhece pessoalmente.

A quase totalidade das publicações tem relação com a tragédia e a morte da filha, apenas 13 fazem referência a outros assuntos como a produção profissional de doces. As demais postagens podem ser agrupadas em quatro categorias: **reconforto** na qual foram feitas 148 publicações; **homenagens** onde se encaixam 62 postagens; **fatos do presente** com 47 posts e **pedidos de justiça e não esquecimento** com 39. Vale ressaltar que algumas publicações poderiam se encaixar em mais de uma categoria, entretanto para ser possível essa classificação quantitativa optamos por valorizar o elemento que mais ganha destaque.

A categoria com maior número de publicações é nomeada aqui de reconforto por conter frases, citações e mensagens com caráter de autoajuda ou espiritual para conferir consolo a ela mesma. Apesar de a maioria não citar diretamente a tragédia ou a perda da filha elas demonstram a clara intenção de



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

expressar sentimentos de desabafo, esperança ou motivação que são resultado da fase de vida atual de Ligiane. Como a do dia 19, em que é publicada uma imagem de uma flor com a frase “Porque as coisas mais importantes da vida, não são coisas” acompanhada da frase Boa Noite além de três emojis (figuras) mãos em forma de agradecimento, um coração e uma flor, ou a do dia 27, em que diz “Os espíritos ainda não encontraram uma palavra para definir a dor de um coração de mãe quando perde um filho. Chico Xavier”. As mensagens têm teor terapêutico e servem também para que Ligiane possa expressar sentimentos com os quais outras pessoas possam se identificar e se sensibilizar com ela e com a causa pela qual luta.

No segundo grupo contendo homenagens, estão incluídas publicações de fotos antigas, lembranças e frases direcionadas à filha ou suas amigas também mortas na tragédia, como a do dia 20 em que é compartilhada uma lembrança de um ano atrás acompanhada da frase “É sempre Amor mesmo que esqueçam o que passou...”, a lembrança tem a foto de Andrielle. Ou a postagem do dia 30, em que a frase “A saudade não tem braços, mas aperta um bocado...” é seguida de duas fotos de Andrielle. Ligiane também acrescenta o sentimento (recurso do Facebook para adicionar um sentimento à publicação) “sentindo-se com saudade da Andri” e um emoji de uma carinha com lágrima.

Percebe-se aí uma preocupação muito grande em utilizar o Facebook para perpetuar a memória da filha (FREITAS; MICHEL, 2014). Por meio da publicação de vídeos em que a Andrielle está tocando violão ou de fotos em que ela aparece com piercing, moletom e o all star que “ela nunca tirava do pé” a motivação em relembrar como a filha era com seus gostos e particularidades. A manutenção na rede social da imagem possibilita a subjetivação da filha, de forma a manter um rosto atrelado ao sofrimento auxiliando na legitimação da dor que por ela é sentida.

A terceira categoria é de fatos do presente, que são acontecimentos atuais, mas que sempre estão relacionados à Andrielle e à tragédia da Boate Kiss, como o convite para a vigília em homenagem ao aniversário da jovem. Na publicação do dia 21 ela diz: “Convite: No próximo dia 24, quarta, a Andrielle estará completando 27 anos. Convidamos todos os amigos e parceiros para participar da vigília em homenagem a nossa Adrii. <3 Neste dia, o que mais precisamos é um abraço, pois “o abraço é a palavra que você quer ouvir e o carinho que você quer receber”. O texto é seguido por uma foto da filha. Ou a postagem do dia 15, na qual ela compartilha a publicação de Daniela Arbex, jornalista que escreveu o livro Todo dia a mesma noite no qual é contada a história da tragédia da Boate Kiss sob o olhar de diferentes envolvidos, entre eles a da família de Ligiane. Na publicação que tem o objetivo de



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

divulgar o lançamento da obra, ela escreve “Para que não se repita. Que nenhuma família passe por essa dor... a perda precoce de seus filhos amados”.

