

FUNDAÇÃO UNIRG
UNIVERSIDADE DE GURUPI – UNIRG
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

LÍVIA DOS SANTOS BATISTA

A PÓS-MODERNIDADE E AS NOVAS FORMAS DE RELACIONAMENTO:
A ‘AZARAÇÃO’ ONTEM E HOJE

GURUPI-TO
NOVEMBRO-2019

LÍVIA DOS SANTOS BATISTA

**A PÓS-MODERNIDADE E AS NOVAS FORMAS DE RELACIONAMENTO:
A 'AZARAÇÃO' ONTEM E HOJE**

Artigo apresentado à Universidade de Gurupi - UnirG como requisito parcial para aprovação na disciplina 'Trabalho de Conclusão de Curso II', do curso de Jornalismo.

Orientador: Profº Mestre em Comunicação e Sociedade, Paulo Roberto Albuquerque de Lima

Coorientadora: Profª Mestre em Desenvolvimento Regional, Alessandra Gomes Duarte de Lima

**GURUPI-TO
NOVEMBRO-2019**

A PÓS-MODERNIDADE E AS NOVAS FORMAS DE RELACIONAMENTO: A ‘AZARAÇÃO’ ONTEM E HOJE. Lívia dos Santos Batista¹; Alessandra Gomes Duarte Lima e Paulo Roberto Albuquerque de Lima²; ¹Acadêmica do Curso de Jornalismo – Universidade de Gurupi - UnirG, Gurupi/TO; ²Professores orientadores, Curso de Jornalismo – Universidade de Gurupi - UnirG, Gurupi/TO.

RESUMO

O presente artigo buscou fazer um exame das relações humanas em dois momentos e com dois veículos de comunicação diferentes, são eles: *Jornal Cocktail*, impresso da década de 90 e o perfil do Instagram *Crush Gurupi*, de Gurupi-TO, procurando traçar diferenças e semelhanças em mensagens de paquera destes meios, levando-se em consideração aspectos da pós-modernidade, com viés no sociólogo Zygmunt Bauman, que trata sobre a fluidez e volatilidade das relações sociais na contemporaneidade. Para realização da pesquisa, de caráter exploratória, descritiva e qualitativa, foi feita uma análise narrativa utilizando a metodologia proposta por Luiz Gonzaga Motta, que trabalha com três planos de interpretação: a expressão, estória e meta-narrativa. Como resultados, pôde-se constatar pontos convergentes e divergentes entre os flertes de cada época, devido às mudanças e adaptações sofridas durante mais de 20 anos que separam cada meio. Os avanços tecnológicos e a liquidez nas ações são características marcantes das diferenças. Dentre as semelhanças, foram identificados traços na formação de frases claras e objetivas, usando discursos direto na maioria dos modelos de análise. No perfil *Crush* fica patente o caráter fluido das relações, carência de aproximação e um certo distanciamento nas relações. Já a coluna *Recados* traz uma linguagem, quase sempre direta, quase não deixando margem para interpretações.

Palavras-chave: Pós-modernidade. Fluidez. Paquera virtual.

POSTMODERNITY AND THE NEW FORMS OF RELATIONSHIP: THE FLIRT YESTERDAY AND TODAY

ABSTRACT: The present article sought to examine human relations in two moments and with two different communication vehicles, namely: *Cocktail Journal*, printed from the 90's and Instagram profile *Crush Gurupi*, from Gurupi-TO, trying to draw differences and similarities in flirting messages of these means, taking into account aspects of postmodernity, with bias in sociologist Zygmunt Bauman, who deals with the fluidity and volatility of social relations in contemporary times. To conduct the research, exploratory, descriptive and qualitative, was made a narrative analysis using the methodology proposed by Luiz Gonzaga Motta, which works with three interpretation plans: the expression, story and meta-narrative. As a result, we could see converging and divergent points between the flirts of each era, due to the changes and adaptations suffered for more than 20 years that separate each medium. Technological advances and stock liquidity are striking features of the differences. Among the similarities, traces were identified in the formation of clear and objective sentences, using direct speeches in most analysis models. The *Crush* profile shows

the fluid character of relationships, lack of approximation and a certain distance in relationships. Already the column *Scraps* brings a language, almost always direct, leaving almost no room for interpretation.

Keywords: Postmodernity. Fluidity. Virtual flirting.

1 INTRODUÇÃO

O artigo se propõe ao exame de relações humanas em dois momentos e em dois veículos de comunicação diferentes, levando em consideração aspectos da sociedade da pós-modernidade, tendo, neste viés, o apoio dos escritos do sociólogo polonês Zygmunt Bauman, especialmente o que se encontra dito em ‘Modernidade Líquida’, tais como, a fluidez e volatilidade das relações sociais e as novas dinâmicas da contemporaneidade.

Mais de 20 anos separam os dois objetos do estudo. O primeiro veículo chama-se *Cocktail*, impresso, uma espécie de correio elegante e embrião de jornal de notícias, fundado em 19 de janeiro de 1990 na cidade de Gurupi, estado do Tocantins. O segundo é o perfil na rede social Instagram denominado de *Crush Gurupi*, que está no ar desde 2018.

Do *Cocktelzinho*¹ interessa a esse estudo a coluna ‘Recados’, um espaço quase livre para os leitores enviarem suas mensagens, geralmente paqueras ou tentativas de namoro. Paquera é uma gíria da época. *Crush*², na verdade, também é paquera, termo típico dos tempos atuais. A pesquisa busca entender os pontos em comum e possíveis diferenças entre as duas manifestações, que se reportam também à cultura dos jovens em épocas diferentes na mesma cidade.

O tema despertou o interesse na autora por gostar e atuar em redes sociais e por estar buscando compreender os fenômenos que envolvem as novas mídias e seus reflexos sobre o comportamento humano. É preciso tentar identificar as atitudes dos jovens nas constantes mudanças de comportamento quanto aos relacionamentos.

