UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
MESTRADO PROFISSIONAL EM COMUNICAÇÃO E INDÚSTRIA CRIATIVA

FRANCINE DA SILVA PUJOL

#TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM

São Borja
2023

FRANCINE DA SILVA PUJOL

#TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação e Indústria Criativa.

Orientadora: Prof. Drª. Renata Patrícia Corrêa Coutinho

São Borja

2023

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

P976# Pujol, Francine da Silva
#TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM / Francine da Silva Pujol.
265 p.

Dissertação(Mestrado)-- Universidade Federal do Pampa, MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E INDÚSTRIA CRIATIVA, 2023.
"Orientação: Renata Patrícia Corrêa Coutinho".

1. Narrativa criativa. 2. São Borja. 3. Mídias Sociais. 4. Comunicação. 5. Indústria Criativa. I. Título.

FRANCINE DA SILVA PUJOL

#TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós–Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação e Indústria Criativa.

Dissertação defendida e aprovada em: 29 de setembro de 2023.

Banca examinadora:

Prof.ª Dra. Renata Patricia Correa Coutinho

Orientadora

(PPGCIC-Unipampa)

Prof.ª Dra. Juliana Zanini Salbego

(PPGCIC-Unipampa)

Prof.ª Dra. Luciana Menezes Carvalho

(UFSM/Unipampa-PPGCIC)

Prof.ª Dra. Lucilene dos Santos Gonzales

(Unesp - Bauru)

Assinado eletronicamente por **RENATA PATRICIA CORREA COUTINHO**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/09/2023, às 16:35, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.

Assinado eletronicamente por **Luciana Menezes Carvalho**, **Usuário Externo**, em 29/09/2023, às 16:39, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.

Assinado eletronicamente por **Lucilene dos Santos Gonzales**, **Usuário Externo**, em 29/09/2023, às 19:21, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.

Assinado eletronicamente por **JULIANA ZANINI SALBEGO**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 02/10/2023, às 09:48, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1243693** e o código CRC **40EED68A**.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu filho, Samuel Valentin.

AGRADECIMENTO

Com profunda gratidão e um coração repleto de emoção, agradeço a todas as pessoas que desempenharam papéis fundamentais nesta trajetória acadêmica e pessoal.

Aos meus pais, João Amir e Neli, cuja dedicação incansável e apoio constante foram os pilares que sustentaram minha determinação ao longo dos anos. Suas palavras de encorajamento e valores sólidos me guiaram através das encruzilhadas, tornando esta conquista uma celebração das suas contribuições essenciais.

Ao meu amado marido, Saulo, cujo apoio inabalável tem sido a âncora que me manteve firme durante as reviravoltas desta jornada. Sua paciência, profunda compreensão e amor foram a força que me impulsionou nos momentos mais desafiadores. Esta dissertação é um reflexo do nosso amor e da nossa cumplicidade.

Ao meu querido filho, Samuel, que chegou em meio a tempos tumultuados, trazendo consigo luz, sabedoria e crescimento. Você foi fundamental para superar cada obstáculo e me inspirou a perseverar mesmo quando os desafios pareciam insuperáveis. Cada página escrita carrega a esperança de proporcionar uma vida melhor para você. Através desta conquista, desejo lhe mostrar que os sonhos apoiados no amor podem superar quaisquer adversidades.

Aos guias espirituais, minha gratidão profunda. Mesmo quando as incertezas da pandemia desafiaram nossos planos, quando me vi confusa e o tempo de curso se estendeu além do previsto, vocês me guiaram, me estimularam a perseverar e me ensinaram ressignificar.

À Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, a cada servidor e professor com o qual tive o prazer de conviver ou pude contar, expresso meu sincero agradecimento. Aos docentes e discentes do PPGCIC - Programa de Pós-Graduação em Indústria Criativa, em especial, agradeço todo conhecimento adquirido e trocado, a parceria,

os ensinamentos e o crescimento oportunizado. Aos membros do Conselho do curso agradeço pelas chances oferecidas, pela extensão dos prazos e toda a compreensão. Obrigada por permitirem que eu concluísse as atividades e que as adversidades não me fizessem desistir.

À professora Renata, minha amada e querida orientadora, uma profissional inspiradora e pessoa excepcional, que com sua orientação cuidadosa e compreensiva, foi o farol que guiou e iluminou essa minha jornada. Seu apoio contínuo e sugestões precisas moldaram não apenas este trabalho e os outros que desenvolvemos durante o curso, mas também a minha visão sobre as minhas próprias capacidades.

Esta dissertação é, portanto, um tributo a todos aqueles que estiveram comigo durante esse longo e desafiador percurso do curso do mestrado. Agradeço por cada gesto, palavra e encorajamento que moldaram esta fase da minha vida e que mostraram a capacidade de me reinventar e de superar minhas dificuldades e expectativas.

“(...) Minha São Borja, terra vermelha como um coração (...)”.

Trecho da letra do Hino de São Borja de autoria de Apparício Silva Rillo

RESUMO

A presente dissertação propõe uma leitura sobre a narrativa construída pelos usuários do Instagram em torno da representação que estes possuem sobre a cidade de São Borja, considerada uma das cidades mais antigas do estado do Rio Grande do Sul e berço de importantes eventos históricos e culturais. Sendo assim, o objetivo geral deste estudo centra-se em conhecer os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja a partir de um mapeamento das publicações disponíveis em perfis públicos com a *hashtag* #terradospresidentes, partindo da premissa de que tais sentidos constituem a criação de uma narrativa criativa. Como objetivos específicos apresenta-se a discussão do conceito de narrativa criativa e a identificação das potencialidades oferecidas pelo *Instagram* para essa construção. A produção desse trabalho justifica-se pela relevância de contribuir para o campo científico-teórico dos estudos da comunicação e da indústria criativa; no âmbito social, destaca a importância de valorizar o espaço geográfico da cidade sob a perspectiva dos atores sociais que nela habitam, com vistas a promover tensionamentos que possam contribuir para pensar ações que visam o desenvolvimento local. Metodologicamente este trabalho apresenta-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, constituída por um estudo bibliográfico e documental a partir do qual empreende-se a realização de análise de conteúdo (Bardin, 2011) e de leitura dos elementos semiológicos das imagens (Barthes, 1982; 2006) que compõem o *corpus* de análise. Os resultados revelam que a narrativa criativa sobre São Borja transcende seus títulos oficiais e abrange uma série de sentidos que abrem espaço para correspondências relacionadas aos setores criativos (Unctad, 2012), podendo ser este um ativo importante a ser desenvolvido pela cidade.

Palavras-Chave: Narrativa criativa. São Borja. Mídias Sociais. Instagram. Comunicação. Indústria Criativa.

