

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL  
NÍVEL MESTRADO

Marcela Leal Donini

**PORTO ALEGRE NO INSTAGRAM:  
traços do imaginário contemporâneo da cidade**

Porto Alegre

2015

Marcela Leal Donini

**PORTO ALEGRE NO INSTAGRAM:  
traços do imaginário contemporâneo da cidade**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Mágda Rodrigues da Cunha

Porto Alegre

2015

## Catálogo na Publicação

D683P Donini, Marcela Leal  
Porto Alegre no Instagram : traços do imaginário contemporâneo da cidade / Marcela Leal Donini. – Porto Alegre, 2015.  
124 f.

Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mágda Rodrigues da Cunha

1. Comunicação. 2. Imaginário. 3. Dispositivos Móveis . 4. Redes Sociais. 5. Cidade – Porto Alegre (RS) – Fotografias. I. Cunha, Mágda Rodrigues da. II. Título.

CDD 301.243

Bibliotecária Responsável: Salete Maria Sartori, CRB 10/1363

Marcela Leal Donini

**PORTO ALEGRE NO INSTAGRAM:  
traços do imaginário contemporâneo da cidade**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA:**

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Gustavo Daudt Fischer – Unisinos

\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Juliana Tonin – PUCRS

\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Mágda Rodrigues da Cunha – PUCRS

Ao Moreno.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela concessão da bolsa parcial.

À professora Márgda Rodrigues da Cunha, minha orientadora, pela confiança e apoio nesta caminhada. Aos professores Juliana Tonin e Gustavo Fischer pelas sugestões valiosas na banca de qualificação.

Agradeço à Cartola – Agência de Conteúdo, empresa onde trabalho que possibilitou que eu me dedicasse a esta empreitada.

Agradeço ainda aos meus pais por todo investimento e valorização em educação desde minha infância.

Por fim, ao mais importante apoio que tive, em todos os sentidos, ao longo dos últimos anos: Moreno, tu foste exemplar. Meu marido, amigo, “orientador”, colega, cozinheiro, parceiro... Te amo.

## RESUMO

Este trabalho investiga o que revelam sobre o imaginário de Porto Alegre as publicações associadas a esta cidade no Instagram. O aplicativo para dispositivos móveis, com características de rede social online, ilustra o momento atual de retorno à valorização da imagem e do cotidiano de que fala o sociólogo Michel Maffesoli, o principal autor de referência desta pesquisa. A partir da sociologia compreensiva, criamos o esquema de análise, baseado na descrição das informações publicadas entrecruzada com noções do imaginário contemporâneo segundo Maffesoli. Nossa proposta como pesquisadores do imaginário é narrar o cotidiano porto-alegrense que emerge das 15 publicações selecionadas.

Os traços do imaginário de Porto Alegre encontrados revelam desde paisagens já consolidadas pelo turismo da cidade até pequenos relatos cotidianos de quem ajuda a produzir tais imagens urbanas. As observações de 15 publicações do Instagram sugerem ainda que os espaços tornados híbridos pelas novas tecnologias de comunicação permitem uma nova forma de experimentar a cidade, de compor e dar a ver os imaginários urbanos.

**Palavras-chave:** Imaginário. Tecnologias móveis. Redes sociais. Instagram. Fotografia. Cidade. Porto Alegre.

## ABSTRACT

This study aims to investigate what the publications of Porto Alegre reveal about the Imaginary of this city on Instagram. We believe that this application for mobile devices, with online social network features, illustrates the current state of the return to values as the image and the everyday life spoken by Michel Maffesoli. From the comprehensive sociology, we have created the analytical model, based on the description of information crossed with notions of contemporary Imaginary according to Maffesoli. Our proposal as researchers of the Imaginary is to narrate the Porto Alegre daily life that emerges from the 15 selected publications. The observations revealed that the hybrid spaces made by new communications technologies enable a new way to experience the city, to compose and to make visible the urban imaginary.

**Keywords:** Imaginary. Mobile technology. Social networks. Instagram. Photography. City. Porto Alegre.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1 – The naked city .....                | 30  |
| Figura 2 – O primeiro selfie, 2002 .....       | 49  |
| Figura 3 – Autorretrato de 1839 .....          | 49  |
| Figura 4 – Autorretratos de Li Zhensheng.....  | 50  |
| Figura 5 – Câmera do Instagram .....           | 57  |
| Figura 6 – O tempo no Instagram.....           | 59  |
| Figura 7 – Instagram na vida real .....        | 60  |
| Figura 8 – Anúncio DM9Sul .....                | 65  |
| Figura 9 – Perfil @igerspoa.....               | 79  |
| Figura 10 – @igerspoa no Iconosquare .....     | 80  |
| Figura 11 – Grupo 1 / Imagem 1 .....           | 81  |
| Figura 12 – Grupo 1 / Imagem 2 .....           | 83  |
| Figura 13 – Grupo 1 / Imagem 3 .....           | 85  |
| Figura 14 – Grupo 1 / Imagem 4 .....           | 86  |
| Figura 15 – Grupo 1 / Imagem 5 .....           | 88  |
| Figura 16 – Grupo 2 / Imagem 6 .....           | 92  |
| Figura 17 – Grupo 2 / Imagem 7 .....           | 94  |
| Figura 18 – Grupo 2 / Imagem 8 .....           | 95  |
| Figura 19 – Grupo 2 / Imagem 9 .....           | 96  |
| Figura 20 – Grupo 2 / Imagem 10 .....          | 98  |
| Figura 21 – Porto Alegre georreferenciada..... | 101 |
| Figura 22 – Grupo 3 / Imagem 11 .....          | 102 |
| Figura 23 – Grupo 3 / Imagem 12 .....          | 104 |
| Figura 24 – Grupo 3 / Imagem 13 .....          | 105 |
| Figura 25 – Grupo 3 / Imagem 14 .....          | 106 |
| Figura 26 – Grupo 3 / Imagem 15 .....          | 107 |

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....   | <b>11</b> |
| <b>2 O RETORNO À IMAGEM</b> .....   | <b>15</b> |
| 2.1 NOÇÕES DO IMAGINÁRIO .....  | 19        |
| 2.2 O IMAGINÁRIO E SUAS TECNOLOGIAS .....                                     | 24        |
| <b>3 SOBRE CIDADES E FOTOGRAFIA</b> .....                                     | <b>27</b> |
| 3.1 REPRESENTAÇÕES DA CIDADE E IMAGINÁRIOS URBANOS .....                      | 32        |
| <b>3.1.1 A fotografia nasce urbana</b> .....                                  | <b>35</b> |
| 3.2 CIDADES NA ERA DIGITAL .....  | 37        |
| <b>3.2.1 Tecnologias móveis e hibridização dos espaços</b> .....              | <b>39</b> |
| <b>3.2.2 Problemas das cidades globais</b> .....                              | <b>41</b> |
| <b>4 O INSTAGRAM E SEU CONTEXTO</b> .....                                     | <b>44</b> |
| 4.1 FOTOGRAFIA UBÍQUA .....   | 44        |
| <b>4.1.1 Público e privado</b> .....  | <b>47</b> |
| 4.2 REDES SOCIAIS NA INTERNET .....   | 52        |
| <b>4.2.1 Capital social e comunidades virtuais</b> .....                      | <b>54</b> |
| 4.3 UM APLICATIVO DE SUCESSO .....  | 56        |
| <b>5 IMAGENS E IMAGINÁRIOS DE PORTO ALEGRE</b> .....                          | <b>62</b> |
| <b>6 UM OLHAR METODOLÓGICO PARA O IMAGINÁRIO</b> .....                        | <b>71</b> |
| 6.1 COMO FAREMOS .....  | 74        |
| <b>6.1.1 Seleção das imagens</b> .....  | <b>76</b> |
| <b>7 ANÁLISE</b> .....  | <b>78</b> |
| 7.1 GRUPO 1 .....   | 78        |
| <b>7.1.1 Imagem 1</b> .....   | <b>80</b> |
| <b>7.1.2 Imagem 2</b> .....   | <b>83</b> |
| <b>7.1.3 Imagem 3</b> .....   | <b>84</b> |
| <b>7.1.4 Imagem 4</b> .....   | <b>86</b> |
| <b>7.1.5 Imagem 5</b> .....   | <b>87</b> |
| <b>7.1.6 Apontamentos sobre o imaginário de Porto Alegre no Grupo 1</b> ..... | <b>89</b> |
| 7.2 GRUPO 2 .....   | 91        |
| <b>7.2.1 Imagem 6</b> .....   | <b>92</b> |
| <b>7.2.2 Imagem 7</b> .....   | <b>93</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>7.2.3 Imagem 8 .....</b>   | <b>94</b>  |
| <b>7.2.4 Imagem 9 .....</b>   | <b>96</b>  |
| <b>7.2.5 Imagem 10 .....</b>  | <b>97</b>  |
| <b>7.2.6 Apontamentos sobre o imaginário de Porto Alegre no Grupo 2 .....</b> | <b>98</b>  |
| <b>7.3 GRUPO 3.....</b>   | <b>100</b> |
| <b>7.3.1 Imagem 11 .....</b>  | <b>101</b> |
| <b>7.3.2 Imagem 12 .....</b>  | <b>103</b> |
| <b>7.3.3 Imagem 13 .....</b>  | <b>105</b> |
| <b>7.3.4 Imagem 14 .....</b>  | <b>106</b> |
| <b>7.3.5 Imagem 15 .....</b>  | <b>107</b> |
| <b>7.3.6 Apontamentos sobre o imaginário de Porto Alegre no Grupo 3 .....</b> | <b>108</b> |
| <b>7.4 APONTAMENTOS FINAIS DA ANÁLISE.....</b>                                | <b>109</b> |
| <b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>  | <b>113</b> |
| <b>REFERÊNCIAS .....</b>  | <b>117</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Sentir-se parte de uma cidade é um processo construído por cada habitante. Essa construção contempla todas as ações que pretendem representar o espaço urbano, tarefa que se renova ao longo do tempo, passando pela palavra escrita e falada — na música ou na literatura —, e pela linguagem visual – da pintura à fotografia –, além das práticas cotidianas, como rituais e códigos de civilidade entre seus moradores (PESAVENTO, 2007).

Por meio desses registros, os habitantes da cidade atribuem valor aos lugares por onde circulam e, assim, cultivam o sentimento de pertencimento a esses espaços. Na esteira da evolução da representação dos espaços urbanos, a popularização da fotografia tornou acessível a mais pessoas o ato de registrar a cidade. Esse processo iniciou-se no fim do século XIX, quando a Kodak lançou sua primeira câmera de bolso, a Pocket Kodak. Durante os cinco anos em que foi produzida, até 1900, foram vendidas 147 mil câmeras. No mesmo ano, começou a produção da câmera que seria a mais popular da marca até então, a Brownie. Vendidas a US\$ 1, foram comercializadas 150 mil unidades em seu primeiro ano. O modelo foi produzido por sete décadas.

Saltemos para o século XXI, quando se dá a popularização das câmeras digitais portáteis e dos celulares com câmeras: de 2002 para 2007, a venda de câmeras digitais portáteis no mundo cresceu de 27,5 milhões para 119 milhões (HAND, 2012). O cenário de portabilidade e mobilidade ganhou novos contornos com a popularização de celulares com câmeras: em 2007, registrou-se 700 milhões de unidades vendidas no mundo; em 2012, foram mais de 1,3 bilhão (HAND, 2012).

Com a popularização de *smartphones* (celulares com câmeras e acesso à internet), introduziu-se uma nova possibilidade no processo de registro fotográfico: o compartilhamento instantâneo. Só no Brasil, em 2013, foram vendidos 35,6 milhões de *smartphones*, 123% mais do que no ano anterior<sup>1</sup>. Conectados à internet, esses dispositivos móveis permitem que as imagens sejam publicadas na *web* ou enviadas a outros usuários a partir de qualquer lugar.

Este contexto de compartilhamento de imagens só é possível devido aos espaços multidimensionais, caracterizados pela hipermobilidade, definida pela “mobilidade física acrescida dos aparatos móveis que nos dão acesso ao ciberespaço” (SANTAELLA, 2013,

---

<sup>1</sup> Segundo estudo da IDC, disponível em: <<http://br.idclatin.com/releases/news.aspx?id=1613>>. Acesso em: 31 jul. 2014.

posição 136/6023). Neste cenário, a fotografia é feita não mais com o objetivo de registro ou armazenamento, mas para ser compartilhada.

Para nós, um exemplo evidente de que fotografar tornou-se praticamente sinônimo de compartilhar na contemporaneidade é o Instagram, aplicativo para dispositivos móveis voltado exclusivamente à publicação de imagens e que é objeto de nossa investigação. Nosso objetivo aqui será investigar as publicações associadas a Porto Alegre a fim de identificar o que revelam sobre o imaginário contemporâneo desta cidade. Para tanto, abrimos o presente trabalho contextualizando a época em que vivemos hoje, chamada por muitos autores, como Michel Maffesoli, de pós-modernidade. No capítulo 2, intitulado *Retorno à imagem*, explicaremos que vivemos em um período em que nos voltamos à valorização da imagem e do cotidiano, depois de testemunharmos a saturação das grandes narrativas e o declínio da razão como explicação única para todas as coisas, eixo central da Era Moderna.

O retorno ao culto da imagem é também uma volta à valorização do subjetivo, das emoções, do sagrado e de tudo aquilo que foge à razão e havia sido renegado pela modernidade. Nessa lista, soma-se o imaginário, que aqui entenderemos a partir do conceito de Durand (2011), ou seja, algo da ordem do simbólico e coletivo, uma força social que reflete a atmosfera de uma época.

No capítulo 3, *Sobre cidades e fotografia*, a fim de entender a relação próxima entre fotografia e cidades, nos debruçaremos sobre estudos a respeito da relação entre cidadãos e os espaços urbanos que habitam. Historicamente, a fotografia nasceu urbana e acompanhou a saturação das grandes narrativas, evidenciada também por Jean-François Lyotard, e voltou-se aos pequenos relatos de temas ordinários (ROUILLÉ, 2009). Conforme Maffesoli (2012) a época coincide com o retorno do cotidiano e a revalorização da imagem, valores antes renegados no período das Luzes. Cotidiano e imagem são os dois pilares do aplicativo Instagram.

Diferentes autores nos ajudarão a falar sobre a atribuição de valor às cidades, como Michel de Certeau e os caminhantes, Walter Benjamin e o *flâneur*, e Guy Debord e a teoria da deriva. Neste terceiro capítulo, exploraremos ainda as representações de uma cidade e como elas ajudam a construir um imaginário urbano. Ainda nesta linha, apresentaremos a cidade contemporânea como um espaço que se modificou a partir da difusão das tecnologias móveis. Com a ubiquidade da comunicação, as cidades se tornaram espaços híbridos, ficando cada vez menos visível a fronteira entre as vidas *online* e *off line*.

Para Recuero (2009), nossos referenciais teóricos surgiram das primeiras observações do nosso objeto e nos levaram a entender o Instagram como uma tecnologia do imaginário

com características de uma rede social na internet, Maffessoli (2012) contribui afirmando que é inserida em um contexto pós-moderno de valorização da imagem e do estar junto, e em um cenário de hibridização dos espaços urbanos (SANTAELLA, 2013). No capítulo 4, *O Instagram e seu contexto*, apresentamos melhor esse contexto tecnológico em que se insere o aplicativo e os detalhes dessa plataforma. Em linhas gerais, a ferramenta permite o compartilhamento de imagens (fotografias e, mais recentemente, vídeos curtos) e a interação entre os usuários por meio de comentários e opções de “curtir” (*likes*) em cada imagem.

No capítulo 5, resgatamos imagens e imaginários de Porto Alegre. Nossa base é a pesquisa coordenada por Nilda Jacks que resultou no livro *Porto Alegre Imaginada*. O trabalho apresenta uma breve história da cidade e, por meio de enquetes e pesquisas em documentos oficiais e produções midiáticas, traça o imaginário de Porto Alegre e dos porto-alegrenses. Ainda neste capítulo, relembramos brevemente a história moderna da fotografia na cidade.

No capítulo 6, apresentamos nossas opções metodológicas. Partimos da sociologia compreensiva de Maffessoli para construir nosso próprio esquema de análise das imagens. Nossa premissa é uma metodologia flexível, que dê conta dos elementos do imaginário a partir de um olhar generoso, voltado à forma como se apresentam os dados. Serão analisadas 15 publicações do Instagram referentes a Porto Alegre, separadas em três grupos. O primeiro é formado por imagens de uma comunidade de usuários de Porto Alegre; o segundo, por imagens rastreadas pela *tag* #portoalegre; e o último, por publicações geolocalizadas em Porto Alegre.

Além das imagens, serão consideradas informações que as circundam, que chamaremos aqui de *molduras*. Descreveremos as imagens a partir de descritores temáticos e visuais inspirados naqueles criados por Lima e Carvalho (1997) a propósito de uma pesquisa sobre álbuns fotográficos de São Paulo, além das *molduras*, como número de *likes*, comentários, *hashtags* e legendas. Em seguida, faremos um cruzamento com duas noções fundamentais do imaginário pós-moderno para Maffessoli, tribalismo e cotidiano.

Acreditamos que esta pesquisa justifica-se por tratar de um tema relevante para as ciências sociais, que é o imaginário, e porque se propõe a explorá-lo a partir de uma nova tecnologia da comunicação, o aplicativo Instagram. Sabemos do desafio de trabalhar com um conceito tão complexo, por isso abrimos nosso trabalho com noções e origens do termo imaginário.

É também desafiador estudar um objeto relativamente novo como um aplicativo para dispositivos móveis. Sendo assim, estamos cientes de que nosso trabalho é, como uma fotografia – e, por que não, como o imaginário –, um recorte no tempo.

## 2 O RETORNO À IMAGEM

Se a modernidade foi a época do desencantamento do mundo como nos disse Max Weber<sup>2</sup>, a pós-modernidade é, para Michel Maffesoli, a era do reencantamento. Essa mudança de paradigma passa pela valorização da imagem e do cotidiano (MAFFESOLI, 2012, p. 19). Para o sociólogo francês, não faltam indícios da saturação da modernidade e do retorno a valores marginalizados na era moderna, como os afetos, a magia, o irracional, o ordinário e tudo o que é vazio de certezas absolutas, como as imagens.

Maffesoli não foi o primeiro a falar na saturação da razão como a única via possível de explicar o mundo. Antes dele, Jean-François Lyotard (2011) já anunciava a crise dos metarrelatos, que marcaria o início da pós-modernidade, termo usado por Lyotard para designar o “estado da cultura após as transformações que afetaram as regras dos jogos da ciência, da literatura e das artes a partir do final do século XIX” (LYOTARD, 2011, p. 15). Lyotard propõe uma discussão sobre como o saber é produzido, distribuído e legitimado nas áreas mais avançadas do capitalismo contemporâneo, já que a grande narrativa moderna das Luzes, em que “o herói do saber trabalha por um bom fim ético-político” (LYOTARD, 2011, p. 15-16), não é mais suficiente para explicar essa nova época, pós-moderna. O que leva o autor a afirmar que “o saber científico não é todo o saber” (LYOTARD, 2011, p. 12).

Passa a ser questionada a validade das grandes instituições como legitimadoras do conhecimento. Pelas novas regras do jogo apontadas por Lyotard, o saber não é apenas instrumento de poder dessas grandes instituições, mas pode ser construído a partir de diferentes e pequenos relatos. O saber “aguça nossa sensibilidade para as diferenças e reforça nossa capacidade de suportar o incomensurável” (LYOTARD, 2011, p. 17). Para o autor, portanto, a pós-modernidade também questiona os paradigmas da razão moderna e é um momento em que buscamos compreender o pensamento a partir dos diferentes saberes.

Na sociedade pós-moderna e informatizada, a pesquisa e a transmissão de conhecimentos mudam. O saber passa a ser produzido para ser vendido, e o Estado vê seu privilégio de detenção da produção e difusão do saber ameaçado. É a partir desse momento,

---

<sup>2</sup> “Na sua acepção ocidental, essa modernidade foi entrevista por Max Weber como constitutiva de uma visão de mundo desencantada. A famosa metáfora da modernidade como 'gaiola de ferro' enfatiza a de Weber sobre a condição moderna como sendo a de controle, disciplina, razão instrumental, pragmatismo calculista que promoveria o desencantamento do mundo na medida em que negaria o mágico, místico, misterioso e oculto.” (JAGUARIBE, 2007, p. 20)

no final dos anos 1970, que o Estado irá se preparar para repensar seu papel de protetor e guia (LYOTARD, 2011, p. 6-7).

Na esteira do pensamento de Lyotard (2010, p. 36) chama a atenção para a saturação dos sistemas explicativos do nosso tempo, como o marxismo, o freudismo e o positivismo. Ao caracterizar a pós-modernidade, o Maffesoli (2012, p. 19) também denuncia a saturação do providencialismo, “a lei do pai”, segundo a qual “esperamos de uma instância proeminente a resolução dos nossos problemas”, instância esta que poderia ser o Estado ou um deus. Na contemporaneidade, reconsideramos a sabedoria dos povos, o senso comum e uma cultura de elementos simples, o que Maffesoli (2012, p. 18) chama de a “verdadeira *revolução*<sup>3</sup> da vida cotidiana”.

Não há mais, portanto, uma verdade absoluta, um único caminho para se chegar ao conhecimento, não é mais a razão que rege a sociedade na vida pós-moderna. O utilitarismo moderno vem perdendo lugar desde os anos 1950. Como metáfora para descrever a sociedade pós-moderna, Maffesoli se refere a um mosaico arquitetônico que abrange características opostas entre si. A escola Bauhaus, que privilegiava o ângulo reto e a funcionalidade, foi aos poucos sendo substituída pela complexidade e diversidade de construções de estilos mistos. Na mesma linha, temos o *design*, cuja ideia básica é “que o objeto, mantendo a sua funcionalidade, deve ser adornado” (MAFFESOLI, 2012, p. 7). Para ele, a estetização estimulada pelo *design* foi transposta a diversos aspectos da vida cotidiana.

Esse mosaico heterogêneo também aparece na questão identitária do indivíduo. Diferentemente do homem moderno, o pós-moderno tem identidade plural, questão apontada não só por Maffesoli, mas também por pensadores que compreendem a contemporaneidade sob outros aspectos, como Zygmunt Bauman (2011, p. 113):

[...] o problema de identidade moderno consistia em como construir uma identidade e mantê-la sólida e estável. O problema de identidade pós-moderno diz respeito essencialmente à forma de se evitar a fixidez e manter abertas as opções. (...) O meio que era a mensagem da modernidade representava o papel fotográfico (pense nos álbuns de família inchados, rastreando página amarelada por página amarelada o lento crescimento de eventos inapagáveis e produtores de identidade); o meio pós-moderno é definitivamente o vídeo (apagável e reutilizável, calculado para nada manter para sempre, admitindo acontecimentos de hoje apenas sob a condição de apagar os de ontem, gritando a mensagem até segunda ordem a respeito de tudo o que se considere digno de gravação.

---

<sup>3</sup>Grifo do autor que ressalta o sentido etimológico da palavra *revolução*: “retorno, retrocesso ao que foi na origem” (MAFFESOLI, 2012, p. 16).

Deixemos claro que não estamos aqui opondo imagem estática e imagem em movimento. Destacamos a citação de Bauman (2011) com o intuito de fundamentar a ideia de oposição entre a identidade moderna – sólida e única – e a pós-moderna – plural, mutável, descartável, como é o vídeo.

É importante ressaltar que, para outros autores, como Ortiz (2014), não existe uma sociedade pós-moderna, existem mudanças em curso, desde a década de 1970, nos campos social, econômico, cultural e tecnológico. Ao falar sobre a construção identitária, Ortiz afirma que o Estado-Nação perdeu o monopólio que acreditava ter sobre esse processo, mas que, mesmo assim, não se deve falar em fim do Estado-Nação. Para ele, a atual construção das identidades se dá em duas dimensões: “a diversidade conflitiva interna ao Estado-nação (regiões, questões étnicas, etc.) e a emergência de referências identitárias transnacionais”, como o mundo do consumo e as referências culturais globalizadas, como questões do mundo pop.

O problema é que as mudanças em curso não abolem uma continuidade em relação ao passado, neste sentido, não existem sociedades pós-modernas, apenas um debate em torno da “pós-modernidade”. Discussão que levanta questões importantes, por exemplo, a crítica à categoria de universal; entretanto, não há uma ruptura definitiva entre o passado e o presente no interior do qual o 'moderno' teria se tornado inteiramente obsoleto. Não há o 'fim do trabalho', o 'fim da arte', o 'fim do universal', etc. A ênfase na ideia de 'fim' é apenas um sintoma das transformações em marcha. (ORTIZ, 2014).

De toda forma, há pontos de convergência entre os pensamentos de Ortiz (2014) e Maffesoli (2012), já que ambos afirmam que os valores modernos já não são mais capazes de dar conta dos processos contemporâneos. Em nosso trabalho, entendemos que é importante falar em saturação de alguns processos do passado, e não em uma ruptura, já que dentro de uma mesma sociedade, características modernas e pós-modernas coexistem. Contudo, daremos ênfase aos novos aspectos.

Concordamos com Maffesoli quando ele diz que, com a saturação da lógica iluminista da racionalidade, o homem pós-moderno ocidental se volta, aos poucos, ao culto da imagem. Relegada a segundo plano no mundo ocidental, a imagem sempre esteve ligada ao mágico, ao mito, ao irracional, à incerteza. Foi desvalorizada porque entendeu-se que dela não se podia extrair a verdade, objetivo final da lógica aristotélica, base do iconoclasmo ocidental sustentado, ao longo do anos, pela escolástica medieval e, posteriormente, pela física moderna (DURAND, 2011).

Durante muitos séculos, considerava-se que o único caminho que levava o homem à verdade era a lógica binária segundo a qual só havia um falso e um verdadeiro, comprovados pela experiência dos fatos, processo associado ao iconoclasmo religioso (DURAND, 2011, p. 9-10). É neste momento que a imagem começa a ser desvalorizada por sua ambiguidade, e, a partir do século XVII, o imaginário é excluído dos processos intelectuais (DURAND, 2011, p.12). Contudo, ao longo da história, é possível apontar resistências do imaginário como herança platônica. O pensador grego admitiu uma via de acesso às verdades indemonstráveis graças à linguagem imaginária do mito (DURAND, 2011, p. 16). Questões inexplicáveis pela dialética aristotélica, como os mistérios do amor e da morte, podiam ser mediadas pela imagem mítica que “fala diretamente à alma” (DURAND, 2011, p.17).

Ao longo de toda a modernidade, a imagem foi estigmatizada como “a louca da casa” que comprometia o bom funcionamento da racionalidade (MAFFESOLI, 2012, p. 89). Mas apesar de todo o iconoclasmo do passado, o século XX foi o início da civilização da imagem, graças à difusão de técnicas como a fotografia, o vídeo e o cinema. É na esteira dessa história que a pós-modernidade – a que, segundo Maffesoli (2011), se anuncia nos anos 1950 – inicia como um retorno ao culto da imagem.

A imagem nasceu com uma aura mágica. Debray (1993) nos recorda da sua sacralização, definindo-a como vetor de passagem da vida para a morte: as imagens dentro dos sarcófagos nos dizem isso, não eram feitas para os vivos, mas para os mortos. A arte funerária (estátuas jacentes, máscaras mortuárias), que coloca o corpo perfeitamente esculpido sobre o caixão onde jaz a carne putrefada, nos ensinou a acreditar que a imagem é a melhor parte do homem ocidental (DEBRAY, 1993, p. 26).

O referido autor (p. 15) reafirma o poder das imagens de nos fazer “agir e reagir” para além de uma simples percepção, mas acredita que sua capacidade (“aura, prestígio ou irradiação”) muda com o tempo de acordo com a técnica predominante de cada época, assim como muda a relação do homem com as imagens. Para ele, o homem moderno não acredita mais no poder das imagens sagradas; a imagem teria perdido seu potencial mágico e seu poder de ligação entre os homens: “a criação contemporânea tornou-se demasiado móvel, demasiado veloz, demasiado estilhaçada para servir de liga para uma sociedade” (DEBRAY, 1993, p. 253).

Neste ponto, diferentemente de Debray, concordamos com Maffesoli, que, evocando Durand, ressalta a função de vetor da imagem, e afirma que ela “faz um vínculo, estabelece uma ligação” (MAFFESOLI, 2012, p. 91). Durand (2011, p. 36) explica o status de símbolo da imagem: “Qualquer manifestação da imagem representa uma espécie de intermediário

entre um inconsciente não manifesto e uma tomada de consciência ativa”. As imagens, segundo ele, se formam na interação entre as pulsões humanas e o meio material e social; é o que Durand chama de *trajeto antropológico* (LEGROS, 2014, p.121). Noção que será retomada no próximo subcapítulo.

Na civilização da imagem, Maffesoli acredita que superamos o individualismo característico da modernidade por meio do compartilhamento, especialmente pela partilha de imagens, que “faz com que se seja pensado pelo outro” (MAFFESOLI, 2012, p. 91). Assim, ele define a pós-modernidade como uma era “tecnomágica”, em oposição ao teológico-positivismo da modernidade (MAFFESOLI, 2012, p. 108).

De acordo com Durand (2011, p. 6 ) o retorno à imagem é, portanto, o retorno ao cotidiano, às coisas ordinárias, às emoções e outros aspectos tidos como menores na modernidade e que contribuem para a formação do imaginário, o “museu de todas as imagens”, conceito que nos propomos a esclarecer a seguir.

## 2.1 NOÇÕES DO IMAGINÁRIO

O conceito de imaginário que usaremos neste trabalho se origina do pensamento de Durand, apropriado por Maffesoli, seu aluno e discípulo. Cientes da complexidade dos conceitos *durandianos*, nos propomos a explicitar os principais pontos que envolvem a noção de imaginário e que são pertinentes para a compreensão de nosso propósito final, que é investigar o imaginário da cidade de Porto Alegre no aplicativo Instagram. Consideramos importante recuperar as noções anteriores aos dois autores que já remetiam ao que entendemos hoje por imaginário. Para tornar a tarefa menos árdua, começamos esclarecendo brevemente eventuais confusões com o termo.

A noção de *representação*, por exemplo, é comumente usada como sinônimo de imaginário. Representar significa fazer uma imagem mental, “seja de uma realidade perceptiva ausente, seja de uma conceitualização”; comparando, o imaginário seria uma “representação acrescentada” (LEGROS, 2014, p. 107). O imaginário também não deve ser entendido como uma “forma de ver o mundo”, definição que remete mais ao conceito de *ideologia* (LEGROS, 2014, p. 107). Nesse sentido, “o imaginário é uma relação com o mundo; a ideologia é uma relação de forças sociais” (LEGROS, 2014, p. 107). Enquanto o

segundo é da ordem da razão, o primeiro “é, ao mesmo tempo, uma fonte racional e não racional de impulsos para a ação” (SILVA, 2012, p. 13).

Por relação *com o mundo*, entendemos a interação entre as pulsões humanas e o meio social, o já citado *trajeto antropológico* de Durand, para quem “o imaginário não é mais que esse trajeto no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar pelos imperativos pulsionais do sujeito” (DURAND, 2012, p. 41). Daí uma “representação acrescentada”.

Apesar de conceito complexo e amplo, o imaginário é resumido por Durand (2011, p. 6) como um “museu de todas as imagens passadas, possíveis, produzidas e a serem produzidas”. É como uma atmosfera de uma época, que muda a cada 150, 180 anos; é alógico, da ordem do coletivo e do simbólico (DURAND, 2011, p. 115-116). A *bacia semântica*, conceito *durandiano* que, a grosso modo, dá conta da fonte que abastece o imaginário ao longo da história, “impõe universalidade, limita o número de suas descobertas e modela o estilo de uma época dada” (LEGROS, 2014, p. 24). Por meio da metáfora fluvial, Durand (2011) explica como um imaginário se instala, começando em uma fase chamada de *escoamento*, em que pequenas correntes nascidas à margem do imaginário predominante se juntam de forma a, posteriormente, se opor aos estados imaginários precedentes e atuais até que se consolidem como um novo imaginário ou o imaginário de uma nova época.

Cada imagem que forma o imaginário tem uma história. Porosas, as imagens são contaminadas por significações diversas, “espalhadas nos arquivos do além-túmulo da natureza humana” (LEGROS, 2014, p. 24).

Durand e Maffesoli entendem o imaginário como uma força da ordem do coletivo. “Pode-se falar em 'meu' ou 'teu' imaginário, mas, quando se examina a situação de quem fala assim, vê-se que o 'seu' imaginário corresponde ao imaginário de um grupo no qual se encontra inserido” (MAFFESOLI, 2001, p. 76).

Importante salientar que os símbolos, que estão na base da produção do imaginário, são, em geral, polissêmicos, variando de acordo com diferentes apropriações socioculturais. Na perspectiva de Durand, as figuras simbólicas são apropriadas de maneira heterogênea na história das comunidades (LEGROS, 2014, p. 94).

A fim de evitar mais uma confusão de termos, destacamos a distinção proposta por Maffesoli (2001) entre imaginário e cultura. O primeiro tem algo de imponderável, o segundo pode ser descrito a partir de seus elementos (teatro, literatura etc) ou, no sentido mais amplo, pela identificação das formas de organização de uma sociedade, desde as formas de se vestir até seus meios de produção; os dois termos se confundem no sentido de que estão, em parte, inseridos um no outro.

O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável. Na aura de obra — estátua, pintura —, há a materialidade da obra (a cultura) e, em algumas obras, algo que as envolve, a aura. Não vemos a aura, mas podemos senti-la. O imaginário, para mim, é essa aura, é da ordem da aura: uma atmosfera. Algo que envolve e ultrapassa a obra. Esta é a idéia fundamental de Durand: nada se pode compreender da cultura caso não se aceite que existe uma espécie de “algo mais”, uma ultrapassagem, uma superação da cultura. Esse algo mais é o que se tenta captar por meio da noção de imaginário. (MAFFESOLI, 2001, p. 75)

Depois de repousar à margem dos processos intelectuais, o imaginário ganha nova força na transição do século XIX para o XX com as descobertas da psicanálise e psiquiatria, nas figuras de Freud e Jung. O status de símbolo das imagens ressurgiu no momento em que elas são consideradas por Freud decisivas como mensagens do inconsciente para o consciente, tornando-se peças chave que dão acesso ao aposento mais secreto do psiquismo (DURAND, 2011, p. 36).

A ideia e as experiências do 'funcionamento concreto do pensamento' comprovaram que o psiquismo humano não funciona apenas à luz da percepção imediata e de um encadeamento racional de idéias mas, também, na penumbra ou na noite de um inconsciente, revelando, aqui e ali, as imagens irracionais do sonho, da neurose ou da criação poética. (DURAND, 2011, p.35-36).

Legros et al. (2014) buscam na sociologia as origens de algumas noções do imaginário. Os símbolos já aparecem como dados importantes nessa investigação, considerados vetores que unem os homens entre eles e com o seu ambiente. Da mesma forma, as religiões, as tradições, os mitos e os ritos são apresentados como importantes elementos na coesão social de quaisquer agrupamentos humanos.

Apesar de não falar em imaginário diretamente, Durkheim (apud LEGROS, 2014, p. 54). já dizia que o que liga os homens no seu meio é “uma maneira comum de pensar, ou seja, de representar as coisas”. Para ele, as representações coletivas estão na origem das representações individuais. Insistimos no conceito de representação porque é por meio delas que se dá a comunicação das imagens Bachelard (apud LEGROS, 2014, p. 128) e elas estão, como vimos, na fonte da formação dos imaginários. Quando falamos em representações coletivas, nos referimos a ritos, crenças e tradições, que estão na base das relações sociais.

Para Durkheim (apud LEGROS, 2014, p. 58) “a religião é a maneira de pensar própria do ser coletivo”, é por meio dos seus símbolos que a sociedade toma consciência de si. Os ritos e os mitos desvendam as necessidades humanas e remetem às facetas individuais ou coletivas da existência (DURKHEIM apud LEGROS, 2014, p. 58). O sociólogo conclui que só há vida social se existe simbolismo e sentimento comuns entre os homens.