Depois da tragédia, Ligiane e outras quatro mães de amigas da filha fundaram a ONG Para Sempre Cinderelas que realiza campanhas solidárias como doação de materiais escolares, festas infantis e confecção de cobertores e roupas de lã para doação. O projeto havia sido iniciado por Andrielle e outras quatro amigas, também mortas na tragédia, e passou a ser desenvolvido pelas mães das meninas. É especialmente por meio do Facebook que as campanhas são divulgadas, sendo a plataforma utilizada para demonstrar a relevância da ação e das doações. A mesma rede social também é utilizada para a publicização das atividades após serem concluídas. Ligiane fala que existe uma preocupação muito grande em publicar no Facebook para prestar contas do que foi feito com os recursos e materiais arrecadados e dar satisfações a quem ajudou. Dessa forma, as mães podem dar uma nova reconfiguração à vida dando continuidade ao trabalho deixado incompleto pelas filhas (FREITAS; MICHEL, 2014).

A quarta categoria é a que engloba os pedidos de justiça e de não esquecimento, os dois elementos em geral aparecem juntos na mesma publicação como na do dia 20, em que ela diz “JUSTIÇA ABRACE SANTA MARIA Há 5 anos esperamos que a justiça seja feita Há 5 anos esperávamos que nossos filhos voltassem para casa #5anos #abracessantamaria #por242motivos Que não seja em vão. Que outros pais não percam seus filhos em tragédias evitáveis.” E acrescenta uma imagem com a frase “meu coração está de luto”. Ou ainda a do dia 27, em que Ligiane escreve “‘O 27 que aperta’ Que machuca, que entristece. Não deixemos cair no esquecimento, não deixemos de lutar por JUSTIÇA.” E acrescenta uma imagem com uma foto de um protesto organizado pelos familiares pedindo justiça com o dizer: Vivemos em um país onde 242 vidas foram arrancadas E a justiça simplesmente não fez nada! #Justiça”. Ela ainda inclui o sentimento “se sentindo de coração partido”. Ou ainda a do dia 22, na qual em uma figura estão foto, nome e idade de Andrielle com a pergunta “E se fosse um filho teu?” e Ligiane ainda acrescenta na publicação um desabafo “Julgaria?? Ia criticar?? Dizer que chega?? Deixar descansar?? Se ponha um minuto no meu lugar... eu não tenho essa opção! Uma Mãe enlutada merece todo RESPEITO!!”

Essa categoria apesar de ser a que tem menor número de publicações é a que apresenta maior número de interações e compartilhamento de seus amigos na rede o que é possível perceber facilmente, mesmo que para esse trabalho não se tenha feito a contabilização. A utilização de hashtags como



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

#BoateKiss, #5anos, #5anosdaKiss, #MeuCoraçãoAindaChora, #por242motivos #kissquenaoserepita funcionam como forma de reiterar os objetivos e a principal motivação das publicações. Ao utilizar as hashtags ela dá a devida dimensão à morte como não sendo algo ocasional, mas sim resultado de uma tragédia pela qual ninguém foi responsabilizado. Além disso as hashtags coletivizam a perda, destacando que a luta não é apenas para que alguém pague pela morte da filha, mas sim que várias pessoas perderam a vida e que o esforço feito por ela é uma luta política por justiça e mudanças na sociedade.

