



## O PODER DA VULNERABILIDADE NAS NARRATIVAS DO CANAL TRAVEL AND SHARE DURANTE A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS

*The power of vulnerability in Travel and Share channel narratives during the coronavirus pandemic*

**Autores** **Ed Porto Bezerra<sup>1</sup>**  
Universidade Federal da Paraíba  
[edporto@di.ufpb.br](mailto:edporto@di.ufpb.br)

**Hélder Paulo Cordeiro da Nóbrega<sup>2</sup>**  
Universidade Federal da Paraíba  
[heldercinema@gmail.com](mailto:heldercinema@gmail.com)

**Vlamir Marques Duarte<sup>3</sup>**  
Universidade Federal da Paraíba  
[vlamir10@hotmail.com](mailto:vlamir10@hotmail.com)

**Resumo** Trata-se de uma análise panorâmica acerca das narrativas midiáticas através da plataforma de viagem *Travel and Share*, com enfoque em cinco vídeos disponibilizados em seu canal do *YouTube* no espaço temporal de cinco meses. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, instrumentalizado pela coleta e análise de dados, análise de conteúdos visuais e audiovisuais (Bardin, 2000). Adotando como aporte teórico os textos *O Narrador* e *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade técnica* (Benjamin, 1985), *O Poder da Vulnerabilidade* (Brown, 2010) e *O que é o Contemporâneo?* (Agamben, 2009), procura-se compreender algumas narrativas expostas no conteúdo investigado. Concluiu-se que a vulnerabilidade ocasionada pela pandemia, e atrelada às narrativas audiovisuais autônomas, propicia um intercâmbio de experiências por meio das histórias contadas, acarretando uma maior expectativa para entender as novas formas de ser e de estar num mundo em constante mutação.

**Palavras-chave** Análise de conteúdo; coronavírus; narrativas midiáticas; mídias sociais

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil.

ORCID ID - <https://orcid.org/0000-0003-4772-9870>

<sup>2</sup> Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGAV- UFPB/UFPE) com sede na Universidade Federal da Paraíba, Brasil.

ORCID ID - <https://orcid.org/0000-0002-6762-5801>

<sup>3</sup> Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil.

ORCID ID - <https://orcid.org/0000-0001-9034-1770>

**Abstract** This text is a panoramic analysis of the media narratives through the Travel and Share platform, focusing on five videos available on its YouTube channel in the space of five months. The methodology used was a content analysis instrumented by data collection and analysis, analysis of visual and audiovisual content (Bardin, 2000). Adopting the texts, *The Narrator* and *The Work of Art in the Age of its Technical Reproducibility* (Benjamin, 1985), *The Power of Vulnerability* (Brown, 2010) and *What is the Contemporary?* (Agamben, 2009), we seek to understand some narratives exposed in the investigated content. With this study it is concluded that the vulnerabilities caused by the pandemic and linked to autonomous audiovisual narratives provide an exchange of experiences through the stories told, leading to a greater expectation, in search of understanding the new ways of being in a constantly changing world.

**Keywords** Content analysis; coronavirus; media narratives; social media

---

## I. Introdução

O ano de 2020 indubitavelmente ficará marcado na história mundial pelo advento da pandemia do novo coronavírus. Ficar em casa era, mais do que uma recomendação, a única maneira de as pessoas conseguirem manter-se distante do contágio de uma enfermidade com alta taxa de mortalidade. O termo quarentena passou a ter grande repercussão e notoriedade, pois tratava-se da única medida de segurança com máxima eficácia contra a disseminação da Covid-19, doença causada pelo coronavírus.

Historicamente, a utilização da quarentena como método sanitário ocorreu pela primeira vez no século XIV, em Veneza, Itália, por ocasião da pandemia da peste negra, em que os navios que chegavam à cidade, vindos de locais contaminados, ficavam ancorados com a tripulação dentro, sem autorização para o desembarque durante um período de 40 dias. Esse era o tempo estimado pelos especialistas da época para que as doenças se manifestassem no corpo humano. Após esse ínterim, a tripulação poderia sair das embarcações. Todavia, apesar do termo referir-se a um intervalo de 40 dias, não significa dizer que este seja o tempo único, pois pode haver adaptações diversas nessa quantidade de dias de isolamento.

Em se tratando de regras, proibições e controles em regiões fronteiriças no tempo contemporâneo, podemos verificar que nos últimos anos o mundo vem passando por diversos conflitos nos quais ergueram-se muros em vias terrestres e dezenas de embarcações, com milhares de refugiados fugindo de diversas crises políticas e humanitárias, morreram impedidos de aportar em muitos territórios. Por ironia do destino, apesar das inúmeras barreiras, cercas elétricas e acirramentos alfandegários,

uma ameaça invisível conseguiu driblar as câmeras de segurança, os satélites de monitoramento e o autoritarismo das políticas de imigrações. Os mecanismos de vigilância não conseguiram coibir a entrada do novo coronavírus e sua disseminação. Foi preciso frear o trânsito humano, o que acarretou na baixa circulação monetária.

Nesse transitar de urgências, o capital, e sua cultura de consumo, se sobressaiu às normas de segurança sanitárias e um vírus com alto nível de letalidade alcançou a maior parte das nações planetárias, provocando uma política global de afastamento social físico, ao mesmo tempo em que expandiu o comunicacional por meio de dispositivos digitais diversos, tornando a velocidade da informação uma garantia à sobrevivência em uma sociedade cada vez mais conectada.

Com o objetivo de contribuir para a compreensão de um universo midiático em permanente mutação, surgem novas indagações sobre as formas de ser e estar no espaço/tempo hodierno. Dessa maneira, o estudo aqui apresentado escolhe como recorte temporal o período de isolamento social realizado em algumas partes do mundo, em contenção à pandemia da Covid-19, decretada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no dia 11 de março de 2020.

Estabelecemos como objeto concreto de análise cinco episódios do canal *Travel and Share*<sup>4</sup>, liderados pelo casal de nômades digitais<sup>5</sup> brasileiros Mirella Rabelo e Rômulo Wolff, no qual há a incorporação do contexto pandêmico no desenvolver de suas narrativas, em acordo com as performances desses corpos com experiências diversas em territorialidades visitadas e vivenciadas, no espaço temporal de cinco meses, datados de 16 de março a 30 de julho do ano de 2020.

