

#ANJO: Explorando a produção e o consumo de memoriais a vítimas de crimes reais em plataformas de redes sociais

#ANGEL: *Exploring the production and consumption of memorials to true crime victims in social media platforms*

Bianca Souza Biadeni¹ e Gisela G. S. Castro²

1 Doutoranda em Comunicação e Práticas do Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Pesquisadora integrante do Conex.lab, grupo CNPq de Comunicação, Consumo, Subjetividade e Sociabilidade. E-mail: biancabiadeni@gmail.com.

2 Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com pós-doutorado em Sociologia no Goldsmiths College, University of London. Docente titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Coordenadora do Conex.lab. E-mail: castro.gisela@gmail.com.

Resumo

Este artigo investiga a produção de narrativas em homenagem às vítimas de crimes, compartilhadas em plataformas digitais. Debateu-se o consumo simbólico da morte e do luto por meio de produtos comunicacionais, mobilizando no referencial teórico autores dos estudos da mediatização e do consumo. Utilizou-se a Análise de Conteúdo e a Análise Discursiva Comunicacional para examinar três perfis memoriais dedicados à mesma pessoa, com o objetivo de discernir os processos de produção de conteúdo e avaliar as dinâmicas de interação nesses espaços, bem como as possíveis motivações subjacentes. Compreender essas produções como um componente integral da linguagem social contemporânea nos permite pensar os produtos e processos comunicacionais que fazem parte das inquietantes questões do mundo em que vivemos.

Palavras-chave

Comunicação e consumo, morte e redes sociais, Instagram.

Abstract

This article investigates the production of narratives dedicated to victims of crimes, shared on digital platforms. We discuss the symbolic consumption of death and mourning by means of communication products, mobilizing in our theoretical framework authors from the fields of mediatization and consumption studies. We rely on Content Analysis and Discursive Communicative Analysis to examine three memorial profiles dedicated to the same individual, aiming to discern content production processes and assess interaction dynamics within these spaces and the potential underlying motivations. Understanding these productions as an integral component of contemporary social language allows us to contemplate these communication products and processes that are part of the disquieting issues of today's world.

Keywords

Communication and consumption, death and social media, Instagram.

Para começar: morrer não é mais para sempre?

Em novembro de 2015, Roman Mazurenko, 34, estava atravessando a rua em uma faixa de pedestres, quando foi atingido por um carro e faleceu³. Embora trágica, sua morte

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/HelloStampsy/photos/yesterday-roman-mazurenko-founder-of-stampsy-passed-away-after-being-struck-by-a/929492347158911/>. Acesso em: 8 ago. 2023.

seria um acontecimento que marcaria apenas aqueles que o cercavam, se não fosse pelo fato de que uma de suas melhores amigas não conseguiria se despedir assim tão rapidamente. Eugenia Kuyda, que trabalhava com desenvolvimento de aplicativos, estava na época com dificuldades em suas recentes criações quando foi surpreendida pela notícia do acidente. Sem a possibilidade de falar pela última vez com o amigo, ela começou a reler o histórico de mensagens trocadas entre eles e decidiu vivenciar o luto a partir de sua especialidade de trabalho: criando um chatbot, com inteligência artificial, capaz de responder mensagens de forma semelhante como Mazurenko responderia.

O jovem russo não era um usuário assíduo das plataformas de redes sociais, então não era possível rememorar sua existência por meio de publicações feitas por ele próprio em seus perfis. Para a criação do projeto, Kuyda reuniu naquele mesmo ano não apenas as mensagens trocadas entre os dois, mas todos os arquivos de conversas dos amigos e familiares que aceitaram contribuir para, conforme ela declarava, “reviver a memória de Mazurenko”.

A notícia da criação e “sucesso” na construção do *bot* se espalhou em sites pelo mundo e levou a história a outros rumos. No entanto, o que inicialmente parecia uma homenagem se tornou o princípio da empresa Replika⁴, um aplicativo de chatbots com avatares personalizados, que usa inteligência artificial para responder mensagens dos usuários e para estabelecer conversas triviais: uma espécie de melhor amigo virtual. O sistema permite escolher o gênero do interlocutor com o qual se deseja conversar, o nome e até a aparência do avatar.

Apesar da relação de proximidade estabelecida com a ideia de falar com entes queridos que morreram, ou mesmo de criar versões dessas pessoas utilizando inteligência artificial, não são apenas as conexões íntimas que geram o desejo de romper a barreira da morte. Mesmo morto desde 2011, o fundador da Apple, Steve Jobs, “reapareceu” em 2022 para uma conversa com o *podcaster* Joe Rogan. A empresa de síntese de voz Play.ht utilizou arquivos das palestras do empresário para ensinar a IA a falar como Jobs, que durante 19 minutos participa de uma entrevista com uma versão também digital de Rogan⁵.