ABSTRACT

This dissertation proposes an examination of the narrative constructed by Instagram users around the representation they hold of the city of São Borja. São Borja is considered one of the oldest cities in the state of Rio Grande do Sul, Brazil, and is the birthplace of important historical and cultural events. Therefore, the overall objective of this study is to understand the meanings circulating about São Borja by mapping the posts available on public profiles with the hashtag #terradospresidentes. The premise is that these meanings constitute the creation of a creative narrative. The specific objectives include discussing the concept of creative narrative and identifying the potentialities offered by Instagram for this construction. The production of this work is justified by its relevance in contributing to the scientific-theoretical field of communication and the creative industry. Socially, it emphasizes the importance of valuing the geographical space of the city from the perspective of the social actors who inhabit it, with a view to promoting tensions that can contribute to thinking about actions aimed at local development. Methodologically, this work is presented as a qualitative, exploratory, and descriptive research. It consists of a bibliographic and documentary study from which content analysis (Bardin, 2011) and the reading of the semiological elements of images (Barthes, 1982; 2006) that make up the analysis corpus are undertaken. The results reveal that the creative narrative about São Borja goes beyond its official titles and encompasses a series of meanings that open up space for correspondences related to creative sectors (Unctad, 2012). This could be an important asset to be developed by the city.

Keywords: Creative storytelling. São Borja. Social Media. Instagram. Communication. Creative iIndustry.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Criatividade na Economia Atual.....50

Figura 2 – Níveis de city marketing.....57

Figura 3 - Print de tela com as cem publicações mais recentes do perfil @prefsaoborja no Instagram.....59

Figura 4 - Print de tela do post de registro da cerimônia de abertura da Semana da Pátria publicado no perfil oficial da Prefeitura de São Borja no Instagram.....60

Figura 5 - Print de tela com as cem publicações mais recentes do perfil @camarasaoborja no Instagram.....61

Figura 6 - Print de tela do post de registro da cerimônia de abertura da Semana da Pátria publicado no perfil oficial da Câmara Municipal de São Borja no Instagram.....62

Figura 5 – Primeira foto postada no Instagram.....64

Figura 6 – Elementos visuais disponíveis para o Instagram.....66

Figura 7 – Captura de tela de resultado de busca da hashtag #cidadehistorica no Instagram. 76

Figura 8 – Captura de telas de resultado de busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram.....77

Figura 9 – Capturas de tela de resultado de buscas pelas hashtags #capitalgauchadofandango e #capitalgaúchadofandango no Instagram.....78

Figura 10 – Captura de tela de resultado de busca pela hashtag #capitaldofandango no Instagram.....79

Figura 11 – Captura estendida de tela das 100 principais publicações resultantes da busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram.....80

Figura 12 – Mosaico com capturas de tela de postagens relativas à gastronomia encontradas na busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram.....82

Figura 13 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas ao artesanato encontradas na busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram.....83

Figura 14 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas à cultura e ao turismo encontradas na busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram.....84

Figura 16 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas à publicidade

encontradas na busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram..... 85

Figura 17 – Mosaico com capturas de tela de publicações relacionadas à política encontradas na busca pela hashtag #terradospresidentes no Instagram..... 86

Figura 18 – Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas..... 148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Percurso metodológico..... 20

Quadro 2 - Conteúdos por capítulos..... 21

Quadro 3 - Quadro-síntese: títulos oficiais e não oficiais da cidade de São Borja/RS..... 71

Quadro 4 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Gastronomia..... 89

Quadro 5 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Artesanato..... 99

Quadro 6 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Cultura e Turismo..... 112

Quadro 7 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais)..... 122

Quadro 8 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Publicidade..... 131

Quadro 9 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Institucional (política)..... 142

Quadro 10 - Os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja no Instagram..... 147

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação e quantificação das postagens por temática.....81

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO..... 16
2 COMUNICAÇÃO E INTERNET..... 23
2.1 A dispersão de conteúdo.....27
2.2 Narrativa criativa: representações sociais e produção de sentido.....34
2.3 As redes sociais e a indústria criativa..... 46
3 CIDADES E IDENTIDADE..... 54
3.1 A presença das cidades na internet..... 55
3.1.1 Instagram e representações colaborativas das cidades.....63
3.2 São Borja: títulos oficiais e não oficiais.....68
4 PERCURSO METODOLÓGICO..... 73
4.1. Trajetos em busca da definição do objeto de análise e a definição do recorte #terradospresidentes.....75
4.2 ANÁLISE INICIAL.....81
5. ANÁLISE DAS CATEGORIAS..... 87
5.1 Análise da categoria Gastronomia..... 89
5.2 Análise da categoria Artesanato.....98
5.3 Análise da categoria Cultura e turismo.....112
5.4 Análise da categoria Cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais). 122
5.5 Análise da categoria Publicidade..... 130
5.6 Análise da categoria Institucional (política)..... 141
5.7 Resultados..... 146
CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 150
REFERÊNCIAS.....154
ANEXOS..... 162

1 INTRODUÇÃO

Situada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, São Borja fica na divisa com a Argentina. Fundada pelo padre jesuíta Francisco Garcia, em 1682, a cidade detém mais de 340 anos de história, sendo considerada uma das mais antigas cidades do estado e uma das primeiras do Brasil. Elevada à condição de município em 21 de maio de 1834, ela tem sua trajetória e desenvolvimento pautados por acontecimentos de relevância histórica, cultural e política de reconhecimento nacional e internacional. Conforme relatam Pinto e Silva (2015), ao citarem o contexto de fundação do município de São Borja, a cidade sul-rio-grandense destaca-se por sua relevância histórica a partir dos acontecimentos políticos e culturais que permearam a construção imagética do local, sendo lá no século XVI, um polo importante do processo de colonização do solo nacional. Naquele momento, sob a mão dos portugueses, os quais ocuparam o território e expulsaram os nativos que ali estavam. Assim, São Borja participa desse capítulo histórico, pois foi uma Redução Jesuítico-Guarani (século XVI), integrando a região que passou a ser conhecida como os Sete Povos das Missões (Pinto; Silva, 2015).

Passados os séculos, chegamos a outro ponto crucial da história da cidade; foi em meados do século XX que São Borja entra definitivamente no cenário nacional, sendo a cidade natal de dois ex-presidentes da República Federativa do Brasil, Getúlio Vargas e João Goulart. Tal fato levou o município ao status de “berço do trabalhismo” e de “Terra dos Presidentes”, acontecimento relevante, que na trajetória do município passa também a ser evidenciado por “símbolos, narrativas, e elementos culturais que estão representados através do patrimônio cultural" (Pinto; Silva, 2015, p.121).

Para além do título “Terra dos Presidentes”, oficialmente conferido à cidade mediante Lei Estadual de n. 13.041, de 25 de setembro de 2008, São Borja detém mais dois títulos oficiais. Em 1994, o primeiro, de “Cidade Histórica”, foi atribuído pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul e, conforme decreto[1] publicado na época, a honraria foi conferida devido ao culto permanente do passado e das

[1] Declaração do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Decreto de n. 35.580, de 11 de outubro de 1994.Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/ M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=12649&hTexto=&Hid_IDNorma=12649

tradições mantidas na cidade e por seu papel enquanto palco de importantes episódios da formação territorial, social e política da nacionalidade em seus mais de trezentos anos de existência.