*Travel and Share*<sup>6</sup> é uma plataforma com conteúdo de viagem de turismo e possui característica transmídia, estando disponível em canal do *YouTube*, onde um casal documenta suas viagens feitas pelo mundo, majoritariamente realizadas em *motorhome*<sup>7</sup>, e no *Instagram*, onde ofertam informações diversas e diferentes do conteúdo audiovisual do canal, e outras demandas mencionadas no decorrer desse escrito. Por possuir mais

---

<sup>4</sup> Canal *Travel and Share*. Retirado de <https://www.youtube.com/channel/Uck6RUGsfWI-3kPrDIMUfvfQ>

<sup>5</sup> Nômade digital ou nômada digital é um indivíduo que aproveita a tecnologia para realizar as tarefas de sua profissão de maneira remota e ao não depender de uma base fixa para trabalhar, conduz seu estilo de vida de uma maneira nômade. Esse estilo de vida é denominado de Nomadismo digital. Retirado de [https://pt.wikipedia.org/wiki/N%C3%B4made\\_digital](https://pt.wikipedia.org/wiki/N%C3%B4made_digital)

<sup>6</sup> *Travel and Share* é uma plataforma de conteúdo de viagem, trabalho online, nomadismo digital e estilo de vida. Retirado de <https://travellandshare.com.br/trabalho-online/>

<sup>7</sup> Uma espécie de moradia sobre rodas, trata-se de um veículo adaptado com banheiro, cozinha, cama, mesas, cadeiras e armários.

de um milhão de inscritos no *YouTube* e 220 mil seguidores no *Instagram*, revela-se significativa de expectativa atrelada à capacidade de articulação que o casal traz em suas argumentações.

A escolha do *Travel and Share* se deu por sua característica transmidiática e seu aspecto intercultural<sup>8</sup>, contido nas visões de mundo que são compartilhadas nas narrativas dos influenciadores digitais<sup>9</sup>, endereçadas ao público brasileiro situado em nosso país, o que a nosso ver contribui com um olhar diferenciado na compreensão da pandemia em nuances<sup>10</sup> inevitavelmente intrínsecas a esta pesquisa.

Desse modo, diante dessa multiplicidade de interlocuções com produtos culturais autônomos criados pelo sujeito investigado, questionamos o seguinte: é possível identificar o poder da vulnerabilidade no cerne dessas narrativas em um contexto pandêmico? Acredita-se que sim, e por meio de uma análise de conteúdo propomos a investigação dessa relação peculiar e híbrida entre vulnerabilidade e narrativa endereçada a um público diverso no contexto pandêmico de 2020.

Com base na problemática levantada, utilizamos a técnica da análise de conteúdo, caracterizada por “Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter [...] indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. (Bardin, 2000, p. 42).

Segundo Laurence Bardin (2000), a metodologia proposta prevê a realização da análise consiste em três passos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, respectivamente estruturados em nosso trabalho em uma seção de apresentação do objeto, seguido pela abordagem das questões das narrativas midiáticas através da decupagem de cinco vídeos dos influenciadores digitais e, na sequência, a discussão teórica acerca da narração de histórias por meio do audiovisual,

---

<sup>8</sup> Interculturalidade é o diálogo estabelecido entre culturas diversificadas mediadas por relações de trocas recíprocas (Canclini, 2005).

<sup>9</sup> Influenciador digital: pessoa que, por reunir um grupo significativo de seguidores em redes sociais ou plataformas de comunicação online, tem a capacidade de gerar interesse em determinada marca, serviço ou produto através das referências ou das recomendações que faz nesses meios. Retirado de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/influenciadores>

<sup>10</sup> Exemplificando: no *corpus* do texto será possível aferir que enquanto países da união europeia decretavam a abertura de suas fronteiras e números zerados de óbitos em decorrência da Covid-19, no mesmo intervalo de tempo desse estudo, a situação no Brasil se complicava devido a uma desordem política interna, que reverberou em um dos maiores desastres pandêmicos-políticos-ideológicos do mundo.

complementado com uma seção sobre os entendimentos sobre a vulnerabilidade enquanto fator de identificação.

Assim, segundo o método, esses passos nos propiciam o entendimento das significações psicológicas, sociológicas, políticas e históricas do objeto. Trata-se, por conseguinte, de um método de pesquisa apto a atravessar a simples análise da imagem, som ou texto, propondo a análise destas categorias operacionais que integram um produto audiovisual através do tema principal deste. Sendo assim, em nosso trabalho, a análise de conteúdo requereu as seguintes etapas: 1) identificação do tema, 2) resumo da história do casal de viajantes e 3) decomposição dos conteúdos fílmicos, tendo em mente a relação a respeito do tema da pesquisa.

A escolha do método se deu por acreditarmos em sua eficiência na análise da complexidade de narrativas audiovisuais que tratam de temas como pandemia, isolamento social, incertezas econômicas e vida nômade.

Aqui, vale destacar que, inspirados no raciocínio de Bauer e Gaskell (2008), entendemos as mídias sociais como representações do mundo real e não enquanto o mundo em si, justamente por ser constituído por meio de processos comunicacionais. “A pesquisa social, portanto, apoia-se em dados sociais – dados sobre o mundo social – que são o resultado, e são construídos nos processos de comunicação” (Bauer & Gaskell, 2008, p. 20).

Para nos auxiliar nessa busca, procuramos apoio nos textos *O Narrador*, de Walter Benjamin (1985), *O Poder da Vulnerabilidade*, de Brené Brown (2010), e *O que é o contemporâneo?* de Giorgio Agamben (2009). Essas escolhas levam em consideração um mundo fático com uma narrativa em constante vir-a-ser. Sendo assim, a fim de tornar nossos argumentos inteligíveis, estabelecemos seções que se desenvolvem em um transcurso elucidativo acerca do poder da vulnerabilidade nas narrativas desses influenciadores digitais em suas interlocuções com o público brasileiro, mediados por ambiências virtuais, dentro de um contexto pandêmico. Tais características, quando agrupadas, reverberam em uma experiência nunca vivenciada antes no Brasil. Compreendê-las é uma forma de contribuir para pesquisas na área de Comunicação.

## 2. *Travel and Share*: uma breve apresentação

*Travel and Share* é uma plataforma de registros videográficos de viagens turísticas idealizada pelo casal de nômades digitais brasileiros Mirella Rabelo e Rômulo Wolff. Em seu canal no *YouTube*, dividem parte de seu cotidiano com 1.072.000 mil inscritos. A programação da página é segmentada em várias temporadas de viagens pelo mundo, nas quais os protagonistas, utilizando um carro próprio, oferecem um contato com outras culturas fora dos grandes circuitos turísticos propagandeados em pacotes de agências de viagens tradicionais.

Sendo assim, o casal argumenta para o espectador a possibilidade de surpreendê-los com destinos exóticos, diferenciados, devido ao caráter aventureiro e bem humorado no qual seu perfil é construído. O excerto abaixo demonstra a forma irreverente com o qual os conteudistas se apresentam ao público:

Olá! Somos Romulo e Mirella e em 2014 decidimos largar tudo para iniciar nossa aventura pelo mundo! Desde então já vivemos muitas experiências viajando de barraca, camper, motorhome, avião, ônibus e em trem! Acompanhe nossa aventura pelo mundo em busca de experiências únicas, comidas incríveis e tudo mais de interessante que o mundo pode nos proporcionar! (Rabelo & Wolff, 2020, online)

Desde o início do projeto, em 2014, Mirella e Rômulo passaram por grandes transformações, compraram dispositivos de captação de áudio e vídeo, a exemplo de *drones*, outras câmeras compactas e à prova d'água, de forma que profissionalizaram o conteúdo de seus vídeos, fato que fica evidenciado quando comparamos os vídeos datados de 2014 com os últimos realizados, em 2020. A aquisição destes equipamentos é mostrada pelo casal em episódios específicos.