Ao falar sobre a “natureza social dos sentimentos”, Durkheim chama a atenção de Maffesoli (2010, p. 41), que recupera as afirmações do autor sobre as paixões e crenças comuns que servem de atração entre os homens. Conforme Legros (2014) é com Maffesoli, o principal teórico da sociologia do imaginário, que o cotidiano ganha protagonismo nas reflexões acerca desse conceito. Para o autor francês, o cotidiano é a matriz sobre a qual está a solidez das comunidades pós-modernas e suas representações, como “troca de sentimentos, discussões de botequim, crenças populares, visões de mundo e outras tagalerices sem consistência” (LEGROS, 2014, p. 41). Mais do que a razão, a emoção vivida em comum é o que impulsiona a elaboração e a difusão das opiniões.

(...) a sensibilidade coletiva, ultrapassando a atomização individual, suscita as condições de possibilidade para uma espécie de *aura* que vai particularizar tal ou tal época: como a *aura* teológica da Idade Média, a *aura* política no século XVIII, ou a *aura* progressista no século XIX. É possível que se assista agora à elaboração de uma *aura estética* na qual se reencontrarão, em proporções diversas, os elementos que remetem à pulsão comunitária, à propensão mística ou a uma perspectiva ecológica. (MAFFESOLI, 2010, p. 42).

As práticas rituais da sociedade contemporânea ganham importância nos estudos do imaginário por Maffesoli, que acredita que, nas megalópoles, a pós-modernidade tende a favorecer o recolhimento no próprio grupo e um aprofundamento das relações no interior desses grupos. O retorno ao cotidiano nos faz “reconsiderar uma cultura feita de elementos simples e servindo de cimento ao estar junto” (MAFFESOLI, 2012, p. 18). Em suma, o imaginário introduz o indivíduo na atmosfera de partilha coletiva (SILVA, 2012). De acordo com Maffesoli (2012) o imaginário, nesta nova era, se torna a norma do ciberespaço, contexto em que surgem as redes sociais como o Instagram, objeto de nossa investigação e que detalharemos mais adiante, no capítulo 4. Neste cenário de cibercultura, o que importa é estabelecer laços (MAFFESOLI, 2012).

Na modernidade, os laços sociais eram entendidos como um contrato, cujo elemento central era uma espécie de “razão compartilhada” (MAFFESOLI, 2006, p. 148). Na contemporaneidade, os laços seriam construídos em torno das emoções e dos afetos e formariam assim os agrupamentos comunitários ou tribais, termos que, para Maffesoli, se equivalem na era pós-moderna.

Naturalmente, o predomínio de uma perspectiva racionalista levava a considerar que apenas a verbalização tinha estatuto de laço social. A partir daí era fácil observar que muitas situações 'silenciosas' escapavam desse laço. Essa é, certamente, uma das razões anunciadas pela ideologia individualista, herdeira do século das Luzes e arreada aos modos de vida populares, aos costumes festivos e banais, ao habitus, que

estruturam em profundidade, sem serem necessariamente verbalizados, a vida cotidiana. (MAFFESOLI, 2010, p.139)

O retorno à imagem e ao cotidiano coincide, portanto, com um retorno ao tribalismo, “que repousa ao mesmo tempo sobre o espírito da religião (religare) e sobre o localismo (proxemia, natureza)” (MAFFESOLI, 2006, p. 150).

Para Maffesoli (2010), são os valores tribais que, em certos momentos, caracterizam uma época. Da mesma forma que as tradições já apareciam como cimento de coesão social entre sociólogos fundadores das noções do imaginário, para ele, os rituais cotidianos e os costumes são fundamentais para estabelecer os laços sociais na pós-modernidade. Diferentemente da sociedade moderna, cuja vida social era orientada para um fim, as tribos pós-modernas baseiam-se em ritos repetitivos, sem propósito que não seja “reafirmar o sentimento que um dado grupo tem de si mesmo” (MAFFESOLI, 2010, p. 47).

É por meio dos costumes em comum – que Simmel já apontava como uma das formas mais típicas da vida social – que um conjunto social se reconhece como tal (MAFFESOLI, 2010, p. 53).

Basta lembrar que o costume, como expressão da sensibilidade coletiva, permite, *stricto sensu*, um *ex-tase* no cotidiano. Beber junto, jogar conversa fora, falar dos assuntos banais que pontuam a vida de todo dia provocam o 'sair de si' e, por intermédio disso, criam a aura específica que serve de cimento para o tribalismo. (MAFFESOLI, 2010, p. 61).

Maffesoli esclarece a diferença entre o tribalismo clássico e este que ele chama de neotribalismo, “caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão” (MAFFESOLI, 2010, p. 132). Na pós-modernidade, o ir-e-vir de um grupo a outro prevalece sobre a estabilidade de agregações como as vistas na década de 1970 durante a contracultura californiana e as comunidades estudantis europeias. Essa fluidez, segundo o autor, dá margem para interpretações equivocadas de narcisismo. Apesar da fugacidade e instantaneidade, no momento em que ocorrem, “são objeto de forte envolvimento emocional” (MAFFESOLI, 2010, p. 133).

As aproximações entre membros de uma mesma comunidade se dão pela estética e pela ética. A primeira, que Maffesoli (2010, p. 130) entende, por sua origem etimológica, como a “faculdade comum de sentir”, é a via pela qual os homens se reconhecem. São as aparências, que ele considera vetores de agregação (MAFFESOLI, 2010, p. 133). Por sua vez, a experiência ética nas tribos se opõe a uma moral imposta, é aquilo que é emocionalmente comum a todos, e não àquilo a que vai se aderir voluntariamente, por contrato social. “O ideal

comunitário de um bairro ou aldeia age mais por contaminação do imaginário coletivo do que por persuasão de uma razão social” (MAFFESOLI, 2010, p. 50). A lei do grupo, um arcaísmo considerado em vias de extinção, ressurge e caminha lado a lado com o desempenho tecnológico ou econômico, baseado naquilo que é emocionalmente comum a todos. Para Maffesoli (2010, p. 50), a estética e a ética de um grupo andam juntas: a “sensibilidade coletiva originária da forma estética acaba por constituir uma relação ética”.

Como vimos ao longo deste capítulo, os ritos, os costumes e os sentimentos em comum são o cimento da vida em sociedade na pós-modernidade, uma era em que nos voltamos à imagem, entendida aqui como vetor entre homens, e ao cotidiano, ambiente em que se dá a partilha entre os homens. Com a noção de tribalismo, Maffesoli (2010, p. 11) ilustra a importância, na pós-modernidade, “do sentimento de pertencimento, a um lugar, a um grupo, como fundamento essencial de toda vida social”. Podemos afirmar, portanto, que o imaginário “intervém em todos os processos de socialização porque os afetos governam as crenças e os desejos, estimulam a ação dos sujeitos” (LEGROS, 2014, p. 47). Para entender melhor como se formam e se difundem os imaginários, falaremos a seguir sobre os mecanismos que contribuem para estabelecer os laços sociais, as tecnologias do imaginário.

## 2.2 O IMAGINÁRIO E SUAS TECNOLOGIAS

Na sua investigação sobre conceito e metodologia das tecnologias do imaginário, Juremir Machado da Silva (2012, p. 7) afirma que o “homem só existe no imaginário”. Reservatório, motor, força são palavras que nos ajudam a entender o que é e como se forma o imaginário conforme Maffesoli o entende. Silva (2012, p. 57) afirma que “o imaginário surge da relação entre memória, aprendizado, história pessoal e inserção no mundo dos outros”. O referido autor (p. 57) conclui, portanto, que o imaginário é “sempre uma biografia, uma história de vida”, em que “cada ser é autor, coautor e protagonista” (SILVA, 2012, p. 49).

Silva (2012, p. 62) chama a atenção para as “forças antagônicas/complementares” que compõem o imaginário. Entre os conceitos citados por Silva (2012), recordamos aqui a *Sociedade do espetáculo*, de Guy Debord (1997), para quem, na sociedade moderna, a relação social passa a ser mediada pelas imagens; nada mais seria vivido diretamente. Para Debord, essa relação é o espetáculo, resultado e projeto do modo de produção predominante, manifestado sob as “suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou

consumo direto do entretenimento” (DEBORD, 1997, p. 15). Para Debord (1997, p. 24), o homem “quanto mais contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo”.

Sem ignorar os efeitos de uma sociedade capitalista, Maffesoli (2012), nas palavras de Silva (2012, p. 55), “inverte Debord”: “o espetáculo vira laço social; a contemplação, uma forma de resistência passiva”. Para Silva (2012, p. 95), “as tecnologias do imaginário não ignoram a potência da recepção” — apesar de a indústria cultural privilegiar o poder da emissão — e “não servem mais apenas à razão (intelecto, inteligência), mas ao sensível (coração, lúdico, afetivo, onírico, fantasias)”.

A explosão das novas tecnologias da comunicação, com o surgimento da Internet, na esteira da revolução da informática, suscitou uma nova leitura do papel mediador da técnica. Difunde-se o conceito de tecnologias da inteligência. Mas, antes disso, já alguns pensadores buscavam relativizar a ideia de controle, sem negá-la, e criticar o temor logocêntrico à imagem. Esse exercício de compreensão e de relativização abre espaço para a noção de tecnologias do imaginário. Passa-se do tudo é controle ou do tudo é instrumento ao jogo complexo da apropriação/distorção. Reinventa-se o olhar. (SILVA, 2012, p. 95).

Se as teorias do controle denunciavam o desencantamento do mundo, as tecnologias do imaginário produzem a aura pela reprodução infinita do objeto original e reinventam a aura na pós-modernidade (SILVA, 2012). Este é o reencantamento a que Maffesoli se refere. Como dissemos anteriormente, com a saturação da modernidade, o homem pós-moderno se volta a tudo que foi renegado pela modernidade, como a imagem, o mágico, o prazer e o cotidiano. Por meio da capacidade de imaginar, o homem entra em comunhão com o outro.

Nessa revalorização do ordinário, mais uma vez, reforça-se o retorno ao imaginário, já que a vida cotidiana pode ser entendida como uma fonte que alimenta o imaginário (SILVA, 2012). O retorno ao mágico, descrito por Maffesoli (2012), encontra eco no pensamento de Vincenzo Susca (2008), para quem a tecnologia se torna um totem pelo seu potencial de reunir pessoas. Ele chama de *tecnomagia* o fenômeno pelo qual as comunidades contemporâneas estabelecem seus laços e vibram em torno de emoções e símbolos que compartilham. Susca rebate o discurso frankfurtiano da mera passividade do público. Para ele, a realidade das massas é tão complexa que supera visões e teorias sociopolíticas que tentam enquadrá-las. Ele afirma que a vida cotidiana sempre resistiu, de alguma forma, contra a ordem estabelecida, por meio de pequenas subversões e atos de desobediência. Silva (2012) também fala no esgotamento da noção de indústria cultural.

O conceito de tecnologias do imaginário pretende, ao mesmo tempo, superar o reducionismo da noção de indústria cultural e englobá-la, permanecendo parte dela, mas enfatizando a margem, o ruído, em relação à manipulação, assim como a “adesão” em oposição à imposição. Somos o que a técnica faz de nós e também o que fazemos dela. (SILVA, 2012, p. 99)

As tecnologias do imaginário “transformam o ar do tempo em corrente de uma época, dando consistência ao etéreo” (SILVA, 2012, p.43). Segundo Silva (2012, p. 69), elas se apresentam ora “como meios, como procedimentos ou técnicas ou disciplinas, ou como formas de expressão”. Entre elas, o autor classifica as informativas (jornais, livros didáticos, TV, rádio), as artísticas (cinema, literatura, teatro), e as mercadológicas (publicidade, marketing, RP). Nessa atmosfera composta por forças complementares e antagônicas, entendemos, a partir do pensamento de Silva (2012, p. 71), que as tecnologias do imaginário funcionam no campo da sedução, e não mais do controle, da manipulação e da submissão puros.

O império das tecnologias do imaginário não produz necessariamente um mundo melhor, emancipado, livre do lixo cultural, autônomo, rico (isso ainda é imaginário iluminista) nem o melhor dos mundos (utopia marxista e cristã), mas, em certo sentido, algo mais radical, extremo, incontornável: a submissão voluntária (adesão), subjugação consentida (audiência), dominação suave, limpa e regulada (consumo), convivência política e legítima (democracia formal).

Acreditamos que o aplicativo para dispositivos móveis Instagram pode ser considerado uma tecnologia do imaginário. Destinado ao compartilhamento de imagens, a ferramenta reúne fotografias e vídeos, muitas das quais se debruçam sobre os temas do cotidiano e da cidade, noções que exploraremos a seguir.

### 3 SOBRE CIDADES E FOTOGRAFIA

Para além da localização geográfica que ocupa, uma cidade é o resultado das construções individuais de seus cidadãos. Ela é formada tanto pelo seus elementos físicos – como ruas, marcos, limites de bairros – quanto por seus elementos móveis, em especial, as pessoas e suas atividades (LYNCH, 2011). Ao investigar a imagem que se tem da cidade, Kevin Lynch (2011, p.1) ressalta que “cada cidadão tem vastas associações com alguma parte de sua cidade, e a imagem de cada um está impregnada de lembranças e significados”.

Compõem ainda uma cidade os aspectos pessoal e social, que são complementares, inseparáveis e interdependentes. Ao mesmo tempo em que os seus habitantes são produto do meio, o ambiente urbano reflete os interesses, valores e as atividades dos seus moradores (GIST; HALBERT, 1961). O tempo é o regulador da atividade nas primeiras áreas urbanas, onde o ritmo é mais acelerado do que no campo, e a comunicação se torna a base dessa sociedade, onde a etiqueta surge como um facilitador das relações sociais.

“A comunicação torna possível a partilha simbólica das experiências humanas, proporcionando compreensões comuns e bases para a ação coletiva. Os indivíduos estão isolados socialmente quando não podem comunicar-se” (GIST; HALBERT, 1961, p. 528).

Embora haja superficialidade e transitoriedade nos contatos interpessoais nas grandes cidades, também há intimidade e pessoalidade nas relações entre os cidadãos, a partir de laços de amizade e relações íntimas que acabam se estabelecendo. A experiência nas primeiras megalópoles é influenciada, conforme Gist e Halbert (1961, p. 367), pela “fábrica, o escritório, as ruas, os transportes, as comunicações e multidões”, fontes para a formação das imagens básicas das cidades e de assuntos para a comunicação interpessoal.

Benjamin (1989), em seus célebres apontamentos sobre o poeta Baudelaire e a Paris do século XIX, recorre a Simmel para explicar por que as grandes cidades não eram acolhedoras. O ruído característico dos meios de transportes das grandes cidades era uma “circunstância nova e estranha” à qual as pessoas tinham de se acostumar. A atividade visual acaba prevalecendo sobre a auditiva em meio a tanto barulho e à multidão. É neste contexto que Benjamin (1989) discorre sobre o *flâneur*, o andarilho que vaga pela cidade e faz da rua a sua morada. Para esse sujeito que anda a pé e vagarosamente, sempre atraído pela próxima esquina, a cidade se transforma em paisagem. Com olhos e ouvidos atentos, ele busca coisas diferentes que a multidão não vê (LAROUSSE apud BENJAMIN, 1989). Estabelece-se aí uma relação dialética: para o *flâneur*, a grande cidade se abre como paisagem ao mesmo

tempo em que cinge-o, como um quarto; na multidão, o andarilho se sente escondido, mas também observado por todos (BENJAMIN, 1989).

Na multidão das grandes cidades como Paris, desaparecem os vestígios da vida privada. Com o passar das décadas seguintes, tal ambiente vai se tornando impróprio para o *flâneur*, que não quer abdicar de sua privacidade e precisa de espaço para vagar no seu ritmo, lento como o das tartarugas levadas a passear pelas galerias parisienses por volta de 1840. “Na base da *flânerie*, encontra-se, entre outras coisas, a pressuposição de que o produto da ociosidade é mais valioso (?) que o do trabalho” (BENJAMIN, 1989, p. 233) Sobre o último flaneador, Edmond Jaloux (apud BENJAMIN, 1989, p. 210) escreveu, em 1936:

Um homem que passeia não se devia preocupar com os riscos que corre, ou com as regras de uma cidade. Se uma idéia divertida lhe vem à mente, se uma loja curiosa se oferece à sua visão, é natural que, sem ter de afrontar perigos como tais como nossos avós nem mesmo puderam supor, ele queira atravessar a via. Ora, hoje ele não pode fazê-lo sem tomar mil precauções, sem interrogar o horizonte, sem pedir conselho à delegacia de polícia, sem se misturar a uma turba aturdida e acotovelada, cujo caminho está traçado de antemão por pedaços de metal brilhante. Se ele tenta juntar os pensamentos fantásticos que lhe ocorrem, e que as visões da rua devem excitar, é ensurdecido pelas buzinas, entontecido pelos alto-falantes... desmoralizado pelos trechos de diálogos dos informes políticos e do jazz que se insinuam pelas janelas. Outrora, seus irmãos, os *badauds*, que caminhavam docemente nas calçadas e paravam um pouco em toda parte, davam à vaga humana uma doçura e uma tranquilidade que ela perdeu. Agora, ela é uma torrente, onde somos todos rolados, acotovelados, empurrados, levados para um lado e para o outro.

Já não era mais possível, portanto, flunar nas cidades do século XX. Na Paris de Haussmann<sup>4</sup>, a mesma do *flâneur*, o utilitarismo dos espaços livres que permitiam a rápida circulação de tropas militares resultou em embelezamento urbano por meio de boulevares e jardins. Mas, na segunda metade do século seguinte, a circulação se torna o principal problema do urbanismo, com cada vez mais veículos particulares nas ruas. É Guy Debord quem critica o planejamento moderno das grandes cidades europeias. Ele faz parte do grupo de artistas, pensadores e ativistas chamado Internacional Situacionista (IS), que chama a atenção pelas críticas à arquitetura e ao urbanismo modernos. Antes de lançar o famoso *A Sociedade do Espetáculo*<sup>5</sup>, Debord e outros situacionistas já lutavam contra a espetacularização urbana generalizada, ou seja, “contra a não-participação, a alienação e a passividade da sociedade” (JACQUES, 2003, p. 13).

<sup>4</sup>Georges-Eugène Haussmann foi prefeito do antigo departamento do Sena (que incluía o atual departamento de Paris entre outros). Foi responsável pela reforma urbana de Paris.

<sup>5</sup>O espetáculo, para Debord (1997), é a relação entre as pessoas mediada por imagens. Para ele, nas sociedades modernas, nada mais é vivido diretamente, tudo é imagem, representação; e o homem, separado do mundo real, apenas contempla esse mundo, passivamente.

Na sociedade da mercadoria, a cidade tinha virado produto ela mesma (JAPPE, 1999). Enquanto os modernos acreditavam que a arquitetura e o urbanismo poderiam mudar a sociedade, os situacionistas pensavam o contrário e queriam usar a arquitetura e o ambiente urbano para revolucionar a vida cotidiana. Defendiam a construção coletiva das cidades com a participação de todos seus habitantes, protestando contra o monopólio dos urbanistas e planejadores em geral (JAPPE, 1999, p. 19).

Apropriando-se dos espaços urbanos à sua maneira, a Internacional Situacionista baseava-se na observação e experiência da cidade. Seu pensamento estava fundamentado na ideia de construir situações para, enfim, revolucionar o cotidiano.

Nossa ideia central é a construção de situações, isto é, a construção concreta de ambiências momentâneas da vida, e sua transformação em uma qualidade passional superior. Devemos elaborar uma intervenção ordenada sobre os fatores complexos dos dois grandes componentes que interagem continuamente: o cenário material da vida; e os comportamentos que ele provoca e que o alteram. (DEBORD, 2003, p. 54)

Não existiu de fato um modelo de cidade situacionista, mas “uma forma situacionista de viver, ou de experimentar, a cidade” (JACQUES, 2003, p. 20). E para se chegar a essas construções de situações, os situacionistas criaram um método e uma técnica. O primeiro é a psicogeografia que, em linhas gerais, é o estudo dos efeitos precisos do meio geográfico organizado ou não sobre o comportamento afetivo dos indivíduos (JACQUES, 2003). A segunda é a prática da deriva, que nada mais é que um exercício da psicogeografia, uma nova forma de apreender o espaço urbano pelo pedestre sem rumo (JACQUES, 2003). Esse caminhante se opõe ao *flâneur* porque sai às ruas com um propósito. Apesar de não ter destino, tem métodos e a intenção de analisar o ambiente urbano e tentar mapear os diversos comportamentos afetivos que levam aquele que deriva a traçar este ou aquele trajeto enquanto caminha; seu objetivo final é mudar a arquitetura e o urbanismo – bem diferente da ociosidade que pressupunha a *flânerie*.

A deriva pode ser realizada por uma ou várias pessoas, o número ideal é duas ou três. Durante uma jornada de preferência diurna, os caminhantes devem “entregar-se às solicitações do terreno e das pessoas que nele venham a encontrar” (DEBORD, 2003b, p. 87). O acaso tem papel importante na prática na medida em que a observação psicogeográfica ainda não estava consolidada, mas é diferente do acaso de quem simplesmente passeia sem rumo. “A parte aleatória não é tão determinante quanto se imagina: na perspectiva da deriva, existe um relevo psicogeográfico das cidades, com correntes constantes, pontos fixos e

turbilhões que tornam muito inóspitas a entrada ou a saída de certas zonas” (DEBORD, 2003b, p. 87).

A deriva serve, portanto, para identificar como e onde estão os pontos da cidade que influenciam na experiência que os habitantes têm no seu cotidiano. As derivas resultam em uma cartografia afetiva, mapas que ressaltam tais pontos e nos quais as partes da cidade reproduzidas não correspondem à sua localização geofísica, mas ao seu aspecto psicogeográfico. Algumas foram documentadas em filmes ou ilustrações, como Paris na figura abaixo, *The naked city*, assinada por Debord.

O mapa abaixo ilustra o pensamento urbano situacionista. Em preto-e-branco, estão recortes do mapa oficial de Paris, cada um corresponde a uma unidade de ambiência, que são as situações momentâneas construídas por meio da deriva. As setas vermelhas indicam as ligações possíveis entre as unidades, também identificadas pela experiência dos derivantes.

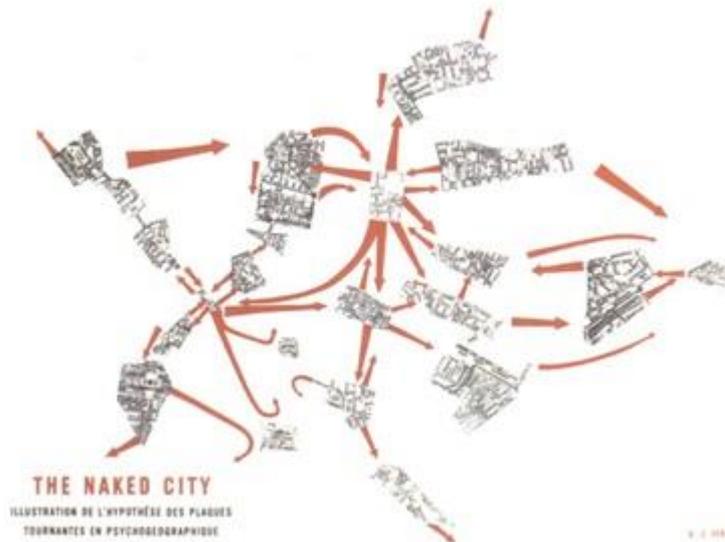


Figura 1 – The naked city  
Fonte: Reprodução do livro *Apologia à deriva*

Assim Debord e os situacionistas queriam que os habitantes da cidade deixassem a passividade pela qual seguiam os caminhos ditados pelo planejamento urbano e interagissem de forma ativa com a cidade. “Debord não se opõe à ideia de perder-se ou alienar-se no mundo circundante, mas deseja um mundo que dê vontade de nele se perder” (JAPPE, 1999, p. 182). Para o pensador, o sujeito deveria modelar seu mundo e, para tanto, era preciso um urbanismo “verdadeiramente humano, em que a pessoa se afasta de bom grado dos caminhos conhecidos para ir 'à deriva'” (JAPPE, 1999, p. 183).

Enquanto Debord acredita que os habitantes da cidade caminhavam alienadamente obedecendo o planejamento urbano, Michel de Certeau chama a atenção, na década de 1980, para a apropriação do sistema topográfico por parte dos caminhantes. Pedestres anônimos, que não se engajam em nenhuma causa como a da Internacional Situacionista, inscrevem seu trajeto pelas cidades todos os dias, mesmo sem intenção ou consciência. Para Certeau (1994), os caminhantes, imersos em um desenho às vezes caótico, “escrevem um texto sem poder lê-lo” (CERTEAU, 1994, p. 171) porque não têm um olhar totalizador sobre a cidade. Ao caminharem pelas cidades, realizam uma enunciação, um ato que podem executar obedecendo a ordem espacial (como as sinalizações formais que permitem ou não circular ou mesmo um muro que impede que se prossiga) ou subvertendo-a, apropriando-se à sua maneira. O ato de caminhar pela cidade produzido pelas massas faz “desaparecer a cidade em certas regiões, exageram-na em outras, distorcem-na, fragmentam e alteram sua ordem no entanto imóvel” (CERTEAU, 1994, p. 182) – e aqui também nos lembramos da cartografia afetiva dos situacionistas, que, como vimos, apresenta as regiões de uma cidade deslocadas em relação a suas posições geográficas.

Ao falar sobre a circulação dos homens pela cidade, Argan (2005) sugere que imaginemos os itinerários dos transeuntes de uma cidade em traçados coloridos. Como um quadro de Pollock, diz o autor, nada nesses traçados é gratuito ou puramente casual, há “certa ordem, uma repetição do ritmo, uma medida de distâncias, uma dominante colorista” (ARGAN, 2005, p. 233). Segundo Argan, esses traçados correspondem a atribuições de valor (p. 234). “Ora, sabemos, porém que o valor do caráter é o resultado de uma atribuição coletiva e que o caráter de uma cidade não é algo que tenha valor para a sociedade em abstrato, mas para cada um de seus componentes”.

Quem caminha pela cidade atribui valor a ela, portanto. Seja o *flâneur* sem rumo e de olhos e ouvidos atentos, sejam os situacionistas à deriva numa tentativa de entregar-se às solicitações do terreno, ou ainda um caminhante qualquer. Gostaríamos de expor, a seguir, outra forma de atribuir valor às cidades, realizada por meio da representação dos seus espaços.

### 3.1 REPRESENTAÇÕES DA CIDADE E IMAGINÁRIOS URBANOS

O sentimento de pertencimento a um lugar está associado aos valores que os indivíduos atribuem a ele. É por meio da atribuição de valor que os homens fazem de uma cidade a *sua* cidade.

“A cidade”, diz Marsilio Ficino, “não é feita de pedras, mas de homens”. São os homens que atribuem um valor às pedras e todos os homens não apenas os arqueólogos ou os literatos. Devemos, portanto, levar em conta, não o valor em si, mas a atribuição de valor, não importa quem a faça e a que título seja feita. De fato o valor de uma cidade é o que lhe é atribuído por toda a comunidade e se, em alguns casos, este é atribuído apenas por uma elite de estudiosos, é claro que estes agem no interesse de toda a comunidade. (ARGAN, 2005, p. 228).

A cidade é, portanto, uma “obra coletiva que é impensável no individual” (PESAVENTO, 2007, p. 14). Uma das formas do homem se sentir parte de uma cidade é representando-a. Historicamente, o registro das cidades passou pela palavra escrita, pela oralidade, música, teatro até chegar à fotografia. Principalmente, conforme nos lembra Pesavento (2007, p. 21), “as cidades nos chegam, enquanto representação, sobretudo pelas imagens visuais”.

Nesse aspecto, os cartões-postais tiveram um papel importante em como as cidades se apresentavam não só para os turistas, mas para seus moradores. Além de atrair os viajantes, os postais passaram a ser consumidos por colecionadores locais (SCHAPOCHNIK, 1998). Para os primeiros, esses registros tinham um senso afetivo e revelavam um desejo de pertencimento àqueles lugares. O culto aos cartões-postais evidenciava ainda a construção da imagem da cidade na medida em que passaram a ser colecionados também pelos seus moradores.

Por meio dessas representações de atribuição de valor, sejam discursos ou imagens, a cidade ganha forma. E é principalmente pela materialidade visível das formas urbanas que reconhecemos uma cidade.

Imagens de cidade são representações, factíveis ou não, baseadas em cidades existentes, e elas descortinam para o historiador um panorama fascinante de rastros do passado. Elas são, todas elas, marcas de uma cidade sensível que um dia se impôs ao olhar, à técnica e às emoções daqueles que as traduziram em imagem. (PESAVENTO, 2007, p. 22)

As pinturas medievais e renascentistas já apontavam para um anseio de ver a cidade, um desejo que, para Certeau (1994), é anterior aos meios de satisfazê-lo. O historiador francês se questiona sobre a origem desse “prazer em 'ver o conjunto’” de uma cidade, desejo que leva, por exemplo, turistas e habitantes aos pontos mais altos de um lugar para que se tenha uma visão panorâmica. Certeau (1994, p. 170) chama a atenção para essas pinturas que já representavam a cidade em perspectiva “por um olho que, no entanto jamais existira até então”.

As representações que se fazem da urbe afetam e conduzem a experiência que se tem nas cidades (SILVA, 2001). Como vimos no capítulo anterior, o imaginário é uma “representação acrescentada” (LEGROS, 2014, p. 107). Para os estudos dos imaginários urbanos, o imaginário se constroi na fronteira entre “a psiquê individual e os estados coletivos” (SILVA, 2001, p. x). Em linhas gerais, uma definição que se aproxima do *trajeto antropológico* de Durand, que também vimos anteriormente, considerando que estamos falando de construções que se formam na interação entre o eu e o ambiente. O imaginário de uma cidade corresponde ao *urbano*, que rompe os limites geográficos da *cidade* (2001, p. x). “O urbano é frequentemente o abstrato, o geral, o externo. A cidade é o particular, o concreto, o interno” (SANTOS apud FERRARA, 2000, p. 123).

De acordo com Lynch (2011), a imagem pública de uma cidade, ou sua representação, pode ser uma sobreposição de imagens individuais da mesma ou ainda uma série de imagens públicas, cada qual criada por um número significativo de cidadãos. Cada imagem individual, mesmo sendo única, se aproxima da imagem pública. Ou seja, apesar das apropriações que cada um faz da cidade onde vive, há um consenso entre membros de mesmo grupo. Essa ideia remonta novamente à antiga prática de envios de cartões-postais por turistas, responsáveis por, segundo Barini e Zenha (apud SCHAPOCHNIK, 1998, p.426) educar os sentidos.

É comum reconhecer em fotos tiradas por turistas ou mesmo por “gente do lugar”, a reprodução dos elementos, luminosidade e até perspectivas já consagradas nos cartões-postais. Certamente esta permanência é indicadora de que os locais apresentados nos cartões acabam sendo muito visitados. Como guias que à distância podem comunicar os espaços, os monumentos e a arquitetura a serem visitados e admirados, os postais acabam por fundar, na repetição de suas imagens, o hábito.

Para Lynch (2011), um dos atributos desejáveis de uma cidade é a sua clareza, ou o que ele chama de *legibilidade*. É por meio dessa característica que seus habitantes podem sentir prazer ao se deslocar pela cidade, uma segurança emocional que o caos impede que sintam os moradores de cidades desorganizadas e descaracterizadas. Contudo, o autor faz uma

ressalva: é preciso que essa ordem seja aberta, para que o observador tenha também um papel ativo na construção dessa imagem – e aqui lembramos que era este o desejo de Debord e os situacionistas.

Para investigar se uma cidade é ou não clara, é preciso considerá-la mais do que “uma coisa em si, mas a cidade do modo como a percebem seus habitantes (LYNCH, 2011, p. 3). O autor define o que chama de imaginabilidade: “característica, num objeto físico, que lhe confere uma alta probabilidade de evocar uma imagem forte em qualquer observador” (LYNCH, 2011, p. 11). Para ele, “uma cidade altamente 'imaginável' convidaria o olho e o ouvido à atenção”.

As representações das cidades nos ajudam, portanto, a formar os imaginários urbanos, cujos estudos se dedicam a compreender como construímos os modos coletivos de ver, viver, habitar e experimentar as cidades. A imagem pela qual a cidade se apresenta – seja visualmente por cartões-postais, pinturas ou fotografias, ou de outras formas, como pela literatura ou música – vai nutrir seu imaginário, que, por sua vez, também é fonte para novas representações e “constitui a forma pela qual o homem se apropria da sua cidade” (FERRARA, 2000, p. 123).

São Paulo tem diferentes cores, mas o imaginário que paira sobre a cidade faz com que, não raro, se relacione a capital paulista com o cinza, enquanto os nordestinos são lembrados como um povo colorido (SILVA, 2001, p. 11).

As explicações para esses imaginários urbanos estão nas representações existentes de cada região tanto quanto nas experiências que as pessoas têm nessas cidades. Debord (2003b, p. 87), ao descrever a deriva, recorre a Marx para lembrar que “os homens não veem nada em torno de si que não seja seu próprio rosto, tudo lhes fala deles mesmo. Até a paisagem é algo vivo”. Isso significa que nos apropriamos das imagens das cidades também pela sua parte irracional, já que são desencadeadas por estímulos afetivos (FERRARA, 2000). Aspecto evocado pela deriva debordiana e sua psicogeografia.

Os sentimentos ligados a espaços geográficos são a carga simbólica dos imaginários urbanos. O *nosso café*, o *bairro dos idosos*, a *fruteira da esquina* são formas de atribuir valor simbólico a certos pontos da cidade. Para Maffesoli (2010), tais pontuações, centradas na necessidade ou no interesse de quem as enuncia, fazem parte do que é um bairro, que não é só definido pela delimitação das suas ruas entre outros referenciais físicos. Elas evocam a aura de um bairro, ou seu imaginário.

Coletivo, o imaginário urbano está baseado no “sagrado citadino”, que determina os lugares escolhidos pelos habitantes e tornados indiscutíveis em uma espécie de acordo tácito entre eles; é a “magia atribuída a alguns lugares” (LEGROS, 2014, p. 88).

O imaginário espacial vai nascer das variações perceptíveis e sensíveis que uma experiência concreta e irreduzível, mas bastante geral, inscreve na nossa prática cotidiana. Uma geografia sentimental das ruas e das edificações, dos parques, dos cafés, de um quarteirão vem, então, se sobrepor àquela dos usos calculados e das obrigações. (LEGROS, 2014, p. 88).

Dentre os meios de representação e tecnologias do imaginário que nos ajudam a entender os imaginários urbanos, destacamos a fotografia, cujo surgimento esteve muito ligado ao desenvolvimento das cidades. A seguir, recuperaremos essa relação.

### **3.1.1 A fotografia nasce urbana**

Em meio ao desejo pelo registro das cidades, nasce a fotografia. Antes mesmo de seu surgimento, os espaços urbanos já se anunciavam como o cenário preferidos dos primeiros fotógrafos. “A partir do Renascimento, a câmara obscura, cujos experimentos são considerados como os primórdios da fotografia, foi utilizada pelos artistas como forma de possibilitar vistas panorâmicas dos espaços urbanos” (POSSAMAI, 2008, p. 68).

Não é coincidência que seu surgimento marca também o processo de urbanização das grandes cidades europeias. A fotografia nasce, na metade do século XIX, como uma ferramenta para servir a sociedade moderna que, assim como as anteriores, desejava e demandava novas imagens, novas representações à altura do seu nível de desenvolvimento (ROUILLÉ, 2009).

Seu valor como documento e espelho da realidade reflete a racionalidade e o maquinismo que estão na base da sociedade moderna e está diretamente ligado à técnica que a apresentou para o mundo, o daguerreótipo, anunciado na França em 1839. As primeiras fotografias de Daguerre vinham de um processo mecânico que resultava em imagens impressas em placas de cobre. Revestidas por iodeto de prata, as placas era expostas ao sol e posteriormente reveladas com vapores de mercúrio (PRÄKEL, 2010). O invento deslumbrou observadores, que o descreviam como um espelho capaz de “reter a impressão de todos os objetos nele refletidos” (ROUILLÉ, 2009, p. 33).