¹ Nome pelo qual ficou conhecido o periódico, devido ao tamanho. As primeiras edições saíram no Formato 8. Era digitado em máquina de escrever elétrica, que imprima os textos à laser em papel sulfite. Essa impressão era recortada e o jornal era composto (montado) em papel quadriculado.

² *Crush* é uma gíria usada para se referir a alguém por quem somos apaixonados ou sentimos algum tipo de atração. Esta é uma palavra da língua inglesa e pode ser literalmente traduzida como "esmagar" ou "colidir". Assim, o *crush* representaria a força "esmagadora" do sentimento que temos por determinada pessoa.

Pesquisar veículos de comunicação diferentes em períodos diferentes pode evidenciar o que mudou na prática comunicacional neste intervalo de mais de duas décadas. O estudo pode contribuir também para uma análise comportamental, buscando compreender duas épocas distintas da sociedade no que tange ao flerte e relacionamentos humanos amorosos.

Como objetivo principal, a pesquisa quer identificar as principais diferenças entre as 'paqueras' divulgadas pela sessão 'Recados' do Cocktail, publicada desde o início dos anos 90 e o perfil Crush Gurupi, do Instagram. Para que isso se torne possível, são analisados exemplares do Jornal Cocktail, mais especificamente a coluna 'Recados', bem como postagens no perfil Crush Gurupi.

Foram analisadas seis publicações da coluna Recados do Cocktail do ano de 1999 e postagens no perfil Crush Gurupi de 2019. A análise foi feita seguindo a metodologia do brasileiro Luiz Gonzaga Motta, que em *Análise Crítica da Narrativa* (2013), apresenta caminhos seguros para a interpretação do que está nos recortes dos dois objetos em estudo.

A observação da lógica narrativa é orientada por Motta (2013) para apreender as mensagens e os contextos deixados à mostra nas mensagens escolhidas para o estudo. Para o professor Motta, os significados das narrativas estão na linguagem utilizada, daí a importância da análise. O sentido de realidade que se busca sobre comportamento humano nas comunicações em estudo depende do universo exposto nas mensagens.

As circunstâncias, as experiências, o lugar, a cultura da época, tudo pode (e deve) se encaixar na análise das narrativas, que é o *corpus* da pesquisa. Barthes, citado por Bauer e Gaskell (2002, p.44), define que o *corpus* é "uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual irá trabalhar". O arbítrio existe e está justamente na escolha dos períodos e mensagens.

Foi realizada na cidade de Gurupi, estado do Tocantins e tem-se como população os leitores do jornal Cocktail no passado e seguidores do perfil Crush Gurupi na atualidade. Como amostra e execução do procedimento, foram analisados cinco exemplares antigos do jornal e analisadas publicações no perfil virtual em estudo referentes aos meses de junho, julho e agosto de 2019. As informações foram separadas e analisadas, buscando um padrão ou algo que as ligue, como: objetivos, quais as formas de utilizar, como eram utilizadas, as facilidades, os feedbacks, as

diferenças, para posteriormente confrontá-las, buscando identificar similaridades com as teorias apontadas pelo sociólogo Zygmunt Bauman.

2 COMUNICAR É PRECISO

A comunicação é determinante quando se vai explicar a evolução humana. Do latim *communicare*, significa partilhar algo, por em comum; ou seja, o ser humano depende da comunicação enquanto indivíduo vivendo em sociedade. A comunicação permite que os conhecimentos sejam repassados.

Segundo Baitello Júnior (1998 apud PERLES, 2006), a definição de comunicação no dicionário é pouco para o quanto ela equivale. “Mas tal classificação, além de insuficiente para descrever o fenômeno, se serve do longo processo de desenvolvimento da linguagem para simplificar um dos fenômenos mais importantes da socialização, cujos limites sempre estão por vir” (BAITELLO JUNIOR, 1998 apud PERLES, 2006, p.11).

A tecnologia facilitou a comunicação, produzindo instantaneidade no que o emissor da mensagem quer passar, além de novas formas de expressão como os *emojis*³, *likes*⁴, reações etc. A distância não se torna mais um problema quando o assunto é conversar, as várias plataformas digitais produzem caminhos rápidos e eficazes para se paquerar alguém. De acordo com Paura e Gaspar (2017), as mídias manipulam tais aproximações.

O crescente desenvolvimento dos meios de comunicação de massa passa a difundir diversas identidades do amor. A mídia começa a regular a forma de se comunicar e a ditar o comportamento nas relações entre os indivíduos. Percebe-se que a mídia passa a enxergar no campo amoroso um lugar propício para realizar encontros e auxiliar relacionamentos. (PAURA; GASPAS, 2017, p. 4.)

O uso de páginas virtuais se torna cada vez mais comum no passar dos dias, uma vez que boa parte dos jovens utiliza tais veículos para conectar-se com perfis compatíveis. Levando em consideração os *chats* de bate-papo disponíveis dentro destas redes, a comunicação se torna escrita e mista, devido ao uso de figurinhas

³ Emoji é de origem japonesa, composta pela junção dos elementos *e* (imagem) e *moji* (letra), e é considerado um pictograma ou ideograma, ou seja, uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa.

⁴ Quando você gosta de alguma coisa, você dá um “like”, é portanto, a mesma coisa que gostei, em redes sociais.

ilustrativas (que expressam sentimentos, atividades e outras), assim como troca de imagens/fotos que também podem ser usadas como bate papo. Os momentos proporcionados são mais artificiais do que reais, já que nem todas as conversas terão o mesmo efeito na realidade de um encontro, quando houver.