Citar as melhorias na captação de áudio e imagem, bem como sua edição na pós-produção, no que se refere à qualidade do produto cultural audiovisual independente, compartilhado em mídias sociais, evidencia um investimento que reverbera em uma maior quantidade de expectativa: o canal do casal, na data desse escrito, contabilizava 1.072 vídeos, totalizando mais de 105 milhões de visualizações em todo os seus conteúdos no *YouTube*.

Quando nos propusemos a utilizar a plataforma de conteúdos de viagem *Travel and Share* como objeto de nosso estudo, o primeiro passo dado foi verificar publicações acadêmicas acerca do assunto. Nossa primeira busca se deu na base de dados da

Biblioteca de Teses e Dissertações Brasileiras (BDTD), na qual verificamos a inexistência de estudos tendo a plataforma aludida em textos de pós-graduações.

Quando utilizado o mesmo procedimento na base de dados do portal de Periódico da CAPES, encontramos cinco resultados devido à terminologia *travel and share* significar viajar e compartilhar, em português, fazendo alusões a estudos semelhantes, porém, distantes deste nosso recorte.

Fazendo a mesma procura com o termo “*travel and share*” entre aspas duplas no Google e no Google Acadêmico encontramos um único escrito contendo o canal em um recorte de estudo. Trata-se do artigo nomeado *YouTube como plataforma de cultura participativa: análise do canal Travel and Share* (Rodrigues, Alves & Correia, 2017), com autoria de Gabriela Lucio Rodrigues, Guilherme Alves e Cynthia Correa, publicado na Revista Turismo Estudos & Práticas (RTEP) no ano de 2017.

No referido texto os autores fazem uma pesquisa descritiva sobre o canal na especificidade de sua produção realizada na América do Norte, constando em 264 vídeos. Para isso, os autores analisaram o conteúdo mencionado, no qual consta a participação do público, por meio de comentários diversos, concluindo que, por meio das interlocuções entre espectadores e os influenciadores, há a cocriação desses conteúdos pelos assinantes devido a cooperação opinativa definida como cultura participativa.

Com base nas análises dos vídeos lançados pelo *Travel and Share* referentes à temporada sobre a América do Norte, foi possível observar o forte elo entre os assinantes e o casal de produtores. Das dez categorias temáticas propostas inicialmente, nove delas destacam uma interação frequente com os usuários, que colaboram sobremaneira para o avanço do projeto. No momento da escolha do canal como objeto de pesquisa, início de 2016, havia pouco mais de 10 mil seguidores, número distante dos cerca de mais de 360 mil inscritos registrados até maio de 2017. (Rodrigues, Alves & Correia, 2017, p. 170)

Apesar de não fazer parte de nosso recorte, destacamos que há outros produtos culturais independentes originados do *Travel and Share*. Uma programação diferenciada, mas com o mesmo título, foi veiculada na televisão brasileira e fez parte da programação

da Box Brazil<sup>11</sup> em seu canal Travel Box Brazil<sup>12</sup> no ano de 2016, com exibições realizadas semanalmente nos dias de segunda-feira, no horário das 21 horas.

A dupla, em seu site<sup>13</sup> oficial, apresenta anúncios acerca de palestras e cursos ministrados pelo casal, bem como propagam o livro de autoria de ambos intitulado *A estrada dá tudo o que você precisa*, de Rabelo e Wolff (2018), disponível para venda em um link indicado que dá acesso ao site de vendas da Amazon.

### 3. Narrativas de mídias sociais contemporâneas em um contexto pandêmico

Agamben (2009) nos diz que o presente, para ser compreendido, precisa ser vivenciado em sua plenitude temporal, ter seu epílogo. Dessa forma, o contemporâneo é algo enigmático e só é plausível de entendimento quando olhamos para experiências do passado, uma vez que o seu desfecho, e entendimento como um todo, se encontra no futuro ainda por vir.

Com base nessa compreensão, no tempo em que vivemos, as luzes do futuro tentam a todo instante nos alcançar a fim de desvendar o presente e, dessa maneira, torná-lo mais compreensível. Nesse sentido, alguns tentam de várias formas alcançá-lo, mensurá-lo, prevê-lo. No entanto, o ser contemporâneo consiste justamente em não buscar respostas em constante vir-a-ser, mas sim enxergar na atualidade as suas nebulosidades. Encarar as trevas do presente. “Perceber no escuro do presente essa luz que procura nos alcançar e não pode fazê-lo, isso significa ser contemporâneo” (Agamben, 2009, p. 65).

Nesse seguimento, destacamos que a ideia de narrativa, atrelada às necessidades deste estudo, é compreendida enquanto um acontecimento em movimento, como a escrita de um diário, conforme relata Blanchot (2005) em sua obra *O livro por vir*, justamente por propiciar a analogia com o conteúdo audiovisual independente exposto nas plataformas escolhidas neste recorte.

---

<sup>11</sup> A Box Brazil é a maior programadora independente do Brasil e a única independente multicanal. Nosso objetivo é exibir conteúdo e entretenimento brasileiro de alta qualidade. São cinco canais em seu portfólio, quatro deles para o mercado nacional, presentes em mais de 18 milhões de lares e distribuídos nas principais operadoras do país, entre elas NET, Claro, Vivo, SKY, Algar e Sim TV. A Box Brazil programadora faz parte do grupo Box Brazil, que além da Box Brazil conta com a Out of the Box, empresa de Branded Content. Retirado de <https://boxbrazil.tv.br/quem-somos/>

<sup>12</sup> *Travel Box Brazil* é um canal de viagens da programadora independente Box Brazil, com conteúdos feitos por brasileiros em viagens pelo mundo. Retirado de <https://boxbrazil.tv.br/travel-box-brazil-a-vida-e-uma-viagem/>

<sup>13</sup> Site *Travel and Share*. Retirado de <https://travellandshare.com.br/>

A narrativa não é o relato do acontecimento, mas o próprio acontecimento, o acesso a esse acontecimento, o lugar aonde ele é chamado para acontecer, acontecimento ainda por vir e cujo poder de atração permite que a narrativa possa esperar, também ela, realizar-se. (Blanchot, 2005, p. 8)

Nesse sentido, o movimento dos fatos propõe analogias diversas que se concatenam ao audiovisual. Benjamin (1994) nos diz que o caráter de unicidade que o tempo contemporâneo coloca em questão acerca da contemplação das coisas isoladas em sua áurea, são confrontadas pelo desejo das massas em acessar, através dos novos dispositivos, algo que anteriormente era limitado ao encontro presentificado do objeto com o olhar de quem o observava.

A era da reprodutibilidade técnica possibilita o encontro visual em diversas mídias, de forma democrática, sem que as imagens percam seu teor, valor e originalidade. O tempo contemporâneo é permeado por ações que propiciam acessibilidade e inclusão, reverberando na democratização de objetos isolados disponíveis ao conhecimento de um vasto público. “Ela pode, principalmente, aproximar do indivíduo a obra, seja sob a forma da fotografia, seja do disco” (Benjamin, 1994, p. 168). Para o mesmo autor, imagem e som são contempladas no audiovisual em narrativas que proporcionam o acesso a diversas demandas do tempo atual.