Por dispensar a mão trêmula e o olhar impreciso do pintor, como se considerava na época, a fotografia, em consonância com os princípios da modernidade, fazia crer que era documento irrefutável, cópia fiel da realidade<sup>6</sup>. Nesse deslumbramento com a possibilidade de registrar as mudanças pelas quais passava a sociedade moderna, os homens saíram às ruas para fotografar as cidades, predominantemente, as grandes. Dizemos que a fotografia nasce urbana não só pela sua origem, mas também pelos valores que introduzira nas imagens, os mesmos que guiavam os modos de vida dos cidadãos modernos, como a confiabilidade, a precisão e a instantaneidade (ROUILLÉ, 2009). Além disso, a fotografia é urbana pelo seu conteúdo. A maioria das primeiras fotografias tem a cidade como cenário.

Desde seus primeiros instantes, a fotografia (aqui o daguerreótipo) mostra ser eminentemente urbana (pela paisagem descrita, que é a dos telhados de Paris), pelos materiais descritos (o tijolo, o cimento), mas, sobretudo, pela precisão da imagem. Ultrapassando as capacidades do olho, essa precisão está mais adaptada às formas urbanas (arestas afiadas, ângulos retos ou linhas retas, etc.) do que às formas difusas dos campos e das florestas do interior. (ROUILLÉ, 2009, p. 43).

Considerando que nem toda paisagem urbana cabe no campo de visão do pedestre<sup>7</sup>, a fotografia chega para dar a ver a cidade (SENNET, 2013). Mas a cidade capturada nesse primeiro momento foi o “cenário de poder”, expresso nos monumentos e nas grandes obras urbanas (ROUILLÉ, 2009, p. 45). Fora do quadro, estavam as agitações nos ateliês e armazéns, o cotidiano das ruas tortuosas e os homens (operários, pedestres, flanadores). Rouillé (2009) ressalta que somente após a Comuna de Paris, em 1871, que os trabalhadores passam a ter acesso à fotografia. Homens e mulheres passam a posar na cidade, e Paris vai deixando de ser remetida apenas aos canteiros de obras que predominavam nas primeiras fotografias.

Não coincidentemente, depois desse momento em que a fotografia encontra os habitantes da cidade, nasce a reportagem (ROUILLÉ, 2009). O noticiário policial e a própria polícia passam a usar a fotografia para registrar o crime e os criminosos e toda a “porção maldita da sociedade” (ROUILLÉ, 2009, p. 46-47). É no período entre 1930 e 1960 que a vida cotidiana, com suas alegrias e tristezas, ganha protagonismo em frente das lentes, pelas

<sup>6</sup> Mais tarde, diversos autores iriam questionar o valor documental da fotografia, considerando-a como transformação e interpretação do real e, posteriormente, como traço do real (DUBOIS, 1993). Rouillé (2009) chama a atenção para a subjetividade do autor no segundo momento da fotografia, que ele batiza de fotografia-expressão, em oposição à fotografia-documento. Em síntese, para Rouillé, a fotografia não representa automaticamente o real, mas fabrica mundos.

<sup>7</sup> “Nossos olhos possuem um cone visual de 30 graus quando estamos no solo e olhamos para frente, o que significa que, numa calçada de Nova York, não enxergaremos acima do quinto andar do edifício do outro lado da rua. A chamada 'regra de Jacobs', de Allan Jacobs, o planejador de São Francisco, estabelece a largura que as ruas precisam ter para que o topo dos edifícios se mantenha dentro do cone visual.” (SENNETT, 2013, p. 118).

“fotografias humanistas”, e a rua transforma-se em lugar de encontro pela primeira vez (ROUILLÉ, 2009, p. 47).

Os fotógrafos modernos caminham pelas ruas das grandes cidades selecionando, recortando, excluindo. De forma semelhante aos caminhantes analisados por Certeau (1994), atribuem significado a determinadas regiões das cidades em detrimento de outras, não produzem um registro fiel do real, mas uma “transformação do real” (POSSAMAI, 2008, p. 73).

Por esse viés, as vistas urbanas constituem fragmentos que recortam o espaço da cidade de acordo com o quadro delimitado na imagem fotográfica, do qual são excluídos diversos elementos que fizeram parte da realidade apenas naquele momento em que se apertou o botão. (POSSAMAI, 2008)

A história da fotografia corre em paralelo à história da modernidade. E quando esta começa a entrar em crise, no final do século XX, também a fotografia-documento começa a perder seu contato com o mundo (ROUILLÉ, 2009).

A fotografia, no entanto, não mostra nem mais nem melhor, como acreditam seus adeptos; nem menos, como afirmam seus adversários. Mostra alguma coisa diferente, faz surgir outras evidências, por propor novos procedimentos de investigação e a colocação do real em imagens. (ROUILLÉ, 2009, p. 41).

Assim como os princípios modernos não são mais capazes de explicar a pós-modernidade, a fotografia-documento se torna insuficiente para dar conta da passagem da sociedade industrial para a sociedade da informação, inserida na era digital, que vai transformar não só as práticas e as imagens fotográficas, mas toda a comunicação de massa, que hoje se organiza em redes horizontais em torno da internet e da comunicação sem fio (CASTELLS, 1999). Veremos, a seguir, como essas mudanças impactam nas grandes cidades.

### 3.2 CIDADES NA ERA DIGITAL

A sociedade contemporânea à que nos referimos no capítulo 2 como pós-moderna pode também ser chamada de sociedade em rede, expressão usada por autores como Manuel Castells (1999). Nesse contextual atual, que ainda pode ser referido aqui como era digital ou era da informação, as cidades contemporâneas vêm sofrendo grandes modificações a partir do

advento das novas tecnologias de comunicação e informação. Mudam os processos sociais e a forma como se organizam as cidades, transformando tanto o espaço quanto o tempo. Se antigamente o tempo era o regulador das atividades nas áreas urbanas, hoje, para Castells (1999), é o espaço que organiza o tempo. Castells (apud RÜDIGER, 2007, p. 84) vê na internet “o fundamento tecnológico da forma de organização [social] apropriada à era da informação: a rede”.

A lógica das redes sempre esteve na base do desenvolvimento das cidades. Elas estão presentes nas redes de transporte, nas redes de comunicação, nas redes de saneamento, de iluminação e nos fluxos financeiros (LEMOS, 2004, 2010). A particularidade das cidades contemporâneas está na predominância das redes telemáticas e suas tecnologias, como internet (fixa ou sem fio), os celulares, os satélites etc (LEMOS, 2004, 2010).

Lemos (2010, p. 156) batiza essas cidades contemporâneas de *cibercidades*, “que podem ser definidas como cidades onde as infraestruturas de comunicação e informação já são uma realidade e as práticas daí advindas formam uma nova urbanidade. Essa nova urbanidade chamamos em outro lugar de “ciberurbe””.

Lemos (2005) ressalta que as atividades dominantes da sociedade em rede (finanças, serviços, comércio, entretenimento...) se organizam em torno de *espaços de fluxos*, expressão de Castells (1999, p. 501) para “a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos”. O ciberespaço e seus fluxos de informações ampliam as possibilidades nas cidades: relações estabelecidas *online* acabam em encontros presenciais, ativistas usam a rede para organizar manifestações pelas ruas; além disso, desde que se tenha acesso à conexão sem fio, ações rotineiras como pagar uma conta bancária, fazer uma compra em lojas virtuais ou escolher um novo restaurante para almoçar podem ser feitas a qualquer hora e de qualquer lugar.

Se na cidade industrial os meios de massa configuram o espaço urbano (a imprensa, o rádio, o telefone e a televisão foram e ainda são fundamentais para definir as relações de trabalho, de moradia, a constituição dos subúrbios e enclaves urbanos), na cibercidade contemporânea estamos vendo se desenvolver uma relação estreita entre as mídias com funções massivas (as “clássicas” como o impresso, o rádio e a TV), e as mídias digitais com novas funções que chamaremos aqui de “pós-massivas” (internet, e suas diversas ferramentas como blogs, wikis, podcasts, redes P2P, *softwares* sociais e os telefones celulares com múltiplas funções. (LEMOS, 2010, p. 157)

As redes telemáticas de informação constituem novos territórios informacionais, dependentes dos espaços físicos e eletrônicos a que se vinculam. Lemos (2010) aponta os telefones celulares como os dispositivos móveis de maior convergência tecnológica. Por meio

deles, remodelam-se os espaços urbanos e a forma como os habitantes interagem neles e com eles. “A ciberurbe, a alma virtual das cibercidades, configura-se, cada vez mais, por práticas sociais que emergem dessa mobilidade informacional digital” (LEMOS, 2010, p. 162). A seguir, veremos como as tecnologias móveis contribuem para a hibridização dos espaços.

### 3.2.1 Tecnologias móveis e hibridização dos espaços

O ciberespaço<sup>8</sup> permitiu novas formas de mobilidade que vêm provocando mudanças substanciais nas relações inter-humanas e nas relações das pessoas com os espaços por onde circulam. Esse espaço virtual não está em oposição ao espaço físico ocupado pelos seres e objetos; ambos existem interconectados. Diversos autores trabalham essa hibridização dos ambientes. Castells (1999), por exemplo, chama de espaço de fluxos essa mistura entre territórios geográficos onde se localizam os cidadãos e o espaço virtual no qual se comunicam por meio das novas tecnologias.

Dentre essas, as tecnologias móveis possibilitaram um novo desenho dos espaços públicos como ruas e parques (SANTAELLA, 2007). E intensificaram as mudanças na relação entre o homem e a cidade, uma relação mediada por diferentes tecnologias, da imagem aos dispositivos móveis.

Entendemos por mediação o sentido de Santaella (2007), que chama a atenção para o uso muitas vezes equivocado do termo. Para a autora, é preciso diferenciar mediação de transmissão dos meios de comunicação. Há mediação quando acessamos o “mundo físico, afetivo, sensório, perceptivo, cognitivo, pela mediação dos signos” (SANTAELLA, 2007, p. 208). Ela ressalta que “cada tipo de signo apresenta, indica ou representa aquilo que chamamos de realidade de acordo com seus potenciais e limites” (SANTAELLA, 2007, p. 208). Ou seja, cada uma das tecnologias mediadoras tem um potencial de mediação diferente.

Tecnologias mediadoras são, segundo Santaella (2007, p. 210), “essencialmente tecnologias de linguagem capazes de presentificar, apresentar, indicar e representar a realidade”. Ao resgatar a evolução dessas tecnologias, a autora as classifica em três tipos e

---

<sup>8</sup>Conforme Lévy (1999, p. 92-93), ciberespaço é “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço”.

atribui a cada um deles uma metáfora pela qual a realidade se apresenta: “Assim, as tecnologias da imagem, da foto à televisão, geraram a metáfora do espelho, as tecnologias do virtual, a metáfora dos universos paralelos e, por fim, as tecnologias de comunicação móvel estão agora gerando a metáfora dos espaços intersticiais” (SANTAELLA, 2007, p. 210).

A primeira é a metáfora que, apesar de amplamente superada pelo pensamento ocidental, ainda é associada à fotografia e usada por quem acredita que uma imagem fotográfica é um retrato fiel da realidade. É a mesma lógica que fez crer que a pintura era “uma janela para o mundo” (SANTAELLA, 2007, p. 210). A segunda metáfora, dos universos paralelos, é uma visão dualista que opõe, de um lado, o mundo real e, de outro, o mundo virtual, como dois ambientes desconectados. Não nos estenderemos na explicação de ambas para focar naquela que acreditamos ser a mais adequada para compreender o momento atual: a metáfora dos espaços intersticiais, para Santaella (2007), ou segundo prefere Adriana de Souza e Silva (2010) espaços híbridos.

A metáfora dos espaços intersticiais de Santaella (2007) contrapõe aquela dos universos paralelos, já que, em vez de opor o espaço virtual (ciberespaço) e o físico, se propõe a abarcar as misturas entre ambos. Também dá conta do contexto em que se difundem cada vez mais as tecnologias móveis, a quinta geração de tecnologias comunicacionais, segundo a mesma autora. Os dispositivos móveis se abrem para interfaces sociais coletivas e provam assim que o ciberespaço não vai substituir o espaço físico, mas adicionar funcionalidades a ele (SANTAELLA, 2007, p. 218).

Para Souza e Silva (2010), os espaços híbridos se referem à interconexão entre ambientes físico e virtual propiciada pela mobilidade dos usuários conectados via dispositivos móveis. “Assim, um espaço híbrido ocorre quando já não se precisa 'sair' do espaço físico para entrar em contato com ambientes digitais” (SANTAELLA, 2007, p. 219).

A conexão contínua é uma das principais características dos espaços híbridos, que são definidos “pela mistura, ou o desaparecimento das bordas, entre espaços físicos e digitais (SOUZA E SILVA, 2010, p. 282). Tratam-se de espaços nômades criados pelos usuários de dispositivos portáteis continuamente conectados à internet, como *smartphones*. Logo, têm como principais características a mobilidade, sociabilidade e conectividade (SOUZA E SILVA, 2010). As tecnologias nômades de comunicação ou tecnologias móveis permitem a criação de sociabilidade e “reinventam espaços urbanos como ambientes de multiusuários” (SOUZA E SILVA, 2010, p. 283). “Ruas, monumentos e praças passam a ser interfaceados pelo espaço de fluxo por meio dos diversos dispositivos de conexão às informações digitais” (SANTAELLA, 2007, p. 185).

Ao mesmo tempo em que, conforme Souza e Silva (2010, p. 283) esses dispositivos permitem que se ultrapassem barreiras geográficas e se criem comunidades não contíguas em espaços físicos, para Lemos (apud SANTAELLA, 2008) assistimos ao fenômeno das mídias locativas, que são processos e tecnologias que emitem informação digital a partir de lugares, agregando conteúdo digital a essas localidades (As mídias locativas têm, conforme ressalta Santaella (2008), um evidente caráter intersticial ao entrecruzarem informação digital e a realidade física, além de estarem voltadas à interação social. Por meio de *smartphones* com conexão 3G ou sem fio e tecnologia de geoposicionamento, é possível fazer “anotações urbanas”, que encorajam as pessoas a publicarem informações diversas (histórias pessoais, pensamentos, desejos, serviços) associadas a localizações geográficas (SANTAELLA, 2007, p. 228). As mídias locativas permitem que se repense as cidades e se modifiquem as relações dos habitantes com elas.

Santaella (2013) ressalta que a hiper mobilidade conectada redundando em ubiquidade desdobrada. Essa condição, proporcionada pela tecnologia sem fio, permite que nos comuniquemos com os outros em qualquer lugar e a qualquer momento. É o caso do Instagram, plataforma em que estão inseridas as imagens a serem analisadas no presente trabalho e será melhor descrita no próximo capítulo.

### **3.2.2 Problemas das cidades globais**

Antes de encerrar este terceiro capítulo, gostaríamos de abordar brevemente as cidades contemporâneas sob outro aspecto. As novas possibilidades que as cibercidades e suas tecnologias oferecem para as práticas sociais obviamente não apagam os problemas que as megalópoles enfrentam. Portanto, não poderíamos deixar de citar alguns surgidos no fim do século XX, quando as cidades iniciam uma nova fase histórica. Zygmunt Bauman (2012) define essas áreas urbanas como “cidades globais”, em que desembocam problemas causados pela globalização, mas com consequências locais, como poluição do ar e dos recursos hídricos até questões de imigração. O autor nos lembra que viver em uma cidade é uma experiência ambivalente. “Ela [a cidade] atrai e afasta; mas a situação do cidadão torna-se mais complexa porque são exatamente os mesmos aspectos da vida na cidade que atraem e, ao mesmo tempo ou alternadamente, repelem” (BAUMAN, 2012).

Para o sociólogo polonês, a insegurança e o medo estão no rol de problemas urbanos. Ambos sentimentos fragilizaram os laços identitários dos homens com as cidades em que vivem. Ele atribui os medos modernos à...

[...] redução do controle estatal (a chamada *desregulamentação*) e suas consequências individualistas, no momento em que o parentesco entre homem e homem — aparentemente eterno, ou pelo menos presente desde tempo imemoriais —, assim como os vínculos amigáveis estabelecidos dentro de uma comunidade ou de uma corporação, foi fragilizado ou até corrompido. (BAUMAN, 2012)

A dissolução dos laços comunitários nos afasta do *status* de indivíduos *de facto*, assim como nos distancia das comunidades em que estamos inseridos, considerando um contexto de insegurança que levou cidades no mundo inteiro a pensar uma arquitetura que privilegia a proteção de seus moradores e não a integração com seus vizinhos (BAUMAN, 2012).

Bauman cita Castells para exemplificar as cidades cada vez mais polarizadas. Numa ponta, a “primeira fila”, uma elite ligada às comunicações e experiências globais; na outra ponta, as redes fragmentárias, “muitas vezes de base étnica” (BAUMAN, 2012). Os indivíduos do primeiro grupo não se identificam com o lugar onde moram e nutrem interesses por outros locais do globo, inclusive possuem a chance de se desligar fisicamente das suas cidades de origem – sua verdadeira morada é o ciberespaço. Diferentemente das pessoas do segundo grupo, em geral, desconectadas das redes mundiais de comunicação e condenadas a permanecer no lugar onde estão. Estas, portanto, se voltam mais facilmente a questões locais de seus bairros.

Nas cidades contemporâneas, cada vez mais globalizadas e, logo, multiplurais, a intolerância ganha mais terreno. A incapacidade de lidar com o diferente leva os indivíduos a se aproximarem daqueles com os que se assemelham e se afastarem dos outros, tornando-se cada vez mais intolerantes às diferenças. A isso Bauman chama de mixofobia.

O medo do desconhecido leva os cidadãos da “primeira fila” a se fecharem em condomínios isolados fisicamente das comunidades em que estão inseridos e que são vendidos como “oásis de tranquilidade e segurança”, afastando-se da turbulenta vida urbana (BAUMAN, 2012). Bauman cita as cidades brasileiras de São Paulo e Rio de Janeiro como dois exemplos dessa tendência de segregação. “Paradoxalmente, as cidades – que na origem foram construídas para dar segurança a todos os seus habitantes – hoje estão cada vez mais associadas ao perigo” (BAUMAN, 2012). Tal arquitetura favorece a segregação e a impossibilidade da convivência comunitária.

Mas mesmo para Bauman, às cidades globais não está reservado um futuro pessimista. Os mesmos espaços urbanos que repelem os indivíduos intolerantes, atraem outros justamente pela variedade de oportunidades que a globalização proporciona, temos então um contraponto à mixofobia, a mixofilia. Para que a segunda predomine, é preciso que os habitantes de uma cidade voltem a conviver, compartilhando experiências em comunidade, o que só é possível ao compartilharem os mesmos espaços. Sherry Turkle (2006, p. 292) também assinala a importância do compartilhamento de histórias e memórias para promover a “construção social de normas, rituais e significados” dentro de uma comunidade. Porém a autora enxerga nos espaços virtuais uma possibilidade de aproximação.

Nos últimos anos, temos observado uma mudança no modelo do que é mais excitante sobre a Web. Há uns cinco anos, havia muitas pessoas falando coisas como “Meu deus! O mais excitante sobre a Web é que eu posso falar com esse cara na Austrália que possui a mesma coleção de selos do que eu”, e agora passou a ser o fato de que a Web pode contribuir também para os relacionamentos com as pessoas que você vê face a face. Foi um movimento do global em direção ao local. (TURKLE, 2006, p. 293).

Neste terceiro capítulo, recuperamos como o nascimento das megalópoles se relaciona com o surgimento da fotografia, uma das técnicas usadas pelo homem para representar as cidades e assim atribuir-lhes valor e formar seus imaginários. Também explicitamos do que são compostas as cidades contemporâneas ou informacionais, ou ainda cibercidades, onde a presença cada vez mais massiva de tecnologias móveis modifica as práticas sociais e a forma como os habitantes interagem com seus espaços urbanos. Nessa esteira, apresentaremos, a seguir, nosso objeto de estudo, o aplicativo para dispositivos móveis Instagram, uma rede de compartilhamento de imagens que ilustra parte das práticas a que nos referimos até aqui.

## 4 O INSTAGRAM E SEU CONTEXTO

Neste capítulo, nos dedicaremos a apresentar o nosso objeto de estudo e o contexto em que se insere. Lançado em outubro de 2010, o Instagram é um aplicativo voltado a dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets* nos quais se compartilham exclusivamente imagens. Pelo protagonismo que as imagens têm nessa rede e pelo conteúdo predominante das fotos e vídeos, acreditamos que a plataforma ilustra bem o momento de retorno à valorização da imagem e do cotidiano a que nos referimos no primeiro capítulo. Antes de detalharmos suas características, vamos expor o contexto da fotografia ubíqua em que se insere o Instagram e o conceito de redes sociais na internet para justificar por que entendemos o aplicativo também como uma rede social *online*.

### 4.1 FOTOGRAFIA UBÍQUA

Como vimos brevemente no subcapítulo 3.1.1, sobre a origem da fotografia nas cidades, o entendimento do que é a fotografia mudou ao longo dos anos. Se inicialmente era vista como um meio de copiar o real, depois passou a ser considerada uma forma de interpretar a realidade e, mais adiante, de fabricar mundos. Para Vicente (2005, p. 321), “a fotografia carrega consigo todos esses traços, em maior ou menor grau, conformados a cada utilização como meio de comunicação ou expressão”. A partir da conceituação de Boris Kossoy, Vicente define que a fotografia é “um sistema de elaboração de realidades”.

Realidades no plural, pois sua realização envolve a construção de uma imagem bidimensional fixa, usando uma faixa do espectro eletro-magnético (usualmente a “luz sensível”) e mediada por um aparato tecnológico, a partir de uma realidade externa (“concreta”), em dado momento. Essa realização depende da intenção e do referencial cultural do autor – o fotógrafo –, sendo esse referencial uma realidade interna, de domínio apenas parcial de seu consciente. Sua recepção por uma pessoa – o espectador – corresponde à indução de imagens-conceitos mentais a partir de uma realidade contida na imagem e de suas referências culturais; conseqüentemente cada pessoa pode ter apreensão e interpretação diferentes. Essa definição abrange tanto as possibilidades ficcionais da fotografia como sua validade como fonte histórica. (VICENTE, 2005, p. 321-322)

Depois de 150 anos de reinvenções que mantinham a base química do processo fotográfico, surge então o processo eletrônico e, com ele, a fotografia digital, que dispensa a

materialidade do filme; da mesma forma, não é mais preciso imprimir a imagem sobre um suporte físico para que ela exista, logo, “a foto digital é uma imagem sem lugar e sem origem, desterritorializada, não tem lugar porque está em todas partes” (FONTCUBERTA, 2010). A imagem digital existe nas telas eletrônicas, e inclusive pode existir em diferentes telas ao mesmo tempo. À parte das discussões sobre manipulação<sup>9</sup> e sobre a noção de imagem latente<sup>10</sup>, o que nos interessa nesta transição para a fotografia digital é que as inovações tecnológicas do final do século XX juntamente com a crescente globalização e informatização das sociedades, conforme abordamos no capítulo anterior, inauguraram novas formas de distribuição e gerenciamento de imagens. Para Vicente (2005, p. 322), “a razão de ser da fotografia eletrônica está na aceleração e integração de processos de comunicação”. Reduz-se o tempo de produção e facilita-se a transmissão das imagens. Tudo isso nos traz ao momento atual de ubiquidade da fotografia.

A portabilidade e automatização das primeiras câmeras domésticas permitiram certa mobilidade aos fotógrafos no final do século XIX, mas ainda se tratava de um público elitizado. No século XX, a popularização das câmeras levou a prática fotográfica ao nível de rito social (SONTAG, 2004). E antes da massificação das câmeras digitais – que começou a se desenhar nos anos 1990 –, já se falava na onipresença de câmeras fotográficas (HAND, 2012). Nesse momento, a fotografia já começava a ser vista como uma forma de comunicação, mais do que um meio de registrar e guardar memórias.

Com as digitais, o fenômeno intensificou-se, porque as imagens se tornaram mais facilmente descartáveis, embora a digitalização permita que uma fotografia digital seja simultaneamente uma memória privada e uma informação pública (HAND, 2012).

Hoje, mais do que móveis e onipresentes, as câmeras são ubíquas. Os celulares com câmeras e acesso à internet tornaram a fotografia, enfim, ubíqua, condição que só se tornou possível com a hibridização dos espaços, noção explicitada no capítulo anterior. É importante ressaltar que não entendemos ubiquidade como sinônimo de mobilidade, embora a primeira

---

<sup>9</sup>Conforme Vicente (2005) e Fontcuberta (2010), a manipulação de imagens fotográficas não é inaugurada com a fotografia eletrônica, o que passou a acontecer é que as imagens digitais são mais facilmente manipuladas, pela natureza do arquivo digital e pela familiarização do público geral com tais técnicas.

<sup>10</sup>Fontcuberta (2010) explica que a imagem latente é como se fosse a pegada impressa no material fotossensível mas ainda não visível a olho nu; para Barthes, tratava-se da emanção do real, o primeiro estágio do contato físico entre a realidade e sua representação. No processo eletrônico, a ausência de tal etapa, considerada um dos fundamentos mais poéticos da fotografia, colocou em xeque a própria origem etimológica da fotografia (“escrita com a luz”): a formação da imagem não era mais um resultado do contato direto da luz nos sais de prata do negativo, mas um resultado de um sensor que converte a luz em cargas elétricas e as traduz para uma linguagem conhecida dos computadores, os bits e bytes. Fontcuberta (2010, p.39) explica que a imagem infográfica tem uma “latência eletrônica”, que é a matriz numérica que só se torna visível a olho nu ao ser transposta a um suporte como uma tela. Vicente (2005, p. 323) supera a questão afirmando que “tanto a fotografia eletrônica quanto a fotografia química são ambas pura e simplesmente *fotografia*”.

pressupõe a segunda. “Tecnologicamente, a ubiquidade pode ser definida como a habilidade de se comunicar a qualquer hora” (SOUZA E SILVA, 2006, p. 179).

Jean-Louis Weissberg (2011, p. 121) também entende ubiquidade para além da mobilidade: “‘Ubiquidade’ não é sinônimo de mobilidade, mas designa, em sentido estrito, o compartilhamento simultâneo de vários lugares”. Weissberg parte da diferenciação entre onipresença e ubiquidade defendida por Dominique Carré, para quem a ubiquidade se refere ao ponto de coincidência entre comunicação e deslocamento, ou seja, “o usuário comunica-se durante o seu deslocamento” (CARRÉ apud WEISSBERG, 2011, p. 121).

Outra característica da fotografia de celular que favorece sua condição ubíqua é a adjacência desse dispositivo móvel: diferentemente das câmeras fotográficas, os celulares estão sempre com seus usuários (BRUNET, 2007), ou seja, não é preciso planejar uma atividade como sair para a rua com sua câmera para fotografar a cidade. Um usuário do Instagram, por exemplo, está sempre com seu *smartphone*, que necessariamente tem uma câmera e a possibilidade de se conectar à internet via 3G ou via rede sem fio.

Como nos aponta Santaella (2007), não é preciso sair do ciberespaço para entrar no espaço físico e fazer um registro fotográfico; no contexto dos espaços híbridos, estamos imersos simultaneamente nos dois ambientes.

Mesmo antes da atual popularização dos *smartphones* (celulares inteligentes com acesso à internet por 3G ou wi-fi), já havia celulares com câmeras capazes de trocar imagens por mensagens (MMS) ou mesmo por email, via WAP. Assim como eram as câmeras domésticas, a fotografia de celular foi considerada, desde a popularização dos primeiros aparelhos, uma prática de socialização mas teve intensificada sua função de comunicação no momento em que passou a ser feita para ser compartilhada. O celular passou a ser usado para fotografar encontros entre amigos que se mandavam as imagens depois ou mandavam para aquele que não pôde estar junto, ou para enviar fotos entre casais que estão em lugares diferentes e querem dividir com o outro aquele momento (BRUNET, 2007). Com a popularização dos *smartphones* e uma conexão mais rápida à internet, as trocas de imagens se tornaram ainda mais comuns.

A fotografia na contemporaneidade, especialmente no âmbito pessoal, não é mais feita para ser guardada, mas para ser compartilhada. Sua natureza digital, aliada a outras tecnologias como a constante conexão à internet, facilita a disseminação de tais imagens assim como sua descartabilidade. As imagens digitais se caracterizam por sua efemeridade e pelo modo como transitam nesses fluxos em rede. A maior parte delas tem uma existência

*online* independentemente do desejo do autor ou de quem eventualmente aparece na foto (HAND, 2012).

Mesmo imagens oficiais, como as de uma câmera de vigilância, podem sair do seu circuito e ser apropriadas por outras mídias, como em um telejornal (KILPP; MONTAÑO, 2012). O trânsito e a conectividade das imagens digitais são urgências da contemporaneidade por fazerem parte do contexto sociocultural do qual emergem (KILPP; MONTAÑO, 2012) e que, no caso do presente trabalho, é explicado pela lógica de rede das cibercidades e de outras características da pós-modernidade explicitadas nos capítulos anteriores, além, claro, da ubiquidade da fotografia.

As imagens publicadas na internet, por exemplo, frequentemente são estimuladas a serem novamente compartilhadas ou redirecionadas a outros ambientes, ou seja, a entrarem nesse fluxo comunicacional. Kilpp e Montaña (2012) chamam a atenção para um falso movimento, que não implica mais a passagem de um lugar para outro no espaço físico.

Com os novos meios, contemporâneos, a sociedade apresenta-se (imaginariamente) em fluxos comunicativos. Di Felice pensa, por exemplo, no movimento que temos em *sites* como o *Second Life* ou num *game*; mas também no movimento de um motorista que se orienta na cidade pelo GPS, ou no do pedestre que acessa dados em seu telefone celular diversas vezes enquanto caminha. Nesses casos o trânsito é um falso movimento, e assemelha-se mais a um contexto de imersão. A paisagem deixa de ser algo pontualmente geográfico e físico dos sujeitos e se expande na forma de teia tramada instante a instante (apesar dos sujeitos, e mais como uma rede de informações). Estas experiências produzem um movimento (imaginado) que não está ligado a uma ação no espaço. (KILPP; MONTAÑO, 2012, p. 136)

Imersas nesses fluxos, as imagens digitais abalaram o entendimento sobre o público e o privado, uma questão que daremos mais atenção no próximo tópico.

#### **4.1.1 Público e privado**

Aparentemente tudo hoje merece não só ser fotografado como compartilhado publicamente. E quando falamos em *merecer* nos referimos à noção de que a fotografia atribui uma importância, um valor ao objeto ou evento fotografado (SONTAG, 2004). A ação contemporânea de compartilhar na internet muitas dessas imagens capturadas e, portanto, torná-las públicas flexibiliza a fronteira entre o que é privado e o que é público, uma distinção

que começou a ganhar consistência nos séculos XVIII e XIX, na Europa, acompanhando o desenvolvimento das sociedades industriais modernas e o modo de vida urbano.

Foi precisamente nessa época que um certo espaço de refúgio para o indivíduo e a família nuclear começou a ser criado, no seio do mundo burguês, fornecendo a esses novos sujeitos aquilo que tanto almejavam: um território a salvo das exigências e dos perigos do meio público, aquele espaço “exterior” que começava a ganhar um tom cada vez mais ameaçador. (SIBILIA, 2008, p. 60)

O surgimento da prática doméstica da fotografia veio na esteira dessa diferenciação mais precisa entre o que pertence à esfera pública e o que pertence à esfera privada. Na primeira metade do século XIX, eventos sociais ainda demandavam a presença de um fotógrafo profissional e tais fotos mereciam destaque e solenidade na decoração da casa, ao contrário das fotos amadoras. Separavam-se então as fotos que seriam mostradas a pessoas de fora da casa daquelas reservadas à contemplação familiar (BOURDIEU, 1990). Como técnica privada, a fotografia permitiu que as famílias com menos posses tivessem o seu próprio retratista e, assim, a oportunidade de ter em casa fotos que não fossem das “grandes figuras da humanidade” (BOURDIEU, 1990, p. 29).

Com a fotografia digital e a facilidade de publicização dessas imagens em plataformas *online*, dissolvem-se as fronteiras entre o que é público e privado (HAND, 2012). Um exemplo bastante ilustrativo são os atuais *selfies*. Palavra do ano escolhida pelo dicionário Oxford em 2013, *selfie* é “uma fotografia que se tomou de si mesmo, tipicamente aquela tirada com um *smartphone* ou *webcam* e compartilhada nas mídias sociais”<sup>11</sup>. O primeiro registro que se tem do termo com esse significado é de 2002, em uma publicação em um fórum *online* australiano. Na legenda, o autor conta que estava bêbado e tropeçou, machucando os lábios, que aparecem cortados em primeiro plano na imagem. Ele encerra a mensagem pedindo desculpas pela falta de foco porque “foi um *selfie*”. “Um, drunk at a mates 21st, I tripped ofer [sic] and landed lip first (with front teeth coming a very close second) on a set of steps. I had a hole about 1cm long right through my bottom lip. And sorry about the focus, it was a selfie”.<sup>12</sup>

Aparentemente, não há hora nem local ideais para os *selfies*. Eles invadiram cerimônias oficiais, como o Oscar ou o velório de Nelson Mandela, e mesmo os momentos

<sup>11</sup>Tradução livre da autora para “A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media”, disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/us/definition/english/selfie>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

<sup>12</sup>Conforme o blog do Oxford, disponível em: <<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

mais íntimos, como a mania do *selfie after sex*<sup>13</sup>, ou *selfie* depois do sexo. Mas os autorretratos fotográficos são tão antigos quanto a própria fotografia. O primeiro registro de que se tem notícia é de 1839, um autorretrato do americano Robert Cornelius<sup>14</sup>. Para resgatar apenas um exemplo do século XX mas ainda anterior à era digital, citamos o fotógrafo chinês Li Zhensheng, que registrou a Revolução Cultural Proletária na China nas décadas de 1960 e 1970, e finalizava seus negativos com autorretratos. Zhensheng queria se retratar de forma diferente, dizia que estava cansado de sua “identidade visual cotidiana” (HARAZIM, 2013, p. 40).



Figura 2 – O primeiro selfie, 2002  
Fonte: The Telegraph



Figura 3 – Autorretrato de 1839  
Fonte: Biblioteca do Congresso Nacional dos Estados Unidos

<sup>13</sup>Conforme reportagem disponível em <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2593943/aftersex-selfie-trend-goes-viral-Instagram.html>>. Acesso em: 2 dez. 2014.

<sup>14</sup>Conforme a Biblioteca do Congresso Nacional dos Estados Unidos. Disponível em <<http://www.loc.gov/pictures/item/2004664436/>>. Acesso em: 2 dez. 2014.



Figura 4 – Autorretratos de Li Zhensheng  
Fonte: Li Zhensheng

Assim como na foto acima, à direita, de Zhensheng, em muitos *selfies*, aparece o dispositivo, no caso, um *smartphone*, e os autorretratistas de hoje também fazem pose, como o fotógrafo chinês na imagem da esquerda. O retrato e o autorretrato fascinam pelo caráter ficcional, pela possibilidade de posar e criar. “Estamos o tempo todo ritualizando e recriando boa parte da vida cotidiana. Os papéis se alternam, e a fotografia acaba por se tornar um dos meios utilizados para firmar essa ideia e dar concretude ao que estamos vendo” (PERSICHETTI, 2013, p. 160).

A diferença fundamental entre os antigos autorretratos e um *selfie* é que o segundo precisa ser compartilhado, palavra de ordem na contemporaneidade, entrando assim nos fluxos comunicacionais do nosso tempo. Para Persichetti (2013), outro aspecto que separa os dois tipos de imagens é o desejo atual de alcançar visibilidade e, rapidamente, passar a existir nesta sociedade que tanto valoriza a imagem.

Passamos, portanto do momento no qual o retrato e o autorretrato significavam muito mais uma descoberta de identidade ou de afirmação no mundo, uma maneira de nos colocarmos perante a sociedade como seres únicos, para o *selfie*, uma mania que, se de alguma maneira também nos insere em um contexto, deixa de lado a unicidade para nos fazer parecermos todos iguais. As mesmas poses, os mesmos sorrisos, criando uma ruptura entre o sujeito, o eu e a imagem que se configura cada vez mais como pose. Uma norma imposta, onde a aparente espontaneidade e a rapidez com que as imagens são divulgadas pelas redes sociais nos levam a acreditar numa autenticidade do retrato e do retratado. (PERSICHETTI, 2013, p. 162-163)

Com tantas fotos diante do espelho, é inevitável lembrar de Narciso e sua obsessão pela própria imagem. Para Persichetti (2013, p. 163), o *selfie* caracteriza “um falso individualismo, focado na realização rápida do desejo de ser visto”. Citando outros autores, ela reafirma que se trata de uma manifestação de uma sociedade narcísica.

