

# #covid19pt no Instagram

EXPRESSÃO VISUAL DE ATIVISMO E PERTENÇA  
COMUNITÁRIA EM TEMPO DE CRISE

RITA SEPÚLVEDA, MIGUEL CRESPO

Em tempos de pandemia, as redes sociais online acumulam publicações e o Instagram não é exceção. Através de uma expressão visual que denota preocupações sociais e cívicas, ativistas, comunitárias e de desabafo de estados de espírito, os portugueses usaram o Instagram para mostrar a sua voz e as suas preocupações com o atual estado de emergência vivido em Portugal em consequência da pandemia coronavírus/Covid-19.

Através da recolha e indexação das 500 publicações públicas mais recentes no momento da pesquisa (a 27 de março de 2020), esta análise pretende mapear a expressão dos portugueses através das *hashtags* mais comuns e também das imagens e mensagens mais relevantes.

Em Portugal, e segundo os dados do [Digital Report 2020](#)<sup>1</sup>, 68% dos utilizadores da internet com idades compreendidas entre os 16 e 64 anos reportavam ter usado o Instagram no último mês.

Através dos seus perfis, de natureza mais pessoal ou comercial, os utilizadores partilham fotografias ou vídeos com um carácter mais permanente, ao publicarem-nos na sua *timeline*, ou temporário, através das *stories*, conteúdo esse muitas vezes identificado com determinadas *hashtags*.

No contexto das publicações no Instagram, o recurso às *hashtags* pode ser entendido não só como uma forma de expressão no âmbito de determinada temática, mas também como forma de pertença a uma comunidade, para estabelecer um ponto de vista ou ativismo, expressar estados de espírito ou até para descrever o conteúdo que partilha.

O utilizador goza da liberdade de poder criar *hashtags*, sempre e quando estas não violem as regras da própria plataforma, fazendo-o muitas vezes até numa lógica colaborativa de indexação ou classificação social do conteúdo, podendo utilizar até 30 nas suas publicações.

No âmbito da pandemia são várias as *hashtags* que têm sido criadas e utilizadas seja em associação com a expressão coronavírus ou covid19. De facto, a hashtag covid19 tem-se multiplicado/desdobrado em outras às quais se tem associado o nome do país, ou o seu acrónimo, e do qual é exemplo no caso português a *hashtag* #covid19pt.