4 Esse era o funcionamento até esta data. Temos em mente que essas tecnologias mudam constantemente. Disponível em: <https://replika.com/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

5 Disponível em: <https://podcast.ai/>. Acesso em: 8 ago. 2023.

No Brasil, uma campanha publicitária de uma empresa automobilística “reviveu” em 2023 a cantora Elis Regina. Utilizando inteligência artificial, a artista aparece dirigindo e propicia um dueto de vozes com a filha, Maria Rita⁶. A canção “Como Nossos Pais” é entoada por ambas em um apelo para pensar o carro do passado e sua nova versão elétrica. Para elaborar a peça foi utilizada a técnica de *deepfake*, que utilizou um dublê para criar o rosto fidedigno de Elis. A resposta do público à produção não foi unânime. Embora alguns tenham se emocionado ao ver mãe e filha cantando juntas pela primeira vez (à época da morte de Elis, em 1982, Maria Rita tinha apenas 4 anos), para outros não pareceu uma atitude ética reviver uma pessoa a fim de atuar em uma propaganda⁷. Conforme ponderam Duarte e Miné (2014, p.1), “estas produções que conjugam de modo paradoxal elementos do ‘ineditismo’ com o ‘saudosismo’ somente se tornam possíveis em um espaço-tempo tecnológico, transformando as maneiras de produzir e consumir entretenimento musical”, memórias e homenagens.

A produção aqueceu o debate sobre o uso de inteligência artificial para trazer de volta à cena pessoas falecidas, sem sua prévia autorização. Embora esse tipo de ação fosse impensável na época de Elis. Alguns artistas atuais são levados a considerar se desejam ou não retornar ao trabalho depois da sua morte. A atriz norte-americana Whoopi Goldberg, por exemplo, relatou em uma entrevista ter determinado em testamento que não autoriza tal procedimento⁸.

Ainda que a tentativa de estabelecer conexões com indivíduos falecidos pareça estar ganhando impulso com base em sofisticadas tecnologias digitais, a interação com a morte por meio de plataformas sociais é uma prática que já perdura há algum tempo. Desde o Orkut⁹, os usuários criavam comunidades em homenagem a entes queridos e pessoas conhecidas pelo grande público, tais como atores e músicos falecidos, e interagiam em grupos a partir desse interesse em comum.

6 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aMI54-kqphE>. Acesso em: 8 ago. 2023.

7 Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/tecnologia-recria-elis-regina-em-video-veja-repercussao-nas-redes-sociais,041e3e15b693a9e82a9fc9ca4ed1cacf77pdk1g5.html>. Acesso em: 8 ago. 2023.

8 Disponível em: <https://people.com/whoopi-goldberg-will-forbids-anyone-from-making-a-hologram-after-death-7560272>. Acesso em: 8 ago. 2023.

9 Rede social criada em 24 de janeiro de 2004 e desativada em 30 de setembro de 2014.

Embora as comunidades com a temática da morte existam desde o princípio desses formatos de interações online, os modos de se relacionar no ambiente digital se transformaram significativamente, dando origem a certas práticas que constituem diferentes formas de lidar com a morte a partir da tecnologia. Assim, compreendemos que seja oportuno observar como os memoriais são feitos atualmente. Além da sua produção inerente, investigamos as formas de interação e os discursos que circulam dentro desse contexto. Entendendo que essas questões são abrangentes, compreendemos que o escopo precisaria ser mais bem delimitado por meio da seleção de apenas uma plataforma de rede social. Desse modo, elegemos o Instagram por ser a plataforma em maior crescimento no Brasil depois do WhatsApp e YouTube, os quais têm formatos específicos e não contemplariam nossos questionamentos.

Partindo da premissa inicial de investigar memoriais, percebemos que nosso estudo apresentava uma abrangência ampla. Como estratégia para delimitar nosso recorte, utilizando plataformas de redes sociais, optamos por incorporar um segundo elemento. Observou-se que outra abordagem em relação à morte, especificamente a crescente popularidade do gênero *true crime* dentro do âmbito do entretenimento, representava um fenômeno de interesse. Essa categoria de narrativa é disseminada em diversas mídias e concentra-se na apresentação de crimes reais em formatos como livros, dramatizações, documentários, podcasts, entre outros formatos. Esse tipo de produção cresceu nos últimos anos, o que pode ser demonstrado por um investimento das empresas de streaming que lançaram diversos produtos com esse tema, assim como pode ser notado pela volta do programa *Linha Direta*¹⁰, atração popular de reconstituição de crimes da Rede Globo exibida dos anos 1990 até 2007.

Tendo esses fatores em consideração, conduzimos uma investigação com o objetivo de identificar por memoriais relacionados às vítimas de crimes que se tornaram amplamente conhecidos pelo público. Elegemos nosso objeto empírico (que optamos em apresentar mais adiante) a partir de uma pesquisa exploratória inicial, realizada na plataforma Instagram. Para fundamentar nossa análise, nos inspiramos na abordagem metodológica da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), respeitando as etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, complementando com análise discursiva comunicacional

10 Disponível em: <https://globoplay.globo.com/linha-direta/t/DzQYkq7tM8/>. Acesso em: 8 ago. 2023.

(SODRÉ, 2014, p. 259), que toma o discurso como “‘linguagem social’, ideologicamente reconhecida como ‘natural’ ou inerente identidade cultural de uma comunidade específica”. Com base nesse delineamento metodológico, mobilizamos nosso referencial teórico para explorar qualitativamente as amostras selecionadas.