Sibilia (2008) já havia chamado a atenção para a superexposição do eu e da intimidade em seu ensaio *O show do eu*. Nos primeiros capítulos do livro, a autora recupera os contextos socioculturais que criaram e, depois, desmancharam a fronteira entre o público e o privado. As práticas confessionais que antes eram restritas aos diários pessoais, trancafiados em gavetas por seus autores, hoje foram parar na internet, inicialmente com os blogs e depois nas redes sociais *online*; paralelamente, a obsessão pela vida alheia foi ganhando espaço nos meios de comunicação, com notícias sobre a vida cotidiana e privada de pessoas públicas e programas como os *reality shows*.

O atual fenômeno no qual a intimidade esvaziou a esfera privada e invadiu a pública deve ser entendido para além de uma mera adaptação contemporânea de antigas práticas. Ele provoca reflexões sobre como ficam as premissas básicas da construção das subjetividades e a sociabilidade moderna. Existe hoje um desejo de “evasão da própria intimidade, uma vontade de se exhibir e falar de si” (SIBILIA, 2008, p. 77). Nessa obsessão por tornar-se visível, caem em desuso verbos como *guardar* e *acumular*, e ganham força outros, como *parecer* e *acessar*. Sibilia não menciona o verbo *compartilhar*, tão caro para Maffesoli, que interpreta a superexposição do eu de outra forma. O sociólogo francês vê o *selfie* como uma forma contemporânea da iconofilia, um vetor de ligação entre aqueles que o compartilham.

Assim, podemos indicar um narcisismo tribal. Isso quer dizer que, ao difundir essas fotografias, nós pretendemos nos posicionar em relação aos outros da tribo. Se traçarmos um paralelo com uma imagem religiosa, o *selfie* tem uma finalidade sacramental, que torna visível a força invisível do grupo. O que me liga aos outros da minha tribo? Nós nos definimos sempre em relação ao outro. Assim, o fenômeno tribal repousa essencialmente no compartilhamento de um gosto (sexual, musical, religioso, esportivo, etc.). É preciso dizer que essa “partilha” cresce exponencialmente com o desenvolvimento tecnológico. (SAYURI, 2014).

A partir do momento em que há câmeras por todos os lados, muda a noção do que pode ser visto, registrado, mostrado e lembrado (HAND, 2012).

Se, na primeira metade do século XX, um evento merecia ser fotografado porque estava fora da rotina cotidiana, conforme Bourdieu (1990), a onipresença das câmeras nas casas das famílias começou a sugerir que “o tempo consiste em eventos interessantes, eventos dignos de ser fotografados” (SONTAG, 2004, p. 21).

Para Susan Sontag (2004), fotografar consistia em conferir uma importância a eventos que, sem o registro, talvez não se tornassem memoráveis. Ou seja, fotografar significa atribuir valor. Mas onde estaria o valor se tudo hoje é fotografado? Citamos novamente Maffesoli (2003) para lembrar que o valor dessas imagens está no seu poder de ligação entre os homens. O conteúdo das imagens pouco importa, o que vale é a partilha, a ligação que se dá por meio dessa comunicação por imagens.

“Hoje tudo existe para terminar numa foto” (Sontag, 2004, p. 35). O que a ensaísta americana não imaginava é que ainda havia terreno a se explorar e, no século seguinte, não só se aumentaria o repertório de temas como se ampliaria a publicização das fotografias por conta da popularização das redes sociais na internet, que dissecaremos melhor no tópico seguinte.

#### 4.2 REDES SOCIAIS NA INTERNET

Antes de falar sobre as redes sociais na internet, cabe um comentário sobre o conceito de redes em si. De acordo com Parente (2010), é na década de 1960, na França, que as ciências humanas e a filosofia começam a demonstrar interesse pela representação em rede, em uma corrente relacionada com o estruturalismo.

Hoje, o conceito de rede é aquilo que define quase tudo que compõe o mundo contemporâneo – de tal forma que se torna impensável a realização de uma série de tarefas cotidianas sem a existência dessas redes. São redes que compõem redes, interligadas entre si: rede de transportes, bancárias, de telecomunicações, de luz, entre muitas outras que estruturam nossa forma de vida e os serviços aos quais temos acesso.

Para Musso (2010, p. 31), rede é “uma estrutura de interconexão instável, composta de elementos em interação, e cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento”. A noção de rede era inicialmente utilizada para se compreender se era possível, a partir da estrutura geral e suas variações, o modo como o todo se comporta. Para Parente (2010, p. 92), as redes acabaram por tornar-se “uma espécie de paradigma e de personagem principal das mudanças em curso justo no momento em que as tecnologias de comunicação e de informação passaram a exercer um papel estruturante na nova ordem mundial”.

Assim a rede de comunicação ao mesmo tempo em que amplia o espaço, reduz o tempo, fazendo com que tudo seja transitório, vinculado, em movimento contínuo (MUSSO,

2010). No paradigma contemporâneo, “pensar em rede não é apenas pensar na rede, que ainda remete a ideia de social ou a ideia de sistema, mas é, sobretudo, pensar a comunicação como lugar da inovação e do acontecimento” (PARENTE, 2010, p. 92).

Partindo para a noção específica de rede social, podemos defini-la como um conjunto composto pelos atores e suas conexões (RECUERO, 2009). Os atores são os nós que compõem esta rede, que podem ser grupos, instituições ou pessoas, enquanto as conexões são as interações entre os atores, que darão origem aos laços sociais.

A rede de relações expressa através de uma rede social também se constitui no ambiente *online*, no espaço dos sites de redes sociais, que são “uma categoria do grupo de *softwares* sociais, que seriam *softwares* com aplicação direta para a comunicação mediada por computador” (RECUERO, 2009, p. 102). Diferenciando-se dos outros formatos de comunicação *online* pela forma que possibilitam a visibilidade e a articulação dessas redes sociais. O Facebook, o Instagram, os fotologs e o Twitter são exemplos de sites de redes sociais na internet.

As redes sociais na internet ou redes sociais *online* possuem características específicas e podem ser de dois tipos: redes sociais emergentes ou de filiação (RECUERO, 2009). As redes emergentes se constituem a partir das interações e das trocas entre os atores – por isso elas demandam mais tempo disponível para interagir dos usuários, tendem a ser menores devido ao alto custo de manutenção e se modificam rapidamente. Neste tipo de rede, as análises são, em geral, realizadas a partir das conversações, o que Recuero entende por “rede viva” (RECUERO, 2009).

As redes de filiação na internet correspondem àquelas que surgem a partir de mecanismos de filiação em sites de redes sociais – como o Facebook e o Twitter –, são o que chamamos de conexões estáticas entre os atores. Em geral, elas são muito maiores que as emergentes, mais centralizadas e tendem a não se modificar muito, uma vez que não é preciso manter aquelas relações, elas são mantidas pelo próprio sistema.

Os dois tipos de rede descritos por Recuero (2009) podem ocorrer de forma simultânea em uma rede social na internet. Por exemplo, enquanto a lista das pessoas que eu sigo no Twitter corresponde a uma rede de filiação, os tweets que eu troco com outros usuários compõem uma rede emergente.

Faz-se necessário também esclarecer os tipos de interações e laços sociais que se formam nessas redes sociais. Alex Primo (apud RECUERO, 2009) define dois tipos de interação: a mútua e a reativa. A última se dá normalmente entre o ator e o sistema, como clicar em um *hiperlink*, mas também pode acontecer entre dois atores por meio de um clique,

como aceitar um amigo no Facebook ou Instagram. Já na interação mútua, desenvolvem-se relações sociais mais complexas, “em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente” (PRIMO apud RECUERO, 2009, p. 32).

A interação mediada por computador se constitui como laço social no momento em que ocorre a efetiva conexão entre os atores. Para Wellman (apud RECUERO, 2009, p. 38), “laços consistem em uma ou mais relações específicas, como proximidade, contato frequente, fluxo de informação, conflito ou suporte emocional”. Entretanto Breiger (apud RECUERO, 2009, p. 38-39), explica que o laço pode se dar por meio de associação: “...a conexão entre um indivíduo e uma instituição ou grupo torna-se um laço de outra ordem, representado unicamente por um sentimento de pertencimento.” O autor cita como exemplo o “amor” pelo país como um laço associativo pelo qual duas pessoas podem se conectar. Para ele, o laço social não depende apenas da interação. Os laços de associação são, portanto, diferentes dos laços relacionais, que pressupõem interações.

Já para Recuero (2009), em resumo, todo laço é relacional e é social. As interações reativas se assemelham aos laços associativos, pois ambos se baseiam no sentimento ou intenção de pertencimento. O laço pode ser associativo ou dialógico (aquele que pressupõe conversação). O primeiro tem interações reativas, o segundo, interações mútuas, nas quais também é possível que surja o sentimento de pertencimento.

Recuero (2009) ainda se apoia em Granovetter para trazer a ideia de laços fracos ou fortes. Os últimos se caracterizam pela intimidade, proximidade, intensidade emocional, tempo, confiança mútua. Os fracos, pelas relações esparsas – são importantes porque conectam os *clusters* (aglomerados de nós com mais densidade de conexões) e os grupos entre eles. Nesse aspecto, o laço associativo tende a ser mais fraco, pois possui menos trocas entre os atores.

Já os laços fortes tendem a ser multiplexos, ou seja, são constituídos de diversas formas de relações sociais, como encontros presenciais. Wellman (2002 apud RECUERO, 2009) chama a atenção para a característica “glocal” das redes sociais na internet, já que muitas conectam vizinhos. O estudo de sua autoria chamado Netville mostrou que muitos laços na internet são mantidos *off line*, e que há um potencial na internet de gerar e aprofundar laços sociais através da interação mediada pelo computador.

#### **4.2.1 Capital social e comunidades virtuais**

As interações entre os atores geram um valor que chamamos de capital social. Diferentes autores trabalham com a expressão sob perspectivas diferentes, mas que podem ser complementares, conforme nos mostra Recuero (2009). Segundo a autora, que buscou conceitos de estudiosos como Putnam, Bourdieu e Coleman, o capital social pode ser considerado um conjunto de recursos de um grupo que pode ser usufruído por todos os seus membros e que está baseado em interações recíprocas de confiança e reconhecimento entre as partes.

Por meio desses recursos, os membros de um grupo podem atingir certos interesses, individuais ou coletivos. O capital social está embutido nas relações sociais e, ao mesmo tempo, é moldado por elas. Mas ele também pode ser acumulado pelos atores, por exemplo, por meio de um aprofundamento dos laços sociais, o que aumenta também o sentimento de pertencimento ao grupo. Nesse sentido, o capital social está ligado à formação de comunidades, no caso das redes sociais na internet, comunidades virtuais.

Para Recuero (2009), para que uma comunidade se constitua, é preciso prevalecer, nas relações entre os membros do grupo, o elemento da cooperação. O que não quer dizer que não existirão conflito e competição, os outros dois processos sociais que fundamentam as interações humanas, seja na internet ou na relações não mediadas por computador. Formadora das estruturas sociais, a cooperação pode ser gerada pela competição, entendida por Ogburn e Nimkoff (apud RECUERO, 2009) como a forma fundamental de luta social. Por meio da competição, que não compreende hostilidade, sentimento embutido nas relações de conflito, membros de um mesmo grupo podem cooperar para suplantar outro. O conflito, por sua vez, também pode envolver cooperação, já que há, conforme Recuero, a necessidade de reconhecimento entre os adversários.

Um dos primeiros autores a falar em comunidades virtuais foi Howard Rheingold, que as definiu como:

[...] agregados sociais que surgem da Internet, quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço. (RHEINGOLD, 1993).

Para um grupo se caracterizar como comunidade virtual, consideraremos os atributos destacados por Lemos (2002, p. 93 apud RECUERO, 2009) segundo o qual “as comunidades virtuais eletrônicas são agregações em torno de interesses comuns, independentes de

fronteiras ou demarcações fixas”. Tal conceito vai ao encontro do retorno ao tribalismo descrito por Maffesoli, segundo o qual, como vimos, os homens, ao se comunicar uns com os outros, estariam mais interessados em estabelecer laços do que interessados no conteúdo dessa comunicação, daí a importância do compartilhamento de imagens, vista pelo pensador francês como um vetor de união comunitária.

Agora que esclarecemos as noções básicas das redes sociais na internet, vamos detalhar o que é e como funciona o aplicativo Instagram que, por conter muitas das características há pouco mencionadas, é tratado neste trabalho como uma rede social na internet.

#### 4.3 UM APLICATIVO DE SUCESSO

O Instagram é um aplicativo voltado a dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets* para compartilhamento exclusivo de imagens. Lançado em outubro de 2010, foi comprado pelo Facebook em abril de 2012. Em menos de um ano após a negociação bilionária, dobrou sua comunidade: de maio de 2012 para fevereiro de 2013, o número de usuários subiu de 50 milhões para 100 milhões. No primeiro trimestre de 2014, o Instagram já havia ultrapassado a marca de 200 milhões de usuários ativos.

Esse sucesso pode ser atribuído à interface amigável e simples do aplicativo; nele, são compartilhadas apenas imagens (fotos e vídeos, estes desde julho de 2013). Além disso, a interação permitida se resume a “dar *likes*” ou “curtir” cada imagem e escrever comentários, que costumam ser curtos. Em maio de 2013, foi introduzida a ferramenta de “marcação de pessoas”, que permite identificar quem está na imagem por meio dos seus nomes de usuários na rede; a novidade ampliou o poder de interatividade entre os membros da comunidade.

Outra funcionalidade que costuma encantar os usuários é a aplicação de filtros que mudam os tons das imagens, emprestando ares nostálgicos às mesmas, fazendo referência a filmes fotográficos analógicos. É possível ainda tornar determinadas áreas embaçadas, evidenciando pontos de nitidez, manipulando, assim, as cenas conforme as preferências do usuário. Aspectos como brilho, contraste e saturação também são ajustáveis.

Cada usuário mantém seu perfil na rede, onde publica em ordem cronológica suas fotos. Os perfis podem ser públicos ou de acesso restrito, opção que dá ao usuário o controle de quem pode ver suas publicações, os chamados seguidores. Cada usuário tem os seus

seguidores e, por sua vez, também escolhe quem deseja seguir – são as fotos destes que aparecem em sua *timeline* ou *home*, também em ordem cronológica.



Figura 5 – Câmera do Instagram: na primeira imagem, vê-se como é a câmera do aplicativo na hora de fotografar, com as opções dos filtros disponíveis.

Fonte: Instagram

Como em outros sites de rede social, é comum usar *hashtags*, palavras ou expressões precedidas do sinal # que podem ser rastreadas nas redes. Conforme Recuero (2009, p. 127), uma *hashtag* pode ser “um indicador de assunto”, e é usada por quem quer tornar sua mensagem parte de uma narrativa coletiva e facilitar o acesso a essa informação para quem procura determinado tópico.

Segundo Fábio Malini e Henrique Antoun (2013), por meio de *hashtags*, é possível ainda exprimir um desejo de pertencimento a uma comunidade. Em geral, as *hashtags* estão relacionadas às imagens, mas nem sempre, já que um usuário pode escrever uma *hashtag* apenas porque ela é popular, ou seja, está entre as mais buscadas e mais usadas por outros usuários, mesmo que não tenha nada a ver com o assunto da mensagem a que se refere, seja uma foto, como no caso do Instagram, seja uma publicação de texto, como em outros sites de rede social.

O Instagram é propagandeado pelos seus criadores como um meio de “tirar fotos e torná-las bonitas”<sup>15</sup>. Segundo um dos idealizadores do aplicativo, Kevin Systrom, os três pilares do aplicativo são velocidade (no sentido de instantaneidade), simplicidade e beleza. A intenção dos criadores foi rapidamente assimilada pelos membros da comunidade Instagram, assim como por colunistas e blogueiros da área de tecnologia. Daisy Buchanan, colunista do jornal inglês *The Guardian*, escreveu que se apaixonou pelo recurso de filtros do Instagram, “que faz a luz solar parecer mais brilhante, o céu mais sombrio, e o café da manhã mais gostoso”<sup>16</sup> e definiu o aplicativo como uma forma de escapar da realidade. Ao seu encontro, o blogueiro brasileiro Alexandre Matias, do jornal *O Estado de São Paulo*, destacou a simplicidade dos recursos e a capacidade do Instagram de desconectar as pessoas de uma realidade pessimista e do presente noticioso<sup>17</sup>.

No Instagram, os momentos selecionados para serem compartilhados são uma versão melhor acabada do momento real, como ressalta a blogueira do *New York Times* Jenna Worthan. Ao comentar o lançamento da ferramenta de vídeos do aplicativo, ela se mostrou insatisfeita com a novidade porque, ao contrário das fotografias, as imagens em movimento, geralmente tremidas, não resultavam nas versões do jeito que ela gostaria de lembrar ou compartilhar com os amigos. Ela explica sua decepção:

O Instagram não é sobre a realidade – é sobre uma fantasia bem trabalhada, um carretel de destaques de sua vida, que mostra versões de si mesmo que você quer lembrar e colocar em exposição em uma caixa de vidro para outras pessoas darem uma olhada e admirar”<sup>18</sup>.

Entendemos o aplicativo como uma rede social segundo o conceito de “site de rede social” definido por Boyd e Ellison (apud RECUERO, 2011). Em resumo, os autores definem os “sites de rede social” como sistemas que permitem a construção de uma persona, a

<sup>15</sup> Segundo fala de Kevin Systrom, um dos idealizadores do Instagram, no evento de lançamento da ferramenta de vídeo do aplicativo, disponível em: <<http://new.livestream.com/accounts/4371393/events/2174163>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

<sup>16</sup> Tradução livre da autora para “I loved the filter feature, which made sunlight appear brighter, the sky look moodier and breakfast seem tastier”. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/apr/29/instagram-facebook-photo-sharing-site>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

<sup>17</sup> Disponível em: < <http://blogs.estadao.com.br/alexandre-matias/2012/08/26/consideracoes-sobre-meu-novo-brinquedo-favorito-o-instagram/>> Acesso em: 16 nov. 2013.

<sup>18</sup> Tradução livre da autora para “That’s because Instagram isn’t about reality – it’s about a well-crafted fantasy, a highlights reel of your life that shows off versions of yourself that you want to remember and put on display in a glass case for other people to admire and browse through”. Disponível em: <<http://bits.blogs.nytimes.com/2013/06/24/digital-diary-instagram-video-and-death-of-fantasy/>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

interação entre os usuários e a exposição pública de cada ator. Todas essas características são encontradas no Instagram.

O aplicativo tem ainda a peculiaridade de privilegiar as informações georreferenciadas com um recurso que permite, por meio do GPS do celular ou do *tablet*, localizar em uma mapa determinada imagem. Por exemplo, uma foto tirada em um parque pode apresentar publicamente a informação das coordenadas geográficas do mesmo. Pelo GPS do celular, é possível identificar os locais exatos onde as fotos ou vídeos foram feitos, e o aplicativo ainda oferece o mapa das imagens, pelo qual é possível ter uma visão global das imagens de cada usuário pelos pontos a que se referem ou ainda selecionar um ponto e ver todas as imagens públicas ali relacionadas.



Figura 6 – O tempo no Instagram: Na reprodução da tela de celular, vê-se a indicação de tempo transcorrido, no canto superior direito, no caso, 2 dias (2d)

Fonte: Instagram

Em relação à temporalidade, são oferecidas diferentes referências para cada imagem. (HOCHMAN; MANOVICH, 2013). Os autores chamam a atenção para três possibilidades: o tempo exato em que a imagem foi registrada, o tempo exibido no momento em que alguém vê a foto e indica o período que passou desde o seu registro (25 minutos atrás, um dia atrás, uma semana atrás...), e o tempo evocado pelos filtros que possibilitam simular estéticas de outras épocas. Cabe observar que fotos registradas por outros dispositivos, como câmeras fotográficas, também podem ser publicadas no Instagram, mas requerem um processo

diferenciado: é preciso importar as imagens para dentro do *smartphone* antes de compartilhá-las pelo aplicativo. Isso significa que também é possível publicar fotos que foram tiradas em outros momentos, não apenas em tempo real.

Essa relação de espaço e tempo sugere que o primeiro seja privilegiado em relação ao segundo no Instagram. Outra evidência que põe em destaque o espaço são os perfis de comunidades criados em torno de lugares, em especial de cidades. São 32 relacionados a Estados e cidades brasileiros, além das contas internacionais. Esses perfis são administrados por uma ou mais pessoas e compartilham fotos tiradas por membros da comunidade, além de promoverem encontros presenciais entre os usuários.

A relação com a cidade foi o que inspirou o publicitário brasileiro Bruno Ribeiro a criar o projeto *Instagram da vida real*. Ribeiro, que vive na Europa, espalhou pelas ruas de Londres peças de papelão e papel celofane que simulam a interface do Instagram, conforme vemos na Figura 7, reproduzida abaixo.



Figura 7 – Instagram na vida real  
Fonte: <http://reallifeinstagram.com/>

No site do projeto<sup>19</sup>, ele publica imagens das intervenções, muitas das quais mostram as peças sendo fotografadas por pedestres que, na mesma lógica que identificamos entre os usuários do Instagram, circulam pelas ruas e param para registrar cenas que chamam sua

<sup>19</sup> Disponível em: < <http://reallifeinstagram.com>>. Acesso em: 7 set. 2014.

atenção nos espaços urbanos. Em reportagem ao portal de notícias Terra<sup>20</sup>, o publicitário Bruno Ribeiro afirma que o aplicativo mudou a relação das pessoas com a fotografia, levando esta para o cotidiano dos seus usuários e fazendo-os prestar atenção em detalhes de suas rotinas. É uma forma interessante de ver o aplicativo.

Outra maneira de enxergar o Instagram é como uma tecnologia do imaginário, noção que, conforme explicamos no capítulo 2, dá conta das tecnologias que contribuem para reinventar a aura da pós-modernidade (SILVA, 2012). Por meio das imagens nele compartilhadas, acreditamos que o aplicativo pode refletir o imaginário coletivo ao mesmo tempo em que ajuda a abastecer o repertório de representações que são fonte para que se crie a atmosfera sobre um determinado tema, como uma cidade, que é o caso do presente trabalho.

Por tudo o que foi explicitado até aqui, entendemos o Instagram como uma tecnologia do imaginário que funciona como uma rede social *online* voltada exclusivamente ao compartilhamento de imagens, que privilegia informações georreferenciais e permite interação entre seus usuários e publicização das informações narradas por cada perfil.

Depois de introduzir o aplicativo Instagram e todo o ambiente em rede em que ele se insere, vamos apresentar, a seguir, a cidade de Porto Alegre e um pouco de como ela vem sendo representada e imaginada ao longo dos anos.

---

<sup>20</sup>De acordo com reportagem disponível em < <http://tecnologia.terra.com.br/internet/brasileiro-cria-instagram-da-vida-real-pelas-ruas-da-inglaterra,11882ca6c4c42410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>>. Acesso em: 7 set. 2014.

## 5 IMAGENS E IMAGINÁRIOS DE PORTO ALEGRE

A capital mais arborizada, o mais lindo pôr do sol, as mais belas mulheres. Não é de hoje que os superlativos são recorrentes no imaginário de Porto Alegre. Em 1861, a cidade já havia sido considerada por Von Tschudi, um viajante, como “a mais simpática e a mais agradável entre todas as capitais de província brasileiras” (NOAL FILHO, 2004, p. 8). De onde vêm essas imagens de Porto Alegre? Este capítulo buscará resgatar algumas das representações que estão por trás desse imaginário para que possamos, na sequência, iniciar a análise das imagens relacionadas à cidade no Instagram.

Como vimos nos capítulos anteriores, estão na fonte dos imaginários sociais as produções midiáticas e as representações artísticas (como músicas, pinturas e a fotografia, nosso foco de interesse) entrecruzados com as experiências e subjetividades dos indivíduos. Para Santos (1998), a fotografia do período republicano esteve diretamente ligada à constituição do imaginário social. As fotos de Porto Alegre nesse período contagiaram o imaginário da população e dos seus governantes com o ideal de progresso modernista. “Os fotógrafos eram, nesta medida, responsáveis pela construção de *ideias-imagens* da cidade e da sociedade” (SANTOS, 1998, p. 34).

No século XIX, os primeiros fotógrafos profissionais de Porto Alegre captaram predominantemente, além dos retratos de gente importante da elite, as áreas urbanas da cidade. O primeiro deles teria sido Luiz Terragno, italiano que chegou à cidade em 1853 (ALVES, 1998). Pouco conhecido do público geral, Terragno fotografou Porto Alegre com daguerreótipo, máquina que não permitia cópias, portanto, não se conhecem fotografias desse período. Mas sabe-se que, com outra câmera, ele fez imagens em três dimensões da cidade, como um registro da Praça da Harmonia<sup>21</sup>, cujas primeiras árvores foram plantadas em 1865.

Depois de Terragno, Porto Alegre recebeu, provavelmente em 1871, a família italiana Ferrari (ALVES, 1998). O pai, Rafael, e, posteriormente, sua esposa e os filhos Carlos e Jacinto se dedicaram à atividade fotográfica. Em 1889, depois de Rafael já aposentado, os irmãos Ferrari lançaram as coleções de vistas da cidade, vendidas por assinaturas. O centro de Porto Alegre é cenário para quase todas as suas fotografias, com muitas vistas do litoral norte do Guaíba, em panorâmicas feitas das ilhas. À época, a cidade já estava “quase saturada” de fotógrafos, com cerca de 20 profissionais estabelecidos (ALVES, 1998, p. 11). Era comum os

---

<sup>21</sup>Atual Praça Brigadeiro Sampaio, localizada no Centro Histórico, entre as ruas dos Andradas, General Portinho, Siqueira Campos e pista da Primeira Perimetral.

fotógrafos se associarem a pintores, que coloriam as imagens fotográficas, originalmente em preto e branco.

Anos depois, outro fotógrafo italiano chegou à capital gaúcha, provavelmente em 1885. Virgílio Calegari diversificaria as temáticas fotografadas de Porto Alegre e expandiria os limites dos cenários registrados. Embora tenha ficado conhecido pelos retratos de personalidades famosas da sociedade porto-alegrense, as vistas urbanas eram a sua “verdadeira menina dos olhos” (SANTOS, 1998, p. 31).

No livro intitulado *Porto Alegre*, publicado já no início do século XX, encontra-se uma diversidade maior de temas do que nos fascículos dos irmãos Ferrari, provavelmente um reflexo de crescimento e complexificação da cidade (ETCHEVERRY, 2007). Indo um pouco além da concentração da área central da cidade e seus edifícios públicos, Calegari fotografou também arredores de Porto Alegre, além de espaços de lazer e esportes, como o hipódromo e o velódromo.

Cabe citar ainda um fotógrafo que deixou registros bastante autorais da Porto Alegre da virada do século XIX para o XX. Luiz Nascimento Ramos assinava suas fotografias sob o pseudônimo Lunara. Nascido em Porto Alegre, era fotógrafo amador, por isso, fazia suas fotos nos finais de semana, o que certamente influenciou nas temáticas capturadas, como piqueniques, pescarias, rodas de chimarrão e outras cenas de lazer (ALVES, 1998).

Lunara se retirava para paisagens da periferia de Porto Alegre e destacava, em suas imagens, a natureza da região – não há fotos de edifícios, ruas ou praças públicas em seus registros (ALVES, 1998). As cenas bucólicas de Lunara são raridade entre os registros da época, nos quais predominavam as grandes obras públicas e as cenas urbanas que ilustravam a modernização da cidade.

Os álbuns fotográficos com vistas da cidade seguiram sendo editados no século XX. Em 1941, foi lançada a obra *Porto Alegre: Biografia da Cidade*, com duas séries de fotografias, uma com imagens de 1890 a 1910, e outra com registros das décadas de 1930 e 1940. Uma das seções referente ao século XIX apresenta fotos de Calegari e outros, destacando eventos sociais da elite, o trabalho, os meios de transporte e alguns aspectos pitorescos da cidade (MONTEIRO, 2012). Em outra parte do livro, tem-se imagens de grandes prédios públicos, igrejas e praças da cidade “apontando para uma visão oficial, turística, higienista e pitoresca da cidade” (2012, p. 17).

Nos anos 1950, as fotorreportagens da Revista do Globo seguiam a tendência de representar a cidade pelo espaço urbano, destacando as áreas centrais em detrimento da periferia, como uma metonímia, tomando a parte pelo todo (MONTEIRO, 2012).

As fotorreportagens testemunhavam a expansão e o progresso de Porto Alegre, introduzindo na imprensa problemas sociais decorrentes desse processo (MONTEIRO, 2012). Cabe citar ainda o crescimento da assessoria de imprensa e do serviço fotográfico do Palácio Piratini na segunda metade dos anos 1950, o que aumentou o número de fotografias das ações dos governadores e secretários de Estado. Alguns fotógrafos da Revista do Globo trabalhavam simultaneamente para órgãos públicos (MONTEIRO, 2012).

Tais imagens foram contribuindo para a formação do imaginário da cidade. Na busca por essa atmosfera em torno de Porto Alegre, um grupo de pesquisadores, coordenados por Nilda Jacks, resgatou as representações dos cidadãos porto-alegrenses sobre a cidade ao longo dos anos, considerando as que circulam nos meios de comunicação e entrecruzando com dados de órgãos oficiais da capital gaúcha, sua história e a relação dos habitantes com a cidade, suas práticas e deslocamentos, evidenciados por meio de enquete. O resultado é o livro *Porto Alegre imaginada*, publicado em 2012 e que faz parte do projeto Imaginários Urbanos, dirigido pelo pesquisador colombiano Armando Silva.

Entre os emblemas urbanos registrado nesse trabalho, estão o Guaíba, o pôr do sol e o Centro Histórico. Os dois primeiros geralmente aparecem juntos devido à peculiaridade geográfica da cidade, voltada para o oeste, o que faz com que seja “um dos poucos lugares no Brasil em que é possível ver o Sol deitar-se em grandes massas d’água” (JACKS, 2012, p. 118). O entardecer porto-alegrense é exaltado no hino da cidade, em cartões-postais, em material publicitário e outras produções midiáticas, e foi escolhido por 61% dos entrevistados como o momento que mais identifica a cidade na enquete realizada pela pesquisa *Porto Alegre Imaginada*.

Em 1991, em uma votação popular promovida pelo Grupo RBS de comunicação e pelo Banco Itaú que escolheria o símbolo de Porto Alegre, o pôr do sol ficou em segundo lugar, antecedido pelo Laçador, uma estátua de bronze com 4,45 metros de altura que representa o gaúcho tradicionalista, pilchado, na figura de Paixão Cortes, que serviu de modelo para o artista Antônio Carangi. O pôr do sol foi o favorito durante quase toda a campanha, que durou 45 dias, e obteve 129.123 votos (23,5%), enquanto o monumento recebeu 175.953 (32,1%) (MADALENO, 1991).

Ao final, a imprensa foi acusada de ter sido “capitaneada pelos tradicionalistas” e induzido o resultado (JACKS, 2012, p. 132). No ano seguinte, o Laçador obteve reconhecimento oficial da Câmara Municipal símbolo da cidade, por meio da Lei Complementar 279/92, mas o Executivo só a regulamentou em 1999.

Desde 2007, o monumento encontra-se em novo local, no principal acesso à cidade, próximo ao Aeroporto Internacional Salgado Filho. Enquanto o Laçador localiza-se em uma área mais identificada como de circulação, o pôr do sol está associado a pontos turísticos e de lazer da cidade, como a orla do Guaíba, desde o ponto central – Usina do Gasômetro – até as praias da zona sul da cidade. Não é raro encontrá-lo em peças publicitárias que circulam nos jornais locais, em especial, no aniversário de Porto Alegre, 26 de março, dia que marca a fundação da Freguesia de São Francisco do Porto dos Casais e a demarcação de terras, em 1772. Um desses anúncios chamava a atenção nas páginas do jornal Zero Hora, na edição de 26 de março de 2013. A peça era da agência de publicidade DM9 Sul e trazia 37 fotografias de pôr do sol retiradas dos perfis de Instagram de funcionários da agência com o seguinte texto:

Quando decidimos criar um anúncio para homenagear Porto Alegre, percebemos que cada um na agência já tinha feito a sua parte. Todo dia Porto Alegre nos dá de presente esta vista. E todo dia alguém retribui fotografando este presente. Uma homenagem para a cidade que recebeu a DM9Sul de braços e céu abertos. Se você quiser conhecer a vista e o nosso trabalho, é só aparecer no fim do dia. #DM9SOL.



Figura 8 – Anúncio DM9Sul  
Fonte: Reprodução jornal Zero Hora

Naquela edição de 2013, dos 15 anúncios em homenagem à capital gaúcha presentes no caderno principal do jornal, cinco apresentavam o pôr do sol e apenas um exibia o Laçador<sup>22</sup>. No ano seguinte, a edição do dia 26 de março tinha 15 anúncios referentes ao

<sup>22</sup>Conforme levantamento da autora.

aniversário de Porto Alegre, 10 continham alguma referência visual ao pôr do sol e novamente apenas um apresentava o Laçador. A orla do Guaíba foi bastante representada em ambas as edições, e apareciam outros emblemas da cidade, como o chimarrão, o churrasco, os parques e alguns pontos turísticos da área central, como o Theatro São Pedro, o Viaduto Otávio Rocha e a Usina do Gasômetro.

No livro *Porto Alegre imaginada*, o Centro Histórico aparece em uma relação paradoxal com os habitantes da cidade. A região apresenta “riqueza arquitetônica, com alto poder simbólico” mas foi a menos citada pelos respondentes da enquete quando questionados sobre lugares para visitar e foi considerada perigosa, suja e triste (JACKS, 2012, p. 119).

A própria cidade é percebida pelos seus habitantes como perigosa. Ao responderem à questão “como percebe Porto Alegre?”, 38% dos respondentes afirmou “perigosa”; 32%, “dinâmica/vital”; e 14%, “pacata” (JACKS, 2012, p. 149). Na pergunta sobre “que cor mais identifica Porto Alegre?”, o “azul” ficou com 29% dos votos; o “verde” com 26%, e o “vermelho” com 11%. Os autores do livro esperavam que a cor associada à cidade fosse o alaranjado ou o amarelo em função do pôr do sol ou o entardecer terem aparecido em outros momentos da enquete e em grande parte das representações midiáticas da cidade.

De toda forma, o verde não deveria surpreender, já que a cidade exalta suas praças e parques públicos e se orgulha de ser uma das capitais brasileiras mais arborizadas, sendo conhecida como a “cidade das árvores”<sup>23</sup>. Além disso, o movimento ecológico é uma causa cara aos porto-alegrenses e tem seu marco inicial em fevereiro de 1975, quando um universitário impediu o corte de uma árvore que daria lugar a um viaduto (JACKS, 2012).

Por essas e outras iniciativas de seus cidadãos, a cidade é considerada a capital nacional da ecologia, tendo como grande nome o do engenheiro agrônomo José Lutzemberger, que ajudou a criar a primeira entidade ambientalista do país, a Associação de Proteção ao Ambiente Natural (AGAPAN), o que influenciou na criação da primeira Secretaria Municipal do Meio Ambiente do país em 1976. (JACKS, 2012, p. 145-146)

O azul e o vermelho nos remetem a outro emblema urbano, a divisão entre gremistas e colorados, as duas grandes torcidas de futebol da capital; conseqüentemente, pensamos em outras características marcantes do imaginário de Porto Alegre, as polarizações das opiniões e a politização da população.

Seríamos diametralmente opostos aos mineiros, reconhecidos pela sua capacidade de evitar o confronto e serem grandes conciliadores, especialmente na cena política.

<sup>23</sup>Conforme a Cartilha de Arborização Urbana da Secretaria Municipal do Meio Ambiente de Porto Alegre, 2002.