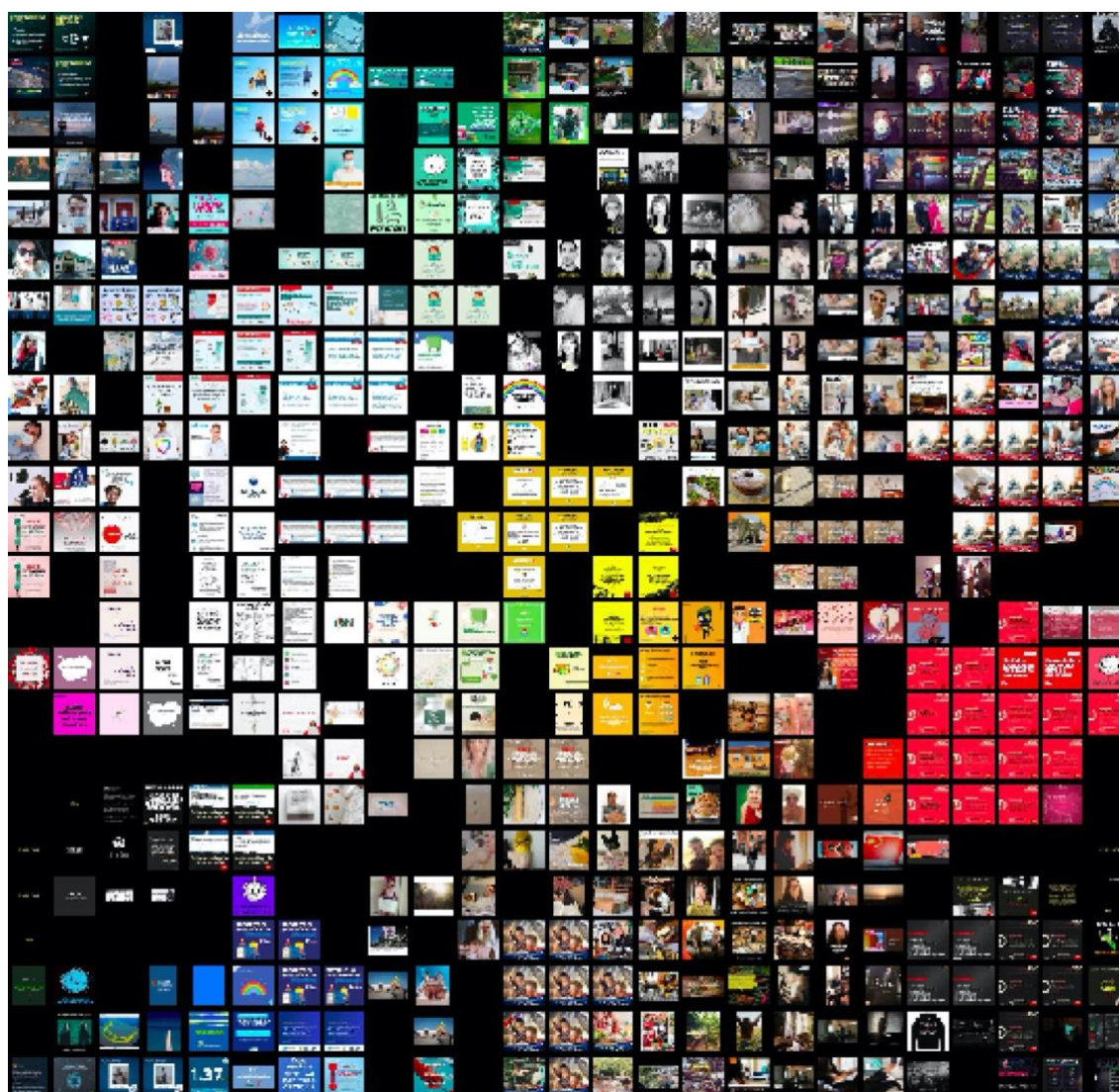
---

<sup>1</sup> <https://datareportal.com/reports/digital-2020-portugal>









*Figura 3: Publicações partilhadas com #covid19pt*

Olhando com maior detalhe para o mosaico visual, as *hashtags* partilhadas em conjunto com #covid19pt remetem para diferentes domínios.

As variações da #euficoemcasa (figura 4) reúne não só apelos, seja por parte de instituições ou de figuras mais ou menos públicas, assim como retratam atividades que são realizadas durante o período de isolamento social, refletindo formas de o contornar através do acesso a ferramentas de informação e comunicação que têm sido muito procuradas e adotadas em

tempos de teletrabalho, tal e como revelam os dados referidos no artigo do MediaLab Cies\_Iscte ["Portugueses e a internet na quarentena"](https://medialab.iscte-iul.pt/portugueses-e-a-internet-na-quarentena-i/)<sup>2</sup>.



Figura 4.: Reflexo hashtags no âmbito #ficaemcasa.

As mensagens políticas veiculadas pelos diferentes partidos (figura 5) remetiam para o âmbito económico e social, tendo em conta o conjunto de medidas que estavam a ser tomadas pelo Governo, situando essas partidas temporalmente num determinado contexto. Entre os partidos nota-se uma presença mais vincada daqueles à esquerda do espectro político português.

<sup>2</sup> <https://medialab.iscte-iul.pt/portugueses-e-a-internet-na-quarentena-i/>



Figura 5: Mensagens políticas veiculadas por partidos e identificadas com #covid19pt.

Os cuidados de saúde (figura 6) são veiculados por municípios, instituições ou organizações diversas, visando ações e procedimentos diários no sentido de travar a contaminação.





Figura 6: Publicações partilhadas relacionadas com cuidados de saúde no âmbito da pandemia.

Estas ações não esquecem grupos específicos e consequências que podem resultar do isolamento social. Recorde-se que a OMS tem alertado que o reforço dos cuidados de saúde mental (figura 7) é essencial, e tal temática tem feito parte das conferências de imprensa do secretário de Estado da Saúde.





Figura 7: Publicações dirigidas a grupos minoritários no âmbito da saúde mental.