Já o terceiro e mais recente título oficialmente concedido à São Borja foi o de "Capital Gaúcha do Fandango", em 13 de janeiro de 2018, quando foi publicada a Lei Estadual de número 15.093. Diferentemente dos outros dois títulos que enaltecem referências históricas e patrimoniais, essa última distinção enaltece uma terminologia cunhada em um evento midiático ocorrido em 2015, quando o repórter Giovani Grizotti destacou, em vídeo-reportagem veiculada pela emissora de televisão RBS TV, e também publicada no portal G1, que São Borja transformava-se, durante a Semana Farroupilha, na Capital Gaúcha dos Fandangos (Correia; Correia, 2017).

Foi a relevância histórica da cidade, bem como sua trajetória sociocultural, que desencadeou o interesse de pesquisa da acadêmica no desenvolvimento de um produto de comunicação que abrigasse uma espécie de biografia colaborativa da cidade no meio virtual, o site Revista São Borja[2].

No primeiro ano do Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), realizou-se como pesquisa aplicada - projeto de PD&I - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação - a criação do referido *website* com objetivo de apresentar conteúdo que explora dados básicos sobre o município de São Borja, destacando alguns de seus atrativos turísticos, os títulos oficiais da cidade e seções que abrigam conteúdos sobre arte e cultura, educação, gastronomia e história desenvolvidos de forma colaborativa, incluindo também links externos para produções midiáticas sobre São Borja disponíveis na web.

A iniciativa esteve ancorada na linha de pesquisa "Comunicação como indústria criativa: arte, produção arte visual e convergência de mídias", na qual a atividade comunicacional é vista como sendo em si mesma indústria criativa, a mesma linha em que se desenvolveu esta dissertação, a qual mantém, de certo modo, uma continuidade temática relacionada.

---

[2] Disponível em: https://revistasaoborja.wixsite.com/site. O site pode ser consumido, gratuitamente, por meio de computadores ou dispositivos móveis como tablets e smartphones que disponham de acesso à internet.

Durante a fase de planejamento do PD&I, exploramos conceitos cruciais como Cidade e Identidade (Bauman, 2003; Guerreiro, 2009; Lefebvre, 2011; Pinto, 2010; Rodrigues, 2019; Trindade, 2012), Marketing de Cidades, City Marketing e Web City Marketing (Kotler; Keller, 2006; Kotler, Haider; Rein, 1994; Lopes, 2012; Sánchez, 2003 e 2019), e Hipertexto, Multimídia e Hipermídia (Lévy, 1999; Santaella, 2013). Estas referências foram essenciais para fundamentar o estudo.

O avanço tecnológico acelerado, que remodelou inúmeros setores da sociedade desde o início do século XX, vem oferecendo conveniências tanto no contexto profissional, quanto pessoal. Essa evolução causou, por exemplo, a disseminação de tecnologias e dispositivos que desencadearam o surgimento de métodos inovadores de interação interpessoal, fatores que estão intimamente ligados ao crescimento das redes sociais e à disseminação das mídias sociais (Recuero, 2009).

A evolução dos *smartphones* é um bom exemplo disso. Afinal, ela facilitou o acesso aos aplicativos de mídias que têm como princípio o compartilhamento de textos, fotos e vídeos com pessoas com as quais se está conectado. Entre elas estão, por exemplo, o *TikTok, o Facebook* e o *Instagram*[3], plataformas de redes sociais[4] gratuitas e utilizadas para a divulgação de conteúdo audiovisual, muitas vezes, criado de forma amadora e instantânea.

A facilidade de publicação e compartilhamento de conteúdo e o desenvolvimento de novas tecnologias está afetando a maneira de contar histórias, fazendo com que narrativas que antes eram contadas através de textos e imagens, hoje sejam contadas nas plataformas de redes sociais, principalmente no *Instagram,* através de recursos audiovisuais como fotos e vídeos. A partir disso, partimos do pressuposto de que a utilização de postagens publicadas em perfis pessoais ou

---

[3] O TikTok é uma plataforma utilizada para compartilhamento de vídeos curtos, de 15 ou 60 segundos e 3 minutos. Adaptado de https://www.tiktok.com/about?lang=pt-BR Acesso em: 05 de julho 2023.
O Facebook é um aplicativo, plataforma, serviço e rede social que permite conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias. Adaptado de https://about.meta.com/ Acesso em: 05 de julho 2023.
O *Instagram* é um aplicativo, plataforma e serviço em que é possível seguir usuários, curtir, comentar e compartilhar conteúdo como fotos, imagens e textos, além de dispor de várias funcionalidades, como live, stories e reels. Adaptado de https://about.meta.com/ Acesso em: 05 de julho 2023.

[4]Neste trabalho, recorremos a expressões como redes sociais, plataformas digitais, aplicativos de redes sociais, mídias sociais, ferramentas sociais digitais e variações destas para fazer referência ao Instagram, porque precisávamos de sinônimos para o nome do produto digital, evitando sua repetição no texto. Apesar de terem conceitos diferentes na literatura, os mesmos termos são amplamente utilizados pelo senso comum e, por vezes, são utilizados como equivalentes no mercado profissional que envolve a manutenção e a criação de conteúdo para plataformas como o Instagram.

empresariais públicos, no *Instagram*, poderia se apresentar como uma forma para compreendermos como a cidade de São Borja tem sua história contada.

Nessa perspectiva, consideramos que narrativas podem ser desenvolvidas sobre a cidade de São Borja/RS e, a partir da análise de postagens públicas disponíveis no *Instagram*, podemos propor a seguinte questão norteadora desta pesquisa: **quais os sentidos em circulação sobre São Borja "terra dos presidentes" nos perfis públicos do *Instagram* na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade?**

Diante desse questionamento, projetam-se os seguintes objetivos para esta dissertação:

Objetivo geral

Conhecer, a partir das postagens apresentadas no *feed* de perfis públicos da mídia social *Instagram*, os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja/RS na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade.

Objetivos específicos

- Discutir o conceito de narrativa criativa.
- Mapear os sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da *hashtag* #terradospresidentes, em perfis públicos no *Instagram*.
- Identificar as possibilidades e/ou potencialidades que os sentidos em circulação na plataforma de mídia social *Instagram* oferecem para a construção de uma narrativa criativa sobre a cidade de São Borja/RS.

Para justificar a relevância do que se propõe nesta dissertação, elegemos como base Santaella (2001, p. 173), que interpreta a justificativa como a argumentação que "visa colocar em relevo a importância da pesquisa [...], quer no campo da teoria quer no da prática, para a área de conhecimento em que a pesquisa se desenvolve". A autora pontua que há três tipos de contribuições que uma pesquisa pode carregar: uma contribuição de ordem científica-teórica, de ordem científica-prática e de ordem social.

Entendemos que há potencial para que este estudo contribua nas três linhas pontuadas por Santaella, uma vez que, no campo científico-teórico pode-se considerar que ele coopera para o desenvolvimento e enriquecimento dos estudos que compreendem as áreas da comunicação e da indústria criativa. No que tange ao ponto científico-prático, consideramos que, ao analisar as postagens dispostas na mídia social *Instagram*, este trabalho poderá estimular o exercício da aplicação de

procedimentos metodológicos para o entendimento das potencialidades de um dos suportes midiáticos atuais que são as mídias sociais, aqui, mais especificamente, o *Instagram*. Por fim, no que toca à ordem social, esperamos que a pesquisa exerça um papel de valorização do espaço geográfico da cidade, bem como dos indivíduos que nele habitam - ou, que por ele passaram - uma vez que esta pesquisa se ocupará em apresentar uma análise de postagens que trazem a ótica de atores sociais diversos, sobre o modo como estes se expressam na mídia social *Instagram* e sobre a imagem que possuem do município de São Borja/RS.