Ligiane conta que já teve que enfrentar muitos problemas com usuários da rede social que desrespeitavam a memória da filha e desqualificavam a luta dos pais. Entretanto ela segue com as publicações, por acreditar ser uma forma de poder dizer o que está sentindo naquele momento e poder dizer o que quer. Percebe-se então a utilização do Facebook para falar de temas que poderiam ser recriminados ou mal interpretados em outros locais por se tratarem de tabus e interditos da sociedade (NEGRINI, 2010). O Facebook é escolhido (MILLER et al, 2016) por Ligiane para fazer o maior número de publicações por ser a rede social com a qual ela está mais acostumada a usar e por ter o maior número de seguidores, possibilitando que assim a sua mensagem alcance grande visibilidade. Em algumas publicações é possível perceber um teor de justificativa, como as que evocam o leitor a se colocar no lugar dela como se fosse uma explicação do porquê segue lutando e falando da filha. Ela publica “Precisamos exercitar a capacidade de nos colocar no lugar do outro.” seguido da figura de um coração partido. Percebe-se também que ela incorpora a identidade de “guerreira” (FARIA, 2017) e assume o papel de defensora da memória da filha e de busca por justiça, indiferente à opinião de quem desaprova tal comportamento.

A produção de Ligiane e o grande número de publicações feitas podem ser compreendidas quando se está a par do contexto no qual ela se encontra (MILLER, 2007) tendo sofrido a perda da filha e lutando por justiça há cinco anos. A vida como ela é vivida se reflete em suas práticas no Facebook (HINE, 2016), sendo possíveis de interpretar tendo em perspectiva os ambientes online e offline interconectados e contextualizantes.

Por meio das publicações, Ligiane encontra uma forma de mediação entre ela e a sociedade, possibilitando vivenciar experiências de consumo da rede social online na qual ela tem o direito como cidadã de se expressar, de fazer da perda da filha um ato político e de resistir ao tempo e às desaprovações alheias (BARBOSA; CAMPBELL, 2012). Por meio das publicações é possível



observar que o sentimento é também de resistência e que ela conta com o apoio de quem comenta e compartilha suas publicações. No Facebook ela consegue expressar sentimentos, homenagear e recuperar a memória da filha (PERLUXO, 2015).

Devido ao espaço restrito deste artigo não poderemos nos ater à análise dos comentários nas publicações para observar o grau de suporte recebido e a identificação com outras mães (PERLUXO, 2015), entretanto percebe-se uma grande interação por meio de comentários e reações por parte dos amigos de Ligiane. Ela afirma ter mais de dois mil amigos em seu perfil, número que aumentou consideravelmente depois do incêndio. Também, segundo Ligiane, muitas mães que já tinham perdido seus filhos na época da tragédia entraram em contato com ela por meio do Facebook para mandar mensagens de apoio e consolo. Nas publicações de janeiro houve um grande número de usuários que marcaram Ligiane em suas próprias publicações, percebe-se principalmente a atitude por parte de jornalistas que compartilharam reportagens ou crônicas as quais citam diretamente Ligiane ou tem a Kiss como temática, mantendo-a sempre a par das informações dos processos ou eventos relacionados à tragédia e conseqüentemente à filha (PERLUXO, 2015). Os novos propósitos de Ligiane em manter a memória da tragédia e buscar justiça fazem com que o número de publicações seja alto, mesmo passados cinco anos do incêndio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo se propôs a analisar as práticas de consumo do Facebook de Ligiane Righi da Silva, mãe de uma das vítimas da Boate Kiss que há cinco anos luta por justiça e pelo não esquecimento. Esses dois elementos são fortemente evidenciados na vida de Ligiane e dessa forma ocupam centralidade temática nas publicações nas redes sociais, além de promoverem a dinâmica das interações, uma vez que sua rede de amigos se reconfigurou com a alteração no seu contexto de vida.

Percebe-se que a apropriação do Facebook tem sido um importante movimento para a criação de novas experiências para gerenciar a dor da perda, sendo fundamental para a reestruturação das práticas imbricadas no online e no offline, da mesma forma que o site de rede social funciona como um mediador dos valores e sentimentos de Ligiane. Acionando os recursos da plataforma como o



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

compartilhamento de fotos, figuras, memórias e descrição de sentimentos Ligiane expressa uma série de informações que representam o que ela pensa e sente em determinado momento, tornando suas práticas de consumo do Facebook em conformidade com o contexto em que vive. Por meio do consumo da plataforma social online ela encontra formas de enfrentar a dor da perda e reestabelecer novos propósitos para continuar vivendo mantendo a memória da filha, tendo um espaço para homenagens e, ao mesmo tempo, dando continuidade aos projetos idealizados em vida por Andrielle.