Sobre a comoção, o luto e as plataformas de redes sociais

As pesquisas sobre a representação da morte relacionada às plataformas de redes sociais têm procurado examinar as experiências em cada espaço específico. Ao olhar para o lugar do Facebook no processo de luto, Rossetto, Lanutti e Strauman (2014) observam que o modo como a morte é abordada nessa plataforma pode oferecer tanto benefícios quanto desafios no enfrentamento da perda de entes queridos. Entre as principais funções, a plataforma de rede social serviria inicialmente como um meio de comunicação, cumprindo a função de notificar sobre o falecimento, semelhante a um obituário publicado em um jornal, mas com o intuito de chegar aos amigos e familiares. No entanto, para alguns participantes do estudo, mesmo esse modo de divulgação poderia modificar o significado do óbito, uma vez que os comentários das publicações podem tornar um evento tal acontecimento social, com comentários que nem sempre são apropriados ou respeitosos.

Diferente do Instagram, quando uma pessoa morre o perfil do Facebook pode ser transformado em um memorial que preserva as imagens postadas e permite que os amigos escrevam mensagens, algo que costuma se repetir durante anos nos aniversários daquele antigo usuário. Do mesmo modo que essa lembrança serve como apoio, alguns outros sistemas da plataforma dificultam o enfrentamento da dor, como os próprios lembretes de aniversário, ou à notificação quando a pessoa é marcada em alguma foto fazendo essa imagem aparecer de surpresa nas linhas do tempo daqueles que faziam parte de sua rede. Como relataram Rossetto, Lanutti e Strauman (2014), mesmo entre aqueles que participaram do estudo foi difícil estabelecer um consenso sobre como a plataforma atua no enfrentamento do luto, que costuma ser uma vivência extremamente pessoal. Nesses espaços virtuais, a lembrança se apresenta para todos da mesma forma, mas pode afetar de maneira diferente cada um daqueles que compartilham a mesma perda.

Ao explorar a literatura acadêmica¹¹ nacional e internacional que aborda a relação entre a morte e o Instagram, nos deparamos com pesquisas que se voltam mais para o campo da psicologia. Apenas um estudo, na área da Ciência da Computação (VERHALEN, 2020), se dedicou a tratar da construção de memoriais nesta plataforma social. O estudo propôs um planejamento antecipado destes legados feito pelos sujeitos ainda em vida. Na mesma área, outros pesquisadores procuraram se dedicar às relações de amigos e familiares com os perfis dos entes queridos em blogs e páginas do Facebook (BRUBAKER; VERTESI, 2010).

Ao examinarem publicações compartilhadas em perfis públicos do Instagram identificadas com hashtag “funeral”, Gibbs et al. (2015) encontraram imagens que buscavam destacar luto e tristeza, além do reencontro com familiares e amigos. Por outro lado, alguns registros apontavam para uma transformação no ritual, direcionando para uma celebração da vida daquele indivíduo que partiu e dando maior destaque a sua rede de amigos reunida por esse evento.

Para os autores, o compartilhamento das imagens que é feito por meio de hashtag sobre funerais é uma forma de comunicação que, ao ser partilhada, cumpre a função de marcar presença naquele evento e comunica uma situação emocional específica a uma rede mais ampla, a qual pode não fazer parte presencialmente daquele momento, mas que contempla as relações afetivas cotidianas do usuário da plataforma. Em sua compreensão, não seriam modos de apresentação, “mas podem ser entendidas como parte de uma conversa em rede contínua que estende a subjetividade do ritual social dos presentes aos não presentes, por meio do vernáculo particular da plataforma Instagram”¹² (GIBBS et al., 2015, p. 264, tradução nossa).

Aos buscar por imagens relacionadas a nascimento e morte no Instagram, Leaver e Highfield (2015) utilizaram as hashtags #ultrasound e #funeral para entender como esses dois acontecimentos eram compartilhados na rede social. No que tange ao evento de despedida, os pesquisadores perceberam que não se tratava apenas de espaços de luto, mas marcavam conexões afetivas que traziam tons de celebração, com ênfase em lembranças felizes.

11 Para realizar o levantamento bibliográfico sintetizado nesta seção, a busca se concentrou nos sites Google Acadêmico, ResearchGate e no banco de teses da Capes.

12 No original: “These images are not so much presentations of self, but can be understood as part of an ongoing networked conversation extending the subjectivity of the social ritual from those present to those not present, through the particular vernacular of the Instagram platform”.

Memorial: A vítima eternizada

Em março de 2008, um crime cometido na zona norte de São Paulo ganhou notoriedade em escala nacional. Isabella de Oliveira Nardoni, uma menina de cinco anos, foi arremessada do sexto andar de um prédio e morreu no local. O pai e a madrasta da criança foram investigados pelo homicídio e considerados culpados. O crime provocou grande comoção pública e tanto as investigações como o julgamento tiveram ampla cobertura da imprensa.

Quando Isabella morreu, o Instagram, que só viria a ser lançado em 2010, ainda não existia. No entanto, na data dessa investigação foi possível encontrar mais de 40 perfis¹³ dedicados à memória da criança na plataforma. A partir de uma exploração dessas contas, entendemos que para fins da pesquisa sobre memoriais utilizando o critério de *true crime*, esses perfis nos ofereceriam uma base pertinente de estudos. Não só exemplificam o uso da rede para essa função, como mostram, por exemplo, entre os seguidores das contas, outros perfis relacionados a diferentes casos envolvendo crianças vítimas de homicídio no Brasil e mesmo em outros países.