Para além dos argumentos já apresentados anteriormente, há ainda a justificativa pessoal: nascida em São Borja, a pesquisadora responsável por este estudo trocou sua cidade natal em 2003 por Novo Hamburgo, cidade da região Metropolitana de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, devido à necessidade de dar continuidade aos estudos em nível superior, neste caso, no Bacharelado em Design de Moda.

Decorridos mais de 17 anos, ocorreu a oportunidade de voltar às suas 'raízes' para se tornar discente do Mestrado oferecido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), curso alocado no Campus São Borja. Ou seja, o mesmo motivo que um dia a afastou do município de origem, anos depois proporcionou um retorno a ele. Tudo mérito da mudança ocorrida no cenário educacional de São Borja que, nos últimos anos, passou a ter acesso ao ensino profissionalizante, superior e de pós-graduação no ensino público com a implantação do Instituto Federal Farroupilha e da Unipampa, instituição que passou a integrar. E, por meio desse trabalho, de maneira exploratória, pretendemos abordar os assuntos mencionados nos capítulos pontuados no Quadro 2.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizamos o seguinte percurso metodológico, conforme explicitado no quadro 1:

Quadro 1 - Percurso metodológico

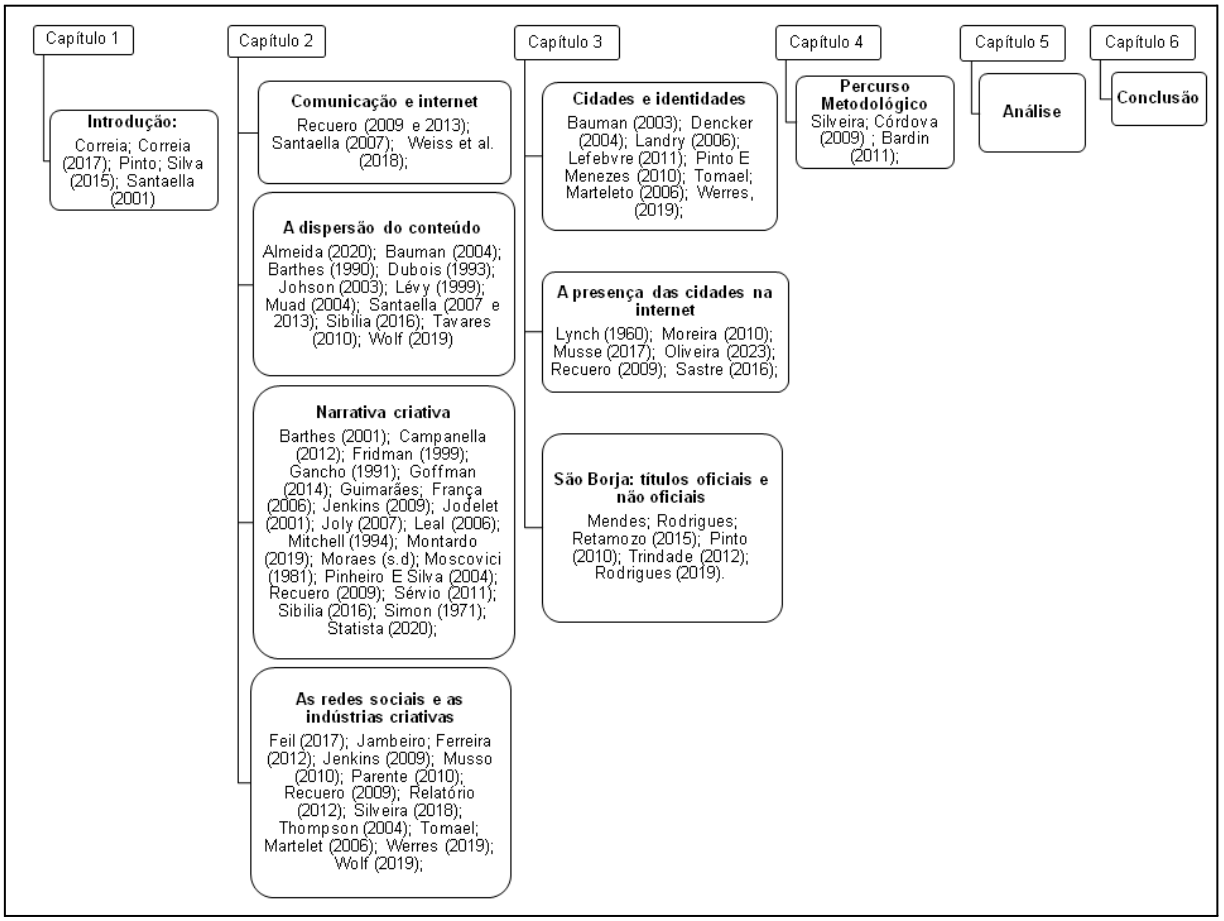
Pesquisa qualitativa	**Pesquisa Básica**	**Pesquisa Documental**	**Análise de conteúdo**

Não busca obter quantificação de valores ou trocas simbólicas.	Bibliográfica	Postagens retiradas de perfis públicos no *Instagram*	Bardin (2011) e uso de elementos Semiológicos de Barthes (1982; 2006) na leitura das imagens.
	Documental		- pré-análise - exploração - tratamento dos dados

Fonte: Produzido pela autora.

A fim de possibilitar ao leitor deste trabalho a visualização geral desta pesquisa, sintetizamos no fluxograma (Quadro 2) que consta nos capítulos desta dissertação, a qual está organizada da seguinte maneira:

Quadro 2 - Conteúdos por capítulos



Fonte: Produzido pela autora.

A presente dissertação abordou, no capítulo 2, a temática **comunicação e internet**; ainda neste capítulo foram discutidas as narrativas e sobre como elas podem ser construídas a partir do uso da internet. Partiu-se de Recuero (2012) para abordar a respeito do conceito de conversação em rede, o que para a autora tratava-se de um fenômeno emergente no momento de sua pesquisa.

Já no capítulo 3 foi exposto sobre as **cidades e identidades**, destacando a presença das cidades nas redes sociais e o fato de como isso pode potencializar a imagem das cidades. Outros autores foram utilizados para falar sobre a atribuição de valores e títulos para as cidades. Ainda neste mesmo capítulo foram apresentados os títulos oficiais e não oficiais dados à cidade de São Borja.

O caminho metodológico percorrido foi abordado no capítulo 4, e para a composição desta dissertação, destacamos o uso da análise de conteúdo conforme Bardin (2011) e a leitura dos elementos semiológicos das imagens a partir de Barthes (1982; 2006). Elas norteiam a composição do capítulo 5, que busca conhecer, a partir das postagens apresentadas no *feed* de perfis públicos da mídia social *Instagram*, os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja/RS na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade.