Segundo Paura e Gaspar (2017), se torna imprescindível ressaltar a diferença entre redes sociais e mídias sociais. As mídias sociais são meios de comunicação, a internet por sua vez possibilita uma nova ferramenta, as redes sociais são espaços dentro da internet onde os grupos de pessoas ou organizações se relacionam por meio de mensagens trocando informações, conteúdos e serviços.

Com esta nova mobilidade do mundo digital os relacionamentos também sofrem mudanças, como a quebra da distância e o contato mais rápido e instantâneo. Mas com tantas mudanças o ser humano sente tais reflexos. O emocional enfraquece ou se solidifica com as divergências que aparecem. Outro fator sentido pelas pessoas é a falta do olho no olho e a aproximação física. Para os autores Paura e Gaspar (2017), a tecnologia propicia conforto na busca pela paquera.

A rede possibilita algo que no ambiente real é um obstáculo. Na relação virtual não possuímos fronteiras, as noções de espaço-tempo são dissolvidas, podemos nos comunicar com diferentes pessoas, em diferentes locais e com fusos horários diferentes, para isso basta acessar a plataforma virtual. (PAURA; GASPAR, 2017, p. 5).

Ainda segundo Paura e Gaspar (2017, p.8), “A tecnologia concede então uma relação ambígua, ao mesmo tempo em que dissolve as fronteiras de espaço e tempo, torna a relação mais frágil. Estar próximo atualmente não significa estar junto e sim estar *online*, conectado”. O sentido de relacionamento se alterou no tempo. A menos de 30 anos o flerte e o galanteio eram as melhores opções de se ter um afeto correspondido, enquanto nessa sociedade pós-moderna, o maior medo seja o compromisso.

“Como outros investimentos, elas alternam períodos de alta e baixa. E assim, se você deseja relacionar-se, mantenha distância; se quer usufruir do convívio, não assuma nem exija compromissos. Deixe todas as portas sempre abertas”. (BAUMAN, 2004, p.11).

3 ESTAR COM ALGUÉM PÓS-MODERNAMENTE TAMBÉM É PRECISO

Seria possível imaginar em algum momento da humanidade que existiria um século tão volátil como esse, no qual as transformações surgem e se redefinem em

questão de segundos por meio da internet, facilitando os acessos e disseminação de conteúdo? A liquidez permite a moldagem para o novo, o século XXI é um mundo líquido, com constantes alterações no curso dos anos. Para Bauman:

A "vida líquida" é uma forma de vida que tende a ser levada à frente numa sociedade líquido-moderna. "Líquido-moderna" é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. A liquidez da vida e a da sociedade se alimentam e se revigoram mutuamente. A vida líquida, assim como a sociedade líquida moderna não pode manter a forma ou permanecer em seu curso por muito tempo. (BAUMAN, 2007. p. 07).

Bauman (2007) ainda afirma que os indivíduos de uma sociedade líquida não podem se solidificar, devido às mudanças acontecerem em um piscar de olhos, nas quais as capacidades se tornam incapacidades. Assim também é um relacionamento, que busca criar raízes mais que se altera junto ao tempo. A seleção natural da humanidade causa as mudanças; os que não se adaptam ao novo não conseguem as oportunidades propostas por essa reestruturação, seja elas no mercado de trabalho, relacionamentos afetivos, etc. A tecnologia facilitou ainda mais as formas de relacionamento, promovendo novos costumes e hábitos de conquista entre homens e mulheres, como o uso de sites e aplicativos especializados.

Em seu conceito cru, a pós-modernidade⁵ representa toda a estrutura sociocultural desde o fim dos anos 80 até os dias atuais. Em suma, a pós-modernidade consiste no ambiente em que a sociedade pós-moderna está inserida, caracterizada pela globalização e domínio do sistema capitalista.

E se tratando de prazeres, os relacionamentos entram em pauta, principalmente no século XXI, pois são comparados com produtos; a busca pelo par se tornou uma necessidade de suprir os desejos e vontades. As redes sociais são como uma banca expositora que disponibiliza vários pretendentes, o que resulta um quantitativo de consumo daquele produto. Bauman (2004, p. 17) explica a abundância das relações amorosas:

A súbita abundância e a evidente disponibilidade das "experiências amorosas" podem alimentar (e de fato alimentam) a convicção de que amar

⁵ Referência retirada da página Significados (2019), com o título: Significado da Pós-modernidade. Disponível em <<https://www.significados.com.br/pos-modernidade/>>. Acesso em: 20 out.2019.

(apaixonar-se, instigar o amor) é uma habilidade que se pode adquirir, e que o domínio dessa habilidade aumenta com a prática e a assiduidade do exercício. Pode-se até acreditar (e frequentemente se acredita) que as habilidades do fazer amor tendem a crescer com o acúmulo de experiências que o próximo amor será uma experiência ainda mais estimulante do que a que estamos vivendo atualmente, embora não tão emocionante ou excitante quanto a que virá depois. (BAUMAN, 2004).

A fluidez dos amores em pleno século XXI se dá pela facilidade das escolhas. Bauman já previa como seriam as relações amorosas, nas quais os indivíduos escolhem suas mercadorias mediante padrões de beleza ou o que a sociedade acredita que seja bonitinho de se estar perto. Bauman (2004) fala sobre os relacionamentos no mundo globalizado e capitalista.

Em nosso mundo de furiosa individualização, os relacionamentos são bênçãos ambíguas. Oscilam entre o sonho e o pesadelo, e não há como determinar quando um se transforma no outro. Na maior parte do tempo, esses dois avatares coabitam – embora em diferentes níveis de consciência. No líquido cenário da vida moderna, os relacionamentos talvez sejam os representantes mais comuns, agudos, perturbadores e profundamente sentidos da ambivalência. (BAUMAN, 2004, p. 10).

Ele também aconselha sobre os riscos de relacionamentos. “Não se deixe apanhar. Evite abraços muito apertados. Lembre-se de que, quanto mais profundas e densas suas ligações, maiores os seus riscos. (...) E lembre-se, claro, de que apostar todas as suas fichas em um só número é a máxima insensatez”. (BAUMAN, 2004 p. 56).