No que diz respeito à narrativa, o estudioso afirma que “as melhores são as que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos” (Benjamin, 1994, p. 198).

Entretanto, nem tudo está equilibrado, e ao longo do processo de complexificação do mundo, muitas teorias previram com antecedência, de uma forma ou de outra, um colapso, um desequilíbrio. Benjamin (1994) alertava para a morte das narrativas indicada pelo surgimento do temido excesso de informação, característica do tempo atual.

Nesse sentido, podemos dizer que o futuro chegou por ter iluminado ocorrências antes escassas de entendimento. Porém, trouxe com ele novas dúvidas. Em um momento nunca vivenciado pela humanidade, a capacidade de interação em um mundo globalizado, no qual a velocidade e a modernidade das máquinas facilitaram o

trânsito entre os territórios e a comunicação sem grandes barreiras de espaço e tempo, tem propiciado trocas culturais jamais vistas.

Lévy (1996) nos elucida que na construção cultural moderna quanto mais velozes foram as máquinas mais estreitadas as distâncias, mas isso não significa dizer que todos tiveram acesso a esses trânsitos. A criação dos meios de transporte e dos trajetos seguem uma logística capital excludente, mas destaca que a natureza do virtual é inclusiva. Nessas relações de espaço e tempo os sistemas de comunicação ganham destaque pois entram na mediação dessas diferenças, com isso criam-se situações de proximidade e distância nas quais vários espaços coexistem. “De maneira análoga, diversos sistemas de registro e de transmissão (tradição oral, escrita, registro audiovisual, redes digitais) constroem ritmos, velocidades ou qualidades de histórias diferentes” (Lévy, 1996, p. 10).

O professor André Lemos (2005, p. 1) complementa o pensamento de Levy (1996) ao defender que “O que está em jogo nesse começo de século XXI é o surgimento de uma nova fase da sociedade da informação, iniciada com a popularização da internet na década de 80”, que tem transformado (e deformado) as práticas de sociabilidade, alterando os modos de produção e consumo de informação.

Sendo assim, com base no que fora elencado como subsídio teórico, ou seja, nossas reverências conceituais, partimos para a análise de conteúdo propriamente dita na qual procuramos verificar, em cinco vídeos do canal supracitado, um conteúdo exibido que expusesse produtos culturais audiovisuais autônomos nos quais identificássemos o “poder de uma vulnerabilidade” enquanto forma narrativa de produção de sentidos, fidelizando o espectador em um contexto pandêmico. O passo inicial foi observar a cronologia dos fatos com palavras-chave que causavam impacto e o quantitativo de espetatorialidade mediadas pelos *views*.

O primeiro vídeo abordando o tema da pandemia foi escolhido para dar início a investigação. Seguindo a lógica cronológica observamos o segundo vídeo com o conteúdo postado após o casal entrar em quarentena. No terceiro episódio escolhido verificamos a preocupação com a forma de sobreviver em meio à pandemia. No quarto vídeo a solução encontrada pelos conteudistas para enfrentá-la e no quinto, e último, vídeo desse nosso recorte, o enunciado da volta há uma possível nova normalidade. É o que mostraremos com mais ênfase nos cinco subitens a seguir referente a cada episódio mencionado.

### 3.1 Análise do primeiro vídeo

Quando a OMS decretou a recomendação de isolamento social em nível mundial, o casal do *Travel and Share* estava em um cruzeiro na Oceania, no qual haviam embarcado no dia 10 de março de 2020. Em um vídeo específico intitulado *Fronteiras fechando, precisamos voltar pra casa* (YouTube, HD Digital, 11'51", 2020), publicado no dia 18 de março, eles relataram a preocupação do capitão no sentido de não desembarcar em nenhum lugar, tendo em vista as possibilidades de contágio e sua responsabilidade por milhares de vidas a bordo do seu navio.

A Imagem 1 mostra um momento em que a brasileira Mirella Rabelo, do canal *Travel and Share*, está dentro do cruzeiro aludido, observando a costa de Sidney, capital da Austrália, logo após ser decretada a Pandemia da Covid-19. Seu esposo, Rômulo Wolff, faz o registro audiovisual enquanto comentavam sobre as primeiras providências tomadas pelo comandante da embarcação.



Imagem 1: Mirella Rabelo, do canal *Travel and Share* observa a costa de Sidney na Austrália.

Fonte: Quadro extraído de vídeo no YouTube - <https://www.youtube.com/watch?v=4h5HUkfCChE>

O casal narra que a precaução do comandante do cruzeiro também dizia respeito à tarefa de voltar para o local de origem do embarque com todos os passageiros vivos e sem contágio. O que nos chama a atenção no relato do casal de nômades digitais, no âmbito do Brasil, é que nem todos os chefes de nação têm essa desenvoltura ética e humana. Nesse sentido, as palavras de Benjamin (1994) se demonstram pertinentes e atemporais:

Basta olharmos um jornal para percebermos que seu nível está mais baixo que nunca, e que da noite para o dia não somente a imagem do mundo exterior, mas também a do mundo ético, sofreram transformações que antes não julgaríamos possível. (Benjamin, 1994, p. 198)

No que diz respeito à especificidade do episódio citado, é inevitável rememorarmos o que ocorreu nos portos de Viena no século XVI com o primeiro uso do termo quarentena em ocasião da Peste Negra, conforme explanado na introdução desse escrito, ao mesmo tempo em que retomamos a fala de Benjamin (1994) por concatenar ao arquétipo dos embarcados como exímios narradores de histórias. Na visão desse autor “os camponeses e os marujos foram os primeiros mestres da arte de narrar” (Benjamin, 1994, p. 199).

Em acordo com esse estudioso, no universo narrativo é fundamental compreender que há dois tipos de narradores: os que escolhem ficar e conseguem vencer nos territórios onde nascem e os desbravadores, que vão em busca de oportunidades em outros lugares. Sendo os migrantes responsáveis por trazerem o saber das terras distantes para casa, onde ficaram os demais campesinos. Com base no raciocínio benjaminiano podemos aferir que canais que relatam histórias vivenciadas em outros lugares trazem significantes contribuições para os que não têm a oportunidade de viajar e consomem essas narrativas.

Voltando a atenção ao vídeo aludido, Mirella e Rômulo relataram os trâmites das alfândegas por onde passaram de volta à Espanha, país do qual também possuem cidadania. A ‘casa’ do casal na maior parte dos vídeos é um *motorhome*, todavia eles possuem um lugar fixo localizado em solo europeu. Desse modo rememoramos o que Lévy (1996, p. 9) nos diz sobre a desterritorialização de uma pessoa, um ato, uma coletividade ou uma informação em razão de sua virtualização<sup>14</sup> que lhes tornam “não-presentes”. Porém, em acordo com o pensamento do filósofo francês, em algum momento será necessário atualizar-se e inserir-se em ambiências ou suportes físicos.