Segundo Ruben Oliven, na citada matéria “Do contra”, a polarização vem de muito longe: “entre monarquistas e republicanos, depois foi entre republicanos e federalistas, depois entre PTB e anti-PTB, PT e anti-PT. Em sendo polarizado é lógico que boa parte das coisas se politiza (apud Brust, ZH, 21/01/2009). (JACKS, 2012, p. 137)

A fama de eleitorado “mais politizado do país” seria explicada pela maturidade política da população, composta por mais de um milhão de eleitores, e também pela “conhecida falta de modéstia” do porto-alegrense (JACKS, 2012, p. 139).

Todos os superlativos a que nos referimos já viraram motivo de piada no restante do país. Para citar apenas um exemplo recente, em uma seção de humor, a revista nacional *Piauí*, por ocasião da Copa do Mundo realizada no Brasil em 2014, publicou um guia das cidades-sedes do evento mundial, o *The Tourist Herald*. Na seção, Porto Alegre é assim descrita: “Maior e mais importante região autônoma do mundo. Porto Alegre possui, segundo cientistas locais, o povo mais bonito, simpático e politicamente esclarecido desde a Magna Grécia” (RIBAMAR, 2014). Na mesma publicação, estão recomendados os seguintes pontos a se visitar: “o pôr do sol mais bonito do mundo”, “o parque mais arborizado do mundo” (o Parque Farroupilha, conhecido também como Redenção), “o estádio mais imponente do mundo”, e “a rua mais bonita do mundo”, referência a rua Gonçalo de Carvalho, que teria sido, segundo o jocoso almanaque, “decretada Patrimônio Histórico, Cultural, Político, Ecológico e Ambiental pela seção gaúcha da ONU em junho de 2006”. A verdade é que a rua em questão, conhecida como túnel verde devido às mais de cem árvores plantadas ao longo de 500 metros de calçadas, foi tombada patrimônio local em 2006 e ganhou fama de “mais bonita do mundo” em 2011 (JACKS, 2012, p. 163).

Apesar do tom de brincadeira do almanaque da *Piauí*, não é descabido compará-lo com o *Guia Porto Alegre no Mundial 2014*, publicado pela prefeitura municipal de Porto Alegre. Também estão lá o Parque Farroupilha, o pôr do sol e, obviamente, o estádio Beira-Rio, que recebeu jogos da Copa do Mundo. São recomendados como áreas turísticas o Centro Histórico, os bairros Cidade Baixa, Bom Fim e Farroupilha e Moinhos de Vento, a zona sul, a orla do Guaíba e os Caminhos Rurais, rota turística pouco conhecida, inclusive pelos moradores da cidade.

Os superlativos também estão no guia oficial: Porto Alegre é citada como a “Capital mais europeia do Brasil”; o Theatro São Pedro é descrito como uma das casas de espetáculos “mais belas do país”; um fim de semana no Parque Moinhos de Vento, conhecido como Parcão, localizado em um dos bairros mais nobres da capital, “é sinônimo de muita gente bonita”; e o pôr do sol é apresentado como “inconfundível”.

Possíveis exageros à parte, as belezas da cidade inspiraram diversas músicas produzidas em Porto Alegre, que ressaltam temáticas como o porto, o pôr do sol, as ruas, bairros e parques, mas deixam de lado as mulheres porto-alegrenses, que seriam, de acordo com o imaginário nacional, as mais belas do país, ao lado das outras gaúchas (JACKS, 2012). Apesar das Miss Brasil gaúchas, entre elas a porto-alegrense Ieda Maria Vargas, que chegou a Miss Universo, “nunca tivemos uma 'Garota de Ipanema' que cantasse ao Brasil – e ao mundo – as belezas das mulheres da terra, como o fizeram Tom Jobim e Vinicius de Moraes” (JACKS, 2012, p. 130). Ainda assim, o imaginário das “mais belas mulheres” persiste em produções midiáticas, como em peças publicitárias que homenageiam a cidade em seu aniversário.

É claro que o imaginário e as representações da cidade não são feitos só de coisas belas. Os meios de comunicação noticiam a cidade com atributos como “perigosa”, “insegura” e “suja”, embora a TV também a mostre como “alegre” (JACKS, 2012, p. 195-196). Segundo Jacks et al (2012), na imprensa, Porto Alegre é mostrada em seus contrastes, ora “hospitaleira” e “sociável”, ora “empobrecida” e “violenta”, “com muitos moradores de rua” (JACKS, 2012, p. 196). No cinema, vemos uma Porto Alegre urbana e outras ambiguidades da cidade, como os contrastes entre as características de metrópole e de cidade interiorana, ou entre “a cidade diurna – com uma população que faz uso de seus espaços abertos – e a cidade noturna – associada à tristeza, solidão e marginalidade” (JACKS, 2012, p. 196-197). E os postais, em geral, exibem uma cidade “ordenada e harmonizada” (JACKS, 2012, p. 196), e destacam a arquitetura e os monumentos, em especial os localizados em áreas centrais.

Uma cidade também se conhece pelo seu calendário. Porto Alegre tem uma programação oficial de festas religiosas e eventos culturais bastante tradicionais. O ano se inicia com o Réveillon na Usina do Gasômetro; logo depois, em 2 de fevereiro, tem a Festa de Nossa Senhora dos Navegantes, a maior festa religiosa da cidade, quando também é celebrada Iemanjá. O Carnaval porto-alegrense é marcado pelo desfile de escolas de samba e outras programações pré-carnaval. De 1º a 20 de setembro, ocorre o Acampamento Farroupilha, um evento que reúne entidades tradicionalistas em um mesmo local para exaltar as tradições gaúchas, desde a culinária típica até a história do Rio Grande do Sul, em especial, a Guerra dos Farrapos, revolução regional de caráter republicano que lutou contra o governo imperial brasileiro. Grandes eventos culturais ocorrem no segundo semestre, como o Porto Alegre em Cena, que conta com a presença de grupos de teatro nacionais e internacionais; a Feira do Livro, que completou 60 anos em 2014; e a Bienal do Mercosul, cuja 10ª edição ocorrerá em

2015. Não podemos deixar de citar o Fórum Social Mundial, com quatro edições realizadas em Porto Alegre (2000, 2001, 2002 e 2004) e que, apesar de não fazer mais parte do calendário da cidade, deu destaque internacional à mesma no início deste século e, juntamente com a criação do Orçamento Participativo<sup>24</sup>, provavelmente contribuiu para o imaginário de uma cidade politizada.

Nos últimos anos, eventos ao ar livre têm sido organizados pela comunidade e convidam seus moradores a ocupar os espaços públicos<sup>25</sup>. Muitos ocorrem à noite com o propósito de chamar a atenção para questões como iluminação e segurança pública. Divulgados por meio de redes sociais *online*, em especial o Facebook, tais programações não são exclusividade da capital gaúcha, pelo contrário, parecem fazer parte de uma onda de ocupações de espaços públicos, seja para clamar por uma “cidadania noturna”<sup>26</sup>, seja para reivindicar direitos básicos e protestar contra decisões governamentais, como as manifestações populares de 2013 que se iniciaram como resposta ao aumento da tarifa do transporte público em Porto Alegre. Tais movimentos sociais no Brasil foram descritos por Manuel Castells, em pós-fácio à edição brasileira de *Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet* (2012), na mesma linha das mobilizações anteriores no Egito (Primavera Árabe), nos Estados Unidos (Occupy Wall Street), entre outras, que ele denomina de *movimentos em rede*.

---

<sup>24</sup>Instrumento de participação popular em decisões governamentais que foi instituído em 1989 e é referência mundial. Disponível em: <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?p\\_secao=1](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?p_secao=1)>. Acesso em: 14 dez. 2014.

<sup>25</sup>Em setembro de 2012, foi realizada a segunda edição do Piquenique Noturno, no Parque Moinhos de Vento; no ano seguinte, houve pelo menos mais uma edição do evento. Em abril de 2013, foi exibido o documentário Occupy Love na Praça da Matriz; e em junho de 2013, mais uma edição da Serenata Iluminada na Redenção (Parque Farroupilha). Ao longo de 2013 e 2014, houve novas edições da serenata e programação diversa ao ar livre promovida pela Associação de Comerciantes do Bairro Cidade Baixa, o Cidade em Alta. As referências sobre os eventos estão disponíveis em:

-<<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2013/04/sessao-do-documentario-occupy-love-reune-centenas-de-pessoas-na-praca-da-matriz-4106230.html>>

-<<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/06/serenata-iluminada-reune-milhares-na-redencao-em-porto-alegre.html>>

-<<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/noticia/2012/09/piquenique-noturno-volta-a-pedir-mais-iluminacao-e-seguranca-no-parcao-3872520.html>>

-<<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2014/08/serenata-iluminada-ocupa-o-cais-maua-no-centro-de-porto-alegre.html>>

-<<https://catracalivre.com.br/porto-alegre/ar-livre/barato/sabado-tem-picnic-solidario-no-museu-joaquim-felizardo/>> Acesso: 14 dez. 2014.

<sup>26</sup>Em São Paulo, o grupo interdisciplinar CoLaboratório e da Secretaria e da Secretaria Municipal da Cultura lançou o Manifesto da Noite, resultado das trocas de experiências realizadas no Seminário da Noite, onde setores da noite urbana refletiram sobre a noite nas cidades e suas implicações econômicas, sociais e culturais. O documento “procura criar novas possibilidades de convivência social, abrindo caminhos para uma cidade criativa e sustentável 24 horas por dia”. Disponível em: <[http://colaboratorio.art.br/downloads/manifesto\\_da\\_noite.pdf](http://colaboratorio.art.br/downloads/manifesto_da_noite.pdf)>. Acesso em: 14 dez. 2014.

Aconteceu também no Brasil. Sem que ninguém esperasse. Sem líderes. Sem partidos nem sindicatos em sua organização. Sem apoio da mídia. Espontaneamente. Um grito de indignação contra o aumento do preço dos transportes que se difundiu pelas redes sociais e foi se transformando no projeto de esperança de uma vida melhor, por meio da ocupação das ruas em manifestações que reuniram multidões em mais de 350 cidades. (...) Mas também disseram: “Não são os centavos, são nossos direitos.” Porque, como todos os outros movimentos do mundo, ao lado de reivindicações concretas, que logo se ampliaram para educação, saúde, condições de vida, o fundamental foi – e é – a defesa da dignidade de cada um (CASTELLS, 2012).

Não ignoramos as diferenças entre eventos como as manifestações pelo passe livre que tomaram as ruas de Porto Alegre em 2013 e eventos como a Serenata Iluminada. Os primeiros têm caráter político mais evidente e compartilhado praticamente por todos participantes, independentemente dos objetivos que levaram cada um às ruas – para Castells (2012), “a maioria das pessoas nele ingressa com seus próprios objetivos e motivações, vindo a descobrir denominadores comuns na prática do próprio movimento”. Os últimos são programações que, apesar de uma eventual motivação política de seus organizadores, (reivindicar um espaço público de segurança, por exemplo), têm um propósito de confraternização e lazer. De toda forma, o que nos interessa são suas semelhanças, como a retomada de espaços públicos e a mobilização realizada com a ajuda das redes sociais *online*, que colocam Porto Alegre no mesmo patamar de outras grandes cidades.

Como se vê, Porto Alegre se encaixa nos cenários descritos nos capítulos anteriores de cidades globais – com problemas sociais característicos das metrópoles –, assim como de cibercidades, imersa na lógica das sociedades em rede. Uma cidade marcada pela imigração de diferentes povos na sua fundação e nos anos que se seguiram e que hoje acompanha as transformações urbanas e tecnológicas no mundo, tornando impossível a tarefa de compreendê-la em sua totalidade, “pois já não há um único centro, nem espaços comuns capazes de representar sua diversidade interna” (JACKS, 2012, p. 204).

Nossa tentativa neste capítulo foi resgatar fatos e características importantes de suas representações visuais e midiáticas antes de iniciarmos nossa análise das imagens de Porto Alegre e as informações que as circundam no aplicativo Instagram em busca de indícios do imaginário contemporâneo porto-alegrense. A seguir, descreveremos nossos processos metodológicos e, na sequência, apresentaremos nossa análise.

## 6 UM OLHAR METODOLÓGICO PARA O IMAGINÁRIO

Como Silva (2011), acreditamos que a metodologia deriva do referencial teórico – e este, do objeto de estudo.

Método “é caminho que se faz caminhando” (MORIN apud SILVA, 2012, p. 74). Assim iniciamos nossa caminhada na presente pesquisa, observando o aplicativo Instagram a fim de “construí-lo dentro de um sistema de relações e de conceitos teóricos” (MARRE, 1991, p. 4). Momento em que rompemos com o senso comum colocando o objeto em contato com um ponto de vista teórico.

Diferentemente de uma simples observação, olhamos para o aplicativo com o intuito de ir além das primeiras impressões sobre esta rede social. Conseguimos então colocá-la dentro de um quadro de referências avançando para um novo ponto de vista e chegamos a uma definição provisória, como diz Marre (1991), de que se trata, como vimos nos capítulos anteriores, de uma tecnologia do imaginário que funciona como uma rede social *online* voltada exclusivamente para o compartilhamento de imagens inserida, conforme Maffesoli, em um contexto pós-moderno de reencantamento do mundo e valorização da imagem e laços sociais, no qual, de acordo com Santaella (2013), a fotografia se mostra também em um novo momento, de compartilhamento potencializado pelos espaços multidimensionais.

Nessa caminhada inicial, encontramos na sociologia compreensiva de Maffesoli (2010) premissas que nos parecem adequadas para nortear a presente análise e assim optamos por esse olhar metodológico. Foi a partir do desejo de investigar o imaginário da cidade de Porto Alegre no aplicativo Instagram – originado de nossas experiências pessoais com essa rede social e das referências teóricas a que chegamos – que percebemos que somente uma metodologia aberta seria capaz de dar conta da aparente riqueza dos dados ali manifestados.

Considerando o Instagram como uma nova tecnologia do imaginário inserida no contexto pós-moderno de saturação das grandes narrativas, acreditamos que o observador que deseja investigar o imaginário que emerge do aplicativo poderá seguir os pressupostos da sociologia compreensiva. Neste novo cenário de profusão dos pequenos relatos e retorno ao cotidiano, Michel Maffesoli, em *O conhecimento comum*, defende que se adote um novo olhar, uma nova forma de pensar, uma “atitude alternativa mais apta a acercar-se da vida de todos os dias” (MAFFESOLI, 2010, p. 61).

O primeiro dos pressupostos da sociologia compreensiva que gostaríamos de ressaltar diz respeito à postura do observador. Maffesoli propõe um pensamento libertário. Para tanto, é

preciso liberar-se das intolerâncias e do conformismo do “mundinho intelectual” conforme Maffesoli (2010, p. 46) e suas mais diversas escolas. Para ele, “é inútil continuar a se refugiar em uma fortaleza de objetividade” (MAFFESOLI, 2010, p. 48). Por isso, defende que o observador interaja com seu objeto de estudo, sem forçosamente ser participante ou ator (MAFFESOLI, 2010, p. 48-49). O pesquisador – e aqui nos identificamos – é parte integrante e interessada naquilo que deseja investigar (MAFFESOLI, 2010, p. 49).

Há convivência, às vezes, cumplicidade; diríamos mesmo que se trata de empatia (*al. Einfühlung*). Talvez seja isto o que constitui a especificidade de nossa disciplina. A compreensão envolve generosidade de espírito, proximidade, 'correspondência'. É justamente porque, de certo modo, 'somos parte disso tudo' que podemos apreender, ou pressentir, as sutilezas, os matizes, as discontinuidades desta ou daquela situação social.

Como estamos interessados em descrever essas cenas, não usaremos juízo de valor para classificar as imagens ou o uso da ferramenta, uma das premissas da sociologia compreensiva, que, como carrega no nome, propõe uma atitude generosa, compreensiva do observador em relação ao objeto analisado. Essa metodologia está mais interessada em descrever o vivido em oposição ao dualismo esquemático da sociologia positivista. Tal crítica é mais um pressuposto da sociologia compreensiva. Conforme Maffesoli (2010, p. 69-71), com essa postura, não teremos a pretensão de dizer como o usuário deve usar o aplicativo, mas dar conta do pluralismo e da polissemia dos fatos sociais e societários ali manifestados. Para tanto, é preciso ter instrumentos “flexíveis e moventes” (MAFFESOLI, 2010, p. 60), dos quais falaremos em seguida.

Ainda em oposição à lógica utilitarista, Maffesoli (2010) propõe uma atitude, além de generosa, relativista. Para compreender a “organização complexa das pessoas e das coisas” é interessante adotar a postura da doura ignorância (MAFFESOLI, 2010, p. 88). No momento em que o pesquisador já se libertou da rigidez das amarras positivistas, está claro para ele que não há uma verdade absoluta. Portanto, conforme Maffesoli (2010, p. 88) para que ele enxergue a pluralidade e riqueza no objeto estudado, é preciso um ceticismo metodológico, que, por relativizar, não descarta de antemão nenhuma resposta. Nessa lógica, a pesquisa se torna muito mais uma reflexão que propõe questões e leva a pensar do que um estudo que serve a alguma coisa (MAFFESOLI, 2010, p. 88).

Outro pressuposto da sociologia compreensiva que cabe aqui citar é o formismo. Nas palavras de Maffesoli (2010, p. 109), trata-se de um “enquadramento que permite pôr em relevo características da vida social sem deformá-la em demasia”. Pelo formismo, o

pesquisador vai delinear grandes configurações que contemplam valores plurais e, muitas vezes, antagônicos. É o exercício do olhar holístico que não reduz um fato social à generalização de um caso individual (MAFFESOLI, 2010, p. 111).

Para mostrar o *formismo* da vida societal, é preciso conduzir uma pesquisa aberta. Para tanto, pode-se lançar mão de recursos como a analogia, a metáfora ou a correspondência (MAFFESOLI, 2010, p. 131). Em resumo, por meio da analogia, ao colocar os dados analisados lado a lado, o pesquisador não deve estar interessado em organizá-los hierarquicamente, mas observar as diferenças que sobressaem desse exercício de comparação. Assim como ele deve colocar os dados sempre em correspondência com o meio em que estão inseridos.

Insisto na necessidade de “pôr em relação”. É uma outra maneira de pensar o equilíbrio e a harmonia. O monoteísmo é, estruturalmente, fanático. É sempre em nome de um deus que se mata o outro. O politeísmo engendra uma outra forma de harmonia. Penso que o esquema do relativismo devesse ser aplicado às sociedades atuais. Devemos levar a sério as aparências. (MAFFESOLI, 2008, p. 8)

Mais um aspecto caro ao pensador francês, as aparências. Para a sociologia compreensiva, o que pode guiar a nossa investigação não é o que objeto social é, mas “a maneira como se apresenta” (MAFFESOLI, 2010, p. 126). Este é o objetivo do formismo. No nosso caso, por exemplo, não nos interessa se as cenas felizes tão comuns no Instagram são ou não verdadeiras – no sentido de refletirem um sentimento que está sendo vivido pelo usuário –, nos interessa como está refletida a cidade nas imagens, mais especificamente o imaginário de Porto Alegre. “Enfim, é bem mais o 'como' que deve guiar a interpretação do que o 'que'” (LEGROS, 2014, p. 149).

Temos consciência de que o imaginário não é palpável, já que se trata, como já vimos, de uma força de “ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável” (MAFFESOLI, 2001). Propomo-nos a narrar o cotidiano porto-alegrense que emerge do Instagram. Cientes de que somos produto e produtores de imaginários, buscaremos nos colocar no lugar do outro para refazer o seu trajeto antropológico (SILVA, 2012). Nosso trabalho, como pesquisadores do imaginário, é “mescla de antropólogo, de fotógrafo, de repórter, de cronista e de romancista”, é “captar e narrar a fluência, o extraordinário e a complexidade do vivido” (SILVA, 2012, p. 73).

Nosso objetivo é olhar para as imagens e suas molduras em busca dos códigos simbólicos presentes nas representações coletivas e amplificar essa simbolização por meio de um exercício de interpretação, cientes de que cada análise tem uma construção particular que

respeita o fenômeno estudado e que “nenhuma interpretação em ciências humanas pode, sinceramente, ter a pretensão de ser exaustiva” (LEGROS, 2014, p. 110). Para nos ajudar nessa tarefa de desvendar o imaginário, construímos um “eixo de conhecimento” conforme Legros (2014, p. 110) que é o referencial teórico que nos guiou até aqui.

Lembrando também que, para analisar o imaginário urbano, não se pode esquecer que os imaginários sociais estão permeados por muitas e diferentes visões, por referências midiáticas, além de dados oficiais e históricos (JACKS, 2012).

Para Silva (2001), a cidade e seus símbolos possuem estreita relação com a convivência coletiva, produzida por um tecido feito pelos cidadãos que nela habitam e que a representam. A cidade é uma forma de criação estética permanente, ela é a trama do tecido simbólico que se estampa em forma de significações no entrelaçamento da vida social. (JACKS, 2012, p. 44).

Nossa análise, portanto, lançará mão de uma descrição das imagens e outras informações que as circundam, como as legendas, para a partir daí iniciar a busca por indícios que falem da experiência urbana, como os ritos dos porto-alegrenses, e assim empreender uma interpretação baseada nos nossos referenciais teóricos sobre imaginário e nas informações apresentadas no capítulo anterior sobre as representações e os imaginários de Porto Alegre. A seguir, detalharemos como faremos nossa análise.

## 6.1 COMO FAREMOS

A partir dos pressupostos da sociologia compreensiva, conforme Maffesoli (2010), que propõe uma metodologia aberta e flexível, e inspirados em pistas metodológicas consideradas adequadas para dar conta dos elementos do imaginário, segundo Legros (2014), montamos nosso esquema de análise do imaginário de Porto Alegre refletido no Instagram.

Iniciaremos a análise por uma descrição dos elementos visuais das imagens: cores predominantes, foco, efeitos e temas retratados. Entre os efeitos, está o uso de filtros tão comum no Instagram e fácil de identificar – se não visualmente, pela informação publicada pelo site Iconosquare, que reúne estatísticas e outros dados sobre contas públicas do Instagram e de onde serão tiradas as imagens para a análise.

Ao descrever os temas, estaremos atentos a descritores temáticos inspirados naqueles criados pelas autoras Solange Ferraz de Lima e Vânia Carneiro de Carvalho (1997). No livro

*Fotografia e cidade: da razão à lógica de consumo — álbuns de São Paulo (1887-1954)*, as pesquisadoras analisaram fotografias da cidade de São Paulo produzidas entre os anos 1887 e 1919 e 1951 e 1954. As autoras desenvolveram uma metodologia própria para a análise icônica (relativa a elementos figurativos e espaciais do conteúdo fotografado) e formal (referente ao tratamento plástico dado aos motivos fotográficos) das imagens, a fim de interpretar os padrões visuais de representação da cidade. Assim, as pesquisadoras definiram descritores icônicos como vista panorâmica e vista pontual, vias de circulação e espaços de permanência, além dos descritores formais, como enquadramento, arranjo e efeitos. Nossos descritores temáticos principais serão:

- a) vista panorâmica (permite uma visão da malha urbana), vista parcial (mais fechada, mas que ainda mostra um contexto urbano), vista pontual (quando o motivo aparece descontextualizado do cenário urbano) ou ainda detalhe (plano fechado);
- b) tipo de lugar: público ou privado, interno ou externo;
- c) ponto turístico (sim ou não);
- d) tema e descrição (natureza, arquitetura nova, arquitetura antiga, vista da cidade, trânsito, cotidiano, comida, lazer, presença de pessoas e/ou animais, arte de rua...);
- e) localização (ponto exato ou área da cidade em que fica o cenário fotografado quando possível identificar).

Cabe esclarecer que não se tratam de categorias, mas de informações que consideramos importantes de serem observadas na hora da descrição e, portanto, foram organizadas previamente, o que não significa que toda imagem terá de corresponder a todos descritores. Por meio deles, pretendemos identificar padrões que predominem em relação às paisagens, temas ou lugares que povoam o imaginário da cidade. Nos interessa saber se há muitas publicações de pontos turísticos e já consagrados pela história visual da cidade, o que poderia indicar uma reprodução do olhar, como sugere a lógica dos cartões-postais conforme já vimos. Além das imagens em si, serão analisadas informações que as circundam nesta rede particular, que aqui chamaremos de *molduras*. Nossas molduras serão:

- f) legendas, comentários e hashtags;
- g) número de likes.

As informações contidas nas molduras do item “f” nos interessam na medida em que a associação de palavras entre si ou a uma imagem é uma técnica de análise projetiva adequada para identificar representações coletivas, como estereótipos, por exemplo, e porque podem evocar sensações mais ou menos positivas, portanto, servem a uma análise do imaginário (LEGROS, 2014). Por fim, o número de *likes* será considerado porque evidencia o quão bem recebida pelo outro é uma imagem feita por um usuário, o que pode nos ajudar a entender se determinada representação ou símbolo presentes naquela imagem tem correspondência alta ou baixa entre os usuários. Quanto mais *likes*, mais popular é uma imagem, o que, dentro da lógica do Instagram pode significar apenas a popularidade do autor, se este tem alto capital social dentro da rede. De toda forma, consideramos importante ter o número de *likes* em mãos para comparar entre as imagens selecionadas.

A partir das descrições, as informações levantadas serão entrecruzadas com dois elementos do imaginário identificados pela noção de pós-modernidade segundo Maffesoli e com as quais estamos trabalhando: tribalismo e cotidiano. No primeiro, entram os rituais da cidade pelos quais se estabelecem laços, além das conexões estabelecidas no próprio aplicativo, por meio da interações possíveis; no segundo, estão as cenas e temas banais que, conforme vimos, passaram a ser valorizadas neste contexto de retorno ao cotidiano.

### **6.1.1 Seleção das imagens**

A amostra selecionada para o presente trabalho será dividida em grupos. A partir de observações preliminares do objeto, identificamos diferentes formas de chegar a fotos de Porto Alegre. Acreditamos ser adequado separá-las em três grupos a fim de constituir uma amostra representativa; são eles:

- a) imagens de uma comunidade de usuários de Porto Alegre;
- b) imagens coletadas a partir da hashtag #portoalegre;
- c) imagens coletadas a partir da geolocalização “Porto Alegre”.

A escolha do primeiro grupo se justifica porque acreditamos que seja representativa de cenas da cidade. Trata-se de um perfil, como de qualquer outro usuário de acordo com as nomenclaturas do aplicativo, mas consideramos que a apropriação dos usuários neste caso

levou o grupo à categoria de comunidade, que aqui entendemos, como já vimos, uma reunião de pessoas em torno de interesses em comum, neste caso, a cidade de Porto Alegre.

A escolha do terceiro grupo se justifica pela importância que as informações georreferenciadas têm neste aplicativo, conforme vimos no capítulo 4. Quando um usuário tira uma foto e a compartilha fazendo questão de marcar sua geolocalização, ele faz o que chamamos de anotação urbana. Essa ação é feita por meio de dispositivos como *smartphones* que são “utilizados para indexar mensagens (SMS, vídeo ou foto) a localidades” (SANTAELLA, 2008, p. 97). Entendemos que essa intenção deliberada do usuário atribui valor àquele local e, portanto, nos interessa analisá-la para saber o que ela pode evidenciar sobre o imaginário desse usuário em relação a Porto Alegre.

O segundo grupo, rastreado pela *tag* #portoalegre, é o mais heterogêneo de todos e mais numeroso também. A escolha pela *tag* sugere uma forte associação da imagem à cidade, embora haja exceções que serão desconsideradas, como imagens que apresentem simultaneamente outras *tags* referentes a cidades, como #saopaulo, #riodejaneiro, #miami entre outras. Tais imagens não serão analisadas porque, em geral, tratam-se de fotos ou vídeos de marcas que usam *hashtags* variadas em busca de popularidade e não necessariamente têm Porto Alegre como tema ou cenário e, portanto, não nos ajudariam em nossa investigação.

Não é possível estimar o número de usuários do Instagram em Porto Alegre, mas pelo uso da *tag* #portoalegre, observamos uma popularização da cidade enquanto tema ou cenário, fenômeno que acompanhou a popularização do próprio aplicativo no Brasil. Ao longo desta pesquisa, fizemos observações preliminares que nos levaram aos seguintes números: na tarde de 27 de setembro de 2012, a busca por #portoalegre resultava em pouco mais de 32 mil imagens; já na noite de 5 de dezembro de 2013, esse número era de 182.880; e às 19h do dia 14 de dezembro de 2014, encontramos 410.231 imagens com a *tag* #portoalegre.

As imagens serão primeiramente selecionadas pelo site Iconosquare, que informa o uso ou não de filtro pelo Instagram (é possível que haja aplicação de filtro por outros programas, nesses casos, não temos como identificar, a não ser casos evidentes como fotografias em preto e branco). Apenas o terceiro grupo será coletado inicialmente pela versão *mobile* do aplicativo, visto que não é possível selecionar um ponto georreferenciado pelo site Iconosquare. Depois de selecionadas as fotos do Grupo 3, voltaremos a usar o Iconosquare em busca das imagens uma a uma para analisar suas molduras. A coleta começará na segunda quinzena de dezembro de 2014 e totalizará 15 imagens, cinco em cada grupo. Nas observações preliminares, consideramos uma amostra maior, mas, no presente trabalho, serão

apresentadas cinco imagens de cada grupo pois foi possível perceber que, a partir deste número, alguns padrões começam a se repetir.

## 7 ANÁLISE

Em busca de indícios que nos levem a compreender o imaginário contemporâneo de Porto Alegre, analisaremos imagens e informações que as circundam relacionadas à cidade no aplicativo Instagram. Baseados na metodologia exposta no capítulo 6, descreveremos fotografias e eventuais vídeos a partir de aspectos formais e temáticos, cruzando com duas noções do imaginário contemporâneo propostas por Maffesoli (2010): tribalismo e cotidiano.

A análise será feita por grupos. No total, serão estudadas 15 imagens e suas molduras, termo que estamos usando para nos referirmos às informações relacionadas às imagens no aplicativo, tais como legendas, *hashtags* e comentários. Neste capítulo, publicaremos as imagens de cada grupo uma a uma junto de suas respectivas descrições temáticas e formais, relacionado-as com as representações da cidade. No final das descrições de cada grupo, apresentaremos as análises entrecruzadas com os conceitos de imaginário. Por fim, estarão nossos apontamentos finais sobre toda a análise.

Começaremos com o Grupo 1, com imagens do perfil @igerspoa.

### 7.1 GRUPO 1

O primeiro grupo de imagens foi coletado do perfil @igerspoa<sup>27</sup>, que se apresenta como uma comunidade no Instagram. Segundo descrição própria, é gerenciado por dois usuários que mantêm também seus perfis pessoais no aplicativo (@kaliquedias e @cod\_07). O grupo faz parte de um movimento internacional de usuários do Instagram, autodenominados *instagramers* ou *igers*.

De acordo com o responsável pelo perfil Kalique Dias em entrevista concedida à autora por *e-mail* em 17 de dezembro de 2013 (APÊNDICE 1), os *instagramers* de Porto Alegre foram pioneiros. Dias, que já era usuário do aplicativo, começou a procurar grupos de

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://www.loc.gov/pictures/item/2004664436/>>. Acesso em: 19 dez. 2014.

outros usuários da cidade para promover encontros presenciais e descobriu, há cerca de quatro anos, a comunidade internacional @igers. Entrou em contato com o fundador, Phillipe Gonzalez (@philgonzalez) e criou o grupo dos usuários de Porto Alegre, o @igerspoa. À época da análise, o grupo tinha 13,7 mil seguidores, seguia 7,1 mil usuários e somava 3.964 publicações.

Começamos a coleta no dia 19 de dezembro, uma sexta-feira, e selecionamos as outras quatro imagens em diferentes dias das semanas anteriores, expandindo o período pesquisado a fim de não ficarmos presos a alguma contingência. Assim, formamos uma “semana falsa”: a segunda imagem é a mais recente do dia 11 de dezembro, uma quinta-feira, a terceira é do dia 3 de dezembro, uma quarta-feira, a quarta imagem é do dia 25 de novembro, terça-feira, e a última é de 17 de novembro, uma segunda-feira.



Figura 9 – Perfil @igerspoa: Visualização do perfil @igerspoa pelo celular. É possível ver as informações gerais sobre a comunidade e, abaixo, as mais recentes imagens publicadas, parcialmente exibidas na reprodução acima  
Fonte: Instagram

As publicações são todas fotos ou vídeos de fotos de Porto Alegre – salvo exceções como montagens alusivas a algum aviso aos usuários ou convite referente a encontros presenciais ou outra atividade do grupo, mas que também utilizam cenários da cidade. O perfil publica imagens de outros usuários que registraram Porto Alegre. Para que uma imagem

seja reproduzida pelo grupo, é preciso marcá-la com a *tag* #igerspoa. Os responsáveis pelo perfil fazem uma curadoria por meio do rastreamento da *hashtag*, copiam a imagem e a republicam, indicando o autor. A comunidade promove votações para o público decidir as melhores entre as já publicadas, além de encontros presenciais com usuários do aplicativo que vivem em Porto Alegre.

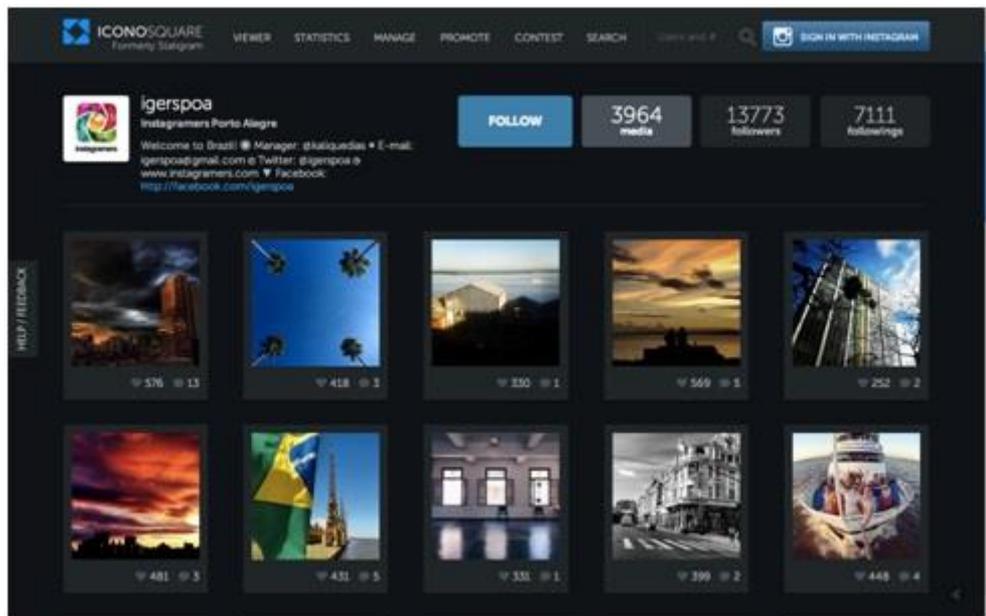


Figura 10 – @igerspoa no Iconosquare: Perfil @igerspoa visualizado pelo site Iconosquare  
Fonte: Iconosquare

Este grupo tem uma peculiaridade em relação aos outros porque republica fotos exibidas originalmente em outros perfis. Isso nos exigirá investigar também as molduras que acompanham a imagem original, como informações sobre os autores, legendas e comentários originais, o que também faremos por meio do Iconosquare. O fato de a comunidade informar o perfil do autor da imagem facilita encontrar os mesmos no site. A seguir, apresentaremos as imagens, uma a uma, com suas descrições.

### 7.1.1 Imagem 1

A primeira imagem do Grupo 1 é uma fotografia publicada pelo perfil @igerspoa no dia 19 de dezembro, uma sexta-feira. Trata-se de uma vista panorâmica, provavelmente registrada de uma janela ou terraço em um andar alto. Mais da metade da composição mostra

o céu parcialmente nublado, com algumas nuvens carregadas, com alto contraste – não é possível confirmar o uso de filtro. Ao fundo, vê-se uma nesga alaranjada, parte do sol se pondo, com reflexo em um prédio bastante alto. No horizonte, aparecem outros edifícios.