2 COMUNICAÇÃO E INTERNET

A comunicação é o processo pelo qual as pessoas trocam informações, ideias, sentimentos e significados através do uso de sinais, símbolos, linguagem ou comportamento. É uma habilidade fundamental que os seres humanos usam para se conectar uns aos outros, para colaborar, para resolver problemas e para compartilhar conhecimento (Weiss *et al.,* 2018).

A capacidade de se comunicar efetivamente é considerada uma habilidade essencial para o sucesso em muitas áreas da vida, incluindo os relacionamentos pessoais, profissionais e sociais. A comunicação pode ocorrer de diferentes formas, como oral, escrita, gestual ou não verbal, e pode ser realizada em uma variedade de contextos, desde interações interpessoais até transmissões de mídia em massa (Weiss *et al.* 2018).

E foi através da comunicação que os seres humanos partilharam ao longo do tempo informações entre si, tornando, assim, o ato de se comunicar uma atividade preponderante para a vida em sociedade. Pois desde o princípio dos tempos a comunicação foi vital, agindo como vetor de integração e troca mútua de informação, transformando-se em um canal que permite a transmissão de informação entre um emissor e um receptor que decodifica - interpreta uma determinada mensagem.

Ao adentrarmos no contexto da comunicação digital, é crucial diferenciarmos as redes sociais e os sites de rede social para o escopo de nossa pesquisa. Embora seja comum se referir a plataformas digitais, como Facebook, Twitter e Orkut, como "redes sociais", o conceito de rede social não é sinônimo delas, como destacado por Recuero (2009).

> Enquanto uma rede social está relacionada à percepção de um grupo social determinado pela sua estrutura (a “rede”), que é geralmente oculta, pois só está manifesta nas interações, as ferramentas sociais na internet são capazes de publicizar e influenciar essas estruturas sociais (Boyd; Elisson, 2007). Ou seja, o Facebook, por si só, não apresenta redes sociais. É o modo de apropriação que as pessoas fazem dele que é capaz de desvelar redes que existem ou que estão baseadas em estruturas sociais construídas por essas pessoas (muitas vezes, de modo diferente daquele previsto pela própria ferramenta). Uma vez que passem a usar o Facebook, os atores criarão ali redes sociais que passarão a ser exibidas por ele (Recuero, 2009, p.9).

Os atores estão profundamente envolvidos nas conexões proporcionadas por essas ferramentas, pois estas amplificam as atividades sociais dos atores. Quanto

mais conectados estão a essas redes, mais visíveis tornam-se suas mensagens e publicações. Como resultado, esses atores ganham notoriedade à medida que suas mensagens são compartilhadas, discutidas e reproduzidas em grande escala por pessoas que, de outra forma, seriam desconhecidas para eles.

Isso leva a capacidade de conversação a um patamar que transcende a esfera do local de publicação, passando pelas conexões de sites de rede social, tendo um alcance sem dimensão exata, o qual caracteriza a sua participação no processo de conversação em rede.

Para Recuero (2009), trata-se, assim, de conversações que ou são públicas, ou têm o potencial de serem. Do mesmo modo, porque permanecem nesses sites e são visíveis, essas interações são replicáveis por outros atores e buscáveis dentro das ferramentas digitais.

> É por conta desta e de outras características que Boyd e Ellison (2007) criaram o conceito de "*site* de rede social". Para as autoras, algumas ferramentas *online* apresentam modos de representação de grupos sociais baseados nas relações entre os atores. Essas ferramentas teriam as características de (1) permitir que os atores construam um perfil público ou semipúblico; (2) permitir que esses atores construam conexões com outros atores; e (3) permitir que esses atores possam visualizar ou navegar por essas conexões. O *site* de rede social é, assim, diferente da rede social, pois aquele representa esta. Além disso, o *site*, enquanto ferramenta que é apropriada pelos usuários, não é uma tradução das conexões sociais existentes no espaço *offline* (Recuero, 2009, p.9).

Ao contrário, eles amplificam conexões sociais, permitem que estas apareçam em larga escala (Recuero, 2009) e também atuam de modo a auxiliar na sua manutenção. As redes sociais na internet não são iguais, assim, em sua constituição, manutenção e publicização, às redes sociais *offline*. São outro fenômeno, característico da apropriação dos *sites* de rede social.

O site de rede social é, assim, diferente da rede social, pois aquele representa esta. Além disso, o site, enquanto ferramenta que é apropriada pelos usuários, não é uma tradução das conexões sociais existentes no espaço offline. Ao contrário, eles amplificam conexões sociais, permitem que estas apareçam em larga escala (Recuero, 2009) e também atuam de modo a auxiliar na sua manutenção.

A interação mediada pelo computador se transformou, ao longo da apropriação dessa ferramenta, pois aquilo que antes víamos como interação, agora passou de ações verbais, para todo o tipo de interação a qual sinalizasse a legitimação do discurso nas redes sociais. A natureza dos laços que antes tinham

como necessidade a interação para serem construídos (laços emergentes como chamamos), passaram a ser construídos através da associação (laços associativos) e passaram a ser mantidos pelos próprios sites (Recuero, 2009). As mudanças nos padrões sociais, nas formas de interação e até mesmo nos hábitos de consumo marcam a transição do mundo analógico para o digital. Nosso trabalho reflete precisamente essas transformações ao se conectar com essas dinâmicas por meio de uma rede social. Além disso, exploramos como essa evolução se entrelaça com setores como a Indústria Criativa.

Essas transformações resultaram no crescimento exponencial das redes sociais em seu ambiente online. Um exemplo notável é o *Instagram*, lançado em 2010, que se tornou uma plataforma popular para o compartilhamento de fotos e vídeos entre usuários. Além disso, o TikTok, que teve suas origens em 2014 como Musical.ly, surgiu como um aplicativo inovador desenvolvido por uma empresa chinesa. Inicialmente, o aplicativo permitia que as pessoas criassem vídeos dublando músicas, transformando-se posteriormente em uma das principais plataformas de mídia social.

Para a autora, nas “redes sociais na internet”, assim, é possível ter centenas de conexões sociais ativas, pelas quais se está constantemente recebendo informações. O *news feed*[5] do Facebook é um exemplo disso: quando um determinado ator conecta-se à ferramenta, recebe ali mensagens publicadas ou valorizadas pelas suas conexões na ferramenta.

> Dentre essas mensagens estão, inclusive, aquelas publicadas por outros atores com os quais ele não tem uma proximidade no espaço offline e que, sem esta ferramenta, dificilmente receberia. Ao mesmo tempo, o Facebook também permite que conexões sociais que normalmente seriam distantes e tenderiam a desaparecer no tempo (por exemplo, “conhecidos” de algum ambiente social) sejam mantidas. O processo de construção das redes ali também é diferente. Basta uma solicitação, não exigindo a interação social que construiria relações de amizade como aquelas características do espaço offline. As redes sociais na internet não são iguais, assim, em sua constituição, manutenção e publicização, às redes sociais offline. São outro fenômeno, característico da apropriação dos sites de rede social. (Recuero, 2009, p.13).