Nesse sentido podemos aferir que o casal precisou voltar para um espaço físico temporário a fim de reestruturar suas narrativas aproveitando o tempo para formularem questionamentos endereçados ao seu vasto público com o intuito de descobrir o que a

---

<sup>14</sup> No entendimento de Pierre Lévy (1996) a virtualização é a saída da presença em uma realidade física. Fato que ocorreu muito antes da informatização e das redes digitais por meio da memória, da imaginação, da religião e do conhecimento a humanidade já abandonava sua noção de presença física.

audiência queria ver acerca de um casal em isolamento social. A necessidade de obter expectativa é fundamental para quem depende financeiramente de uma renda impulsionada pela lógica das visualizações das plataformas digitais.

A comunicação do canal estudado é majoritariamente informal, atrelada a aspectos de improviso, mas, também, mesclada a um pouco do formalismo, uma vez que é patrocinado por determinadas empresas a quem “a comunicação formal segue regras do comércio” (Bauer & Gaskell, 2008, p. 21). Além de, como vimos, haver a utilização de equipamentos e técnicas que profissionalizam o ofício dos dois enquanto *youtubers*, mesmo que na construção de uma atmosfera de espontaneidade.

Desse modo, é possível verificar um híbrido entre o formalismo e a informalidade nas narrativas comunicacionais de Mirella e Rômulo, tendo em vista aspectos inerentes aos seus planejamentos sobre estratégias de engajamento, com as quais conseguem agradar uma quantidade considerável de público inscrito, assim como seus parceiros de publicidade.

A comunicação informal possui algumas poucas regras explícitas: as pessoas podem falar, desenhar ou cantar do modo que queiram. O fato de haver poucas regras explícitas não significa que não existem regras, e pode acontecer que o foco central da pesquisa social seja desvelar a ordem oculta do mundo informal da vida cotidiana. (Bauer & Gaskell, 2008, p. 21)

### 3.2 Análise do segundo vídeo

Diante da necessidade de isolar-se socialmente, o casal optou por fazer um *review* detalhando aspectos de um de seus vídeos mais assistidos, nomeado *Illuminati - A Cidade da Sociedade Secreta*<sup>15</sup> (YouTube, HD Digital, 10'01", 2019), com mais de 440 mil visualizações. O novo vídeo, segundo seus realizadores, foi para atender centenas de pedidos de seus inscritos disponibilizado sob o título *Segredos do vídeo Sociedade Secreta Illuminati* (YouTube, HD Digital, 19'32", 2020). Ou seja, os influenciadores digitais seguiram o raciocínio do que já dera certo anteriormente, a fim de garantir as visualizações futuras, tendo em mente a opinião dos espectadores através do número de visualizações antes alcançados, trabalhando com a edição de materiais anteriormente gravados e que não haviam sido utilizados. Todavia, não obtiveram êxito, pois a marca não ultrapassou as 31.600 visualizações.

---

<sup>15</sup> Retirado de [https://www.youtube.com/watch?v=-EV\\_2vyN0xl](https://www.youtube.com/watch?v=-EV_2vyN0xl)

É importante destacar que ambos os vídeos com a temática da sociedade secreta *Illuminati* não foram gravados durante a pandemia. O segundo na cronologia temporal foi editado enquanto a dupla estava em isolamento social. Desse modo, são mencionados por contextualizarem o enfretamento do casal com a nova realidade do confinamento. Sendo assim percebemos que diante do insucesso, mensurado pela quantidade de *views*, que acarretou na desistência do canal em continuar com reedições de temas antigos deixa subentendido que a demanda do momento pandêmico por parte de seu público era outra: a vulnerabilidade que o novo traz, fato evidenciado com a quantidade de visualização e o encaminhamento que os conteúdos ganharam e foram sendo postados, como será esboçado nesta sequência de apresentação dos vídeos.

### 3.3 Análise do terceiro vídeo

No dia 7 de abril, o casal postou o vídeo *Estamos em crise - Como vamos sobreviver* (YouTube, HD Digital, 16'08", 2020), no qual relatam as dificuldades enfrentadas anteriormente, em meio a outras crises financeiras, e durante a atual, que se inicia com a pandemia. Eles elencam os diversos cancelamentos de eventos e clientes com os quais trabalhavam por meio do *home office*, desenvolvendo conteúdos para *web*, demonstrando, sobretudo, o poder da vulnerabilidade à qual Brown (2010) remete.

Ressaltam para o público que estão bem, vivendo dos recursos financeiros guardados e destacam que conteúdos de vídeos em plataformas de *streaming* são uma tendência mundial neste cenário pandêmico. Por fim, atentam para o fato de que os compartilhamentos, curtidas e comentários realizados pelos assinantes do canal fazem com que os algoritmos compreendam o conteúdo como relevante, reverberando em uma ajuda necessária para os influenciadores digitais, reforçando a ideia da coparticipação de seus espectadores, o que Rodrigues, Alves & Correa (2017) avaliaram em sua pesquisa, já referenciada neste estudo. “O canal examinado conta com a participação ativa dos assinantes, inclusive atuando na cocriação de conteúdo para alguns vídeos” (Rodrigues, Alves & Correia, 2017, pp. 170-171).

Dessa maneira, o canal supracitado assume uma nova postura, a fim de driblar a crise econômica, com o intuito de garantir a manutenção de visualizações, uma vez que, enquanto reclusos, não podem ofertar novas viagens a serem consumidas por meio de seus conteúdos audiovisuais. Com esse vídeo, a dupla consegue atingir uma marca superior a 51 mil visualizações, vinte mil a mais que o vídeo com *remakes*. Novamente a lógica da vulnerabilidade aparece com mais ênfase.

A dupla também aposta na ideia de valorizar a exposição de um modo de vida nômade para além das viagens propriamente ditas. Há a construção de uma narrativa na qual é exposta uma rotina adotada por um casal morando dentro de um veículo, possui uma forma autônoma de ser e estar no mundo, podendo despertar o interesse do público enquanto estilo de vida, circunstâncias destacadas com a publicação dos conteúdos em vídeos durante e após o período de isolamento social aludido na Europa.

### 3.4 Análise do quarto vídeo

Na última semana de junho, com a divulgação do vídeo *Viajar de motorhome, em tempos de coronavírus* (YouTube, HD Digital, 11'43", 2020), ao anunciarem a volta das suas viagens em um *motorhome*, o casal destaca que fizeram uma publicação no perfil do canal no *Instagram*<sup>16</sup> e receberam alguns comentários contrários à decisão. Sendo assim, esclarecem que nem todos os locais estão vivendo o mesmo processo de contágio; no caso da Espanha, a disseminação do vírus está mais controlada quando comparada ao Brasil.

Essas preocupações dos expectadores inscritos no canal dão ênfase ao engajamento adquirido entre os narradores de histórias que baseiam suas narrativas na exposição de suas vidas íntimas aos moldes da leitura de um diário de casal no qual cada episódio uma página é escrita em um novo cenário permeado pela cultura de outros locais.