Dados e desmistificação de informações sobre a pandemia (figura 8) também faziam parte das publicações identificadas com #covid19pt. Fossem dados resultantes do boletim diário partilhado pela DGS e veiculados pelos meios de comunicação, mas também um alerta para informações que circulam online e que por vezes constituem desinformação. O recente relatório do MediaLab “[Informação e desinformação sobre o Coronavírus em Portugal](https://medialab.iscte-iul.pt/informacao-e-desinformacao-sobre-o-coronavirus-em-portugal/)”<sup>3</sup> aborda essa temática, nomeadamente a partilha de mensagens de desinformação sobre o Coronavírus/Covid-19 através da rede social WhatsApp.

<sup>3</sup> <https://medialab.iscte-iul.pt/informacao-e-desinformacao-sobre-o-coronavirus-em-portugal/>

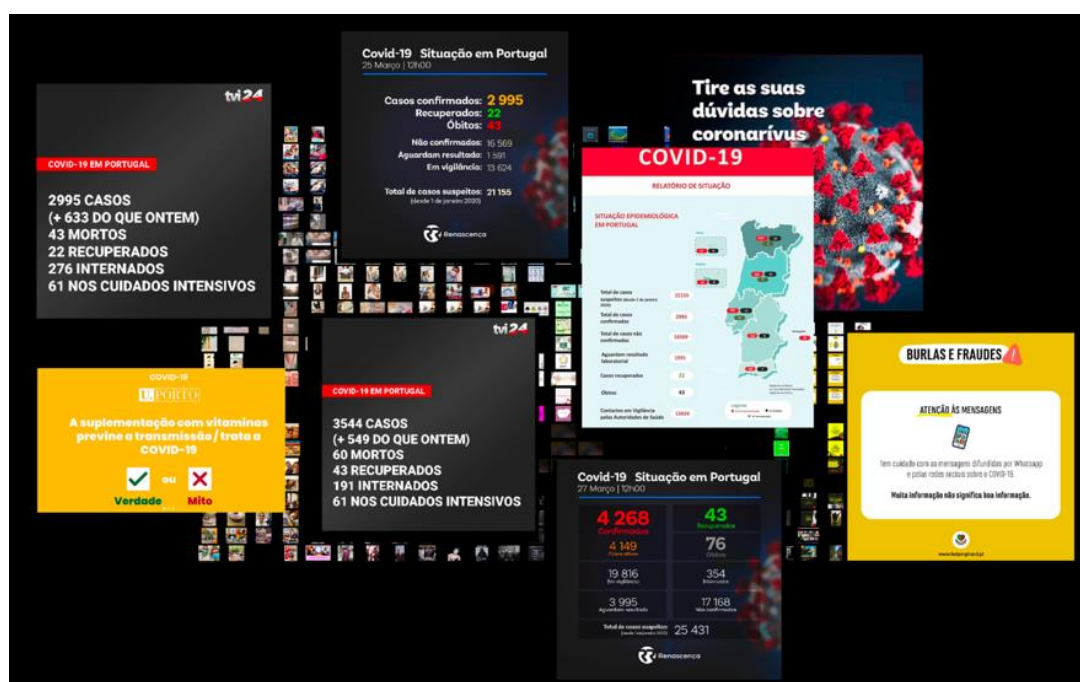


Figura 8: Publicações relativas a dados e alerta sobre informação.

Numa lógica de combate à desinformação e quando se procuram termos relacionados com coronavírus/Covid-19 no motor de pesquisa do Instagram, a plataforma sugere consultas em fontes oficiais. (figura 9). Esta medida faz parte de um [conjunto de alterações implementadas](https://about.instagram.com/blog/announcements/combating-misinformation-on-instagram)<sup>4</sup> e que visam promover o acesso a informações de fontes oficiais.

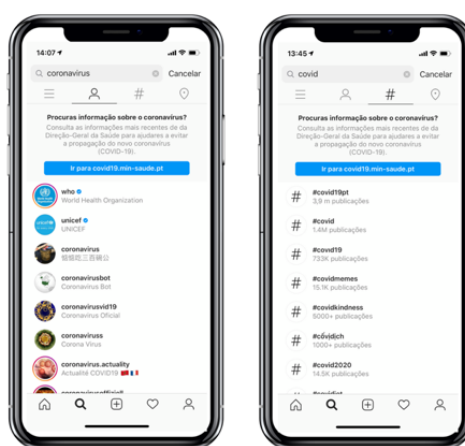


Figura 9: Recomendações Instagram ao procurar por coronavírus/Covid-19.