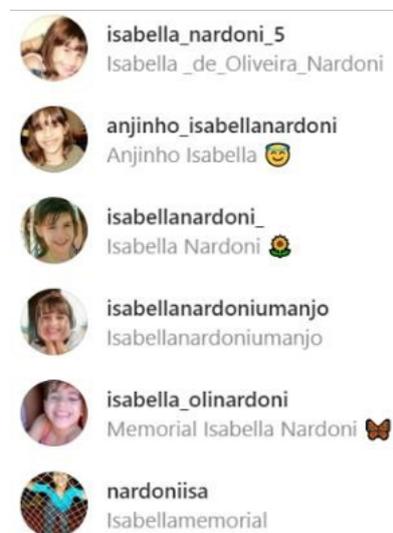


Figura 1: Busca livre no Instagram por “Isabella Nardoni”, em outubro de 2022

Fonte: Reprodução/Instagram.

¹³ Dados coletados em outubro de 2022.

Para estabelecer as reflexões sobre a produção de memoriais, iniciamos a etapa de pré-análise observando todos os perfis encontrados a partir da busca livre pelo termo “Isabella Nardoni” no Instagram (Figura 1). O principal critério de elegibilidade foi voltar a atenção às contas que reuniam o maior número de seguidores com o intuito de encontrar a maior amostragem tanto em compartilhamento de conteúdo quanto em interações. Desse modo, foi possível estabelecer como objeto de análise os perfis [Isabellanardonimemorial](#)¹⁴, [Isabella_nardoni2008](#)¹⁵, e [My_princess_isabella_nardoni](#)¹⁶.

As três contas escolhidas foram analisadas sem o uso de ferramentas tecnológicas. Todo o conteúdo publicado foi explorado manualmente e categorizado. Desse modo, foi possível verificar as estratégias comunicacionais que se repetem, assim como a sazonalidade e outros fatores relacionados às publicações.

A primeira publicação disponível do perfil [@Isabellanardonimemorial](#) (Figura 2), realizada em fevereiro de 2019¹⁷, é uma junção com seis imagens que formam uma fotografia maior de Isabella acompanhada pela mãe, Ana Carolina Oliveira. A partir da observação das 354 fotos publicadas, foi possível identificá-las nas seguintes categorias: a) imagens da infância (em brincadeiras e ações do cotidiano); b) fotos com a mãe, com familiares; c) fotomontagens que retratam a criança como anjo; d) crianças vítimas de crimes semelhantes; e) datas comemorativas como dia das mães e dos avós; e f) a memória ao aniversário da menina.



Figura 2: Perfil memorial 1

Fonte: Reprodução/Instagram.

14 Disponível em: <https://www.instagram.com/isabellanardonimemorial/>. Acesso em: 2 set. 2023.

15 Disponível em: https://www.instagram.com/isabella_nardoni2008/. Acesso em: 2 set. 2023.

16 Disponível em: https://www.instagram.com/my_princess_isabella_nardoni_/. Acesso em: 2 set. 2023.

17 Não há como estimar quando de fato esses perfis foram criados, uma vez que as fotos podem ser apagadas. Para fins de análise, registramos a data que consta na publicação mais antiga disponível no dado perfil.

Em todos os perfis observados, as fotos em que a criança aparece acompanhada pela mãe têm o maior número de interações, sempre expressando solidariedade. De fato, existe um perfil dedicado a homenagear mãe e filha em conjunto, o qual possui ainda mais seguidores do que os demais¹⁸. Na conta @Isabellanardonimemorial, no Dia das Mães foram publicadas três imagens com homenagens dirigidas para Ana Carolina. Dentre os muitos comentários gerados por estas publicações, diversas pessoas expõem ali o desejo de seguir a mãe de Isabella nas redes sociais. Entretanto, ela utiliza um perfil fechado e não admite pessoas desconhecidas em sua conta pessoal¹⁹.



Figura 3: Perfil memorial 2

Fonte: Reprodução/Instagram.

Entre suas mais de 600 publicações, a conta @Isabella_nardoni2008 (Figura 3) exhibe conteúdos semelhantes aos da primeira página observada. A partir da exploração do material foi possível chegar às categorias: a) imagens da infância; b) eventos familiares; c) fotos com avós maternos; d) registros com a mãe; e) fotos em que apenas a matriarca aparece; f) representações que retratam a menina como anjo com asas e auréola; assim como g) retratos de outras crianças vítimas de crimes semelhantes. A relação de proximidade estabelecida no primeiro perfil observado se repete e pode ser evidenciada nos comentários de uma publicação que mostra o túmulo de Isabella. Em comentários para esse post, diversos seguidores relatam o desejo de fazer uma visita ao local.

18 Disponível em: https://www.instagram.com/anacarolina_oliveiraa1/?hl=pt. Acesso em: 15 mar. 2023.

19 Não temos a intenção de adentrar detalhes da vida pessoal de Ana Carolina Oliveira nesse recorte. As citações à mãe de Isabella Nardoni se resumem ao conteúdo divulgado nas páginas examinadas neste estudo e em entrevistas que ela forneceu à imprensa.

A primeira publicação disponível nesse perfil data de julho de 2018. Diferente da conta anterior, além das categorias inicialmente encontradas há outros registros que mostram homenagens tais como cartazes e manifestações feitas para a criança durante a época da cobertura deste caso realizada pela imprensa logo após o crime ser cometido, em 2008. Outro diferencial em relação aos demais perfis é a presença de imagens da menina com o avô paterno, Antônio Nardoni, e com o tio materno, Felipe. Esses parentes não estão incluídos nas imagens disponibilizadas pelos outros perfis selecionados.