4 RECADINHOS PARA O CORAÇÃO

4.1 COCKTAIL

Em janeiro de 1990, em Gurupi, cidade do recém-criado estado do Tocantins, nascia um pequeno jornal que por muitos anos seria referência em notícias locais e regionais. A comunicação local se fazia basicamente por meio da repetidora da Televisão Anhanguera, de Goiânia, que começava a dar seus primeiros passos na produção de conteúdos locais e pela rádio Araguaia FM.

Os jornais impressos eram O Popular e Jornal do Tocantins, ambos da Organização Jaime Câmara, que também eram produzidos em Goiânia. Produção local impressa, no início dos anos 90, inexistia. Neste vácuo de informativo local, os jovens advogados Carlos Canrobert Pires e Paulo Albuquerque criaram em janeiro

daquele ano o Cocktail, um pequeno jornal, que tinha o formato de metade do papel tamanho ofício e tinha oito páginas.

Na primeira metade dos anos 90, o Cocktail se fortaleceu e passou por mudanças. O Governo do Estado e o Município passaram a destinar verbas mensais de publicidade, o que levou as editorias a sofrerem grandes reformas. Os recadinhos começaram a ocupar cada vez menos espaço, sendo sufocados pelas colunas especiais de esporte, política, anúncios classificados, etc. Nos anos 2000, a coluna ‘Recados’ saiu de circulação, mas deixou um legado romântico e ousado dos jovens e adultos da cidade e região.

Segundo Lima (2019), o ‘jornalzinho’ (como era conhecido o Cocktail) no início não tinha estrutura física ou de pessoal, não havia editorias, pautas políticas, sociais, econômicas ou qualquer outro assunto mais sério. Em um período no qual ainda não existiam as redes sociais, o Cocktail fazia do seu jeito esta função, tornando-se uma sensação entre os gurupienses por meio de algumas sessões, tais como: Recados, Garota Cocktail, Cocktailzinho (para as crianças ‘bem-nascidas’), Trilha das Baladas (para quem queria curtir o fim de semana) e atrações festivas.

4.2 CRUSH GURUPI

Antes de abordar o perfil *Crush* Gurupi, convém saber um pouco sobre o aplicativo que o recepciona: Instagram. Ele surgiu para o público em 2010, sendo desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e Mike Krieger. A intenção inicial era resgatar a nostalgia do instantâneo, posto ocupado ao longo de vários anos pelas clássicas Polaroids, câmeras fotográficas nas quais a impressão da foto era feita no momento do clique. (PIZA, 2012).

Ainda segundo Piza (2012), o Instagram veio para simplificar outro aplicativo, também desenvolvido pelos dois engenheiros, chamado de *Burbn*, cuja proposta inicial era ser uma rede social que agruparia várias funções, mas durante o processo de desenvolvimento o aplicativo demonstrou ser muito complexo, fazendo com que Kevin e Mike mudassem de ideia e escolhessem uma das funções que consideraram mais atrativa: a fotografia.

A base de relacionamentos do Instagram, característica comumente presente nas redes sociais da internet, se mantém em torno de ter amigos ou seguidores, ou seja, indivíduos que estão vinculados à conta de usuários, com o intuito de acompanhar continuamente as atualizações do outro na rede. (PIZA, p. 11, 2012).

O aplicativo tem sua concentração nos amigos, também chamados de seguidores e são eles que intensificam a interação com os seus ‘ídolos das redes sociais’.

Hoje se encontra de tudo um pouco nos chamados IGs, o mundo digital traz os *posts* de maiores acessos contando *likes*, visualizações e comentários. Logo o uso intenso das plataformas digitais proporciona novas curiosidades, como a procura por namoro virtual, *chats* de paquera, *crush*⁶ apenas de *like* ou *stories*⁷ e etc.

Uma matéria do site Gazeta do povo (2019) aborda o comportamento dos solteiros diante do *Instagram* na caçada ao par:

[...] tática utilizada é postar uma story com algo que a outra pessoa gosta, seja um livro, série ou filme. E aí a ferramenta também é usada para puxar conversa: seja por DM (Direct Message, ou, em português, mensagem direta), que nada mais é que um chat privado, como resposta da story”. Essas maneiras de flertar têm revolucionado a comunicação entre os solteiros. Não é mais só lançar um “olhar 43” para chamar atenção: a maneira com que se interage nas redes sociais também indica algo a mais."

E com tantas atualizações, eis que surge um perfil disposto a ajudar os amantes repentinos de olhares à primeira vista ou a primeira foto e que querem manter seu anonimato. O *Crush* Gurupi é um perfil do Instagram que hoje tem mais de 15 mil seguidores e faz o papel de cupido virtual, ajudando seus internautas a encontrarem flertes instantâneos. O perfil é controlado por administradores anônimos, que fazem a intermediação entre o a pessoa e o seu *crush*.