A dupla também destaca que, justamente por passarem por um período de isolamento social rigoroso por 90 dias na Europa, estão podendo agora sair do confinamento. Em acordo com vídeo, o abrir das fronteiras na União Europeia não vislumbra apenas o aspecto econômico, mas trata de medidas que visam a melhoria da saúde física e mental das pessoas, uma vez que o distanciamento social coincidiu com a reclusão do inverno naquele hemisfério.

Nessa nova perspectiva abordada pela dupla há, em suas narrativas, uma adaptação ao período pós isolamento social na Europa, com o cuidado de respeitar os limites do público brasileiro enfrentando suas fases prolongadas de contágio e confinamento, evidenciado em seus conteúdos a contextualização do fato de estarem em território europeu. O casal esclarece que estão se organizando para uma possível

---

<sup>16</sup> Instagram do *Travel and Share*. Retirado de <https://www.instagram.com/travelandshare/>  
Revista Comunicando / Vol. 9 - Nº 1 – dezembro de 2020 / Comunicar em tempos de pandemia

viagem, relatando os países pelos quais desejam passar. O vídeo alcançou a marca de 52.600 visualizações.

### 3.5 Análise do quinto vídeo

No dia 30 de julho, o canal publicou o vídeo *Rotina do dia de trabalho e viagem de motorhome na Espanha* (YouTube, HD Digital, 10'47", 2020), relativo à primeira viagem que fizeram após o período de isolamento. Chegando a San Sebastian, um destino no qual andam de bicicleta e se banham em uma praia na costa da Espanha. Mostram seu cotidiano no *motorhome* com o trabalho remoto. Seria o equivalente a dizer sobre uma primeira viagem numa nova normalidade, permeada pelo uso de máscaras e o distanciamento físico.

Também foi possível verificar que, na maior parte dos vídeos postados no espaço temporal desse estudo, o casal se mostra, em sua maior parte, dentro do *motorhome*. Eles, inclusive, utilizam o fato para justificar as suas viagens, enfatizando que desenvolvem seus trabalhos de forma *online*. Trabalhando remotamente, em qualquer lugar, aproveitam a moradia sobre rodas e conhecem novos lugares exercendo suas funções, obedecendo normas, horários e, no final do dia, exploram os locais onde estão, momento no qual fazem seus registros. Assim, o cerne do canal passou a ser a vida em *motorhome*.

Neste episódio o canal propõe, como novidade, a possibilidade de viajar nessa nova modalidade/realidade, ao mesmo tempo que se mostram preocupados e inseguros com a evidência de um retorno à quarentena, caso haja uma nova onda de contágios naquele continente. Assim, é possível verificar no tempo contemporâneo uma nova forma de ser e estar no mundo, adaptando os cotidianos de trabalho, mesmo para quem já os desenvolvia remotamente com o nomadismo digital.

Este vídeo propicia não apenas vislumbrar como seriam os itinerários em novos passeios por paisagens exuberantes ressignificadas depois de um longo tempo em confinamento. No conteúdo é possível ter uma ideia sobre as novas formas de comportamento social que ainda exigem um distanciamento dos corpos em paisagens urbanas compartilhadas em um tempo e espaço que se reconfiguram depois da saída de uma quarentena, e ter acesso a esses materiais é relevante para sabermos que, apesar da nebulosidade do tempo contemporâneo, as luzes do futuro insistem em nos alcançar ainda que não percebamos.

Nesse sentido o casal demonstra ainda o clima de incertezas que permeia a atualidade e relata o receio em voltar para quarentena, não só sentido por eles, mas pela população inteira daquele continente visitado. Finalizam com um jargão comum em quase todos os seus vídeos: “E nos vemos amanhã, com mais vídeos e mais histórias” (Rabelo & Wolff, 2020, *online*).

#### **4. A tradição da oralidade presente nas mídias sociais audiovisuais**

Para Benjamin (1994) as trocas de vivências entre os sujeitos estão perdendo o valor; os relatos de caso já não interessam mais enquanto processos de construção cultural por intermédio da comunicação interlocucional. Para o autor, as ações de experiências estão em declínio. A arte de narrar bem uma história está em vias de extinção e, na compreensão desse estudioso, narrar é inalienavelmente “a faculdade de intercambiar experiências” (Benjamin, 1994, p. 198).

Nas mídias sociais é possível encontrar internautas em busca de relatos de experiência a fim de acabar com dúvidas sobre determinados assuntos. Esses espectadores virtuais encontram respaldo em produtos culturais audiovisuais de criação autônoma para lhes repassar assuntos de seu interesse específico. Por exemplo, se alguém deseja viajar para a cidade de Paramaribo, encontra vídeos na web com relatos de experiências acerca de visitas com dicas sobre a capital do Suriname. Afinal, segundo o próprio Benjamin (1994) a sabedoria popular diz que “quem viaja tem muito que contar” (Benjamin, 1994, p. 198).

Nesse sentido, ver e ouvir os relatos de quem experimenta novos lugares e saberes, acarreta em uma possibilidade de averiguar o que acontece de forma mais verossímil, devido ao caráter realista que a câmera dos dispositivos móveis causa nos espectadores, dando a impressão de que quem documenta suas viagens não tem como intermediário os interesses do mercado, em um mundo globalizado e exposto em detalhes.

Neste sentido, novas rotas alternativas com acesso autônomo tornam-se um atrativo. Mas, para isso, busca-se respaldo na vivência do trajeto realizado por alguém, que narra de forma peculiar e sedutora tais experiências, prestando um serviço, ainda que em sua maior parte amador, para quem busca as entrelinhas que não estão nos folders dos roteiros de viagem.

A sedução que essas narrativas trazem está justamente no que Benjamin (1994) estabelece como um caráter de utilidade. Em acordo com o autor mencionado, a natureza da verdadeira narrativa traz sempre consigo uma perspectiva utilitária. O narrador é uma pessoa que sabe dar bons conselhos e sugerir a continuação de uma história, suscitando no seu ouvinte ou leitor, fascínio e reflexões. “A experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorreram todos os narradores” (Benjamin, 1994, p. 198).

Benjamin (1994) afirma que a tradição da oralidade propiciava, por meio da narração de histórias, uma maior liberdade para as pessoas entenderem as coisas da vida. Tal fato se dava porque o narrador se colocava em um determinado território do qual fazia parte e, ao explicar sobre algum assunto, se situava social e culturalmente nele. Dessa forma, ele envolvia a vida cotidiana do seu ouvinte com os fatos narrados.

No século XXI, ao observarmos este compartilhamento de experiências, lembramos do que Lemos (2005, p. 2) chama de “tecnologias nômades (*laptops, palms, celulares*)”, que amplia as maneiras de conexão entre os narradores e a audiência, como faz o casal de nômades digitais.

Em outras palavras, a narração continua adaptando o tema exposto para a realidade sociocultural na qual se encontra espacialmente, junto com seu público alvo, agora, tendo a mobilidade das redes telemáticas como característica inerente aos processos de conectividade por onde transitam essas experiências compartilhadas, como vemos ocorrer com o canal *Travel and Share*. “Quem escuta uma história está em companhia do narrador; mesmo quem a lê partilha dessa companhia” (Benjamin, 1994, p. 213).