Há nos perfis uma série de imagens de Isabella acompanhada por uma prima, o que levanta questionamentos sobre a exposição de uma outra infância atrelada à tragédia em questão. O fato nos parece preocupante no que diz respeito à privacidade da criança, mas não há como saber de fato como essa segunda jovem se sente em relação aos registros que circulam no Instagram.

Ambas as contas publicam imagens retratando como anjo o menino Henry Borel, que foi assassinado aos quatro anos, em março de 2021. O caso trouxe à grande imprensa uma série memórias que relembavam a morte de Isabella, visto que os acusados pelo crime²⁰ são a mãe e o padrasto do menino, o que reviveu em sentimentos de comoção.



Figura 4: Perfil memorial 3

Fonte: Reprodução/ Instagram.

A terceira conta examinada, @My_princess_isabella_nardoni_ (Figura 4), traz em suas 390 publicações imagens semelhantes às outras amostras aqui observadas. O primeiro

20 Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/11/01/monique-e-jairinho-va-o-a-juri-popular-pela-morte-de-henry-borel.ghml>. Acesso em: 15 mar.2023.

conteúdo disponível nas publicações data de abril de 2020²¹ e aponta um diferencial entre os outros perfis: um tipo de marca d'água que garante que esse Ig²² será identificado como fonte caso a imagem seja compartilhada. Além desse detalhe técnico, o formato de compartilhamento não se limita a fotografias, mas inclui montagens e frases em uma linha do tempo que segue um determinado padrão estético²³.

Além da opção por um formato que utiliza modos mais atuais de publicações do Instagram, como galerias e *reels*²⁴, essa conta tem em sua descrição de perfil outro diferencial: um link para ver publicações semelhantes no TikTok. Algumas fotografias não aparecem nos perfis anteriores, mas o conteúdo se repete em fotos com a mãe, a avó, os primos e demais familiares, momentos da infância como aniversários, brincadeiras e eventos escolares. Todas as contas continham publicações recentes, do mês em que foram analisadas²⁵.

Na ocasião em que o crime foi cometido, a mãe de Isabella publicou diversas fotos da criança no Orkut, plataforma de rede social popular na época. Essas imagens teriam dado origem à criação de comunidades relacionadas ao crime e em apoio aos familiares da menina. Acreditamos que as imagens que se repetem nos perfis selecionados para este estudo tenham sido recolhidas nesse ambiente e se eternizado nos registros online mais atuais. Atualmente, a mãe de Isabella tem apenas contas privadas nas plataformas digitais, reforçando que os registros exibidos nos memoriais teriam sido obtidos a partir do que havia sido disponibilizado no período que se sucedeu ao crime. Novamente, aqui, nos parece importante marcar nossa preocupação com a questão da privacidade dos registros pessoais disponibilizados em ambientes online.

O perfil @My_princess_isabella_nardoni_ também se diferencia pelo uso da ferramenta *stories* – pequenas publicações no Instagram que desaparecem em 24 horas, mas que

21 Disponível em: https://www.instagram.com/p/B_ISY6XFJEq/?hl=pt. Acesso em: 15 mar. 2023.

22 Como são chamados os perfis no Instagram.

23 Optamos por disponibilizar os links ao invés de reproduzir as imagens ao longo do texto, pois compreendemos que pode ser perturbador rememorar imagens de uma criança vítima de crime.

24 Modelo de vídeos curtos do Instagram.

25 As análises ocorreram entre outubro e novembro de 2022.

podem ser fixadas como publicações destacadas para consulta. Essa possibilidade nos levou a alguns achados específicos, tais como constatar que o administrador do perfil não conhecia pessoalmente a criança homenageada. Há uma série de elogios ao memorial como um tipo de conta, uma espécie de nicho de comunicação e relacionamento no Instagram.

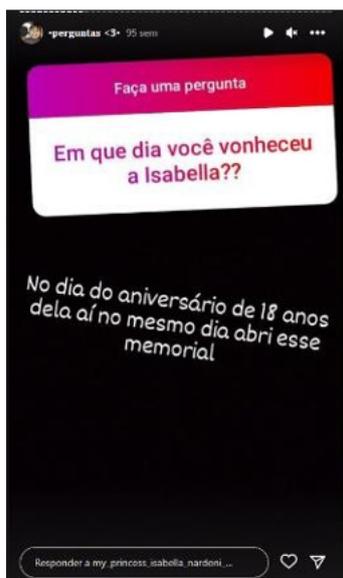


Figura 5: Destaque do perfil @My_princess_isabella_nardoni_

Fonte: Reprodução/Instagram.

Um fator que nos chama a atenção é que algumas pessoas interagem com a conta mesmo sem ter conhecimento do caso. Perguntam, por exemplo, do que teria falecido a criança homenageada. Embora o caso Nardoni tenha sido um acontecimento marcante que foi amplamente noticiado pela mídia, trata-se de um evento ocorrido em uma época anterior à criação da plataforma de rede social em questão, o Instagram. Sendo assim, esse perfil encontra uma gama de pessoas nascidas depois da ocorrência do crime.

Acreditamos que os indivíduos que interagem com o perfil da forma descrita acima possam ter chegado à página por influência dos algoritmos do Instagram. A mediação algorítmica opera ao analisar o comportamento do usuário e sugerir conteúdos que possam interessar, tanto situando um dado perfil entre as publicações que vão ser vistas no rolar da tela, quanto listando-o na função “explorar”. Nossa suposição foi reforçada pelo fato de que após a finalização da fase de análise das contas selecionadas, passamos a receber

sugestões para ver publicações de perfis semelhantes, não apenas relacionados a Isabella, mas a outras pessoas homenageadas da mesma forma.