A curtição entre os jovens passou para outro patamar com este IG, movimentando cada vez mais o perfil. Os flertes fluem desde uma foto embaçada querendo descobrir quem é, à imagem bem posada achada em alguma plataforma das redes sociais. Além disso, os administradores do *Crush* repassam as informações que lhes foram solicitadas com a ajuda do público que comenta e indica o IG procurado. Telefones, estado civil e detalhes da pessoa são transmitidos. Geralmente os que buscam identificar alguém pede sigilo e anonimato na hora da publicação, mas

⁶ *Crush* é uma gíria usada para se referir a alguém por quem somos apaixonados ou sentimos algum tipo de atração. Disponível em: <<https://www.dicionariopopular.com/crush/>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

⁷ *Stories* do *Instagram* é um recurso que tem como objetivo melhorar a interação entre os usuários. Consiste na possibilidade de publicar fotos ou vídeos que ficam acessíveis por até 24 horas. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/instagram-stories-o-que-e/>>. Acesso em: 29 out.2019.

os administradores da página sempre saberão quem é, devido o *direct*⁸ aparecer foto e dá acesso ao perfil.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para o embasamento desta pesquisa foi feita uma Análise Crítica, usando a observação da lógica narrativa, orientada por Motta (2013). As imagens passaram por três processos, sendo o plano de expressão com foco no discurso e linguagem, o plano da estória se dá no conteúdo, enredo, intriga. Já o terceiro plano, é a meta-narrativa que envolve o tema, fábula, modelos de mundo. Tal procedimento pode ser acompanhado no Quadro 1, iniciando pelos recortes de jornais da coluna ‘Recados’, representados pelas Figuras de 1 a 6, sendo as de 1 a 4 considerados românticos e 5 e 6 ousados.

Quadro 1 – Análise das narrativas da coluna ‘Recados’

FIGURAS	EXPRESSÃO	ESTÓRIA	META-NARRATIVA
Figura 1	O autor do recado usou termos comparativos para identificar a presença forte da paquera, neste caso, citou-a como um vulcão adormecido. A colocação das palavras foi algo bem elaborado e metódico, sem abreviações e gírias, utilizando o discurso direto. Assinatura sentimental.	As pessoas são próximas ou é uma paixão ainda não correspondida. Também fica subentendida a vontade e o desejo dele de estar perto, mas sua referência de ser a sombra do vulcão pode indicar apego excessivo, carência e dependência.	As pessoas amam, mas não são correspondidas. Essa é a lógica da mensagem. A outra ideia é a de que é preciso olhar mais ao redor, às vezes a felicidade pode estar bem mais perto do que se imagina.
Figura 2	Para um recado pequeno tem muita repetição de palavras (você, esse, essa), como um Polissíndeto ou uma Anáfora, que utiliza repetições para ser expressivo. O discurso neste caso é direto. A assinatura é sutil, com apenas um “sua linda”	Os detalhes que ela ressaltou identificam que já aconteceu algo entre os dois, entona até uma certa intimidade.	Passa a ideia de paixão, a força da sensualidade como estratégia de conquista. Por fim, a ideia de que quem gosta não precisa necessariamente estar perto para alimentar a paixão. A memória afetiva ajuda.

⁸ Mensagens particulares que atendem por *Direct Messages*. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/significado/dm/15096/>>. Acesso em: 20 nov.2019.

Figura 3	Temos uso de abreviações, o que pode identificar alguém jovem, convivendo com novas formas de escrita. Uso do discurso direto. A assinatura é bem romântica.	Fica implícito que nada aconteceu entre as partes, mas há o desejo do emissor. A mensagem busca, talvez, a esperança de ser correspondido após um gesto (para ele de coragem).	Um amor não correspondido é sempre difícil de aceitar. Mesmo assim, o emissor se consola com a amizade, muito embora alimente a esperança.
Figura 4	Bem objetivo nas palavras. Sem gírias nem abreviações, o discurso é direto. A assinatura pode ser um sobrenome.	Para a autora do recado, o momento vivido foi intenso ao ponto de expressar que jamais será esquecido. As palavras dela personificam o perfil como apegada, mas conformada, como mostra, “tudo que é bom dura pouco”.	Alguém pode ter influenciado essa separação. Mas não há dor, ao menos não nesse caso. A amizade e o bom relacionamento após o fim do romance podem significar uma porta aberta, sempre.
Figura 5	São dois recados, destinados a pessoas diferentes, mas ambos estão caminhando nas figuras de linguagem como sinestesia e elipse. Também estão no discurso direto. Os recados são diretos, o uso das palavras foi para acentuar a sensualidade e desejo. A assinatura é um tanto misteriosa, é direta para a pessoas.	Nos dois recados dá-se a entender que os casais tiveram relação carnal, as palavras sutis, mas com sentido implícito revela a intimidade. Tal constatação se dá pela frase “talvez se a gente fizesse de novo”.	No fim dos anos 90, a liberdade da juventude estava quebrando pequenos paradigmas, logo os jovens estavam aproveitando cada vez mais suas experiências sexuais e amorosas.
Figura 6	Bem ousada em suas palavras, o que chama a atenção de qualquer um que lê. Não há uso de gírias nem abreviações. Discurso direto. Assinatura com mistério, apenas quem se identificou sabe de quem se trata.	Uma mulher à frente do seu tempo, levando em consideração o seu desejo e talvez seu amor verdadeiro. A autora foi delicada em suas palavras, ousando em escrever sobre o que quer fazer com o parceiro (amar o corpo, namorar, sentir o cheiro), além de enfatizar estar sozinha desejando sua companhia.	Desmistificando a sociedade do que pode ou não ser dito para alguém, criação de uma coragem e busca pelo seu desejo, principalmente pelo fato de ser escrito por uma mulher.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

ROMÂNTICOS

Figura 1 – Recorte Jornal (Neguinha)

NEGUINHA - Estar perto de você é como estar à sombra de um vulcão. Você é um deles, só que está adormecida. Abra os olhos, olhe para o seu lado, me veja e saiba que estou apaixonado. Adoro você. Beijos do eterno amor.

Figura 3 - Recorte Jornal (Loira)

LOIRA - Abri mão de muitas coisas, em acreditar que um dia teria você e não me arrependi. Eu sei que p/ você não serei mais que um amigo, mas só por estar perto de você, e ter sua amizade é o suficiente, pois a cada minuto perto de você te amo mais. Ass.: Quem te ama e sempre vai te amar.

Figura 2 - Recorte Jornal (Xandy)

XANDY - Você é alguém que mesmo distante sabe manter a presença. Você, com essa boca, com esses olhos, esse sorriso e essa voz maravilhosa deixa qualquer uma apaixonada... eu fiquei. Sua linda (Gurupi-To).