<sup>4</sup> <https://about.instagram.com/blog/announcements/combating-misinformation-on-instagram>

Tendo em conta o meio de pesquisa, e apesar do tema em análise, como tem vindo a ser resposta dos utilizadores da internet em diversos outros momentos, também foi possível verificar a existência de *memes* entre as publicações (figura 10). Parte deles surgiam identificados com #coronamemes ou #covid19memes.

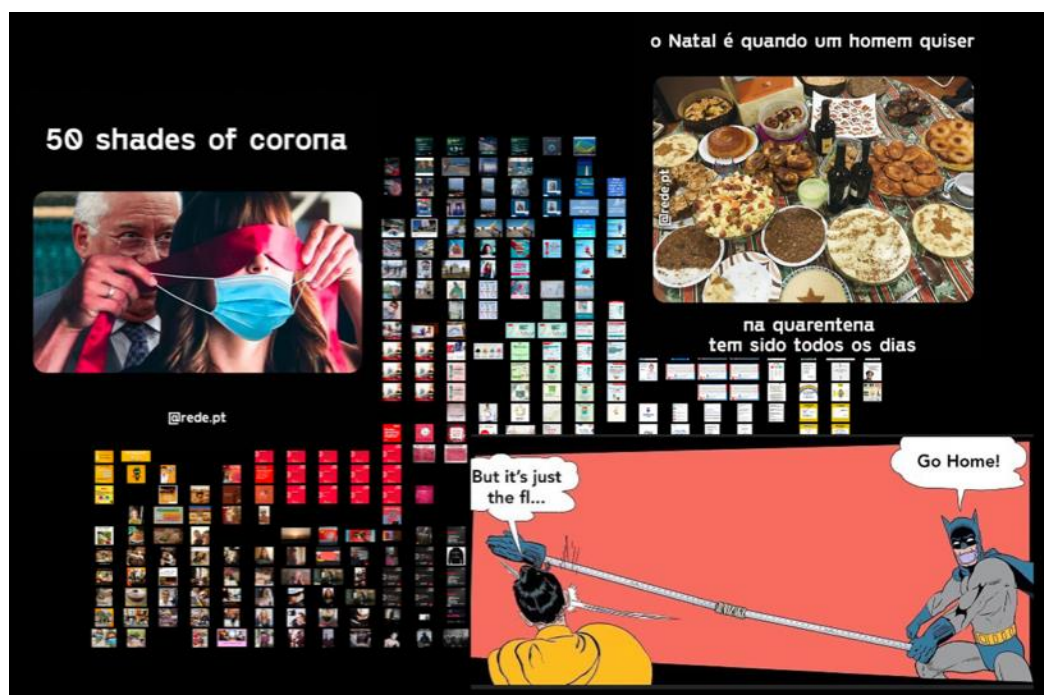


Figura 10: Memes no âmbito #covid19pt.

Desta análise podemos concluir que há grande partilha de conteúdos relacionados com a pandemia de coronavírus/Covid-19 no Instagram, e que estas têm grande diversidade nas temáticas e nos objetivos, denotando preocupações sociais e cívicas, ativistas, comunitárias e de desabafo de estados de espírito.

#covid19pt registou agregação com outras *hashtags* mais genéricas como #covid19 ou #covid19portugal, mas também outras indicadoras de posicionamentos sociais ou ativismo, como, por exemplo, #ficaemcasa #euficoemcasa ou #estamosjuntos.

Mas não foram apenas os cidadãos, individualmente, a manifestar-se em relação à pandemia. Por exemplo, vários partidos, maioritariamente à esquerda do espectro político, revelaram as suas preocupações económicas e sociais levantadas pelas medidas tomadas no âmbito do Estado de Emergência decretado pelo Governo. Também instituições públicas e privadas se manifestaram, comunicando ações, procedimentos e outras informações úteis para os cidadãos.

E como manter a boa disposição é fundamental, também há espaço relevante para os *memes*.

**Nota metodológica:** a pesquisa foi realizada no dia 27 de março de 2020. O resultado reflete as imagens entre as 500 publicações públicas mais recentes no momento da pesquisa e indexadas com #covid19pt. Nesse momento a #covid19pt contabilizava 3554 publicações.