Em agosto de 2023, a Netflix lançou o documentário *Isabella: o caso Nardoni*. Nos quatro primeiros dias após seu lançamento, a produção figurou entre os filmes de língua não inglesa mais assistidos da plataforma de streaming, atraindo uma audiência de 5,7 milhões de espectadores. Ao revisar o número de perfis dedicados à memória de Isabella, após o lançamento do documentário, foi possível encontrar pelo menos 56 contas em homenagem à menina. Tal aumento indica que o consumo de memoriais também é impulsionado pela exploração dos casos em formato audiovisual. Como algo que se retroalimenta, a produção passou a gerar a criação e proliferação de mais conteúdo nos memoriais online.

Como produções de veículos de comunicação, as obras audiovisuais representam produtos comerciais de interesse para seus realizadores, buscando alcançar elevados índices de audiência. Todavia, é relevante observar que essas representações desempenham um papel significativo para os familiares, em particular em relação a crimes ocorridos antes da era da perpetuação possibilitada pelos ambientes online. Nesse contexto, essas produções pretendem proporcionar uma voz às vítimas, tendo como objetivo evitar a repetição de tragédias. A exemplo, a produção da plataforma de streaming foi lançada no ano em que a madrasta de Isabella recebeu progressão para o regime prisional aberto. Em entrevista ao portal *UOL*, a mãe de Isabella afirmou que inicialmente não tinha interesse em que a história de sua filha fosse retratada. No entanto, concordou em participar do projeto para “[...] que essa história e tantas outras que não foram contadas não sejam esquecidas” (RODRIGUEZ, 2023).

Midiatização e consumo simbólico

A midiatização é um termo utilizado pelos pesquisadores da comunicação em discussões que abordam a predominância de interações mediadas pelas mais diversas plataformas e ferramentas de comunicação nas sociedades atuais. O termo mobiliza diferentes ângulos de pesquisa e se estende em discussões que fogem ao escopo deste trabalho. Em linhas gerais, entendemos aqui que o conceito trata da “inter-relação entre

mudanças na mídia e na comunicação, de um lado, e da cultura e sociedade, de outro” (COULDRY; HEPP, 2013, p. 197, tradução nossa)²⁶.

Ao abordar a midiaticização, Hjarvard (2014) trata dos processos que tornam o cotidiano progressivamente mais entrelaçado às lógicas midiáticas. O autor compreende as mídias como ferramentas com o poder de controlar o modo como as informações são representadas ou, melhor dizendo, como uma dada informação pode ser “por exemplo, enquadrada ideologicamente ou narrada artisticamente” (Ibidem, p. 40). Também diz respeito às categorias temáticas que geram conexões entre pessoas, referindo-se em especial aos gêneros discursivos por meio de quais esses encontros acontecem, tais como entretenimento, trabalho, educação etc.

Uma vez que as plataformas online, tal como outros tipos de mídia, são utilizadas para diversas funções sociais e culturais, aprendemos que o luto pessoal, bem como a comoção por casos de violência e morte que chegam ao grande público, podem encontrar lugar de narrativa configurado por esse, por vezes inquietante, olhar midiaticizado nas trocas informacionais nas redes.

No que se refere à interação póstuma, Maciel e Pereira (2012) apontaram que os chamados *millennials*²⁷ chegaram à idade de compreensão sobre a morte junto com os usos mais sociais das ferramentas tecnológicas. Assim, embora possa parecer perturbador para alguns, muitos indivíduos se dedicam a construir imagens e fomentar interações sobre o tema ao partilhar e consumir esse tipo de conteúdo nas plataformas de redes sociais. Para esse público, um modo de lidar com a morte seria por meio de uma relação estreita com dispositivos de mídia. Nesses casos, as interações online contribuiriam para mediar e facilitar a elaboração do luto e da revolta pelas circunstâncias trágicas em que ocorreu a morte em questão para públicos de diferentes idades e gerações.

Semelhante ao tema da morte, a doença também encontra uma legião de seguidores online. Ao pesquisar a motivação para acompanhar a temática do câncer no Instagram,

26 No original: “Generally speaking, mediatization is a concept used to analyze critically the interrelation between changes in media and communications on the one hand, and changes in culture and society on the other”.

27 Termo utilizado pelo mercado para se referir àqueles que nasceram entre os anos 1980 e 1996, podendo haver algumas diferenças quanto às datas.

Oliveira et al. (2019) relatam que os usuários encontram nesses espaços locais para falar de si e dos familiares abordando o assunto da doença e estabelecendo um relacionamento sobre questões em comum. “Nesse sentido, ficou nítido que a escolha da mídia para seguir e se informar se dá pela vontade da audiência que não é passiva, mas ativa nesse relacionamento on-line” (Ibidem, p. 799).

Não são apenas os administradores de páginas memoriais e seus seguidores que rememoram vítimas que ficaram conhecidas por meio de imagens. Em março de 2022, um artista especializado em utilizar softwares e inteligência artificial para gerar rostos humanos em personagens animados utilizou a tecnologia para mostrar como Isabella Nardoni se pareceria se estivesse viva aos 19 anos²⁸. A imagem rapidamente se tornou popular nas plataformas online e foi replicada em incontáveis ambientes, inclusive em duas das contas analisadas neste estudo. Após a mobilização causada pelo retrato em sites de notícias e nas plataformas, o artista fez o mesmo com outras quatro crianças vítimas de crimes reais.