Figura 4 - Recorte Jornal (Luiz)

LUIZ - Tudo que é bom dura pouco... Mas dura o suficiente para ser inesquecível! Por isso, nunca me esqueça, pois você jamais sairá do meu coração!!! Te amo, amore mio!!! Ass.: "Poverella"

Fonte: Jornal Cocktail dos anos de 1999 e 2000

OUSADOS

Figura 5 - Recorte Jornal (Leandro e P.N)

LEANDRO - Esse teu sorriso largo e despojado é que me faz te querer... Você tem um corpo maravilhoso. Espero que sua cabeça também seja assim. Te quero. Você sabe quem.

P.N - Tentei passar para esse papel o que senti naquele instante... não consegui. Talvez se a gente fizesse de novo, eu não passaria para o papel, diria no seu ouvido. Ass.: Eu.

Figura 6 - Recorte Jornal (Borrado)

- Vem, quero amar seu corpo inteiro, namorar, sentir seu cheiro sem ter pressa de acabar. Vem, que eu estou aqui sozinha precisando de carinho, com vontade de te amar... Ass.: Você sabe quem.

Fonte: Jornal Cocktail dos anos de 1999 e 2000

A seguir, o Quadro 2 traz a análise do perfil Crush Gurupi, do Instagram.

Quadro 2 – Análise das narrativas do perfil Crush Gurupi

FIGURAS	EXPRESSÃO	ESTÓRIA	META-NARRATIVA
Figura 7	Uso de abreviações, e gírias para tratamento (gatinha). É bem objetivo nas palavras, mas não é o interessado (?).	Pode-se subentender que o interessado é o próprio autor, e não o amigo, como quer fazer crer. E a proposta de viagem está sem nexos, a não ser que esta seja justamente a senha para a interessada descobrir quem é o autor (interessado).	Imaturidade e iniciativa. Dado ao século XXI ser de mudanças e liquidez, o afeto do rapaz se construiu e foi além muito rápido, quebrando qualquer ordem de convivência antes do dito relacionamento.
Figura 8	Uso de abreviações, gírias e um pouco de mistério. No final, a pessoa acredita que o rapaz já saiba quem seja a amiga interessada. Mais uma vez a mensagem está terceirizada.	Fica no ar se eles se conhecem ou não. A intenção é deixar claro a 'queda' da amiga, sem subterfúgios. A figura do terceiro (amiga) interessado pode ainda ser uma dissimulação, algo típico neste tipo de abordagem.	A fantasia ilustra essa mensagem. Passa a ideia do amor platônico, deixando entrever que o receptor deve fazer um esforço de memória para intuir quem é a apaixonada. É o jogo do esconde, tradicional estratégia no jogo da conquista.
Figura 9	Sem abreviações, mas utiliza gírias para tratamento. Bem objetivo na pergunta, usando uma metonímia para se expressar.	O interessado deve saber de quem se trata e apenas quer que ela saiba de seu interesse. Provavelmente trocaram olhares ou sorrisos, instigando-o a ir à procura. Ademais, como o <i>Crush</i> poderá ajudar, se não mostra o rosto da moça?	O tema de fundo nesta mensagem está na caracterização da insegurança. Estavam no mesmo ambiente e ele não teve coragem de fazer o contato direto
Figura 10	Abordagem pelo <i>direct</i> , sem fotos, com a descrição do indivíduo. Escrita bem objetiva e discurso direto.	Efeito da magia é o mistério. Aqui a moça que viu o segurança não quis ser identificada, mas detalhou as características do rapaz, caso tenha havido o flerte na conveniência ele já sabe quem é.	Paixões instantâneas. Esta é uma marca dos tempos atuais. As pessoas saem a fim de descobrir alguém interessante.
Figura 11	Abordagem suave; pede ajuda sem muita ousadia. Mostrou o interesse em discurso direto, sem meias palavras.	Subliminarmente fica a dica: não sair de casa desarrumada, pois nunca se sabe quem vai encontrar na rua. Aqui, ela brinca com a singeleza "fui comprar pão e voltei apaixonada", o que indica que o inusitado acontece. provavelmente nem conversaram.	A instantaneidade novamente aparece neste perfil. A utopia do amor à primeira vista, como na história do príncipe no cavalo branco dos contos de fada.

Figura 12	A personagem se atrapalha um pouco com as palavras, há repetições também. O agradecimento pela intermediação é o foco da mensagem.	O interesse correspondido deixa ver a exaltação e a alegria, que aparecem nas frases: “achei o boy”, e “te devo uma”. O agradecimento é para valorizar o <i>Crush</i> , que acaba funcionando como propaganda.	Neste contexto, ambos se curtiram, marcando um encontro. É a personificação de que os relacionamentos em tempos tão pós-modernos podem, sim, começar por meio de intermediação eletrônica.
-----------	--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

CRUSH GURUPI

Figura 7 – Recorte de postagem (viagem marcada)

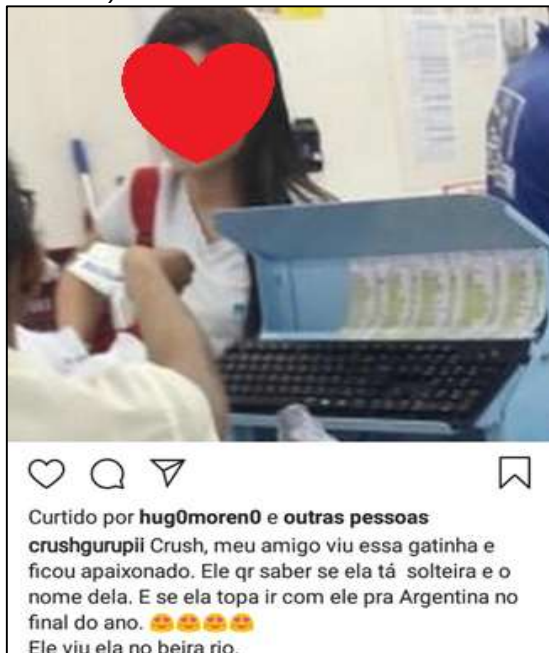


Figura 8 – Recorte de postagem (coração disparado)



Figura 9 – Recorte de postagem (coração tem dono?)