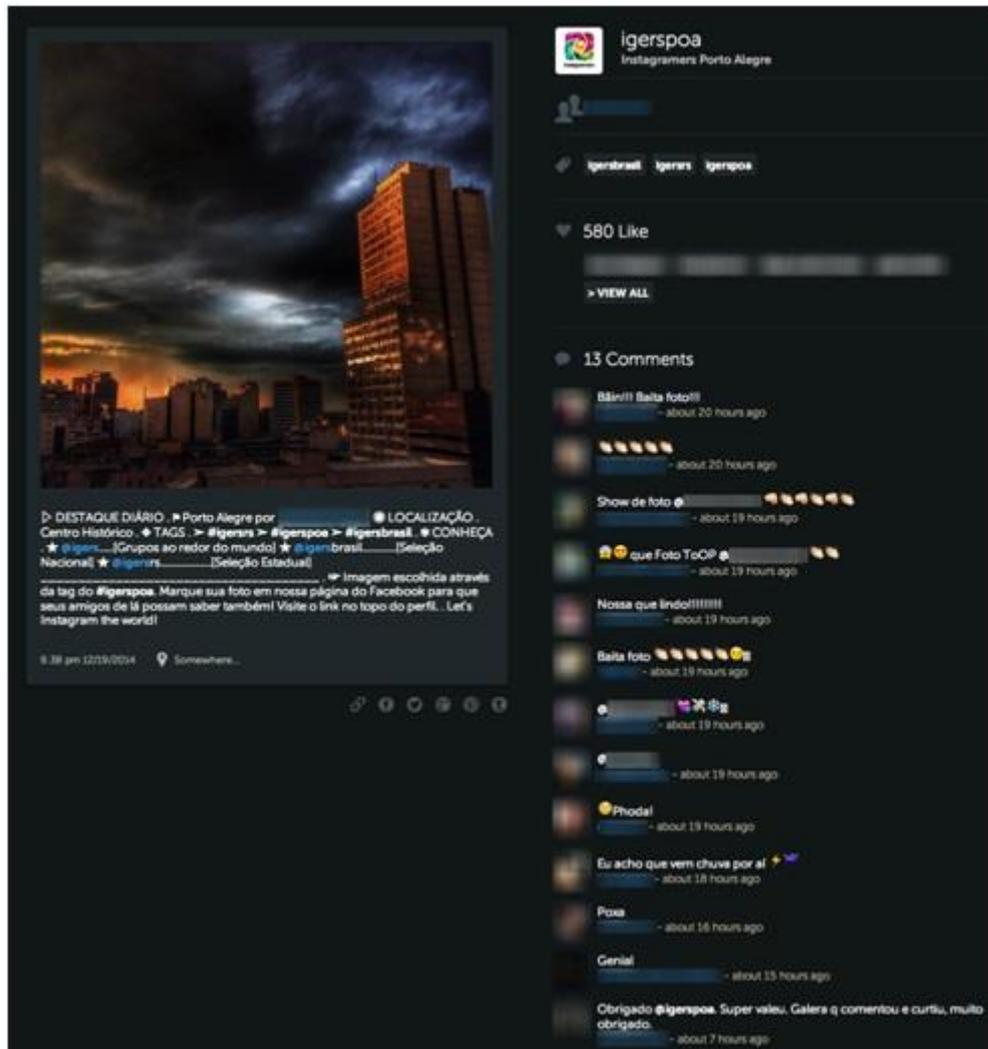


Figura 11 – Grupo 1 / Imagem 1  
Fonte: Iconosquare

A legenda informa que a imagem é localizada no Centro Histórico da cidade. As *hashtags* escolhidas para acompanhar a imagem são genéricas e se referem ao funcionamento da comunidade, que, como já dissemos, se baseia no rastreamento de *tags*. Temos então #igersbrasil, #igersrs e #igerspoa. Ainda na legenda, temos mais um convite para que as imagens do aplicativo entrem em trânsito. O texto convoca os usuários a marcarem suas fotos com a *tag* #igerspoa também em outra rede social, o Facebook, e finaliza com a seguinte frase em inglês “Let's Instagram the world” (“Vamos *instagramar* o mundo”, em tradução livre). Fica evidente a importância da comunidade nesse ambiente, onde o grupo se consolida a partir dos laços que se dão pela estética e regras próprias do aplicativo e daquela comunidade.

*Instagramar* o mundo poderia ser entendido como enquadrar o mundo, aplicar filtros sobre ele e compartilhá-lo com os outros membros da comunidade.

A publicação registrava, no momento da coleta, 580 *likes* e 13 comentários, todos bastante elogiosos à foto, como “Baita foto!!!”, “Nossa que lindo”, “Genial”, além do próprio autor agradecendo os cumprimentos. Um deles chama a atenção para a questão da temporalidade no aplicativo: “Eu acho que vem chuva por aí”. Como, em geral, as fotos são publicadas logo depois de terem sido registradas, elas permitem essa conversação em tempo real sobre um acontecimento que esteja se desenrolando. É uma das peculiaridades das redes sociais *online* e um dos pilares do Instagram, que traz a questão da instantaneidade no nome.

Ao olharmos no perfil que publicou a imagem originalmente, informado pelo @igerspoa, vemos que o autor se apresenta como diretor de fotografia baseado em São Paulo. No seu perfil, lemos a seguinte frase “Diário de viagens e concepções”. Trata-se, portanto, de um olhar de alguém de fora da cidade. Junto à foto escolhida pelo @igerspoa para a republicação, o autor publicou 29 *hashtags*, o que sugere uma vontade de compartilhar essa imagem, uma vontade de que ela seja encontrada por outros usuários e, quem sabe, republicada, entrando assim em trânsito, outra característica dos conteúdos publicados em redes sociais *online*. Podemos supor também que existe um desejo de aumentar seu capital social, que, como vimos no subcapítulo 4.2.1, trata-se de um valor gerado pelas interações entre os atores de uma rede social baseado na confiança e reconhecimento das partes e essencial para a constituição de uma comunidade. O capital social tem papel importante na formação do sentimento de pertencimento de grupo. Temos na publicação original, como exemplo dessa vontade à que estamos nos referindo, *tags* que integram outras comunidades, além de *tags* populares no aplicativo: #ig\_brasil, #igersbrasil, #world, #sunset, #brasil. Na legenda, lemos simplesmente “Porto Alegre”.

A *tag* #sunset (pôr do sol em inglês) traz um dos emblemas da capital gaúcha. Mesmo em uma foto em que prevalece o céu nublado e a arquitetura do centro da capital, o autor, de certa forma, chama a atenção para esse símbolo da cidade; um símbolo, conforme vimos no capítulo 5, que não foi oficializado pelas instituições, mas adotado pelos habitantes, um tema bastante recorrente na publicidade, na mídia e em outras imagens no próprio Instagram, como veríamos no decorrer da nossa análise.

### 7.1.2 Imagem 2

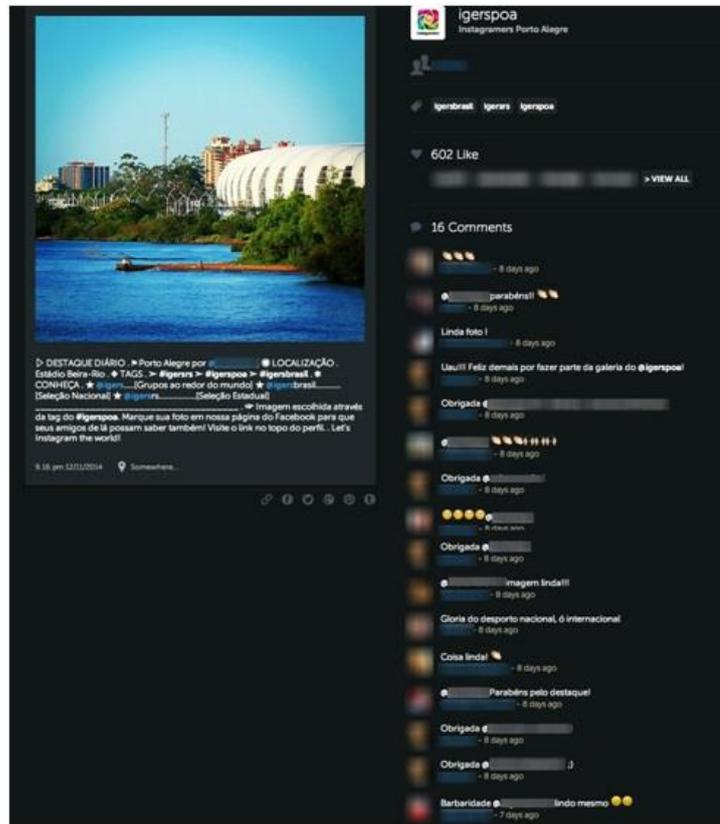


Figura 12 – Grupo 1 / Imagem 2

Fonte: Iconosquare

A segunda imagem do Grupo 1 data do dia 11 de dezembro, uma quinta-feira, e é uma vista parcial na qual predomina o azul. Mais da metade da tela está preenchida com essa cor, a maior parte é o azul do céu, o restante, do Guaíba. Trata-se da cor eleita pelos entrevistados do projeto já citado *Porto Alegre Imaginada* como aquela que mais identifica Porto Alegre. Vê-se ainda parte do estádio Beira-Rio e a vegetação que contorna o lago, além de uns poucos prédios ao fundo. No perfil do autor, é possível saber que houve aplicação do filtro Lo-fi ou Lomo-fi, que aumenta o contraste e a saturação dos tons. No livro *Getting the Most from Instagram* (Tirando o melhor do Instagram, em tradução livre), o autor, Joseph Linaschke, recomenda o recurso para paisagens e natureza, sugerindo como resultado “imagens impressionantes”, mas alerta que, em cenas com bastante luz, como é o caso da Imagem 2, pode haver o apagamento de detalhes dando a impressão de um tratamento de imagem

exagerado, não natural. O tema fotografado traz outros emblemas da cidade: o Guaíba, a orla e um estádio de futebol, que faz parte do roteiro turístico de Porto Alegre.

Com 602 *likes* e 16 comentários, esta publicação também traz a legenda padrão da comunidade, com as *tags* já mencionadas e a frase “Let's Instagram the world”, e é bastante elogiada pelos usuários; há 6 comentários da autora da foto agradecendo os elogios. Uma conversação que mais uma vez exemplifica os laços estabelecidos entre os usuários, o capital social envolvido nessa interação e o sentimento de pertencimento dos membros dessa comunidade. Em uma das respostas, a autora da foto publica: “Feliz demais por fazer da galeria do @igerspoa!”.

Na publicação original, entre as 13 *hashtags* escolhidas pela autora, encontramos 5 referentes a comunidades de usuários (#igerspoa, #igersbrasil, #igersrs, #ig\_brasil e #ig\_riograndedosul\_), além de duas que mencionam a cidade (#portoalegre e #poaquetem) e 4 relativas aos temas fotografados (#bluesky – céu azul, em inglês – e #inter, #internacional e #colorado, associadas ao time de futebol dono do estádio). Nessa fotografia, temos, de um lado, a natureza representada nas cores azul e verde, do outro, o urbano dos altos edifícios no horizonte e a nova cobertura do estádio, reformado para a Copa do Mundo de 2014. Uma imagem que evoca os contrastes das paisagens de Porto Alegre.

### 7.1.3 Imagem 3

A terceira imagem selecionada é do dia 3 de dezembro, quarta-feira. É mais uma vista parcial, onde destaca-se o pôr do sol visto do Centro Histórico. Em primeiro plano está uma das laterais do Palácio da Justiça, em seguida, vemos o monumento a Júlio de Castilhos, no centro da Praça Marechal Deodoro, mais conhecida como Praça da Matriz, com muitas árvores ao redor. Ao fundo, o palácio do Governo do Estado e uma parte da Catedral Metropolitana. No horizonte, o Guaíba e o sol se pondo em seu típico tom alaranjado.

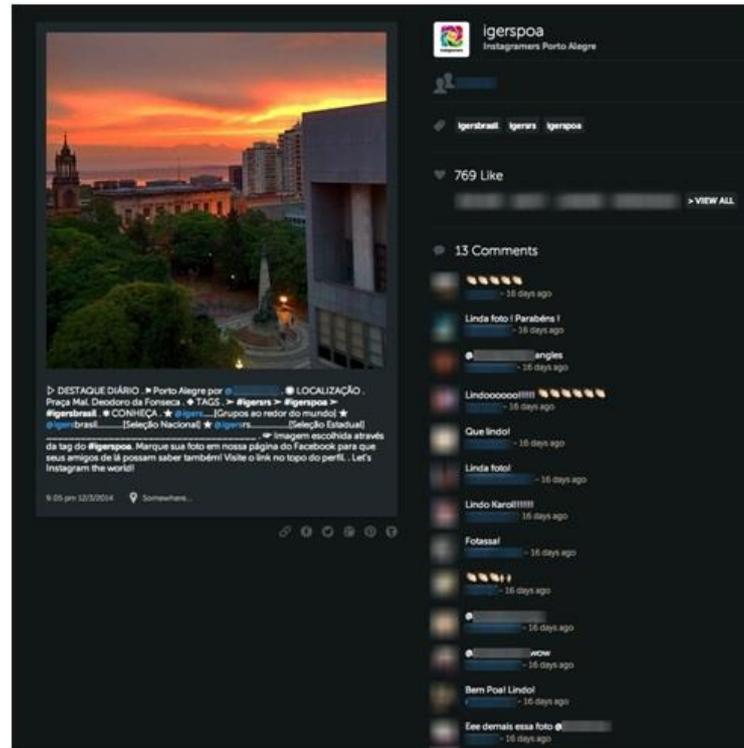


Figura 13 – Grupo 1 / Imagem 3  
Fonte: Iconosquare

A publicação tem 769 *likes* e 13 comentários, novamente bastante elogiosos. Chama nossa atenção o comentário “Bem Poa! Lindo”, uma observação que evidencia a associação da cidade com a imagem, que contém diferentes emblemas urbanos de Porto Alegre: uma praça, um monumento, o pôr do sol, o rio, prédios públicos. A praça é uma das mais importantes da cidade visto que está cercada pelos três poderes, executivo (Palácio Piratini), legislativo (é possível ver uma pequena parte do edifício da Assembleia Legislativa, atrás das árvores) e o judiciário (Palácio da Justiça), além da catedral.

Nos textos que acompanham a publicação original, a autora destaca informações referentes ao entardecer, o momento do dia que mais identifica Porto Alegre (JACKS, 2012), como a tonalidade laranja. A cor ocupa, na composição, quase a mesma área que o verde da vegetação da praça, no entanto, foi a que mereceu o destaque no texto da autora. A legenda e as *tags* originais são: “Praça da Matriz iluminada em tons de laranja #amoessapaisagem #anoitecer #portoalegre #igers #igerspoa”.

A autora da foto também marcou a Prefeitura de Porto Alegre na imagem, por meio do @prefeitura\_poa. O perfil do órgão também republica imagens, como faz o @igerspoa, mas a popularidade daquele é menor que a da comunidade que é o nosso foco aqui. Com 1,5 mil seguidores e 777 publicações o perfil da prefeitura é mais recente e serve também como um canal de divulgação das ações da instituição. O uso das *hashtags* e do perfil @prefeitura\_poa

evidencia mais uma vez a vontade de provocar uma conversação e/ou colocar a imagem em trânsito.

#### 7.1.4 Imagem 4

Publicada no dia 25 de novembro, terça-feira, a Imagem 4 do Grupo 1 se diferencia das analisadas até então pois trata-se de uma montagem de fotos que convida para um encontro presencial dos *instagramers* de Porto Alegre, ou seja, os usuários do aplicativo que vivem na cidade. São 6 imagens de perfis diferentes, escolhidos por terem confirmado a presença no evento. As fotos apresentam emblemas bastante conhecidos da cidade: o Guaíba (mais de uma vez); a Casa de Cultura Mario Quintana, localizada no Centro Histórico; um pedaço de céu azul onde o sol aparece; e o pôr do sol, em 3 das 6 imagens. Em todas elas é possível ver o céu, ora mais azul, ora mais alaranjado.

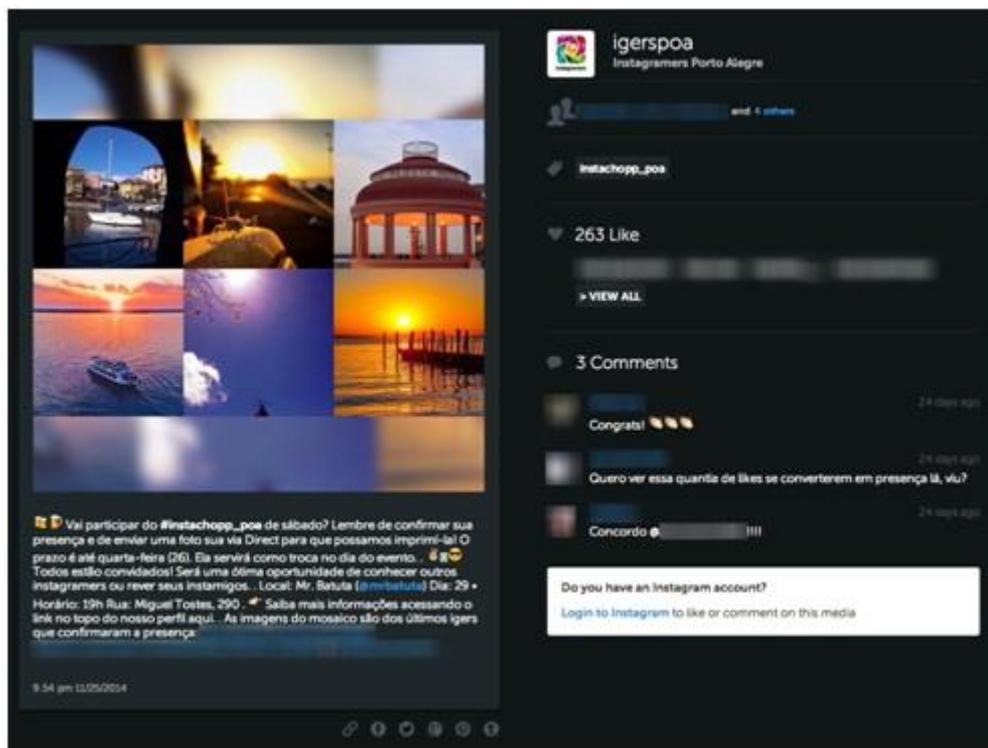


Figura 14 – Grupo 1 / Imagem 4  
Fonte: Iconosquare

A imagem não é tão popular quanto as anteriores, tem 263 *likes* e 3 comentários. Dois deles reforçam o convite feito pela comunidade. O primeiro diz “Quero ver essa quantia de

*likes* se converterem em presença lá, viu?”. O outro cita o autor do comentário anterior: “Concordo”. Diferente das republicações, esta montagem tem apenas uma *hashtag* #instachopp\_poa, referindo-se ao encontro, marcado no fim de tarde em um bar em bairro próximo ao centro.

Tal publicação é emblemática porque exemplifica a questão dos laços entre os usuários. Neste caso, trata-se de uma tentativa de ampliar a relação virtual que se estabelece na comunidade para um encontro presencial. Não sabemos o resultado do encontro, mas é bem provável que um número menor do que os *likes* da foto (263) e bem menor do que os mais de 13 mil seguidores tenha comparecido. Nos comentários destacados, vemos uma preocupação em que a presença seja massiva. Segundo a página Instagramers Porto Alegre, no Facebook, o primeiro encontro dos usuários de Porto Alegre ocorreu em julho de 2011. Pelas imagens, um grupo de menos de 10 pessoas compareceu. Em 4 de outubro de 2014, houve um encontro de *instagramers* pelo mundo. O grupo de Porto Alegre encontrou-se na Fundação Iberê Camargo e, segundo a mesma página no Facebook, mais de 50 pessoas estiveram presentes.

### 7.1.5 Imagem 5

A última imagem do Grupo 1, publicada no dia 17 de novembro, segunda-feira, também é uma montagem de fotos. São 3 fotografias de usuários diferentes. Pela legenda, sabemos que se trata de uma proposta da comunidade de selecionar fotos do céu de Porto Alegre: “#PortoAlegreSky. Seleção especial: Céu da Capital”. Novamente, os administradores do perfil convocam os usuários a usarem as *tags* para concorrerem às próximas seleções. A publicação tem 375 *likes* e 3 comentários, dois deles assinados pelos autores de duas das imagens, agradecendo a publicação ao @igerspoa.

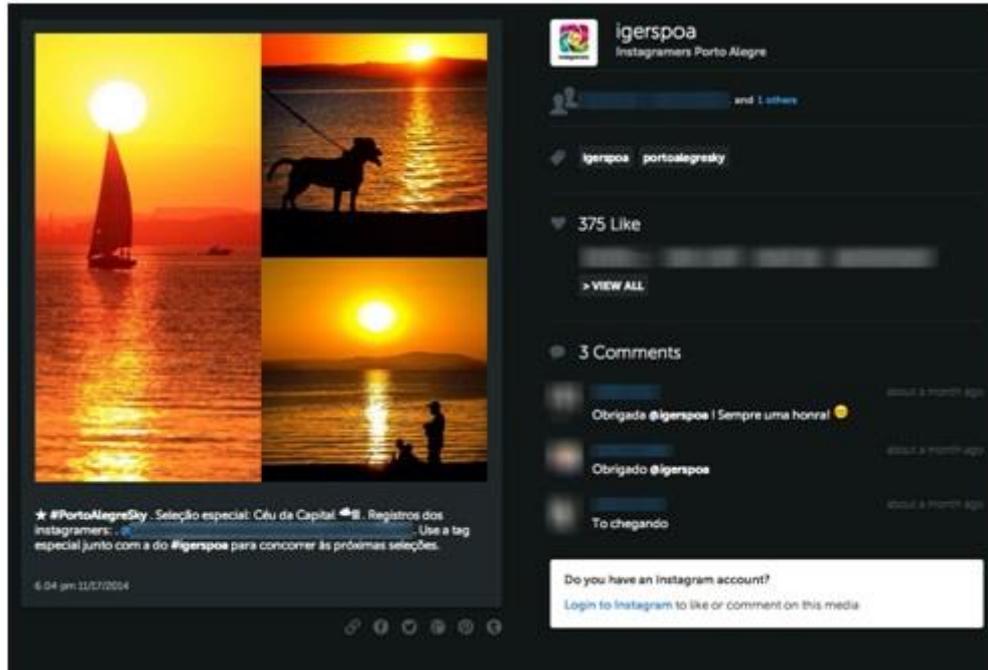


Figura 15 – Grupo 1 / Imagem 5  
Fonte: Iconosquare

A julgar por essas imagens, o céu de Porto Alegre não é azul, é amarelo, laranja e vermelho, tons que acompanham o pôr do sol, o emblema mais presente entre as imagens do Grupo 1. Nas 3 imagens, vemos o Guaíba e silhuetas no contraluz. O conjunto nos remete ao cotidiano e ao lazer. Na maior das fotos, há um barco a vela; em uma outra imagem, um cachorro preso a sua coleira; e, na terceira foto, pessoas próximas à orla, uma delas sentada. Nesta última imagem, ao observarmos no perfil que a publicou originalmente, em que é possível vê-la maior, identificamos que a pessoa sentada toma chimarrão, um ritual cotidiano dos gaúchos, entre eles os porto-alegrenses, que ainda não havia aparecido nas imagens anteriores. A bebida típica da região também está destacada entre as *tags* publicadas pelo autor da imagem, ainda que com erro de digitação (*#chimarao*). As três são cenas cotidianas, de lazer. Na foto com o cachorro, temos a seguinte legenda: “Olga contemplando o pôr do sol mais lindo...”, mais uma referência bastante disseminada entre os porto-alegrenses.

Também buscando informações nos perfis originais, vemos um deslocamento da maioria das imagens analisadas até então, localizadas na área central da cidade. Duas delas estão georreferenciadas na zona sul de Porto Alegre, no bairro Ipanema, onde há praia e um calçadão em que são comuns as cenas de lazer, como prática de esportes, gente tomando chimarrão ou passeando com seus cachorros. Na legenda da foto do barco a vela, somos

informados de que o local é próximo à Fundação Iberê Camargo, localizada no início da zona sul.

### 7.1.6 Apontamentos sobre o imaginário de Porto Alegre no Grupo 1

O Grupo 1, referente a imagens publicadas no perfil @igerspoa, nos apresentou representações da cidade bastante conhecidas. O pôr do sol está presente em todas as imagens à exceção da Imagem 2, em que aparecem o céu, limpo de nuvens, predominantemente azul, e o Guaíba, outro emblema urbano, bastante associado ao pôr do sol. O sol poente não é um tema exclusivo dos fotógrafos do Instagram. Ele aparece em cartões-postais, em peças publicitárias e outras produções midiáticas. Tampouco a adoração pelo pôr do sol é um fenômeno local. Se procurarmos a *tag* #sunset no Iconosquare, encontraremos mais de 45 milhões de imagens. Em 2006, Penelope Umbrico realizou um trabalho com fotos de pôr do sol que encontrou no Flickr por meio da *tag* sunset. Primeiramente, encontrou 541.795 imagens. Em 2007, já eram mais de 2,3 milhões e, menos de um ano depois, mais de 3,2 milhões. Em 2011, chegavam a quase 9 milhões (FONTCUBERTA, 2011).

A peculiaridade no caso de Porto Alegre é, conforme já citamos, sua localização geográfica, que permite que o sol se ponha em uma grande massa de água. O fenômeno deu fama ao pôr do sol dos porto-alegrenses, que gostam de bradar que tem o mais bonito pôr do sol do mundo, como vimos em algumas representações midiáticas da cidade e se confirmou na análise desse primeiro grupo.

Outra peculiaridade das imagens no Instagram em relação a outros registros de pôr do sol é que, com a instantaneidade à que o aplicativo convida os usuários, essas cenas são compartilhadas em tempo real e se tornam um laço momentâneo em que conversações giram em torno dessas imagens. O pôr do sol se transforma em um ritual dos fotógrafos de Instagram. Eles publicam sua foto sabendo que vários outros usuários publicarão imagem semelhante naquele momento, talvez pelo desejo de pertencer a uma comunidade, seja o @igerspoa, seja o grupo daqueles que tiram foto do pôr do sol e demonstram assim alguma coisa em comum, ao menos naquele fugaz momento em que o sol se põe.

O Grupo 1 nos fala muito sobre características do imaginário pós-moderno conforme Maffesoli o entende. Ao propor encontros presenciais, a comunidade evidencia a importância dos laços entre os usuários. Enquanto milhares de pessoas se unem na comunidade virtual,

quando é proposta uma reunião presencial, são poucos que aparecem, poucos em relação ao número de membros que aquela comunidade tem. Se Maffesoli está certo em suas afirmações sobre o neotribalismo, podemos supor que a empolgação vista nos comentários superelogiosos é um exemplo de como os laços nas comunidades pós-modernas são aparentemente intensos, porém fugazes. As conversações no Instagram são breves, a comunicação se dá basicamente por imagens, os textos servem para acompanhá-las, e não o contrário. Tal comunicação, por mais breve que seja, também serve de cimento social, como diria Maffesoli. Também são exemplos de laços associativos, em geral, mais fracos, como vimos no subcapítulo sobre redes sociais *online*. Os laços associativos são aqueles estabelecidos em torno de um sentimento comum, não pressupõem muita interação.

E o que esse grupo nos diz sobre o imaginário de Porto Alegre? Os temas recorrentes são velhos conhecidos das representações da cidade: o pôr do sol, o Guaíba, a arquitetura do Centro Histórico. É importante lembrar que as fotos publicadas no @igerspoa passam por uma curadoria. O aplicativo permite que os usuários compartilhem o seu olhar sobre o mundo, ou, no nosso caso, sobre Porto Alegre. Mas, no caso específico do grupo Igerspoa, esses olhares passam pela aprovação dos administradores do perfil, evidenciando uma certa relação de poder entre os membros, embora seja considerado também o número de *likes* para se eleger o destaque do dia, conforme uma enquete publicada na página do Facebook do grupo.

As cenas coletadas são cotidianas, não destacam grandes eventos ou grandes obras urbanas – com exceção do estádio de futebol que passou por recente reforma por ocasião da Copa do Mundo de 2014. Há cenas de lazer como as da última foto, em que aparecem um cachorro passeando, um barco a vela e pessoas tomando chimarrão. Contudo, na maioria das fotos, não há pessoas, a cidade reina como cenário suficiente, uma cidade de belezas naturais, principalmente.

Como vimos, para Maffesoli, o cotidiano é a matriz sobre a qual se fundam os grupos pós-modernos. São os elementos simples, emocionalmente comuns a todos. E o que é comum a todos no caso do Grupo 1? Porto Alegre e seus emblemas, como o pôr do sol, o Guaíba, o chimarrão. E mais: identificamos também um sentimento positivo sobre a cidade, em torno do qual os usuários vibram juntos. É o imaginário da cidade, presente nesses emblemas urbanos, que permite essa vibração comum, essa comunicação. “A palavra comunicação também serve para encarnar o retorno dessa velha ideia que é o imaginário, ou seja, o fato de que se vibra com os outros, em torno de alguma coisa, seja qual for essa coisa” (MAFFESOLI, 2003, p. 14).

Como Maffesoli antecipou sobre as comunidades na pós-modernidade, este grupo está unido por uma estética e uma ética particulares. A ética diz respeito às leis do grupo, como as regras das seleções das melhores fotos e o funcionamento do grupo por meio das *hashtags*. A estética está relacionada ao que é emocionalmente comum a todos no grupo, o imaginário em torno da cidade, essa *aura estética*, conforme Maffesoli (2010), pela qual os usuários se reconhecem parte de uma mesma comunidade. Talvez a tese de Maffesoli justifique a recorrência de emblemas consolidados como o pôr do sol, pois assim os porto-alegrenses se identificam, se conectam em torno da cidade, além das peculiaridades das imagens – como o uso de filtros, de *hashtags* – que os fazem reconhecer-se como usuários de uma mesma plataforma.

Por fim, gostaríamos de apontar outra peculiaridade neste grupo de fotos. Não encontramos nenhuma imagem negativa de Porto Alegre, nem nas fotos nem nos textos, nada que aponte para algum dos tantos problemas sociais presentes em qualquer grande cidade, como engarrafamentos ou poluição, por exemplo. Uma explicação possível pode ser a própria plataforma, que, como vimos no capítulo 4, estimula a produção e o compartilhamento de belas imagens.

Assim, a partir da análise do Grupo 1, acreditamos que o Instagram apresenta características das tecnologias do imaginário (SILVA, 2012), como uma fonte que abastece e, ao mesmo tempo, reflete o imaginário de uma cidade, apesar de que se trata apenas de uma parte desse imaginário, apenas da parte bela de Porto Alegre. A seguir, damos sequência à análise de imagens, dessa vez, com fotos coletadas a partir da *tag* #portoalegre.

## 7.2 GRUPO 2

O Grupo 2 reúne imagens rastreadas pela *tag* #portoalegre. Trata-se de um grupo bastante heterogêneo. Diferentemente do primeiro grupo, aqui não há curadoria. Cada usuário do Instagram é livre para usar ou não *hashtags* e escolher quais usar. Na tarde de 27 de dezembro, procuramos imagens marcadas pela *tag* #portoalegre. Na hora da coleta, havia 419.433 imagens como resultado dessa busca. Como o volume de publicações pode chegar a dezenas de imagens por hora com essa mesma *hashtag* – às vezes, mais de uma imagem por minuto, como vimos durante uma hora de observação – e como não se pode fazer uma busca avançada que permita selecionar filtros por data no Iconosquare, não foi possível usar a

mesma lógica para formar o Grupo 1, para o qual selecionamos imagens de semanas diferentes. Isso porque o Iconosquare publica as imagens em ordem cronológica e, sendo muitas, fica inviável encontrar manualmente cinco imagens de semanas diferentes, pois seria preciso voltar centenas de imagens até fecharmos a “semana falsa”. Como não dispomos de um *software* mais elaborado, optamos por escolher as cinco imagens na sequência em que apareciam na hora em que começamos a coleta, às 14h34min do dia 27 de dezembro. Acreditamos que, para os fins desta pesquisa, a limitação dessa busca não mudará substancialmente os resultados, visto que a amostra selecionada se mostrou tão heterogênea quanto as dezenas de imagens observadas pelo rastreamento durante uma hora de observação.

Assim como no Grupo 1, apresentaremos, a seguir, as imagens do Grupo 2, uma a uma, com suas respectivas descrições e, logo após, a análise de todo o grupo entrecruzada com as noções do imaginário.

### 7.2.1 Imagem 6

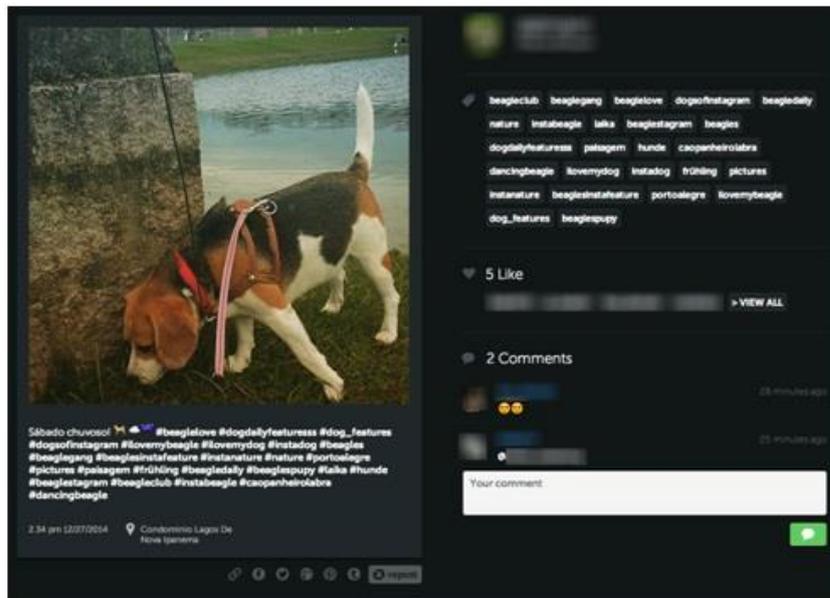


Figura 16 – Grupo 2 / Imagem 6

Fonte: Iconosquare

A primeira publicação selecionada para o Grupo 2 é a Imagem 6. Na foto, vemos em primeiro plano um cachorro da raça Beagle, preso por uma coleira, cheirando a grama próximo ao que parece uma mureta. Nesta vista pontual, enxergamos, ao fundo, uma porção

d'água. Pela informação georreferenciada, sabemos que se trata de um local privado, um condomínio chamado Lagos de Nova Ipanema, localizado na zona sul da cidade.

A legenda diz “Sábado chuvoso”, e é seguida por 26 *hashtags*, entre elas #portoalegre. A maioria das *tags* se refere ao cachorro, tema principal da composição: #beagleclub, #ilovemybeagle, #beagles, #instadog entre outras. Embora não se trate de uma comunidade formada como no perfil @igerspoa, identificamos aqui também uma vontade de pertencer a algum grupo, no caso, um grupo cujos membros tenham em comum a adoração por cães, em especial da raça Beagle. Na hora da coleta, a publicação registrava 5 *likes* e 2 comentários. Um deles marcava o nome de outro usuário, o que é feito para trazer a pessoa àquela conversação ou simplesmente para que ela veja a imagem. O outro apresentava dois *emojis*, que são ícones como os *emoticons*, ambos muito usados na comunicação por celular. São símbolos prontos, disponíveis nos teclados dos *smartphones*, que expressão diferentes sensações ou temas. Os dois presentes nessa imagem são sorrisos acompanhados de corações, o que sugere um comentário positivo em relação à publicação.

Trata-se de mais um momento cotidiano, de lazer, aparentemente anódino, mas provavelmente importante para quem o compartilha e para os outros usuários que curtem e comentam a imagem. Não se trata de um cachorro qualquer, é o *seu* cachorro – olhando no perfil do autor, descobrimos que se trata de uma fêmea, chamada Laika, nome que aparece entre as *hashtags* –, na *sua* cidade, informação que também aparece destacada na apresentação do autor em seu perfil: “Família, amigos, bem estar, natureza e alto astral! From Porto Alegre/RS – Brasil”. O fato de o autor publicar a *tag* #portoalegre em meio a tantas outras sugere que a cidade tem também alguma importância para ele naquele momento. O termo está acompanhado ainda das *tags* #nature e #paisagem, quem sabe, palavras que o autor associa à cidade. Para ele, parece importante informar onde está, qual seu lugar de fala.