Dessa forma, compreendemos as narrativas midiáticas audiovisuais como extensão desse parâmetro identificado por Benjamin (1994), as quais se assemelham à tradição da oralidade justamente por propiciar uma maior interação entre emissor da mensagem com seu interlocutor. Ou seja, quem relata uma experiência está situado em um determinado espaço e deseja transmitir, com os elementos desses lugares, uma mensagem para seus espectadores, que também encontram nessas ambiências compartilhadas aspectos simbólicos do que buscam através das histórias contadas.

Nesse sentido, fazemos a nossa análise de conteúdo dos influenciadores expostos através de seus espaços hospedados nas duas plataformas digitais em rede, *YouTube* e *Instagram*, na especificidade temporal e temática deste nosso recorte, que

inclui seus narradores em concomitâncias com as vulnerabilidades acentuadas nessa época, “numa paisagem em que nada permanecera inalterado, exceto as nuvens, e debaixo delas, num campo de forças de torrentes e explosões, o frágil e minúsculo corpo humano” (Benjamin, 1994, p. 198).

## 5. O poder da vulnerabilidade em tempos de isolamento social físico

Já afirmamos que o nosso estudo se baseia no contexto específico de isolamento social físico, no qual as formas de relacionamento estão subsidiadas majoritariamente nos mecanismos de comunicação amparados pela *web* e tecnologias digitais. É justamente na ambiência virtual, em plataformas de *streaming*, que vamos buscar embasamento teórico para nossa pesquisa, concomitante ao universo investigado cujo enfoque está voltado para as especificidades das audiovisualidades realizadas pelo canal *Travel and Share*.

A estadunidense Brené Brown - assistente social, escritora, professora e pesquisadora da Universidade de Houston - é uma figura de destaque na rede mundial de computadores. O seu TED<sup>17</sup> *O Poder da Vulnerabilidade* (EUA, HD Digital, 20'04", 2010), é um dos cinco mais vistos no mundo, alcançando uma marca acima das 49 milhões de visualizações até a data deste escrito. A palestra foi transcrita para 54 idiomas e disponibilizada tanto na plataforma de *streaming* audiovisual da *TED Foundation*, na qual está hospedada, quanto em PDFs difundidos na *web*, tornando-se um referencial em vários artigos científicos internacionais.

Para os internautas, a influência de Brown é tanta que a pesquisadora passou a fazer parte do catálogo da Netflix com o seu *talkshow A Call to Courage* (EUA, HD Digital, 76', 2019), tornando a pesquisadora uma celebridade acadêmica do tempo contemporâneo.

A estudiosa, em sua performance no TED supracitado, versa sobre a temática da vulnerabilidade, afirmando ter tomado um susto quando, no início da sua carreira enquanto palestrante, foi informada que seria apresentada como uma contadora de histórias, ocasião em que a fez sentir-se insegura, academicamente falando, uma vez que se identificava enquanto cientista ao lidar com dados quantitativos.

---

<sup>17</sup> TED (*Technology, Entertainment, Design*; em português: Tecnologia, Entretenimento, Planejamento) são palestras com especialistas em determinadas áreas, disponibilizadas na *web* em plataformas de *stream*.

Após uma breve reflexão, Brown (2010) percebeu-se como uma pesquisadora-contadora de histórias, compreendendo esses recontos como “dados com alma”. A pesquisadora, na construção do seu raciocínio, parte de sua ampla vivência na atuação do serviço social, percebendo que somos constituídos neurobiologicamente por mecanismos de conexão. Precisamos estar conectados e a timidez, segundo a autora, é o motivo que nos impede de ter empatia e estabelecer vínculos com o outro. A vergonha, utilizando a palavra da autora, nos limita ao nos impor pré-julgamentos acerca de nós mesmos. Na composição basilar desse comportamento está a vulnerabilidade.

Ao observar o comportamento humano, a estudiosa compreende que, para vencer a vergonha e conseguir uma maior interação com as outras pessoas, é preciso coragem para aceitar as nossas próprias imperfeições, ou seja, nossa vulnerabilidade, e expô-la de forma aberta e consciente. Na medida em que nos mostramos imperfeitos, proporcionamos mecanismos de identificação simbólica e verossímil com os nossos interlocutores.

Assim, quando um internauta enxerga no outro (o influenciador) as suas imperfeições e limitações, percebe que esta personalidade é tão vulnerável quanto ele mesmo, se identifica. É justamente nesse momento em que se dá a empatia; é quando a conexão passa a ser estabelecida. O espectador e o conteudista se conectam por meio das suas semelhanças imperfeitas.

Sendo assim, quando mergulhamos no pensamento de Brown (2010), podemos constatar que as conectividades entre narradores de histórias e seus ouvintes se dão justamente mediante identificações com a vulnerabilidade, o ser e o perceber-se imperfeito em situações de risco e perigo. É nessa proximidade, através da exposição da vulnerabilidade, que os influenciadores digitais operam e influenciam, construindo paradoxalmente, uma atmosfera de credibilidade e confiança.

O que fazem os influenciadores digitais senão contar as histórias de suas vidas, mesclando um pouco de narrativas reais em acontecimentos diversos que seduzem o seu público? Alinhando ao pensamento de Benjamin (1994) podemos dizer que influenciadores digitais não são heróis romanescos pré-definidos em estruturas clássicas, com início, meio e fim. Eles são narradores de histórias que seduzem seu público por pertencerem a um mesmo território, no âmbito cultural, e se identificam com os aspectos de imperfeições e incertezas, as tais vulnerabilidades, que os deixam conectados. São contadores de histórias em dispositivos de consumo de informação.

Nesse sentido, o tempo atual é único, pois trouxe uma nova vulnerabilidade da humanidade à tona, tendo em vista uma ameaça viral à sua existência de modo inesperado. Os espectadores não estão à espera de personagens heróicas, mas em busca de pessoas tão frágeis quanto eles mesmos. O que as celebridades virtuais estão fazendo em suas vidas para se protegerem de um inimigo em comum ou saberem lidar com essas novas situações, em tempo real, interessa às pessoas, porque elas se sentem desamparadas pelas instituições e políticas públicas que deveriam cuidar dos aspectos sanitaristas.

Desse modo, especificamente no Brasil, em tempos de pandemia, estar conectado significa ter mais chances de verificar aspectos de autocuidado nas informações difundidas pelas mídias. Atrelados aos conteúdos criados de forma independente por seus influenciadores, o público busca compreender como os indivíduos estão lidando com as práticas do cotidiano comum uma vez que ambos estão em situação de vulnerabilidade.

Sendo assim, o canal *Travel and Share* subsidiou a exposição dos nossos argumentos concatenados com as análises supracitadas de seus conteúdos, ao mesmo tempo em que procuramos através das especificidades deste recorte contribuir por meio de apontamentos mais gerais que objetivam propor novas possibilidades de estudar as construções pela perspectiva de uma ‘narrativa vulnerável’, cujas histórias narradas são carregadas de nuances e surpresas causadas por diversas situações embasadas na vida real e ordinária, em constante movimento de um por vir.