Entendemos que ao produzir, partilhar e consumir hashtags, fotos, vídeos e outros modelos de interação no Instagram, o usuário se sente participando de algo maior que ele próprio, pertencendo a uma comunidade de semelhantes. Ao fazer uma aproximação que leva em conta apenas esse aspecto, poderíamos dizer que um memorial se assemelharia a um fã-clube. Nesse caso, um aspecto central que os diferencia é se tratar de um tema que não traz “novidades” como no caso de quem acompanha artistas, mas que se aproximaria de quem rememora uma série de livros já finalizada, como uma trilogia antiga, por exemplo.

Silverstone (2005) entende o consumo como uma atividade social, cujo objetivo não seria apenas mostrar aptidão para acumular produtos, mas que traz uma preocupação como algo “que desejamos partilhar e que propicia um momento de sociabilidade numa vida, em outros aspectos, solitária” (Ibidem, p. 158). Desse modo, compreendemos que as narrativas envolvendo vítimas de crimes, em sua intensidade e circulação na mídia por vezes criam no espectador uma relação de proximidade. Ao fazer parte de um grupo que

28 Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2022/03/29/apos-homenagens-a-mamonas-assassinadas-e-sertanejos-artista-mostra-como-isabella-nardoni-estaria-se-estivesse-viva-aos-19-anos.ghtml>>. Acesso em mar. 2023.

relembra e presta homenagens às vítimas, o indivíduo pode se sentir como alguém que continua fazendo parte de uma história com a qual se identificou. E mais, pode se sentir tomando parte ativa em uma narrativa cujo desfecho causa revolta e dor.

Quando se trata do ambiente virtual, a concepção de conteúdo pode ser tida como um formato de produção. Isso é evidente no que se refere às profissões relacionadas às plataformas de redes sociais, entre elas a de “produtor de conteúdo”. Quem atua nesse segmento cria materiais em diferentes formatos que sejam úteis ou especialmente atraentes para determinados públicos. Esse tipo de estratégia utilizada por marcas, empresas, influenciadores de diversos matizes busca atrair espectadores visando torná-los possíveis consumidores, seja das publicações, quanto de outras espécies de vendas promovidas nestes espaços de trocas online.

Evidentemente, o consumo nos espaços memoriais estudados se dá pelo simbólico. Ao rememorar imagens de uma vítima de crime, desenvolve-se uma comunidade de semelhantes que têm valores e interesses em comum. Embora existam, são raros os comentários nas publicações das três contas examinadas que questionam a necessidade de se reviver uma história atroz como essa, tantos anos depois. Em geral, as interações partilham de valores, desejos de solidariedade, palavras de apoio, de indignação e de raiva contra e a favor dos mesmos sujeitos.

Conforme observa Saad (2020), a midiaticização permite que o conteúdo que circula online se desvincule do contexto original e seja empregado em diferentes contextos. Nesse aspecto, embora as contas analisadas apresentem milhares de seguidores, entendemos que entre eles pode haver *bots* ou mesmo usuários direcionados pela mediação dos algoritmos que não têm nenhuma relação de identificação direta com o caso Isabella. Ainda que isso ocorra, tal fato não tornaria irrelevante esse modo de interação com o tema da morte em geral e, de modo especial, com o tema da morte violenta de crianças vítimas de crimes que causaram grande comoção pública. Sendo assim, os memoriais podem ser entendidos como uma narrativa feita para ser partilhada e vivenciada em comunidade. Embora para alguns possam parecer fora de propósito e descabidas, tais produções midiáticas encontram sujeitos que desejam partilhar da conversa sobre o ocorrido, se unir a outros com quem possam partilhar seus sentimentos de tristeza, raiva, solidariedade e indignação. Esse fenômeno nos leva a considerar que evitar

falar sobre algo que nos choca não invalida o interesse daqueles que expressam essa relação de outra forma.

Ainda que o objetivo de memoriais online não seja o de reviver as pessoas que partiram para criar experiências, a produção constante de conteúdo online transforma a morte em materiais em vídeo, sequências fotográficas e outros recursos utilizados no espaço digital. Diferente das possibilidades exploradas nas IAs, os memoriais não revivem as pessoas falecidas, porém tampouco as deixam partir. Ademais, esses produtos são desconsiderados quando são discutidos os modos de circulação de imagens *post-mortem* em plataformas digitais.

Para terminar: a comunicação como vínculo e a linguagem social dos memoriais

Neste breve estudo, investigamos a produção e o consumo de memoriais de vítimas de crimes publicados na plataforma de rede social Instagram. Nossa discussão acerca dessas produções culturais contemporâneas apontou que mesmo quando tratam de um tema tão forte quanto a morte cruel de uma criança, as linhas do tempo podem ensejar narrativas midiáticas munidas de intensa carga afetiva, criando a possibilidade de gerar visibilidade, identificação e sensação de pertencimento.