E todas essas mudanças são pertinentes, pois modificaram os processos sociais no chamado espaço offline, com efeitos sobre os grupos e os fluxos de

[5]O news feed ou feed de notícias é a principal funcionalidade do Facebook: uma lista de publicações de amigos, produtores de conteúdos e outros integrantes desse populoso ecossistema disponível na interface inicial do serviço. A lista de publicações criada pelo Feed de Notícias é organizada de acordo com a relevância relativa e o potencial das publicações para cada usuário ou usuária do serviço, produzindo o que o Facebook costuma chamar de feed personalizado. (Araújo, 2018, p.1-2).

informação, atingindo a linguagem, aquilo que nos constitui enquanto humanos, sendo ela "esquecida" pelos analistas do tempo presente (Santaella, 2007). Dessa forma, as preocupações estão voltadas para:

> (...) o afluxo avassalador dos signos, para a exacerbada dilatação que rende ao infinito das bordas difusas do ciberespaço e para as novas órbitas de circulação das linguagens agora inexoravelmente atreladas aos corpos em movimento. Muito mais que revoluções na informação e comunicação, trato tudo isso pelas perspectivas evolucionárias não deterministas, isentas da ingênua ideia de progresso [...], como índices do crescimento de complexidades das ecologias midiáticas que trazem agora o conceito recriado de espaços deslizantes e intersticiais para o foco da nossa atenção (Santaella, 2007, p. 26).

Santaella argumenta que são as novas paisagens, atmosferas e cartografias que estruturam nossas relações sociais. Estes novos espaços (virtuais, digitais, etc.) tomam a cena e indagam as novas experiências. É nesse processo que aparentamos a nossa pertença, criando personagens e produzindo, segundo Santaella, nossa condição pós-humana. Portanto, "linguagens antes consideradas do tempo - som, verbo, vídeo - especializaram-se" em uma nova modalidade de espaço, o chamado: ciberespaço, em que

> (...) linguagens tidas como espaciais – imagens, diagramas, fotos –fluidificam-se nas enxurradas e circunvoluções dos fluxos [...] Textos, imagem e som já não são o que costumavam ser. Deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam-se, unem-se, separam-se e entrecruzam-se. Tornaram-se leves, perambulantes. Perderam a estabilidade que a força de gravidade dos suportes fixos lhes emprestavam. Viraram aparições, presenças fugidias que emergem e desaparecem ao toque delicado da pontinha do dedo em minúsculas teclas. Voam pelos ares a velocidades que competem com a luz (Santaella, 2007, p. 24).

Ainda, de acordo com Santaella, as características líquidas do ciberespaço podem ser consideradas uma escritura onde os fios podem “ir se conectando por caminhos a serem criados pelos interesses do leitor” (Santaella, 2007, p. 27).

Atrelado a essas características, também temos o conceito de conversação em rede, o qual trata-se de um fenômeno emergente em sites de rede social pertinentes a nosso contexto atual de sociedade, sendo esse conceito de conversação uma forma de apropriação dessas redes no complexo processo de interação. Todavia, essa conversação não é fruto advindo da criação de sistemas técnicos, mas de uma apropriação decorrente das próprias redes sociais como recursos capazes de criar elementos e sentidos.Ae conversação via rede social se

difere daquela que ocorre fisicamente de forma presencial, pois no âmbito digital, ela necessita da mediação dos mecanismos digitais.Ou seja:

> As conversações, portanto, servem para proporcionar a interação entre os atores. Entretanto, os atores também utilizam-se da conversação para construir valores e ter acesso a recursos do grupo, tais como a legitimação de impressões a respeito de si mesmos, o acesso a informações, o suporte e o apoio social e etc. Esses elementos são chamados de capital social (Coleman, 1988; Bourdieu, 1983; apud Recuero, 2013, p.56).

Portanto, se as conversações conduzem o processo de interação entre os atores, ocorre uma troca a fim de construir valor, sendo o capital social constituído de valores que podem ser negociados e canalizados para a estrutura dos grupos sociais aos quais fazem parte.

Um de nossos objetivos foi conhecer, a partir das postagens apresentadas no *feed* de perfis públicos da mídia social *Instagram*, os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja/RS na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade. E o que percebemos ao longo da pesquisa é que muitas postagens seguem essa dispersão de redes, pois os atores sociais (perfis públicos) postam seus conteúdos com diversos objetivos, indo do lazer ao mundo corporativo, e tudo isso pode ser elencado a dispersão de conteúdo, pois se a pessoa utilizar uma determinada *hashtag*[6]*,* a própria rede social a levará para distintos rumos em torno daquele marcador temático; assim, utilizamos o conceito de dispersão em rede para visualizar esse cenário, a título de situar o leitor sobre esse fenômeno.

2.1 A dispersão de conteúdo

De acordo com a pesquisa *Global Digital Overview 2020*[7], feita pelo site *We Are Social* em parceria com o *Hootsuite*, o brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais. O Brasil também ocupa o terceiro lugar no ranking de países que passam mais tempo nas redes sociais, atrás apenas de Filipinas (3 horas e 53 minutos) e Colômbia (3 horas e 45 minutos).

[6]Recurso de agrupamento que identifica grupos ou conteúdos específicos, através do símbolo "#" antes de uma palavra ou expressão, com o objetivo de facilitar a pesquisa pelo assunto com o qual esse símbolo se relaciona: algumas hashtags espalham boas ideias pelas redes sociais. Disponível em: https://www.dicio.com.br/hashtag. Acesso em: 07 de julho 2023.

[7]O relatório “Digital in 2020”, realizado pelo We Are Social e Hootsuite, mostra uma visão completa do panorama digital no Brasil, incluindo o tempo em que os brasileiros passam online, quais aplicativos eles estão acessando, quais seus hábitos de consumo no e-commerce e muito mais. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview. Acesso em: 23 ago 2023.

Essa atenção exacerbada nas redes sociais aumentou perante o cenário dos últimos tempos, principalmente com a pandemia do coronavírus, pois as nossas interações sociais ficaram cada vez mais virtuais, pois o mundo se viu em isolamento social naquele período.

Essa fragmentação da atenção está diretamente ligada ao gerenciamento do tempo e ao excesso de informações que recebemos diariamente, isso leva as pessoas a não só consumirem conteúdos corporativos, mas os consumidores dialogam com suas experiências de vida e se conectam com histórias às quais sentem empatia e que tragam significado a elas.

Johnson (2003) disserta a respeito da dispersão de conteúdo na web e de como pode ser classificada, dizendo que ela é:

> Um espaço tremendamente desorganizado, um sistema em que a desordem cresce com o volume total. Isso se dá pela própria capacidade da rede de ser ilimitada, ou seja, não há limites para a estocagem de informações. Diante desse cenário, percebe-se então um excesso de informações na rede, que excede a capacidade humana de percorrê-lo e explorá-lo, ocasionando assim uma grande tarefa temporal para o indivíduo acessar e processar a informação que deseja (Johnson, 2003 *apud* Schons, 2007, p. 5).

Dando sequência ao pensamento de Johnson, percebe-se que, se por um lado o espaço virtual oferece um acesso facilitado, composto por um ambiente sem fronteiras e limites de armazenamento para o conteúdo, por outro, estabelece uma grande teia de informações composta por uma vastidão de dados e acaba expondo uma quantidade de conteúdo expressivo, porém, de forma desordenada. Sendo assim, a necessidade de uma curadoria e coordenação das informações é imprescindível quando se pretende oferecer acesso a um tipo de conteúdo específico no ambiente virtual.