Com isso, não estamos afirmando que essas situações comunicacionais, criadas por influenciadores digitais e seus interlocutores, sejam formas corretas e seguras de obter informações acerca da pandemia. Muito pelo contrário, essa responsabilidade cabe ao estado em aspectos que vão além da contaminação propriamente dita, por envolver outros âmbitos como a saúde mental e as possíveis enfermidades causadas pelas somatizações do stress atual.

O sentir-se conectado em rede, na conjuntura atual, é potencializado no momento em que se pode assumir, sem vergonha de ser criticado, uma dependência dos dispositivos móveis como instrumentos necessários de conexão, informação, consumo e sobrevivência. As narrativas, nessas fases de isolamento social, irão estabelecer vínculos difíceis de serem rompidos. A vulnerabilidade autoriza os deslizes. Os mais corajosos e desbravadores saem mais fortes e conectados a um número maior

de pessoas, de forma que seus poderes de vulnerabilidade irão lhe garantir visualizações, curtidas, comentários, repercussões e aceitação.

## 6. Considerações finais

Com os dados levantados acerca dos conteúdos analisados, concomitantes aos teóricos escolhidos, no findar desse estudo foi possível averiguar que o mostrar-se vulnerável acarreta uma maior expectativa das mídias digitais, tendo como referente as especificidades dos vídeos deste recorte. Pôde-se aferir que há o engajamento do espectador com os assuntos tratados nas audiovisualidades cujo o teor é capaz de ser compreendido enquanto ‘narrativas vulneráveis’, no sentido de expor uma vida cotidiana sujeitas às intempéries dos acontecimentos inerentes ao por vir da própria existência humana.

Mesmo voltando a uma possível normalidade, nada está em segurança. Para compreendermos um determinado período temporal é preciso que as ocorrências alcancem sua completude para podermos enxergar o todo. No entanto, nesta ausência de um desfecho, ser contemporâneo é justamente encarar as trevas da incerteza sem a vergonha de expor a própria vulnerabilidade, no sentido de perceber-se afetado a todo instante pelas incertezas de uma vida em um eterno movimento do por vir.

Nesse sentido, os conteúdos analisados do canal *Travel and Share* seduzem os espectadores brasileiros, que no momento se encontram abandonados por políticas públicas internas no enfrentamento da pandemia, ao contrário do que ocorre no território europeu, mostrado nas entrelinhas das narrativas dos episódios do canal.

Ao mesmo tempo em que os conteudistas expõem, por meio de suas narrativas, a situação pandêmica que toda a humanidade atravessa, a vulnerabilidade é compreendida como uma ocorrência intrínseca ao momento atual do planeta que reivindica para si um olhar intercultural da situação pandêmica.

Nesse seguimento, o conteúdo investigado neste estudo propicia a compreensão de um tempo único no qual o poder da vulnerabilidade faz a mediação entre as interlocuções comunicacionais de uma época hodierna na qual há demandas por narrativas com a presença de uma vulnerabilidade possibilitando uma maior identificação com um vasto público, ávido por essas conexões.

Por fim, espera-se que os dados levantados e os argumentos expostos venham a servir como base conceitual e inspiração para outros estudos vindouros, que desejem desenvolver pesquisas nas quais o poder da vulnerabilidade estejam presentes em narrativas audiovisuais autônomas realizadas em contexto pandêmico de isolamento social e demais construtos que envolvam âmbitos da comunicação.

## Referências

Agamben, G. (2009). *O que é o Contemporâneo?* In *O que é o Contemporâneo? e outros ensaios*. Chapecó: Argos.

Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Retirado de <https://bdtd.ibict.br/vufind/>

Bauer, M. W.; Gaskell, G. (2008). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.

Bardin, L. (2000). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Benjamin, W. (1994). *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.

Blanchot, M. (2005). *O livro por vir*. São Paulo: Martins Fontes.

Brown, B. (2010). *O poder da vulnerabilidade*. [Transcrição do vídeo]. TED x Houston. 2010. Retirado de <https://www.positivapsicologia.com.br/wp-content/uploads/2018/05/Brene-Brown-O-poder-da-vulnerabilidade.pdf>

Canclini, N. G. (2005). *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Tradução Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: UFRJ.

Lemos, A. (2005). *Cibercultura e mobilidade: a era da conexão*. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Retirado de <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/156815839121204611474043023761868893523.pdf>

Lévy, P. (1996). *O que é o virtual*. São Paulo: Ed. 34.

Rabelo, M.; Wolff, R. (2020). Rotina do dia de trabalho e viagem de motorhome na Espanha. [Arquivo de vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=kv3Lf0l1VQ8>

Rodrigues, G. L.; Alves, G; Correa, C. (2017). *YouTube como plataforma de cultura participativa: análise do canal Travel and Share*. *Revista Turismo, Estudos e Práticas* 6(2). Mossoró: UFRN.

## Referências audiovisuais

Brown, B. (2010). O Poder da Vulnerabilidade. [Arquivo de vídeo]. Retirado de [https://www.ted.com/talks/brene\\_brown\\_the\\_power\\_of\\_vulnerability?language=pt-br](https://www.ted.com/talks/brene_brown_the_power_of_vulnerability?language=pt-br)

*Travel and Share*. (2020). Fronteiras fechando, precisamos voltar pra casa. [Arquivo de vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=4h5HUKfCChE>

*Travel and Share*. (2020). Segredos do vídeo Sociedade Secreta Illuminati. [Arquivo de vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=UWVdjA8enL8>

*Travel and Share*. (2020). Estamos em crise - Como vamos sobreviver. [Arquivo de vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=BlwYVO5YNcY>

*Travel and Share*. (2020). Viajar de motorhome, em tempos de coronavírus. [Arquivo de vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=dhjT2hEzQJc>

*Travel and Share*. (2020). Rotina do dia de trabalho e viagem de motorhome na Espanha. [Arquivo de vídeo]. Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=kv3Lf0I1VQ8>

---

### Ed Porto Bezerra

Pós-doutorado em Comunicação (2011) e Estágio Sênior no College of Communication da University of Texas no Knight Center for Journalism in the Americas (2013). Atualmente é professor Titular da Universidade Federal da Paraíba onde leciona nos cursos de Ciência da Computação, Engenharia da Computação e Licenciatura da Computação; no Programa de Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes (PPGCCA) e no Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC).

Universidade Federal da Paraíba

### Hélder Paulo Cordeiro da Nóbrega

Graduado em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal da Paraíba (2018). Mestrando em Artes Visuais (abril de 2019 até os dias atuais) pela Universidade Federal da Paraíba.

Universidade Federal da Paraíba

### Vlamir Marques Duarte

Graduação em Radialismo pela Universidade Federal da Paraíba (2018), com Láurea Acadêmica. Mestrando em Comunicação (abril de 2019 até os dias atuais) pela Universidade Federal da Paraíba.

Universidade Federal da Paraíba

Artigo submetido em 26/08/2020 e aceite em 13/10/2020.