Figura 11 – Recorte de postagem (foi no mercado e voltou apaixonada)



Figura 10 – Recorte de postagem (descobre aí)



Figura 12 – Recorte de postagem (um casal formado)



Fonte: Perfil do Instagram, Crush Gurupi, 2019.

Levando em consideração os anos de diferença, os flertes passaram por algumas modificações. As Figuras de 1 a 6 são da coluna de 'Recados' e de 7 a 12 são do *Crush Gurupi*. Analisando as mensagens, é possível destacar que na época das postagens no jornal a identificação era mais direta. Ambos já se conheciam ou ao menos tinham demonstrado algum interesse. No Instagram as postagens são quase

todas de pessoas que nem se conhecem e deixam sem assinaturas ou querem parecer assim.

As Figuras 8 e 12 têm um apelo maior para o romantismo, assim como nas Figuras 1 e 2. Em uma época de volatilidade quase não se veem demonstrações afetuosas nas paqueras, apenas nos relacionamentos já construídos. Bauman (2004) identifica este receio dos jovens em se expressar.

“[...] Vem nossa época cresce rapidamente o número de pessoas que tendem a chamar de amor mais de uma de suas experiências de vida, que não garantiriam que o amor que atualmente vivenciam é o último e que têm a expectativa de viver outras experiências como essa no futuro”. (BAUMAN, 2004, p.16).

Há uma similaridade nas postagens, ambas usam meios parecidos para atingir seus flertes. As palavras dizem por si em ambos os veículos analisados. Apenas no Instagram que há evidências de discurso indireto, uma vez que o(a) amigo(a) faz a postagem, especificamente nas Figuras 8 e 7. Outro ponto semelhante é na objetividade dos textos. Por serem pequenos recados ou legendas de fotos, as frases são bem claras e diretas, atingindo seus alvos sem muitos floreios.

Ainda dentro do plano de expressão, as características de cada época aparecem na escrita. Os recortes de jornais do fim dos anos 90 apresentam muitas frases completas e sem abreviações, exceto pela Figura 3, que pode ser uma reformulação da sua forma de escrita e começa a usar abreviações. Enquanto nas redes sociais da internet é comum ver gírias e abreviações dentro de frases, sejam elas curtas ou longas.

No segundo plano, as estórias apresentam pequenas semelhanças na busca pelos seus desejos, como nas Figuras 3 e 8. Na primeira, é um rapaz que declamou o seu amor a alguém que o vê apenas como amigo, enquanto na Figura 8 a moça sente o coração acelerar quando vê seu *affer*⁹, não fica claro se já tiveram algo, mas em ambos os casos são pessoas que estão lutando por seus amores/paixões.

Neste plano, as postagens do Crush Gurupi são mais exploratórias, uma vez que buscam descobrir se a pessoa está disponível e dados como o nome, além do toque de mistério, devido a identificação de quem mandou não aparecer na legenda e ficar aquela pergunta no ar, eu sou *crush* de quem?! O uso de fotos com pequenas descrições são as principais formas de busca, já no jornal os ‘Recados’ são em texto.

⁹ Define um sentimento de carinho por alguém ou alguma coisa. Disponível em <<http://www.achando.info/affer>> Acesso em 20 de nov. 2019.

Na Meta-narrativa um bom exemplo de comparação na mudança do tempo e de flerte são as Figuras 6 e 11, nas quais a moça dos anos 90 foi totalmente ousada em publicar suas intenções sexuais com sua paquera, o que para a época era bem radical para uma mulher. Enquanto a menina no Instagram apenas se apaixonou na hora de comprar o pão, está claro que ela tem interesse, mas usou da cautela para expor está situação. No início da pesquisa buscava-se as diferenças de época, acreditando que quase três décadas atrás os flertes eram mais sutis, o que se firma como verdade, devido a maioria dos bilhetes serem românticos.

No que se refere as situações de fábulas e cultura de cada época, há diferenças bem traçadas. Nos anos 90 todos se adaptavam às mudanças: mais liberdade (familiar, militar e da juventude); no entanto, ainda havia restrição nas atitudes, principalmente com as mulheres. Muitos relacionamentos não vingavam devido a estes fatores. Trinta anos depois a liberdade de se expressar tem vez, mas com os avanços da tecnologia e rapidez com que as pessoas se adaptam às mudanças, os relacionamentos se tornaram frágeis e de pouco interesse, devido as várias possibilidades que aparecem disponíveis em sites de paquera, redes sociais e outros.

De acordo com Bauman (2007, p.09), “Nessa sociedade, nada pode reivindicar isenção à regra universal do descarte, e nada pode ter permissão de se tornar indesejável”. Os relacionamentos amorosos são cada vez mais aleatórios, tanto que sua busca se resume em criar expectativas com um desconhecido que viu na rua, mercado, farmácia, etc.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta análise buscou traçar diferenças e semelhanças em mensagens de paquera explícita levadas a público na coluna Recados, no Jornal Cocktail, que circulou na década de 90 e nas postagens atuais no perfil *Crush Gurupi*, do *Instagram*. São épocas separadas por mais de 20 anos, e se buscou identificar o comportamento dos jovens da sociedade gurupiense nestes dois períodos.