As tecnologias digitais surgiram como a infraestrutura do ciberespaço, um espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também um novo mercado da informação e do conhecimento. Para o autor, “A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade” (Lévy, 1999, p. 92-93).

Os *smartphones* contribuíram para que houvesse uma grande mudança na cultura e no comportamento da sociedade. Hoje, com uma tela, é possível fazer uma gama enorme de atividades: escrever textos, trabalhar, ler livros, compartilhar

informações e vivências, entre outros. Com isso, grande parte dos meios de comunicação encontram-se nos telefones celulares. Segundo Márquez, este:

> (...) é um metameio móvel, onipresente e pequeno, que passa diariamente de nossas mãos a nossas bolsas e bolsos, e que está configurando uma estética visual e uma dinâmica comunicativa, informativa e comportamental muito diferente da do computador tradicional (Márquez, 2017, p. 09)[8].

Santaella (2007) propôs que a evolução das tecnologias pode ser classificada em três tipos, e atribuiu a cada uma delas uma metáfora para que possa representar a realidade:

> 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 metáfora dos espaços intersticiais de Santaella (2007) propõe a mistura entre o espaço virtual (ciberespaço) e o físico. 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 abrem-se para interfaces sociais coletivas e provam, assim, que o contexto digital não vai substituir o espaço físico, mas adicionar funcionalidades a ele (Santaella, 2007).

Outra importante facilidade que os *smartphones* trouxeram é a possibilidade de compartilhar localizações geográficas, através da tecnologia de geoposicionamento. Essa tecnologia possibilita que se faça “anotações urbanas”, o que encoraja as pessoas a publicarem informações como: histórias pessoais, pensamentos, desejos e serviços (Santaella, 2007, p. 228).

A partir desses desejos, pensamentos e serviços, o meio digital tornou-se uma ambiência indispensável para a sociedade do século XXI, pois todos têm acesso fácil e limitado às redes, porém isso leva a uma sociedade líquida. Ou seja, a tela trouxe liquidez, pois se eu não gosto de algo eu vou lá e excluo, bloqueio, faço o assunto ou pessoa em questão desaparecer a partir de uma rápida ação nas funções do *Instagram*.

A identidade do usuário pode ser falsa, o chamado *fake*, o qual pode ser utilizado para diversos fins, mas também pode se tratar de um indivíduo que narra

---

[8] Tradução nossa “Es un metamedio móvil, ubicuo y pequeño, que pasa diariamente de nuestras manos a nuestros bolsos o bolsillos, y que está configurando una estética visual y una dinámica comunicativa, informativa y comportamental muy diferente a ladel ordenador tradicional.” (Márquez, 2017).

seu cotidiano nas redes sociais, como o caso dos influenciadores digitais[9], por exemplo. São diversas as construções de identidade para ser visto, curtido, lembrado nas redes, o que emerge ao processo da modernidade líquida, pessoas forjam uma identidade temporária para isso (Almeida, 2020), o que é possível constatar no *Instagram*:

> O eu que fala e se mostra incansavelmente nas telas da rede costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem. Além disso, e pelo menos em certa medida, não deixa de ser uma ficção; pois, apesar de sua contundente autoevidência, é sempre frágil o estatuto do eu (Sibilia, 2016, p. 57).

Como as redes sociais potencializam e estimulam tamanha produção e disseminação de conteúdos em suas plataformas, os próprios mecanismos nativos das redes, como o ato de curtir, é um artefato tecnológico que influencia a nossa maneira de pensar e agir, pois sua foto, sua *hashtag*, seu comentário, estará exposto ao crivo alheio e isso vai influenciando nossa forma de agir e pensar, isso é inevitável, trazendo, assim, novos hábitos (Sibilia, 2016). Na base dessa conjuntura de ações, as redes potencializam a troca de informações e a exposição de cada indivíduo, pois viabilizam uma história em torno daquele post, ação, comentário, seja aquilo fictício ou a própria realidade que o transpõe:

> O “eu” deve a todo instante se expor ao outro, demandando sempre seu reconhecimento e aceitação. Desta forma, os indivíduos executam uma performance das aparências, em que a exterioridade apresentada de forma estética tenta capturar os olhares dos espectadores. Na atualidade, todos desejam seus “15 minutos de fama”, em que poderão (a)parecer na cena social e, consequentemente, ter suas necessidades narcísicas alimentadas pelas atenções voltadas em sua direção (Tavares, 2010, p. 39).

Levando em consideração os dados atribuídos até aqui em torno das perspectivas do mundo contemporâneo, é conveniente ratificar que as redes sociais ampliaram as possibilidades de comunicação e o compartilhamento de experiências. Entretanto, esse aceleramento do processo de validação pessoal nesses ambientes

---

[9] De acordo com Karhawi (2017), até 2014 as blogueiras de moda eram conhecidas apenas como blogueiras de moda ou bloggers. O mesmo para blogueiros de outros nichos; de games à decoração. Já aqueles que trabalhavam com produção de conteúdo em outras plataformas, como o YouTube, por exemplo, eram chamados de vlogueiros ou vloggers. Porém, segundo a autora, em 2015 iniciou-se um movimento de redefinição de nomenclaturas profissionais, sendo cunhado o termo influenciador digital (e antes dele, sua versão em língua inglesa; *digital influencer*). Um dos principais motivos do uso da terminologia, segundo ela, pode estar atrelado à entrada de novos aplicativos na esfera de desses profissionais - produtores de conteúdo e formadores de opinião - que deixaram de se restringir a apenas uma plataforma.

digitais remete ao conceito de modernidade líquida enfatizado por Bauman, pois as redes sociais permitem novas experiências por um lado, mas, por outro, disparam os sintomas de uma sociedade líquida, que muito compartilha, mas pouco observa o que ocorre ao seu redor, mas isso fica para além da reflexão deste trabalho.

Sendo assim, é de suma importância observar o ponto importante que é a hipermobilidade conectada, que redunda em ubiquidade desdobrada (SANTAELLA, 2013). Essa condição, proporcionada pela tecnologia sem fio, permite que nos comuniquemos com os outros em qualquer lugar e a qualquer momento. A hipermobilidade compreende a mobilidade física fundida à mobilidade da informação nas redes. E dessa conexão emerge o leitor ubíquo que, assim é chamado, pois está continuamente situado nas interfaces de duas presenças simultâneas, a física e a virtual.

Pois, se por um lado pode-se pensar com certo entusiasmo a respeito do acesso à informação, sobretudo, por meio da leitura no ambiente digital, o argumento de que se lê muito não necessariamente quer dizer que isso reflita qualidade de leitura, concentração e entendimento do que se lê. Por meio disso, contextualiza-se o tema pela perspectiva da neurocientista Maryane Wolf, a qual analisou e propôs o debate sobre a leitura dinâmica proporcionada pelo espaço digital - online:

> É fácil a confusão sobre nossos hábitos de leitura nestes anos de transição de uma cultura baseada no letramento para uma cultura mais influenciada digitalmente. Quer nos baseamos nos relatórios do [10]NEA 14 ou em outros mais recentes a realidade atual é que ficam tão inundados por informações que uma pessoa comum nos Estados Unidos de hoje lê por dia o mesmo tanto de palavras que pode ser encontrado em um romance. infelizmente, é raro que essa leitura seja contínua, constante ou concentrada; pelo contrário, os 34 gigabytes consumidos em média pela maioria de nós representam um pique espasmódico de atividade após o outro. Não surpreende que romancistas americanos como Jane Smiley, temam que o romance que requer e premia uma força especial de leitura contínua possa vir a ser pelo dilúvio crescente de palavras que nos sentimos obrigados a consumir diariamente (WOLF, 2019. p. 91).