### 7.2.2 Imagem 7

A Imagem 7 é o primeiro exemplo de *selfie* que aparece em nossa análise. O autorretrato e retratos individuais ou de grupos são tipos de foto comuns quando olhamos o grande grupo de imagens rastreadas pela *tag* #portoalegre, diferentemente do caso do Grupo 1, onde pessoas raramente aparecem como protagonistas. Nesta imagem, a cidade não é cenário evidente; sabemos que há relação com Porto Alegre pela *hashtag*, que faz parte da

legenda, em que se lê “Hello #portoalegre... Cheguei!! presente da Bebel #grêmio”. A segunda *hashtag* se refere a mais um emblema da cidade, um dos dois principais times da capital, exibido na camiseta vestida pela menina que aparece na foto. A publicação registrava 6 *likes* e 1 comentário, elogiando a menina.

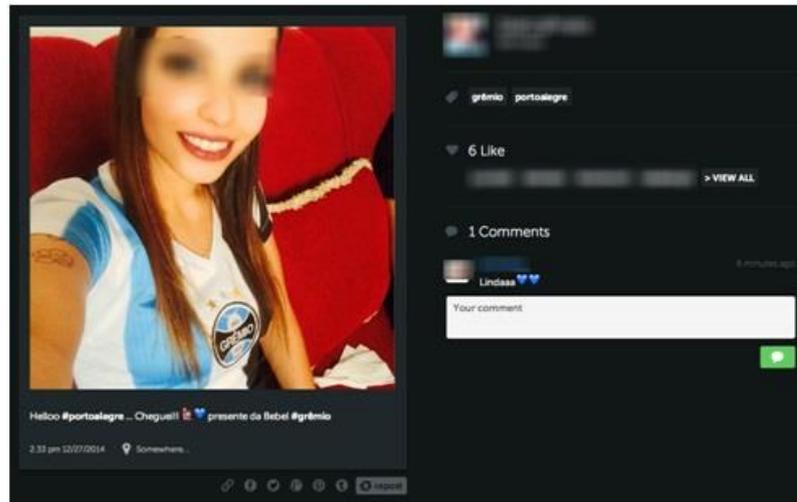


Figura 17 – Grupo 2 / Imagem 7

Fonte: Iconosquare

Existe ainda a informação georreferenciada sobre o local da foto. Apesar de estar identificado genericamente como “Somewhere”, ao abrir no mapa – ação possível no próprio Iconosquare –, identificamos o ponto em um bairro próximo ao Centro Histórico. Esse dado, associado à *tag* #portoalegre, sugere uma importância que a autora da foto atribui à cidade. Apesar de Porto Alegre não aparecer visivelmente na imagem – além da menina, vemos apenas um sofá vermelho onde ela está sentada –, ela se faz presente nas informações que a autora faz questão de acrescentar, como se dissesse “estou aqui, estou em Porto Alegre, a cidade do meu time de futebol”.

### 7.2.3 Imagem 8

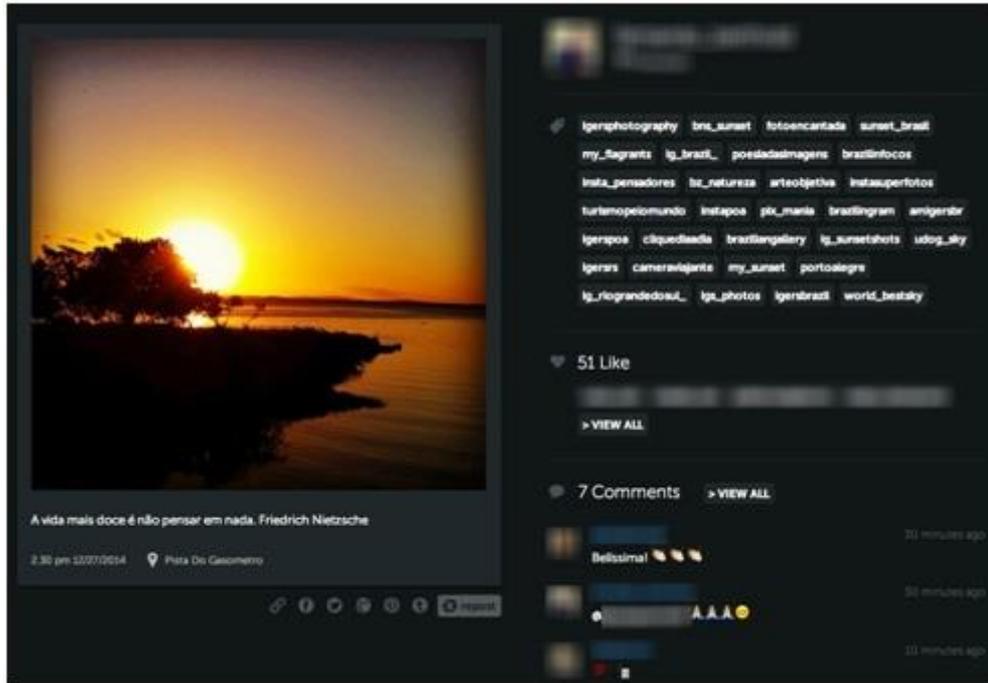


Figura 18 – Grupo 2 / Imagem 8  
Fonte: Iconosquare

A terceira imagem do Grupo 2 traz uma vista parcial do pôr do sol, com a silhueta de uma vegetação em primeiro plano. O contraluz ocupa quase metade da composição, contrastando com os tons alaranjados e amarelos do restante do quadro. Embora não haja indicação de filtro do Instagram, há um efeito facilmente identificado chamado vinheta, que é o escurecimento dos quatro cantos do quadro. A legenda traz a seguinte frase “A vida mais doce é não pensar em nada”, aparentemente atribuída ao filósofo também citado no texto, “Friedrich Nietzsche”.

Há 7 comentários na publicação, que se dividem em elogios à imagem e agradecimentos do autor; e somam 30 as *hashtags* associadas à foto. Porto Alegre aparece três vezes, em #portoalegre, #instapoa e #igerspoa. Há outras *tags* semelhantes às duas últimas, que, como vimos, sugerem uma vontade de que a imagem entre em trânsito e faça parte de outras comunidades de usuários, como #igersphotography, #ig\_brazil\_, #igersbrazil, #igersrs. Aparecem ainda os termos pôr do sol (#bns\_sunset, #my\_sunset, #sunset\_brasil, #ig\_sunsetshots), céu (#world\_bestsky, #udog\_sky), natureza (#bz\_natureza), turismo (#turismopelomundo) e dia a dia (#cliquediaadia).

Os textos da legenda e das *hashtags* remetem ao aspecto natural e ordinário de Porto Alegre, uma cena cotidiana, de lazer, um momento de “não pensar em nada”, um cenário em que se destaca a natureza. A imagem está georreferenciada na orla do Guaíba, no trecho do Centro Histórico, nomeado aqui como “Pista Do Gasometro”, uma referência ao calçadão que

começa na antiga Usina do Gasômetro, situada à beira do Guaíba, na área central, onde comumente as pessoas caminham, praticam esportes e tomam chimarrão, alguns dos rituais porto-alegrenses já identificados.

#### 7.2.4 Imagem 9

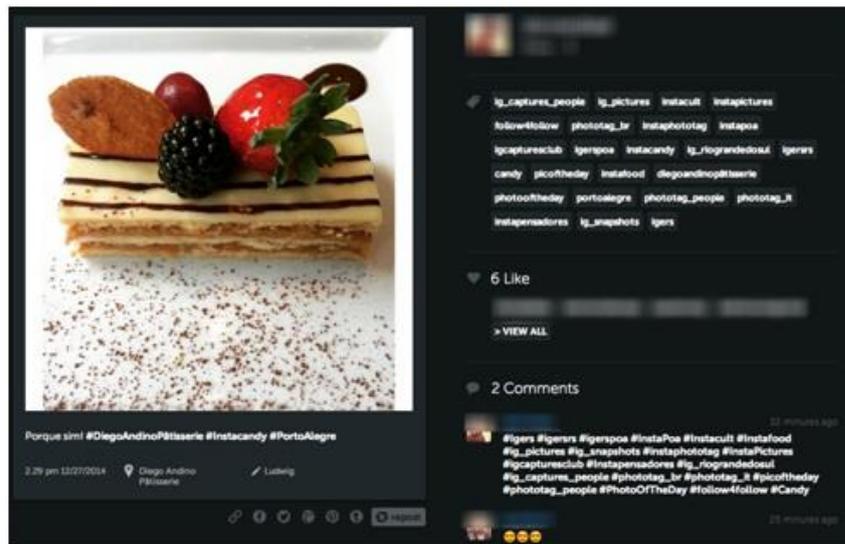


Figura 19 – Grupo 2 / Imagem 9

Fonte: Iconosquare

Quarta publicação do Grupo 2, a Imagem 9 é mais uma cena cotidiana, mas se diferencia da maioria das publicações analisadas até então pelo tema e por ter sido registrada em um ambiente interno. A fotografia mostra um doce montado em um prato branco, decorado. Na legenda, a tag #portoalegre está acompanhada de outras duas, #DiegoAndinoPâtisserie e #instacandy. A primeira se refere à confeitaria de onde vem o doce, informação que também está georreferenciada na publicação. A casa está localizada em um bairro nobre da capital e leva o nome do chef, um argentino que mantém o estabelecimento há 10 anos na cidade<sup>28</sup>. A segunda faz parte daqueles termos difundidos na plataforma e que acabam unindo imagens por afinidades, nesse caso, imagens de doces (*candy*, em inglês). Em um dos comentários, o autor da foto acrescenta novas *hashtags*, em uma demonstração que tem sido recorrente nas nossas análises, a vontade de que suas imagens entrem em trânsito na plataforma e pelas quais seja possível estabelecer laços. O segundo comentário da publicação tem apenas *emojis* sorridentes, que sugerem um encantamento com a foto.

<sup>28</sup>Disponível em: <<http://www.diegoandino.com.br>>. Acesso em: 27 dez. 2014.

Novamente, a cidade não é cenário evidente da imagem, mas está associada por meio das *tags* #portoalegre e #instapoa. Pode ser uma tentativa de localizar a confeitaria para quem vê a imagem, ou ainda, para associar a cidade a esse momento de lazer. Intencionalmente ou não, acaba sendo uma maneira de contribuir para a construção da narrativa da cidade nesta plataforma, passando uma mensagem de que Porto Alegre também é este lugar, onde se come bem, onde os doces são finos e bonitos.

### **7.2.5 Imagem 10**

A quinta imagem do Grupo 2 é uma vista parcial da Avenida Borges de Medeiros, informação que está georreferenciada, embora seja facilmente identificada por ser um dos cenários mais conhecidos do Centro Histórico. É possível ver parte do Viaduto Otávio Rocha, que a sobrepõe. Praticamente metade do quadro é de tons escuros, parte é do asfalto, ainda mais escuro por estar molhado após a chuva, o restante são as sombras debaixo do viaduto, onde não se consegue enxergar muito; nos pilares que sustentam o viaduto, identificamos algumas pichações. Vemos também árvores na avenida e em cima da escadaria, e alguns edifícios ao fundo. Não há um carro ou pessoa sequer na imagem. A legenda remete a esse esvaziamento da cidade: “Ghost-town II” (cidade fantasma, em tradução livre). Considerando que a foto foi feita em um sábado entre o feriado de Natal e o Réveillon, não é de se estranhar que a rua esteja vazia, mesmo uma das vias mais movimentadas da capital. Tal contexto reforça que o registro é um instantâneo da avenida, um momento que raramente é visto em outros dias ou épocas do ano.

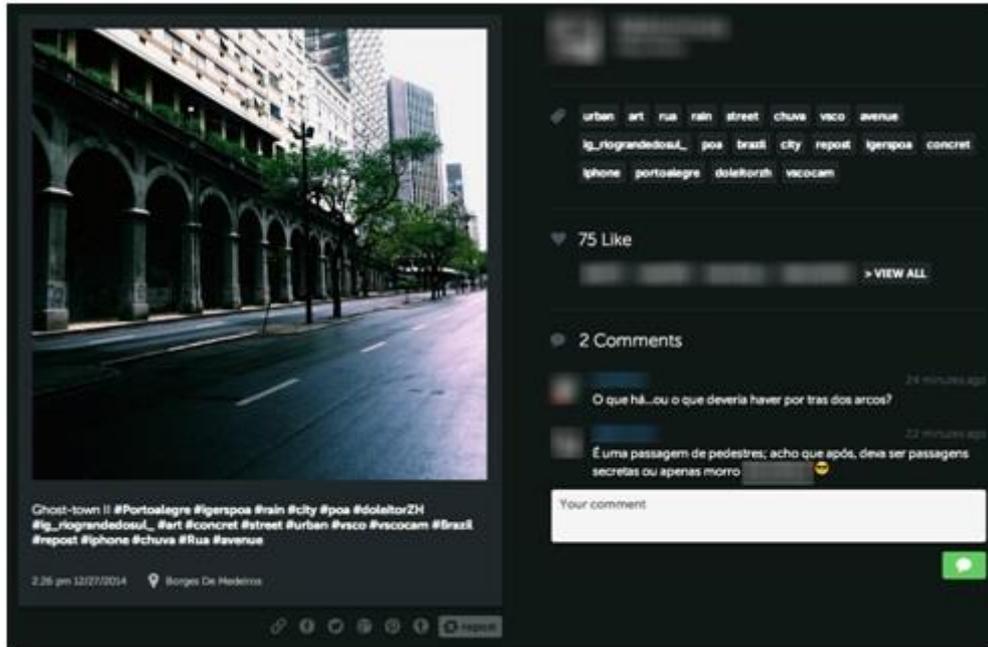


Figura 20 – Grupo 2 / Imagem 10  
Fonte: Iconosquare

A publicação tem *75 likes* e dois comentários. O primeiro questiona o autor da foto: “O que há... ou o que deveria haver por tras dos arcos?”. O segundo é a resposta do autor: “É uma passagem de pedestres; acho que após, deva ser passagens secretas ou apenas morro”, finalizada com um *emoji* divertido. Entre as 19 *hashtags* da publicação, há termos novos na nossa análise, como #urban #street #avenue #city #rua. Tanto a imagem quanto essas *tags* dão a ver um lado da cidade que contrastam com as fotos de pôr do sol e do Guaíba, que, por sua vez, destacam o aspecto da natureza de Porto Alegre.

### 7.2.6 Apontamentos sobre o imaginário de Porto Alegre no Grupo 2

Como vimos, o Grupo 2 é bastante heterogêneo em seu conteúdo. Enquanto o primeiro grupo apresentou o céu e/ou o pôr do sol entre os principais motivos fotografados, no segundo

grupo temos um cachorro, um doce, um autorretrato, uma avenida e o símbolo consagrado do pôr do sol. No Grupo 1, temos mais vistas da cidade, ainda que a maioria parciais. No Grupo 2, os enquadramentos são um pouco mais fechados. Mesmo assim, o segundo grupo se assemelha ao primeiro porque também apresenta temas cotidianos e, em geral, uma imagem positiva de Porto Alegre. Novamente aparecem o aspecto da natureza, cenas de lazer e emblemas conhecidos da cidade, como o pôr do sol e o Viaduto Otavio Rocha. Mesmo quando não é possível reconhecer Porto Alegre como cenário ou quando a cidade não é a protagonista da foto – casos das imagens 6, 7 e 9 –, existe uma intenção dos usuários em associar a cidade a suas publicações por meio das *hashtags*.

Gostaríamos de observar que o número de *likes* não foi um fator relevante nesse segundo grupo porque, diferentemente do primeiro, não podíamos comparar quantitativamente a popularidade entre os usuários já que variava o número de seguidores entre eles (no Grupo 1, são cinco imagens de um mesmo perfil, o @igerspoa; no Grupo 2, cada uma das cinco imagens é de um usuário diferente). Mas acreditamos que a informação não acrescentaria muito na análise desse grupo especificamente.

Em geral, as imagens do Grupo 2 nos oferecem novos elementos sobre o imaginário de Porto Alegre. A Imagem 10, com o viaduto sobre a Avenida Borges de Medeiros, nos lembra que Porto Alegre não é só feita de dias ensolarados e de natureza; há chuva e asfalto também. Dificilmente uma foto do Viaduto Otavio Rocha sem as luzes dos carros que lhe são características ou sem um céu azul ao longe iria parar em um cartão-postal. É um novo olhar sobre a cidade que ganha visibilidade. Pode ser considerada uma exceção mesmo no Instagram, onde, em geral, como temos visto, predominam cenas que remetem a dias bonitos e paisagens naturais sobre a cidade, mas indica que, na plataforma, há espaço para ângulos que fogem à regra.

A Imagem 7, com o *selfie*, apesar de apresentar um emblema bastante conhecido, o time de futebol Grêmio, nos oferece uma nova forma de falar sobre a cidade ou de dar a ver a cidade, por meio da *minha* presença, da presença de quem se autorretrata. Porto Alegre não é a protagonista da foto, não é cenário evidente, mas está lá, presente no texto que acompanha a imagem. Porto Alegre, para a menina que se autorretrata, é o Grêmio, é a casa onde ela está. Assim como, para o autor da Imagem 9, Porto Alegre pode estar manifestada em um doce na confeitaria Diego Andino. Mesmo que o autor não apareça na foto, o fato de marcar sua localização no mapa e associar a imagem à *tag* #portoalegre, diz, de alguma forma, o mesmo que a menina da *selfie*: estou aqui, nesta confeitaria, em Porto Alegre. Não se tratam de imaginários individuais sobre a cidade, mas, como diz Maffesoli, imaginários coletivos, na

medida em que correspondem aos imaginários dos grupos em que estão inseridos. Para outros gremistas, Porto Alegre também é a cidade do time da camisa azul, preto e branco.

Todas as publicações estão geolocalizadas nos pontos específicos onde foram tiradas: um condomínio, uma rua, uma avenida, um ponto comercial e um espaço público de lazer. Tratam-se de anotações urbanas, possíveis, como vimos, por meio de mídias locativas (SANTAELLA, 2008). São informações digitais associadas a lugares por meio de tecnologias móveis, no caso, *smartphones* com conexão à internet. Essas anotações atribuem valor a lugares específicos da cidade e afetam a maneira como as pessoas se relacionam com ela. Vemos como uma nova forma de experimentar a cidade.

O jogo típico desta rede social *online* também aparece no segundo grupo. O uso de *hashtags*, excessivo na maioria das publicações, demonstra uma vontade de colocar as imagens em trânsito e de se conectar com outros usuários, por meio de conversações breves que se encerram em torno da imagem, o que reforça a noção de tribalismo segundo a qual os laços entre as pessoas hoje podem ser mais fugazes. O neotribalismo de Maffesoli se baseia no senso comunitário e nos rituais cotidianos pelos quais os indivíduos se reconhecem, e é isso que acreditamos ter identificado nas imagens analisadas até então, imagens que apresentam temas cotidianos que são comuns àqueles que fazem parte dessa mesma comunidade, a comunidade de usuários do Instagram de Porto Alegre, que se dedicam a fotografar e compartilhar, entre outros temas, cenas de alguma forma associadas à cidade.

### 7.3 GRUPO 3

O terceiro grupo de imagens foi selecionado na noite de 28 de dezembro, domingo, a partir da geolocalização “Porto Alegre”. Cabe esclarecer que não existe uma geolocalização oficial de Porto Alegre no Instagram. Pontos georreferenciados podem ser criados pelos usuários: a partir da sua referência geográfica (encontrada pelo GPS do celular), o usuário pode nomear determinado ponto ou associar uma imagem a um ponto já nomeado. No nosso caso, enquanto buscávamos as imagens do Grupo 2 pelo rastreamento da *tag* #portoalegre, encontramos um ponto intitulado “Porto Alegre” com geolocalização em um bairro relativamente nobre da cidade; clicamos no ponto e vimos que havia dezenas de outras imagens associadas a ele por diferentes usuários. Na noite do dia 28, refizemos este caminho e selecionamos as cinco imagens mais recentes publicadas com o georreferenciamento “Porto

Alegre”. A exemplo das análises dos dois primeiros grupos, a seguir, descreveremos e analisaremos as últimas imagens deste trabalho.

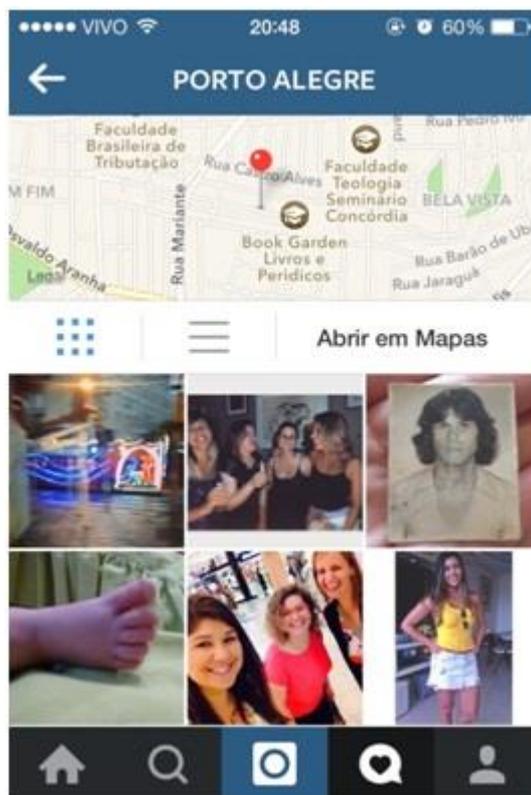


Figura 21 – Porto Alegre georreferenciada: Imagens selecionadas a partir de um ponto georreferenciado  
Fonte: Instagram

### 7.3.1 Imagem 11

A primeira imagem do terceiro grupo é bastante borrada e sem foco. Ela mostra o ônibus da Linha Turismo de Porto Alegre, que circula de terça a domingo, em diferentes horários e em dois roteiros, um pelo Centro Histórico e outro pela zona sul da cidade. A autora da foto parece estar sobre a calçada no momento em que registra a passagem do veículo pela rua; o movimento ajuda a explicar o borrado da imagem – em geral, os celulares não têm tecnologia suficiente para garantir imagens mais nítidas em situações adversas como muita velocidade e/ou pouca luz.

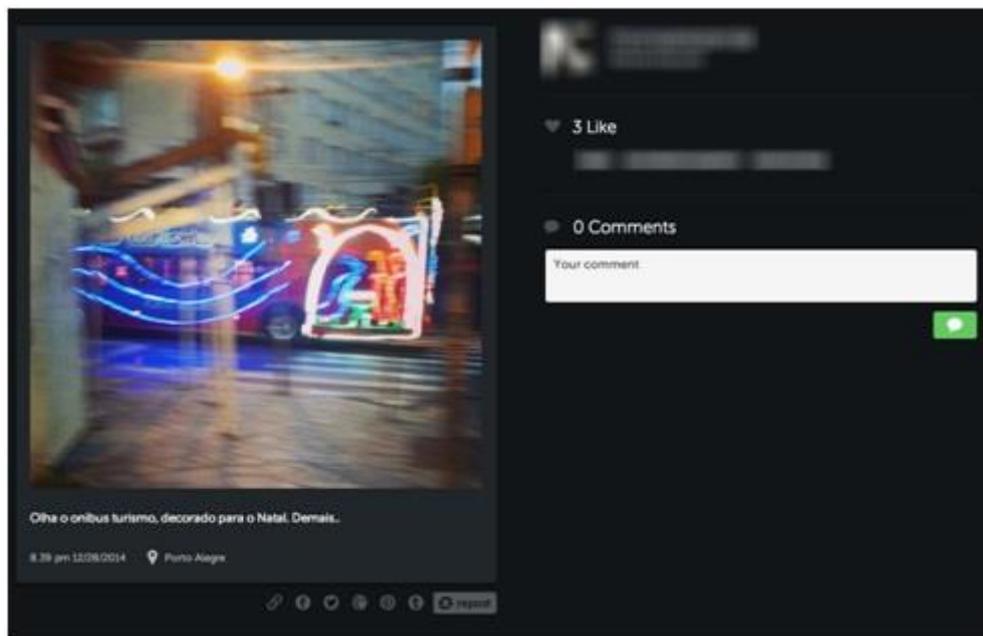


Figura 22 – Grupo 3 / Imagem 11  
Fonte: Iconosquare

A informação de que é a Linha Turismo está na legenda da foto (“Olha o onibus turismo, decorado para o Natal. Demais...”). Contudo, mesmo sem o texto, seria possível reconhecê-lo pelo seu visual. O veículo é bastante colorido e diferencia-se dos demais coletivos públicos porque tem um segundo andar aberto, onde os passageiros podem sentar-se durante o passeio. Na época de fim de ano, ele costuma ser decorado com luzes alusivas ao Natal, informação também destacada na legenda. Em volta do veículo, vemos uma faixa de segurança no asfalto, um poste de luz aceso e um edifício atrás.

No momento da coleta, a publicação registrava 3 *likes* e nenhum comentário. Entrando no perfil da usuária, vemos que os números não fogem da média das suas publicações mais recentes. Ela se apresenta como “Fotógrafa em Porto Alegre/RS 'Sempre registrando o momento único de felicidade da sua vida!’”, e em seguida informa o *site* com seu trabalho fotográfico.

Esta imagem diferencia-se das outras analisadas até então por ser um flagrante, um registro do momento exato em que o ônibus passa por aquela esquina; um exemplo clássico do que Henri Cartier-Bresson chamava de *instante decisivo*. É possível ver o veículo saindo do quadro; alguns segundos a mais, e a autora provavelmente perderia o registro.

À exceção do veículo, não há outro elemento no quadro que pudesse nos sugerir que a cena se passa em Porto Alegre, especialmente pela falta de nitidez da imagem. Mas a presença do ônibus tem uma relação muito forte com a cidade, afinal, é por meio dele que o poder público oferece a turistas e habitantes que a conheçam. Os roteiros que a linha percorre nos

lembram as derivas *deborbianas* e os trajetos dos caminhantes de uma cidade, que resultam em novos “mapas” das cidades, nos quais algumas regiões são mais destacadas que outras, e alguns bairros “desaparecem”. Nos trajetos da Linha Turismo, são contemplados pontos tradicionais do Centro Histórico, como prédios públicos e praças, além de dois grandes parques em bairros próximos a área central – o Parque Farroupilha e o Parque Moinhos de Vento. O segundo roteiro, pela zona sul da cidade, prioriza as “paisagens naturais” de Porto Alegre, segundo o site da prefeitura municipal<sup>29</sup>. A praia de Ipanema e a rota dos Caminhos Rurais estão entre as atrações do trajeto.

Apesar de já dar a ver uma cidade que foge do centro, o segundo roteiro não é suficiente para contemplar Porto Alegre como um todo; ficam de fora ainda muitos bairros residenciais e boa parte da periferia. A cidade mostrada pelo *city tour* é a Porto Alegre turística, afinal, cujas atrações, em geral, coincidem com muitos temas retratados na nossa análise até então.

### 7.3.2 Imagem 12

A Imagem 12 apresenta um elemento que aparece em quatro das cinco fotos do Grupo 3: pessoas. Trata-se do retrato de um grupo de quatro mulheres, entre elas, a usuária que publicou a imagem em seu perfil. Todas aparecem sorridentes, em um ambiente interno que não identificamos se é privado ou público.

---

<sup>29</sup>Disponível em: <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p\\_secao=269](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p_secao=269)>. Acesso em: 2 jan. 2015.

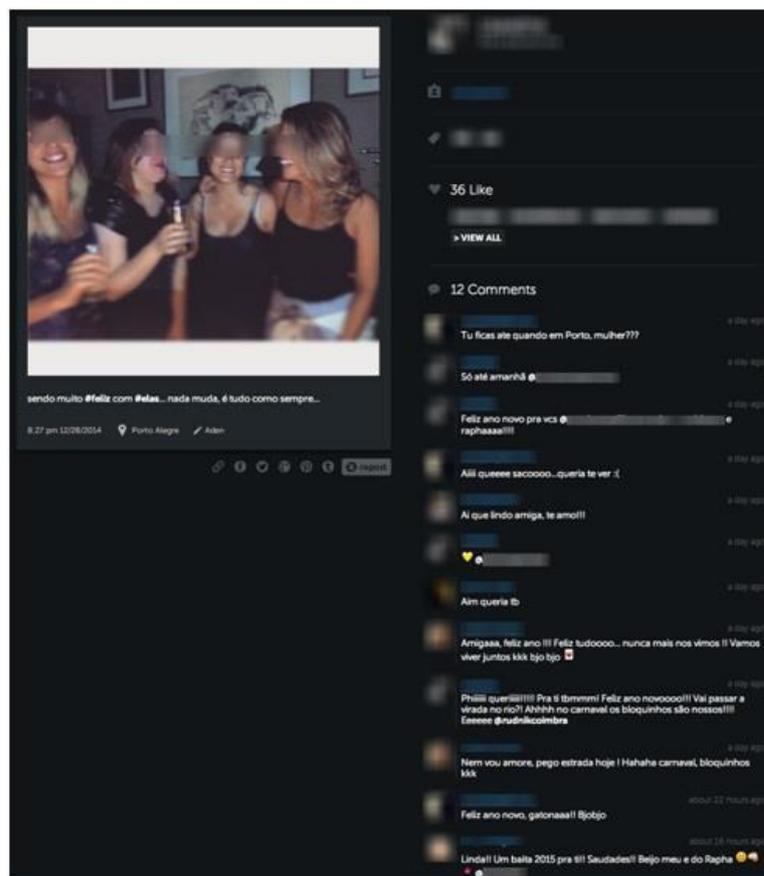


Figura 23 – Grupo 3 / Imagem 12

Fonte: Iconosquare

A interação é alta nesta publicação. No momento da coleta, havia 36 *likes* e 12 comentários. A conversação se inicia em torno da informação de que a foto foi tirada em Porto Alegre. Alguém pergunta à usuária até quando ela fica na cidade, ela responde “Só até amanhã” e a primeira pessoa volta a se manifestar dizendo que queria vê-la. Alguns dos outros comentários são mensagens de feliz ano novo. Esses textos sugerem uma importância à informação georreferenciada de Porto Alegre. Aparentemente, a usuária que publicou a imagem não mora na cidade, está de passagem, provavelmente em função das festas de final de ano. Para ela, pareceu importante dar visibilidade ao fato de que estava em Porto Alegre. Visivelmente, a imagem não diz nada sobre a cidade, mas o fato da usuária marcar sua geolocalização, como em todas imagens deste grupo, confere uma importância em associar tal fotografia à cidade.

Os laços evidenciados nas interações publicadas reforçam o que já vimos nas análises anteriores, assim como na legenda, na qual a usuária parece celebrar a amizade: “sendo muito #feliz com #elas... nada muda, é tudo como sempre”. Uma das meninas está marcada por meio de seu nome de perfil; ela comenta na publicação: “Ai que lindo amiga, te amo!!!”.

Foi aplicado o filtro Aden, que confere à imagem menos contraste e um certo tom envelhecido, tirando um pouco de saturação das cores. Um efeito semelhante a outros filtros do Instagram que também brincam com a temporalidade das imagens compartilhadas, evocando uma outra época e/ou atmosfera (MANOVICH, 2013).

### 7.3.3 Imagem 13

A terceira imagem do Grupo 3 é a foto de uma foto. Uma fotografia digital de uma fotografia em papel. Sobre a palma da mão, a imagem em preto e branco, envelhecida, mostra um homem de cabelos quase à altura dos ombros. A legenda nos localiza no tempo: “My dad really lived the 70's” (“Meu pai realmente viveu os anos 70”, em tradução livre). Ao observar o perfil da usuária, descobrimos que ela atualmente vive nos Estados Unidos, mas está no Brasil, mais especificamente em Porto Alegre, segundo a informação georreferenciada, provavelmente visitando familiares.



Figura 24 – Grupo 3 / Imagem 13  
Fonte: Iconosquare

Nessa visita, reencontrou a antiga fotografia que compartilhou na rede social e que, aparentemente, não nos diz nada sobre Porto Alegre, mas está associada ao lugar. Essa associação remete mais à história de vida da usuária do que à cidade. É final de ano, e ela está em Porto Alegre, a cidade onde talvez ela vivia antes, ou talvez onde tenha nascido; pode ser a

cidade do seu pai, onde ele viveu a década de 1970; no mínimo, sabemos que é a cidade onde está uma parte das suas memórias. Podemos pensar que as duas narrativas – de vida da usuária e a da cidade – se sobrepõem, assim como se misturam, na bacia semântica dos imaginários, os trajetos e opiniões particulares de cada um e as impressões coletivas de um grupo. No momento da coleta, a publicação tinha 5 *likes* e 2 comentários. Não há nenhuma *hashtag* associada à imagem. Parece ser menos o caso de colocar a fotografia em trânsito e mais de compartilhar sua história de vida com seus amigos ou seguidores. Um dos comentários, em inglês, afirma que a usuária é muito parecida com o seu pai. A interação é um exemplo da conversação entre as tribos a que Maffesoli se refere e cujo conteúdo importa menos do que o laço que ela estabelece pelo afeto.

### 7.3.4 Imagem 14

A Imagem 14 nos mostra um pé de bebê sem muita nitidez, o foco está ao fundo, ressaltando os detalhes do que parece ser uma almofada ou travesseiro. Chama a atenção que a publicação não tinha nenhum *like* ou comentário no momento da coleta, mesmo sendo um motivo de tão forte apelo como costumam ser os bebês nas redes sociais. Ao observar o perfil do usuário, percebemos que se trata de alguém iniciante na plataforma. Esta imagem é sua décima quarta publicação, o que talvez explique a baixa popularidade das suas fotografias em geral.

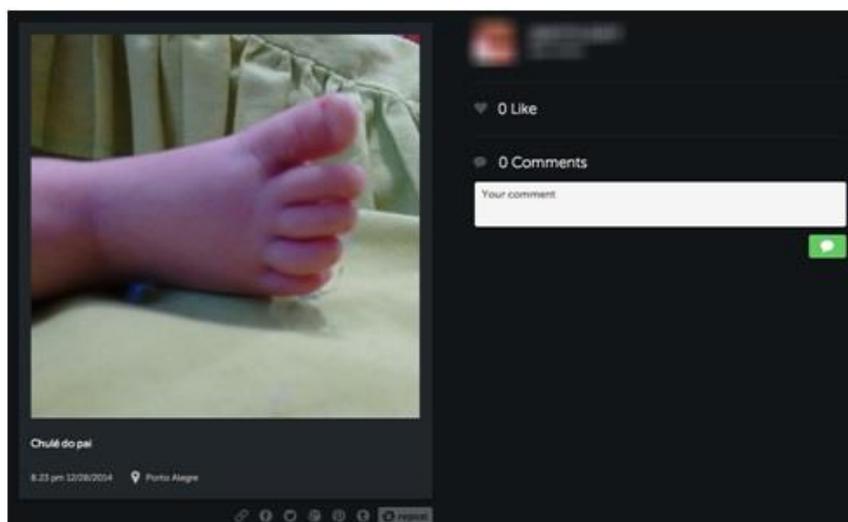


Figura 25 – Grupo 3 / Imagem 14  
Fonte: Iconosquare

Voltemos à imagem. É uma cena bastante cotidiana; um detalhe de um bebê, que parece deitado sobre uma cama. A legenda também fala de algo banal: “Chulé do pai”. No perfil do usuário, observamos outras fotos do filho, alguns *selfies*, e nenhuma outra publicação com informação georreferenciada, como a que foi selecionada por nós. Há, entretanto, menções nas legendas aos lugares onde as fotos foram tiradas; uma delas é o Mercado Público de Porto Alegre, outra dentro de um ônibus, em Curitiba. Como se trata de um iniciante, talvez o recurso do georreferenciamento seja ainda pouco explorado. De toda forma, o fato de o usuário fazer questão de dar visibilidade ao lugar em que a fotografia foi registrada confere uma importância à cidade naquele momento, e isso pode ter implicações na formação do imaginário da cidade em questão.

### 7.3.5 Imagem 15

A última imagem da nossa análise é mais uma fotografia de grupo. São três mulheres, em primeiro plano, que parecem estar em um *shopping center* pelo que se vê ao fundo. Assim como a Imagem 12, trata-se de um registro de um momento alegre. Os sorrisos do trio e a legenda – “Sobre um domingo feliz!!” – nos sugerem isso. Uma das mulheres foi marcada na foto e deixa um comentário referindo-se ao encontro e citando diferentes cidades: “Sobre um domingo que vai ser feliz, em 2015, 16, 17,.... Em Poa, Osório ou Bom Jesus. Ou Madrid!”.