Ao tratarmos de registros *post-mortem* que podem ser classificados por alguns como estranhos, bizarros ou mesmo grotescos, não pretendemos estabelecer juízo de valor a respeito do objeto de análise. Como apontado no início desta reflexão, entendemos ser intrigante esse tipo de conteúdo. Pela especificidade de sua função em relação ao tema tratado, entende-se que essas produções tanto podem gerar identificação quanto podem causar forte rejeição, assinalando de modo exemplar o papel da comunicação na estruturação dos vínculos sociais (SODRÉ, 2014).

A discussão apresentada aqui também estimula a reflexão de que pessoas que não possuem bens materiais e não têm a intenção de redigir testamentos tradicionais podem eventualmente reconhecer a necessidade de registrar seus últimos desejos no que diz respeito à sua presença digital após a morte. Como mencionado anteriormente, Roman Mazurenko não era um usuário que compartilhava extensivamente informações pessoais online, portanto, permanece incerto como ele se sentiria ao ter algumas de suas ideias

usadas como base para criar uma representação póstuma de sua pessoa. Do mesmo modo, Isabella enquanto criança, não teria idade para ter uma conta na plataforma. Entendemos que seria desafiador, cansativo e julgamos dizer mesmo impossível para seus familiares solicitar que todos esses registros fossem apagados. Explorações adicionais poderiam relacionar esse tema à pesquisa sobre o direito ao esquecimento.

Compreendendo o modo midiático como a sociedade se relaciona, podemos entender os memoriais online como uma forma de lidar com um tema tão chocante perturbador que pode vir a requerer a sua elaboração em grupo, por meio de canais midiáticos específicos para esse fim.

Sendo assim, nossa abordagem procurou conhecer modos de produção dessas narrativas online, entendidas aqui como parte da linguagem social de nosso tempo. Acreditamos que pesquisas futuras poderiam investigar esse fenômeno a partir da recepção, voltando o olhar para o público que acompanha as contas desse tipo e trazendo renovados modos de entendimento das intrigantes interações midiáticas atuais.

Outro aspecto a ser observado em possíveis desdobramentos de um estudo como este seriam os perfis mantidos por familiares de vítimas de crimes reais e outras causas de morte. Entendemos que tal estudo pode revelar aspectos ainda pouco conhecidos, tanto sobre as relações de enfrentamento do luto por pessoas que perderam seus entes queridos, como daqueles que consomem essas narrativas, tendo ou não conhecido em vida as pessoas homenageadas, como forma de se solidarizar com a dor da perda incomensurável dos que ficam. Desse modo, complementa-se o nosso entendimento sobre os modos de sociabilidade no contemporâneo por meio do que foi comunicado – ou daquilo que colocamos “em comum” nos produtos e processos comunicacionais que caracterizam o conturbado mundo em que vivemos.

Referências

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRUBAKER, J. R.; VERTESI, J. Death and the Social Network. *In*: ACM CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 28., 2010, Atlanta. *Anais* [...]. Atlanta: ACM, 2010.

COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, Hoboken, n. 23, p. 191-202, 2013.

DUARTE, G. A.; MINÉ, T. Z. Ao vivo post mortem: música, entretenimento, tecnologia e negócios. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. [...] *Anais*. São Paulo: Intercom, 2014.

GIBBS, M.; MEESE, J.; ARNOLD, M.; NANSEN, B.; CARTER, M. Funeral and Instagram: death, social media, and platform vernacular. *Information, Communication & Society*, Abingdon, v. 18, n. 3, p. 255-268, 2015.

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

LEAVER, T.; HIGHFIELD, T. Imagining the ends of identity: birth and death on Instagram. *Information Communication & Society*, Abingdon, v. 21, n. 1, p. 1-16, 2016.

MACIEL, C.; PEREIRA, V. C. The internet generation and its representations of death: considerations for posthumous interaction projects. In: BRAZILIAN SYMPOSIUM ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 11., 2012, Cuiabá. *Anais* [...]. Porto Alegre: Brazilian Computer Society, 2012. p. 85-94.

OLIVEIRA, E. M.; SALGADO, T. J.; THOMER, L.; JURBERG, C. Esperança x sofrimento nas mídias sociais: O que motiva seguidores do Instagram a seguir a temática câncer? *RECIIS*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, p. 784-802, 2019.

RODRIGUEZ, B. Mãe de Isabella Nardoni desabafa sobre progressão na pena de madrasta: “Minha filha não volta”. *UOL*, 15 ago. 2023. Disponível em: <https://paisefilhos.uol.com.br/familia/mae-de-isabella-nardoni-desabafa-sobre-progressao-na-pena-de-madrasta-minha-filha-nao-volta/>. Acesso em: 22 set. 2023.

ROSSETTO, K. R.; LANNUTTI, P. J.; STRAUMAN, E. C. Death on Facebook: Examining the roles of social media communication for the bereaved. *Journal of Social and Personal Relationship*, Washington, DC, v. 32, n. 7, p. 974-994, 2015.

SAAD, E. A comunicação das organizações diante de públicos, esfera pública e opinião pública: como as plataformas sociais digitais se encaixam nisso?. *Organicom*, São Paulo, v. 17, n. 33, p. 39-48, 2020.

SILVERSTONE, R. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2005.

SODRÉ, M. *A ciência do comum: notas sobre o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2014.

VERHALEN, A. E. C. *Perfis, lembranças e histórias: Projetando memórias digitais para o Instagram via design participativo*. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciência da Computação) – Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020.

submetido em: 22 set. 2023 | aprovado em: 4 out. 2023