Constatou-se, confirmando as hipóteses do projeto, que há diferenças nas abordagens, mas muitas semelhanças quanto à manutenção do clima de mistério que naturalmente envolve este tipo de assunto. Os jovens da década de 90 e os atuais mantêm um certo padrão que procura instigar o interesse, despertar a curiosidade na pessoa pretendida.

Há, no entanto, diferenças perceptíveis quanto às abordagens, na composição das frases. No Cocktail impresso se percebe um rigor, mesmo que sucinto, na construção das mensagens. Há mais elementos e uma elaboração um pouco mais

qualificada, embora sem qualquer rebuscamento. Isto também se explica pelo fato de que no impresso não havia imagens, apenas texto. O *Crush* valoriza mais a veiculação da imagem. Os textos estão em segundo plano, muito embora continuem indispensáveis.

Ao analisar as narrativas, tendo como método os ensinamentos de Luiz Mota (2013), o destaque fica por conta das meta-narrativas, que são, na verdade, o ideário criado pelos que se propõem a usar o canal *Crush* Gurupi, no *Instagram*. Fica patente o caráter fluido das relações e, mesmo nas mensagens adocicadas com textos românticos, percebe-se a identidade do jovem atual, acostumado às redes sociais, mas carente de aproximação. E há mais do que azaração nestas mensagens, percebe-se também um certo distanciamento nas relações e um tanto de receio do jovem para se expor. Todos querem ser aceitos, mas antes precisam um mínimo de interesse da outra parte. Isto fica claro nas mensagens postadas por ‘amigos’ e não pelo próprio interessado.

Na coluna ‘Recados’ do Cocktail, a análise pende mais para a interpretação da retórica utilizada, para a linguagem, quase sempre direta. A intenção dos emissores das mensagens, no caso, os narradores, quase não deixam margem para interpretações. A não ser nos enredos criados para ampliar a dimensão das palavras, que nessa época e nesse veículo de comunicação, foram muito melhor utilizados. Mesmo em textos curtos, como tinha de ser.

Os veículos de comunicação, que aqui são vistos como meio, atenderam e atendem às necessidades dos jovens em cada um dos períodos em questão. Isto é perceptível haja vista a aceitação de ambos em seus devidos tempos e espaços. O que foi e ainda é uma estratégia eficiente e de certa forma indispensável. Com ou sem uso da tecnologia.

REFERÊNCIAS

A EVOLUÇÃO DAS REDES SOCIAIS E SEU IMPACTO NA SOCIEDADE.

Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-seu-impacto-na-sociedade-parte-1-107830/>>. Acesso em: 11 jun.2019.

ANDRADE, Regina Gloria; PINHEIRO, Maria Cláudia Tardin. **Leitura Psicanalítica da publicidade amorosa**. Revista Mal-estar e Subjetividade, Fortaleza, v.4, n.2, p.296-312, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 190 p. 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução: Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama; revisão técnica Luiz Carlos Fridman – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

Como os jovens estão usando o Insta para paquerar, de três modos simples. Gazeta do Povo, jun. 2019. Disponível em < <https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/instagram-tem-sido-usado-para-paquerar-e-nao-so-para-compartilhar-fotos/>> Acesso em: 28 out.2019.

COMUNICAÇÃO: CONCEITOS, FUNDAMENTOS E HISTÓRIA. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>>. Acesso em: 05 jun.2019.

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. 6. ed. Edição: Campinas, SP: Autores Associados, 2003.

Dicionário popular: Crush. Disponível em <<https://www.dicionariopopular.com/crush/>>. Acesso em: 20 nov.2019.

EVOLUÇÃO DAS REDES SOCIAIS E DO SOCIAL MEDIA. Disponível em: <<https://www.proxima.com.br/home/proxima/noticias/2016/07/01/evolucao-das-redes-sociais-e-do-social-media.html>>. Acesso em: 28 mar.2019.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip, 1931. **Marketing de A a Z:** 80 conceitos que todo profissional precisa saber/Philip Kotler; tradução de Afonso Celso Cunha Serra. – Rio de Janeiro: Campus, 2003 11ª reimpressão.

Like. Disponível em <<https://www.dicionarioinformal.com.br/like/>> Acesso em: 04 nov.2019.

LIMA, Juliene; ALBUQUERQUE, Paulo. **Cocktail:** a rede social dos gurupienses na década de 90. **LEAD Comunicação no sul do Tocantins histórias**. Gurupi, v.1, p. 07-11, nov. 2018.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser Jornalista no Brasil:** identidade profissional e formação acadêmica. São Paulo: Paulus, 2013.

O CONCEITO DE COMUNICAÇÃO. Disponível em: <<https://conceito.de/comunicacao>> Acesso em: 05 jun 2019.

O EFEITO DA REDE SOCIAL EM NOSSO COTIDIANO. Disponível em: <<https://meuartigo.brasilescola.uol.com.br/sociologia/o-efeito-rede-social-nosso-cotidiano.htm>> Acesso em: 23 jun.2019.

PADILHA, Bruno. Significado de Emoji. Disponível em <<https://www.significados.com.br/emoji/>> Acesso em: 04 nov.2019.

Palavra affer e seus significados. Disponível em <<http://www.achando.info/affer>> Acesso em 20 nov. 2019.

PAURA, Marcelo Dias; GASPAR, Danielle. **OS RELACIONAMENTOS AMOROSOS NA ERA DIGITAL: Um Estudo de Caso do Site Par perfeito**. 2017, Estação Científica - Juiz de Fora, nº17, jan – jun. Disponível em <<http://portal.estacio.br/media/3728713/os-relacionamentos-amorosos-na-era-digital.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2019.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica**. Brasília: Universidade de Brasília, 2012.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Fev, 2012. Disponível em <<https://comunicacaopublicaufes.wordpress.com/2012/02/10/historia-do-jornalismo-no-brasil/>> acesso em: 27 out. 2019.