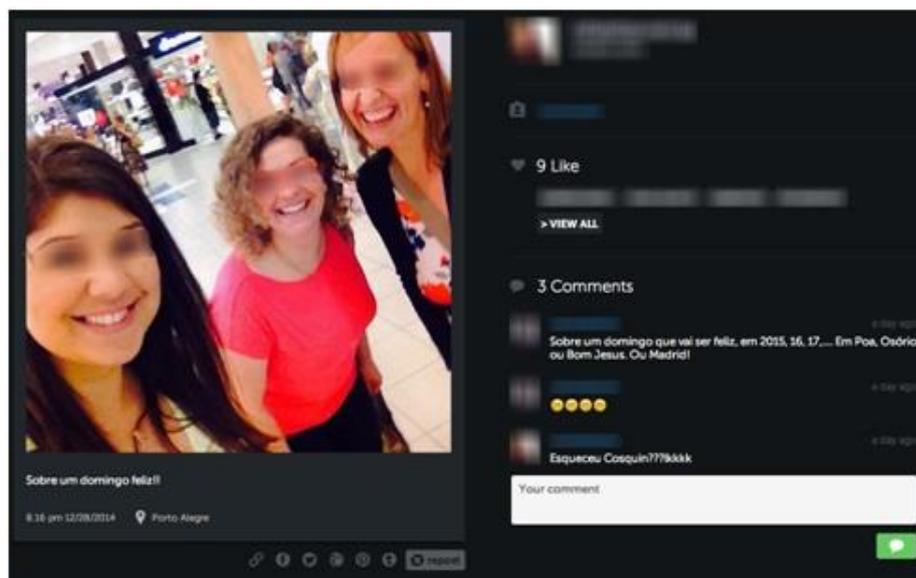


Figura 26 – Grupo 3 / Imagem 15

Fonte: Iconosquare

A publicação tem 9 *likes* e 3 comentários, dois da usuária marcada e um da dona do perfil. É mais um exemplo de interação típica de redes sociais *online*, em que um usuário “chama” outro por meio de seu nome de perfil, e a conversação gira em torno da publicação, neste caso, da imagem, que tem um significado afetivo para quem interage. Novamente temos uma imagem sem *hashtags* e que, visivelmente, não nos diz muito sobre Porto Alegre. Se não fosse pela informação georreferenciada, não seria possível saber que se trata de uma foto tirada na cidade.

### 7.3.6 Apontamentos sobre o imaginário de Porto Alegre no Grupo 3

O que une as cinco imagens deste grupo é a informação georreferenciada em Porto Alegre. Apesar de todas as imagens analisadas neste trabalho terem sido feitas em Porto Alegre, essas cinco últimas têm um diferencial: foram deliberadamente localizadas pelos seus autores, que tornaram pública a informação de que a foto foi tirada nesta cidade. Cada cenário poderia ter relacionada uma localização geográfica mais específica – uma praça, um bairro, uma residência, um ponto comercial, como aconteceu nas fotos do Grupo 2 – mas preferiu-se marcar Porto Alegre. No segundo grupo, a intenção foi semelhante: com a *tag* #portoalegre, os autores associaram tais imagens à cidade. Mas aqui, no Grupo 3, a cidade como local de presença foi mais marcante.

Nenhuma das imagens tinha Porto Alegre como cenário fortemente representado; foi difícil, quando não impossível, identificá-la não fosse a informação sobre geolocalização. O fato de fazerem essa anotação urbana sugere que os autores quiseram deixar claro que estavam em Porto Alegre. Essa associação nos diz que a cidade tem uma importância para eles, provavelmente uma importância afetiva, como vimos pelas molduras das imagens: algumas conversações giraram em torno do fato da pessoa fotografada estar em Porto Alegre, revendo a família ou reencontrando amigos.

Assim como nos grupos anteriores, todas cenas são cotidianas: encontros com amigos, um bebê que dorme, um ônibus que passa, uma fotografia antiga que se encontra ao revirar armários. Como vimos, as fotos de pessoas parecem nos dizer mais sobre a história de vida delas do que sobre a cidade. Por outro lado, no momento em que um episódio tão íntimo como mexer em fotos antigas de família é associado à cidade, essas narrativas passam a se confundir e os pequenos relatos cotidianos acabam se misturando com os grandes

acontecimentos que paralelamente ocorrem na cidade; e tudo isso contamina o imaginário urbano.

O terceiro grupo mostrou a cidade como ponto de encontro, como lugar onde a família se constrói, onde os amigos confraternizam, onde os laços se fortalecem presencialmente – como se viu em fotos de grupos – ou virtualmente – como se viu por alguns comentários. Porto Alegre é onde estão *meus* amigos, *minha* família, é onde *eu* estou, e por isso ela é importante.

#### 7.4 APONTAMENTOS FINAIS DA ANÁLISE

Concluída a análise dos três grupos selecionados, gostaríamos de ressaltar alguns aspectos. As primeiras cinco imagens, publicadas pelo perfil da comunidade de usuários de Porto Alegre @igerspoa, nos mostraram uma Porto Alegre bastante conhecida, com pontos turísticos consolidados e as belezas naturais que tanto orgulham os porto-alegrenses. O pôr do sol esteve presente em quatro das cinco fotografias, confirmando sua preferência como símbolo da cidade. O imaginário de Porto Alegre revelado por essas imagens e suas molduras nos remete a uma cidade com bastante natureza; a despeito de virar as costas para o Guaíba, de quem está separada pelo polêmico Muro da Mauá, a cidade tem no rio outro emblema bastante evidente. Nesta comunidade, os membros vibram em torno de Porto Alegre, elogiam as paisagens compartilhadas pelos outros, só mencionam o lado belo da cidade e promovem encontros presenciais, intensificando os laços criados virtualmente.

É o grupo em que a cidade mais aparece, no sentido de estar visível nas imagens. É também o único grupo em que existe uma relação de poder bastante clara: as fotos são compartilhadas por dois administradores, provavelmente os únicos que detêm a senha do perfil, que fazem uma curadoria das imagens. Depois de republicadas pelo @igerspoa, aquelas com mais *likes* são novamente publicadas como destaque da semana.

No Grupo 2, com imagens rastreadas pela *tag* #portoalegre, apareceram o primeiro *selfie* da nossa coleta e outras cenas cotidianas que, aparentemente, não eram ligadas à cidade, como um doce em uma confeitaria ou um cachorro passeando. Não negamos o componente narcísico de um autorretrato, afinal trata-se de uma imagem de alguém que quer ser visto, mas entendemos o *selfie*, no caso da Imagem 7, da menina com a camiseta do Grêmio, da mesma forma que Maffesoli, como uma maneira de se comunicar com outros da sua tribo, afinal, o

*selfie* se tornou um meio pelo qual os usuários de redes sociais se reconhecem, é quase como uma nova linguagem, todos fazem e, portanto, é preciso fazer para sentir-se parte. E mais, como vimos, no momento em que a usuária atribui sua imagem a Porto Alegre, tal fotografia nos fala um pouco sobre a cidade, a cidade *dela*, onde *ela* está, onde está *seu* time de futebol.

Dizer onde se está foi um comportamento que apareceu com bastante força no Grupo 3, composto por imagens geolocalizadas em Porto Alegre. Para todos aqueles usuários, foi importante marcar a cidade como localização da sua foto. Assim como no Grupo 2, Porto Alegre pouco apareceu como cenário neste terceiro grupo, diferentemente do Grupo 1. Mas estava presente nos textos que emolduravam as imagens. Ao mesmo tempo em que se está em uma rede social *online* de alcance global, faz-se o movimento de voltar para sua aldeia, outro fenômeno observado por Maffesoli entre as novas tribos e que ajuda a explicar a importância das informações georreferenciadas no aplicativo e a própria existência de comunidades em torno de cidades, como o @igerspoa.

Como já esperávamos, cenas cotidianas foram predominantes nas amostras. Vimos rituais como o pôr do sol, o chimarrão, um passeio com o cachorro, um encontro com amigos, uma rua vazia em véspera de feriado. Não há protagonismo de grandes obras urbanas ou de grandes eventos da cidade. Tudo isso reforça a tese de Maffesoli sobre o retorno do homem ao cotidiano, às coisas ordinárias, assim como suas noções a respeito dos laços estabelecidos nas novas tribos. Nas interações realizadas no aplicativo por meio de *hashtags* e comentários, vimos que o compartilhamento de imagens aproxima as pessoas. Como é característico dessa rede, os textos giram em torno das imagens, e não o contrário. Em geral, os comentários eram curtos, tinham um tom afetuoso, e não se viu grandes debates em torno de nenhum assunto.

Os dois últimos grupos trouxeram novas visões sobre a cidade, novas formas de vê-la. Eles nos mostram que, no aplicativo, há espaço para novos registros. Na esteira do que afirmam autores como Maffesoli e Lyotard sobre não haver mais uma verdade absoluta, não existe mais apenas uma imagem da cidade. As pequenas e novas narrativas se juntam às imagens já consolidadas de Porto Alegre, tão presentes no Grupo 1, onde há, como já observamos, uma relação de poder explícita, diferentemente dos grupos 2 e 3. Por outro lado, ainda estamos presos a essas relações de poder e buscamos a legitimação de instituições, nem que seja de um perfil em um aplicativo que se autodenomina o grupo oficial de usuários do Instagram. Isso fica evidente nas fotos marcadas com a *tag* #igerspoa, pela qual um autor pede para fazer parte daquela seleção de imagens. É um exemplo de que não há uma substituição total da lógica moderna e positivista por uma lógica pós-moderna em que não há uma única

verdade. Ambas características coexistem; como diz Ortiz (2014), as mudanças estão em curso.

Acreditamos que os três grupos juntos exemplificam a coexistência de pequenas e grandes narrativas dentro do imaginário de uma cidade. Como diz Silva (2012), cada um é coautor e protagonista de imaginários. Os pequenos relatos estão ligados a olhares particulares, a cenas ordinárias da vida de cada um que fazem parte da história da cidade, afinal, uma cidade é o que fazemos dela. Mas as imagens consolidadas de Porto Alegre, seja pela mídia ou pelos cartões-postais – ou pelos administradores do @igerspoa, em menor escala – ainda estão aí, contaminando a imagem que cada usuário do Instagram tem da cidade e a imagem que cada um cria e/ou reproduz da cidade. Porque precisamos das imagens comuns a todos, e dos sentimentos comuns a todos, para reconhecermos a nossa cidade, para nos reconhecermos uns aos outros como membros de uma mesma comunidade.

Caminhar pela cidade com um *smartphone* na mão é poder fotografá-la a qualquer momento e em qualquer lugar. No contexto de hipermobilidade conectada, também é possível compartilhar esses registros e, mais, associá-los aos lugares a que se referem. A evolução dos registros da cidade – pela literatura, música, teatro, pintura e fotografia – ganha um novo componente, que são as anotações urbanas (SANTAELLA, 2008). Conforme Castells (1999), um fenômeno só possível no contexto tecnológico atual, de lógica em rede – em que as novas tecnologias encorajam os usuários a compartilhar, a colocar em trânsito suas imagens (KILPP; MONTAÑO, 2012). Nas cibercidades, a presença de tecnologias móveis é cada vez mais massiva, e isso muda as práticas sociais e o modo como os habitantes se relacionam com os espaços urbanos.

Além de mostrarem seus pontos de vistas da cidade, vimos que os usuários estão *se* mostrando em relação à e na cidade, mostrando os rituais que praticam em Porto Alegre e pelos quais se reconhecem como habitantes da mesma. São ritos cotidianos, como o pôr do sol, o chimarrão, o passeio com o cachorro, as refeições, um encontro com amigos. Todas essas cenas estão presentes na nossa análise e isso só é possível porque pessoas comuns têm acesso a essa tecnologia. Quem melhor do que o próprio porto-alegrense para registrar e compartilhar o seu cotidiano? É claro, como vimos, que ainda há muitas imagens que reproduzem olhares já consolidados, basta lembrar que 80% das publicações do Grupo 1 exibiam o pôr do sol. Mas esse fenômeno nos parece explicado, em grande parte, pela vontade de pertencer a uma tribo – eu faço uma foto do pôr do sol para fazer parte desse grupo que fotografa o pôr do sol porto-alegrense; eu faço um *selfie* para ser identificado por aqueles que também o fazem. É a adesão no lugar da imposição (SILVA, 2012).

Considerando ainda que o Instagram é uma tecnologia do imaginário, essa nova interação com a cidade interfere nas produções dos imaginários urbanos. É uma lógica que segue a esteira do que ocorre na comunicação, e na sociedade em geral, essa lógica em rede (CASTELLS, 1999). Especificamente no caso da comunicação, diversos autores já sublinharam a transformação na virada para o século XXI, entre eles Manuel Castells. Nos dois séculos anteriores, as mídias de massa ditavam a produção em uma lógica de um para muitos, o *broadcasting*; hoje as novas tecnologias de comunicação e a internet permitem uma lógica em rede, em que os consumidores são também produtores em potencial – o que não significa que todos produzem. A comunicação em rede é “em geral, espontânea não-organizada e diversificada em finalidade e adesão” (CASTELLS, 1999, p. 439). Voltamos a citar Silva (2012) quando ele diz que todos somos coautores de imaginários. Isso sempre foi assim. A diferença hoje é o alcance que as representações que cada um cria atinge. Conectados a uma rede global, a foto que cada um faz de Porto Alegre se junta a milhares de outras e parece ter mais peso na formação dos imaginários urbanos do que antigamente. O retorno ao cotidiano a que Maffesoli se refere talvez não aparecesse nas publicações do Instagram se apenas figuras oficiais como órgãos públicos ou fotógrafos profissionais pudessem compartilhar seus registros.

Porto Alegre é, portanto, uma cidade de belas paisagens naturais, do pôr do sol mais bonito, assim como é a cidade onde estão nossos amigos e familiares, onde tomo chimarrão, torço para o meu time de futebol e passeio com o meu cachorro. É a cidade de cada um de nós e de todos nós.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao fim da nossa caminhada. Um trajeto que começou no momento em que escolhemos o Instagram como foco da nossa atenção porque acreditávamos que seria possível investigá-lo como uma tecnologia do imaginário, mais especificamente, como uma tecnologia do imaginário de Porto Alegre. Aceitamos o grande desafio que é, do ponto de vista científico, olhar para temas que nos são muito caros (a fotografia, a cidade, Porto Alegre) e tendo consciência de que somos produtos e produtores de imaginários. Mergulhamos na plataforma por mais de dois anos, entendendo como funciona, observando que imagens são mais recorrentes, como os usuários se comportam. Percebemos a importância que a territorialidade tinha nas publicações, como as comunidades em torno de cidades. Decidimos fechar nosso recorte em torno de Porto Alegre e passamos a resgatar um pouco da história e do imaginário dessa cidade.

Paralelamente, buscamos um referencial teórico que desse conta do nosso objeto e de conceitos e noções complexos, como o imaginário. Encontramos em Maffesoli o principal teórico da sociologia do imaginário e apostamos em suas teses de retorno à imagem e ao cotidiano e de saturação das grandes narrativas modernas e a emergência de pequenos relatos. O mesmo autor nos ajudou a pensar nossa metodologia e, a partir da sociologia compreensiva, começamos a montar nosso esquema de análise, cientes de que um pesquisador do imaginário é um narrador do vivido e que, portanto, demanda uma metodologia mais flexível e generosa.

Entendemos que essa metodologia pode ser considerada frágil, já que é baseada na capacidade de interpretação do pesquisador. Por outro lado, como estamos lidando com o imaginário, um aspecto nada exato do social, sabíamos de antemão que uma metodologia hermética não seria adequada para dar conta da riqueza dos dados. Também nos apoiamos no entendimento de Legros *et al* de que a

Interpretação é um trabalho e uma função que o pesquisador utiliza com, mais ou menos, conhecimento de causa. (...) a interpretação não é nada. Nada além de uma maneira de criar os novos imaginários ou, mais exatamente, as novas realidades do conhecimento. (MAFFESOLI, 2010, p. 111)

Quando começamos este trabalho, estávamos em busca de cenas da cidade em si e cogitávamos descartar imagens em que ela não fosse a protagonista. Nos demos conta de que era preciso considerar as publicações que insistiam em surgir associadas à cidade, mas sem

que ela necessariamente aparecesse no quadro. Selecionamos então imagens em que Porto Alegre aparecia nas legendas e nas *hashtags*. Separamos nossa amostra em três grupos: o Grupo 1, composto de imagens compartilhadas pela comunidade @igerspoa; o Grupo 2, com imagens rastreadas pela *tag* #portoalegre; e o Grupo 3, composto de imagens geolocalizadas em Porto Alegre. Cada uma das 15 imagens no total foram descritas uma a uma.

Tivemos algumas dificuldades nas coletas das imagens. Dependíamos dos *softwares* disponíveis gratuitamente sobre análise de dados do Instagram e do próprio aplicativo e fomos barrados pelas suas limitações, como não ter acesso a todo histórico de imagens já publicadas, e por limitações próprias da nossa pesquisa. Sabemos que um número maior de publicações ampliaria o espectro de informações sobre o imaginário de Porto Alegre e que o período do ano em que se concentrou a coleta também influencia os resultados. Contudo, esbarramos na nossa própria limitação humana de análise dentro do tempo de que dispúnhamos, mas estamos cientes de que nossa pesquisa, como dissemos na Introdução, é um recorte no tempo.

Depois das descrições de cada imagem, ao final de cada grupo, entrecruzamos nossa análise com duas noções fundamentais do imaginário pós-moderno para Maffesoli: o tribalismo e o cotidiano. As análises nos revelaram diferentes aspectos do imaginário de Porto Alegre. O primeiro deles, mais esperado, remete às cenas já conhecidas da cidade, como o seu famoso pôr do sol e outros pontos turísticos. Nos outros dois grupos, emergiram pontos de vista mais particulares da cidade, não tanto em relação a novos ângulos fotográficos, mas novos significados, significados particulares que cada um associa a sua cidade, mas que, de alguma forma, encontram correspondência nos outros membros dessa comunidade de habitantes de uma mesma cidade e, no caso mais específico do nosso recorte, usuários do Instagram de Porto Alegre.

Além de nos revelar traços do imaginário de Porto Alegre, essas imagens e suas molduras nos evidenciaram aspectos da pós-modernidade segundo nosso autor referencial, Maffesoli, uma época em que a imagem tem valor de vetor entre as pessoas. Nesse retorno à imagem, voltamos a nos ligar ao outro muito mais por aspectos emocionais do que racionais. Uma imagem não diz só mais do que mil palavras, uma imagem carrega consigo todo um imaginário, e essa aura não palpável é o que faz o homem pós-moderno reconhecer-se nos outros e formar, assim, seus laços, constituindo as novas tribos. Acreditamos ter conseguido demonstrar esse fenômeno, cruzando a base teórica com os resultados evidenciados nas publicações do aplicativo.

Creemos ter cumprido nosso objetivo inicial de revelar o que as publicações associadas a Porto Alegre dizem sobre o imaginário contemporâneo desta cidade. Nessa caminhada,

descobrimos que as cenas cotidianas ganharam importância para os fotógrafos de *smartphones*. No contexto pós-moderno e tecnológico sobre o qual dissertamos ao longo de nossa pesquisa, a palavra de ordem é *compartilhar*. E compartilhar essas imagens ordinárias é o que liga as pessoas umas às outras, e mais, o que as liga à cidade em que vivem. Essa nova relação com a cidade só é possível devido a esse contexto de valorização da imagem e do cotidiano e de popularização das novas tecnologias móveis, que transformaram os espaços urbanos em cibercidades.

Identificamos que as ferramentas móveis de registro e compartilhamento da cidade disponíveis hoje permitem que mais gente a registre e compartilhe seu olhar sobre ela. Graças a elas e aos espaços híbridos onde a barreira entre o espaço físico e o ciberespaço se dilui, os pequenos relatos pessoais podem ser associados à história e à imagem de uma cidade. Talvez essa possibilidade aproxime os cidadãos das suas cidades. O desejo de *se mostrar na cidade*, evidenciado em nossa análise, pode ser um indício dessa aproximação, uma hipótese que poderia ser testada em estudos futuros. Esse mesmo desejo nos mostrou o quanto a territorialidade é valorizada nesta rede social *online*, conforme Manovich já havia apontado ao descrever o Instagram. Se as tecnologias móveis conectadas à internet 24 horas por dia flexibilizaram o tempo, possibilitando que as pessoas estejam conectadas a todo momento e se comuniquem a qualquer hora e em tempo real, elas também estimulam os usuários a dizerem *onde* estão, já que o *quando* parece ser secundário no Instagram – hoje ou duas semanas atrás ou na década de 1970 evocada por um filtro não importa, importa é que *estou aqui*, mesmo podendo estar em qualquer outro lugar do mundo.

Caminhar pelas ruas munido de um *smartphone* e conectado à rede mundial de computadores mostrou-se uma nova forma de viver a cidade, de interagir com ela. É diferente do *flâneur* de Baudelaire porque, com tantas informações disponíveis – do GPS às anotações urbanas acessíveis a um clique aos usuários de tecnologias móveis –, não se circula mais sem rumo pela cidade. Também é diferente dos primeiros fotógrafos que saíam a registrar a cidade. Os usuários do Instagram, em geral, não saem de casa com o objetivo pré-definido de fotografar a cidade; eles estão na rua – a caminho do trabalho ou em um momento de lazer – e, de repente, algo os convida a tirar o celular do bolso, mirar a cidade, registrá-la e compartilhá-la. É a cidade que os convida? A cidade altamente imaginável de Lynch, que atrai olhos e ouvidos assim como as cidades onde ainda era possível flunar? Ou é a ferramenta que os estimula? Uma ferramenta que, num ciclo vicioso, constroi imagens da cidade, imagens belas que, por sua vez, convidam que se olhe novamente para a cidade?

À medida que surgiam tais perguntas durante nossa análise, percebemos que praticamente não há lugar para os problemas de uma grande cidade no Instagram, o que não significa que o imaginário de Porto Alegre esteja livre desses sentimentos negativos, por isso preferimos falar em traços do imaginário da cidade – e esta pode ser uma fragilidade da nossa pesquisa mas que acreditamos minimizar quando deixamos claro nosso recorte. No caso da ausência de aspectos negativos, nos parece que é a lógica da ferramenta que encoraja ao registro e ao compartilhamento do que é belo. É como se houvesse uma espécie de seleção natural de belas imagens no aplicativo. Linaschke (2011) sugere que muitos usuários, aos poucos, vão deixando de publicar fotos “sem graça” à medida em que percebem como são bonitas as fotos dos outros e passam a se esforçar para que suas publicações sejam tão belas quanto ou mais. Novamente, a noção de tribalismo ganha força, já que, mais do que determinismo tecnológico, acreditamos que o que rege esse comportamento dos usuários é a atitude dos outros e é para ser reconhecido pelo outro e fazer parte de um grupo que os usuários produzem belas imagens como as que veem circular pela rede.

Esse novo ato de caminhar e registrar a cidade também é um caminhar diferente da prática da deriva *debordiana*, na qual existe uma intenção de analisar o urbano. Os situacionistas que andavam à deriva também não tinham um destino final, assim como o *flâneur*. Contudo, há algo que os aproxima do caminhante pós-moderno porque todas essas caminhadas resultam em uma cartografia afetiva que deforma as regiões da cidade. Se colocássemos em um mapa as 15 imagens analisadas em nosso trabalho, veríamos uma concentração de publicações na área central e, em seguida, na zona sul da cidade. Ou seja, as imagens da cidade se constroem a partir dessas representações, e assim o imaginário de Porto Alegre se refere predominantemente a essas regiões. A principal diferença entre esses três caminhantes é que os de hoje têm em suas mãos uma nova forma de interagir com a cidade, de atribuir valor fazendo anotações urbanas, ou seja, “colando” pequenos relatos pessoais aos lugares que lhes são caros e deixando essas informações acessíveis aos outros, que podem se apropriar das mesmas resignificando-as e resignificando esses lugares.

Acreditamos que todas essas novidades afetam a forma como os imaginários urbanos são produzidos. Assim, Porto Alegre se mostrou uma cidade de belas paisagens, de pontos turísticos consolidados, ao mesmo tempo em que contém as histórias de cada habitante que contribuem para formar seu imaginário – e que também refletem esse imaginário que aí está, envolvendo a todos pelo seu caráter atmosférico.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Hélio Ricardo. A fotografia em Porto Alegre: o século XIX. In: Luiz Eduardo Robinson Achutti (org.). **Ensaio (sobre o) fotográfico**. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.

ARGAN, Giulio Carlo. **História da arte como história da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida em fragmentos: sobre ética pós-moderna**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

\_\_\_\_\_. Versão Ebook. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012. ISBN 9788537801222.

BENJAMIN, Walter. Obras escolhidas. vol.3. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Photography: a middle-brow art**. Cambridge: Polity Press, 1990.

BRUNET, Karla Schuch. Fotografia por celular: questionando novas práticas e dinâmicas de comunicação. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2007, Santos.

CARTIER-BRESSON, Henri. El instante decisivo, 221-236. In: Joan Fontcuberta. **Estética fotográfica**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**, volume I. Trad. Roneide Venâncio Majer e Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. Versão e-book. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. ISBN: 978-85-378-1115-3.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

\_\_\_\_\_. Relatório sobre a construção de situações e sobre as condições de organização e de ação da tendência situacionista internacional [1957]. In: JACQUES, Paola Berenstein (org.). **Apologia da deriva**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003, p. 43-59.

\_\_\_\_\_. Teoria da Deriva. In: JACQUES, P. B. (Org.) **Apologia da Deriva**: escritos situacionistas sobre a cidade. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003b, p. 87-91. [Publicado originalmente em *Internationale Situationniste*, nº 2, 1958.]

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no Ocidente. Petrópolis: Vozes, 1994.

DIETZSCH, Anna et al. *Colaboratório Grupo Interdisciplinar*. **Manifesto da noite**. São Paulo: Invisíveis Produções, 2014.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Campinas: Papirus, 1993.

DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 2011.

\_\_\_\_\_. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

ETCHEVERRY, Carolina Martins. **Visões de Porto Alegre nas fotografias dos irmãos Ferrari (c.1888) e de Virgílio Calegari (c. 1912)**. 2007. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Os significados urbanos**. São Paulo: Fapesp, 2000.

FONTCUBERTA, Joan. **La cámara de Pandora**. La fotografía después de la fotografía. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

FRANCO, Sérgio da Costa. **Porto Alegre**: Guia histórico. Porto Alegre, UFRGS, 1992.  
GIST, N. P.; HALBERT, L. A. **A cidade e o homem**. A sociedade urbana. Rio de Janeiro: Editora Fundo de cultura, 1961.

HAND, Martin. Versão e-book. **Ubiquitous photography**: digital media and society series. Cambridge: Polity Press, 2012.

HARAZIM, Dorrit. O guardião da história e as imagens secretas da revolução cultural. **Revista Zum 4**, Rio de Janeiro, n. 4, 11 set. 2013. Semestral. Disponível em: <<http://revistazum.com.br/revista-zum-4/o-guardiao-da-historia/>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

HOCHMAN, Nadav e MANOVICH, Lev. **Zooming into an Instagram City**: reading the local social through media. *First Monday*, v. 18, n. 7, jul. 2013. Disponível em: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>>. Acesso em 9 dez. 2014.

JACKS, Nilda (org.). **Porto Alegre imaginada**. Porto Alegre: Observatório Gráfico, 2012.

JACQUES, Paola Berenstein (org.). **Apologia da deriva**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

JAGUARIBE, Beatriz. Modernidade cultural e estéticas do realismo. In: **O choque do real**: estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

JAPPE, Anselm. **Guy Debord**. Petrópolis: Vozes, 1999.

KILPP, Suzana; MONTAÑO, Sonia. **Trânsitos e conectividades na web**: uma ecologia audiovisual. In: *Matrizes*, p. 129-143. Ano 6, n. 1, jul./dez. 2012, São Paulo.

LEGROS, Patrick; MONNEYRON, Frédéric; RENARD, Jean-Bruno; TACUSSEL, Patrick. **Sociologia do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

LEMOS, André (org.). **Cibercidade**: as cidades na cibercultura. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2004.

\_\_\_\_\_. **Ciberurbe**: a cidade na sociedade da informação. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2005.

\_\_\_\_\_. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. In: *urbe*. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v.2, n.2, 155-166, Pontifícia Universidade Católica do Paraná jul. /dez. 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Solange Ferraz de; CARVALHO, Vera Carneiro de. **Fotografia e cidade: da razão urbana à lógica de consumo: álbuns de São Paulo (1887-1954)**. Campinas: Mercado de Letras, 1997.

LINASCHKE, Joseph. Versão e-book. **Getting the most from Instagram**. Berkeley: Peachpit Press, 2011.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.

MADALENO, Erika Hanssen. Laçador é o símbolo por escolha do povo. **Zero Hora**, Porto Alegre, ano 27, n. 9.582, p. 40, 27 nov. 1991.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade**. [2001]. Entrevista concedida à Revista Famecos, n. 15. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/2395>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

\_\_\_\_\_. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 20, abril 2003, p. 13-20.

\_\_\_\_\_. A memória das tribos e o reencantamento do mundo. In: CASALEGNO, Federico. **Memória Cotidiana: comunidade e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

\_\_\_\_\_. A terra fértil do cotidiano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 36, agosto 2008, quadrimestral. p. 5-9.

\_\_\_\_\_. **O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

\_\_\_\_\_. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

\_\_\_\_\_. **O tempo retorna**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARRE, Jacques A. L. **A construção do objeto científico na investigação empírica.** Seminário de pesquisa do Oeste do Paraná. Fundação Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, Out. 1991, p. 1-39.

MONTEIRO, Charles. Imagens da cidade de Porto Alegre nos anos 1950: a elaboração de um novo padrão de visualidade urbana nas fotorreportagens da Revista do Globo. In: MONTEIRO, Charles (org.) **Fotografia, história de cultura visual: pesquisas recentes.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012

MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. In: PARENTE, André (org.), **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 17-38, 2010.

NOAL FILHO, Valter Antonio (org.). **Os viajantes olham.** Porto Alegre: Anatterra, 2004.

ORTIZ, Renato. **“Pós-modernidade”, identidade e tecnologia no mundo globalizado.** [2014]. Entrevista concedida ao Instituto Humanitas Unisinos. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/532610-pos-modernidade-identidade-e-tecnologia-no-mundo-globalizado-entrevista-especial-com-renato-ortiz>> Acesso em: 7 set. 2014..

PARENTE, André (org.). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

PERSICHETTI, Simonetta. Dos elfos aos selfies. In: PERSICHETTI, Simonetta; KÜNSCH, Dimas A. (org.). **Comunicação: entretenimento e imagem.** São Paulo: Plêiade, 2013.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 53, jun. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-01882007000100002](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882007000100002)>. Acesso em: 30 ago. 2014.

POSSAMAI, Zita Rosane. Narrativas fotográficas sobre a cidade. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 27, no 53, p. 55-90, 2007.

\_\_\_\_\_. Fotografia e cidade. **Art Cultura**. Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 67-77, jan.-jun. 2008.

PRÄKEL, David. **Diccionario visual de fotografía.** Barcelona: Blume, 2010.

RECUERO, Raquel. **As redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, Howard. **Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**. Cambridge: MIT Press, 1993.

RIBAMAR, Olegário. **The Tourist Herald**. Um guia padrão FIFA. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-92/almanaque-da-copa/the-tourist-herald>>. Acesso em: 10 out. 2014.

ROUILLÉ, André. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTAELLA, Lucia. Os três paradigmas da imagem. In: SAMAIN, Etienne (org.), **O fotográfico**. São Paulo: HUCITEC, 2005, p. 295-307.

\_\_\_\_\_. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. Mídias locativas: a internet móvel de lugar e coisas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 35, p. 95-101, abri. 2008.

\_\_\_\_\_. Versão e-book. **Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTOS, Alexandre Ricardo dos. O gabinete do Dr. Calegari: considerações sobre um bem-sucedido fabricante de imagens. In: Luiz Eduardo Robinson Achutti (org.). **Ensaio (sobre o) fotográfico**. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.

SAYURI, Juliana. **Retrato de uma juventude**. São Paulo, 17 maio 2014. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,retrato-de-uma-juventude,1167792>>. Acesso em: 30 out. 2014.

SCHAPOCHNIK, Nelson. Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In: SEVCENKO, Nicolau (org.). **História da vida privada no Brasil**. Vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 423-512.

SECRETARIA MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE (SMAM). **Plano diretor de arborização de Porto Alegre**. Cartilha da Arborização Urbana. Porto Alegre, 2002.

SENNET, Richard. A vida oculta das cidades. **Revista Zum**. Abril de 2013, número 4, 108-133.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Armando. **Imaginários urbanos**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer**: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES. Porto Alegre: Sulina, 2011

\_\_\_\_\_. **Tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA E SILVA, Adriana de. Arte e tecnologias móveis: hibridizando espaços públicos. In: André Parente (org.). **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 282-297.

SUSCA, Vincenzo. Technomagie: la nature de la mutation anthropologique. In: **Logos**. Tecnologias e Socialidades. Ano 16, 2o semestre 2008. 30-46. UERJ. Disponível em: <<http://www.logos.uerj.br/PDFS/29/04%20VicenzoSusca.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2014.

TURKLE, Sherry. Diálogo com Sherry Turkle: a memória na tela. In: CASALEGNO, Federico. **Memória Cotidiana**: comunidade e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

VICENTE, Carlos Fadon. Fotografia: a questão eletrônica. In: SAMAIN, Etienne (org.). **O fotográfico**. São Paulo: HUCITEC, 2005, p. 319-328.

WEISSBERG, Jean-François. Paradoxos da teleinformática. In: PARENTE, André (org.). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 113-141.

## APÊNDICE A – ENTREVISTA KALIQUE DIAS, ADMINISTRADOR DO PERFIL NO INSTAGRAM @IGERSPOA

Entrevista concedida à autora por e-mail no dia 17 de dezembro de 2013

### **Pergunta:**

Gostaria de saber quem controla o perfil do @igerspoa: se é uma pessoa ou mais, se sempre foi a mesma pessoa e que critérios usam para selecionar o que será compartilhado no perfil.

Também seria interessante ter uma ideia da evolução da comunidade: desde o número de seguidores (quando ficaram mais populares e desde quando estão nessa faixa de 7 mil seguidores) até quantas pessoas já participaram dos encontros e qual a frequência dos mesmos.

### **Resposta:**

Os Instagramers de Porto Alegre são pioneiros no Brasil. Conforme minha paixão pelo aplicativo foi aumentando, decidi procurar comunidades pelo mundo para promover encontros. Foi aí que encontrei um grupo oficial, o @igers, e procurei me informar como poderia trazer a comunidade deles ao nosso país. Aprendi sobre a filosofia do grupo e me espelhei em diversos que estavam começando naquela época, há 3 anos atrás. Um ano depois de fundado o perfil local, criaram-se os perfis do @igerssaopaulo e @igersrio, alguns meses depois o @igersbsb.

Com o aumento de grupos pelo país, fui convidado pelo fundador do @igers, Phillippe Gonzalez (@philgonzalez) à criar um perfil nacional para administrar e cuidar da abertura oficial de novos. Convidei a @annaleticohen, administradora do @igersrio, para ajudar na gestão. Aqui no Sul eu sou responsável pelo grupo da capital e o @leoalbuquerquepoa e o @andresiegle são os do Estado (@igersrs).

Com a popularização do grupo local (@igerspoa) atingimos uma média de 1.000 novos seguidores a cada mês. Isso vem aumentando exponencialmente.

Hoje abrimos grupos apenas para Estados e Capitais, devido à grande demanda. Inicialmente eram aceitos grupos em cidade com mais de 100 mil habitantes. Já estamos presentes em 95% do país.

Podes saber mais sobre a nossa filosofia e consultar mais sobre os grupos oficiais em nosso país em: <http://www.instagramers.com>

Somos o único grupo oficial do Instagram. Neste mesmo site têm entrevistas com o fundador do Instagram.