Ao assumir como uma missão em sua vida a luta política de busca por justiça e do não esquecimento, esse comportamento se reflete em suas práticas de consumo do Facebook o que fica evidente até mesmo no momento em que ela publica frases de reconforto, com teor terapêutico, que corroboram para a sensibilização de seus seguidores e para a identificação de outras pessoas com seus mesmos sentimentos de forma a legitimar a dor e a busca por justiça. Percebe-se também que a utilização de hashtags, pedindo justiça e memória, funciona como elemento de reforço do propósito das publicações, bem como para ajudar outros usuários da rede na interpretação da mensagem que ela quer passar. No momento em que suas publicações persistentes sobre a temática da Kiss e da dor da perda da filha se tornam um ato político, representativo dos ideais pelos quais ela vive e se apropria do Facebook como um espaço de resistência e de busca por cidadania e de identidade do grupo de mães, suas atitudes mostram que essa não é uma briga individual, mas sim coletiva.

A continuidade desta pesquisa se faz necessária no sentido de verificar as práticas de consumo de outras mães que também perderam filhos na tragédia com o intuito de identificar regularidades que possam levar a semelhanças de apropriações dentro de um mesmo grupo para a compreensão da criação de experiências compartilhadas e ainda futuramente, estender o olhar para outros grupos de mães enlutadas para que o tempo de luto seja melhor compreendido e respeitado bem como suas práticas contemporâneas.

Referências

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

CAMPANELLA, Bruno; BARROS Carla (orgs.). **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: e-papers, 2016.

CASTRO, G. G. S. **Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado**. PragMATIZES – Revista Latino Americana de Estudos em Cultura. Ano 4, n. 6. Mar. 2014, p. 58-71.

FARIA, Aline. **Dos silêncios do luto à comunicação: um olhar sobre a exposição do sofrimento de mães que perderam os filhos**. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro.

FREITAS, Joanneliese; MICHEL, Luís H. **A maior dor do mundo: o luto materno em uma perspectiva fenomenológica**. In: *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 19, n. 2, p. 273-283, abr./jun. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1413-737222324010>. Acesso em: 28 mar. 2018.

FRIZZO, Heloísa. **Blogs de mães enlutadas: o luto e as tecnologias de comunicação**. 2015. Tese (Doutorado em Ciências) – Escola de Enfermagem, Universidade de São Paulo, São Paulo.

HINE, Christine. **Ethography for the internet: Emedded, Embodied and Everiday**. London: Bloomsbury, 2015.

HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (orgs.). **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: e-papers, 2016.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. In: **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram. **How the World Changed Social Media**. London: UCL Press, 2016.

MILLER, Daniel. **The comfort of people**. Cambridge: Polity Press, 2017.

NEGRINI, Michele. A morte no ciberespaço: um estudo etnográfico da comunidade do Orkut “Profiles de Gente Morta”. **Discursos Fotográficos**, v. 6, n. 8, p. 13-33, 2010. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/3468/5171>. Acesso em: 26 mar. 2018.

PERLUXO, Diana. **“Anjos Online” Estudo qualitativo sobre a utilização do Facebook no processo de luto parental**. 2015. Dissertação (Mestrado Integrado em Psicologia) – Faculdade de Psicologia, Universidade de Lisboa, Lisboa.

SIQUEIRA, Monalisa; VÍCTORA, Ceres. O corpo no espaço público: emoções e processos reivindicatórios no contexto da “Tragédia de Santa Maria”. **Revista Latinoamericana Sexualidad, salud y sociedad**. n. 25 - abr. / abr. / apr. 2017 - pp.166-190. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-64872017000100166&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 14 mar. 2018.