Ou seja, passa-se por um momento de transição nas últimas décadas, saindo do mundo analógico e emergindo no mundo digital. Inclusive, é o que inspira a idealização do presente trabalho, no qual buscamos abordar as transformações tecnológicas provenientes da rede internacional de computadores, a internet, somada à indústria digital - primeiramente através dos computadores e ao adentrar a

[10] Núcleo de Estudos Avançados (NEA).

segunda década dos anos 2000, com a chegada dos *smartphones* - que possibilitou tamanha conectividade da comunidade mundial, exposta 24 horas por dia a um bombardeio de informações que estão na palma da mão. Dessa forma, buscamos mapear os sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da *hashtag* #terradospresidentes, em perfis públicos no *Instagram*.

O *Instagram* pode ser definido de diversas maneiras. Dentre elas, está o conceito de plataforma de compartilhamento visual e auto expressão, já que ele permite que as pessoas mostrem suas vidas, seus interesses e *insights* criativos por meio de fotos e vídeos. Pode também ser entendido como rede social e comunidade virtual, pois proporciona aos usuários a conexão e a interação uns com os outros, sejam eles já conhecidos ou não.

Marcas e profissionais, também, podem utilizar o *Instagram* para se comunicar com seus públicos, seja de forma orgânica ou através de espaços patrocinados, o que faz dele, também, uma ferramenta de marketing e publicidade. E, embora também esteja acessível por navegadores web, o *Instagram* é mais amplamente utilizado em *smartphones* e *tablets*. Por isso, é considerado um aplicativo móvel que concede, dentre suas possibilidades, a de manter seus usuários atualizados sobre as últimas tendências, estilos de vida e eventos culturais através da exploração de *hashtags,* perfis populares e recursos de descoberta.

Atualmente, o *Instagram* é uma das redes sociais mais populares do mundo. Através de suas funcionalidades, a aplicação permite que seus usuários criem perfis e, através deles, compartilhem fotografias, vídeos e textos que podem ser customizados com a aplicação de filtros e efeitos. Além disso, a plataforma permite a interação entre seus usuários através das suas publicações, seja por meio de curtidas, comentários e mensagens diretas. No aplicativo é possível, também, explorar conteúdos dos mais diferentes tipos, como postagens de amigos, celebridades, marcas, dentre outros.

Cabe ressaltar que o *Instagram é,* em essência, uma plataforma de mídia voltada para o compartilhamento de imagens. Quando foi lançado, em 2010, ele surgiu como um aplicativo de compartilhamento de fotos “instantâneas", fazendo alusão ao estilo de fotografia instantânea capturada com a câmera Polaroid, na qual a fotografia representa um recorte do real, capturando um momento específico no fluxo contínuo do tempo. Ou seja, funcionando como um fragmento deliberadamente

escolhido pelo fotógrafo ou pela pessoa que tira a foto, como ao fazer uma selfie, onde temas, entornos e significados são cuidadosamente selecionados.

Conforme argumentado por Dubois (1993, p. 61), a fotografia difere de outros sistemas de representação, como pintura e desenho (ícones), bem como de sistemas linguísticos (símbolos). Ela se destaca ao capturar o que nossos olhos podem perceber, tornando-se uma janela para o mundo real, capturando momentos fugazes e transformando-os em imagens compartilháveis e apreciáveis.

Dessa forma, a fotografia necessita de uma linguagem a qual se faz necessário conhecê-la e decifrá-la; para Roland Barthes (1982, p. 11-25), "a fotografia é uma imagem híbrida, pois construída em parte por um aparelho técnico que captaria um real puro e em parte por uma mensagem com conteúdo histórico e cultural."

Sobre as imagens fotográficas, Mauad (2004) estabeleceu cinco categorias espaciais, as quais consideram a abrangência do plano conteudista, assim como o expressionismo do espaço fotográfico, o contexto em torno do espaço geográfico, assim como o espaço do objeto, o espaço da figuração e o espaço de vivência. Para Mauad (2004), estes podem ser definidos da seguinte maneira:

> I – Espaço fotográfico: Compreende o recorte espacial processado pela fotografia. Incluindo-se a natureza do espaço, como se organiza, que tipo de controle pode ser exercido na sua composição e a quem este espaço está vinculado: amador ou profissional. Nessa categoria estão sendo considerados os itens contidos no plano da expressão. Respectivamente: tamanho, formato, enquadramento, nitidez e o produtor.
> II – Espaço geográfico: Compreende o espaço físico representado na fotografia. Procura-se caracterizar os lugares fotografados, a trajetória de mudanças ao longo dos anos que a coleção cobre e nessa trajetória as oposições cidade e campo, fundo artificial e natural e espaço interno e externo. Nestas categorias estão incluídos os itens: local retratado, ano e atributos da paisagem, todos contidos no plano do conteúdo.
> III – Espaço do objeto: Compreende os objetos fotografados tomados como atributos da imagem fotográfica. Analisa-se a partir dessa categoria a lógica existente na representação dos objetos, sua relação com a experiência vivida e com o espaço construído. Estão incluídos na sua composição os itens tema da foto, objetos retratados, atributos das pessoas e atributos da paisagem.
> IV – Espaço da figuração: Compreende as pessoas retratadas, a natureza deste espaço, a hierarquia das figuras e outros atributos. O item pessoas retratadas, do plano de conteúdo, e atributos das pessoas, do plano de conteúdo, e a distribuição dos planos e objetivo central, do plano de expressão, integram essa categoria.
> VI – Espaço da vivência: Compreende o tema da foto. As atividades que mereciam ser fotografadas e os tipos de fotos que destas surgiam. Os índices tema da foto, local retratado, figuração, produtor e as principais opções técnicas compõem esta categoria. (p. 19-36).

Tamanha citação justifica-se ao ponto em que define e contextualiza as principais categorias que orientam uma possibilidade, um método de interpretação das fotografias. Mauad relacionou padrões técnicos de expressão das imagens com padrões de conteúdo e, assim, elaborou sua interpretação dos códigos de representação social para fomentar seus estudos. Destacamos esses aspectos aqui, porque entendemos que eles irão nortear nossa análise e contribuir para o mapeamento dos sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da *hashtag* #terradospresidentes, em perfis públicos no *Instagram*, um dos objetivos da nossa pesquisa.

Podem ocorrer variações de poses e tipos de performance, isso ocorre em detrimento das ordenações dos grupos, indivíduos e o que procuram transmitir a partir de suas narrativas, as quais enfatizam determinados códigos de representação social, assim excluindo outros.

2.2 Narrativa criativa: representações sociais e produção de sentido

Outros conceitos que nos interessam neste trabalho são os de narrativa e de criatividade porque a partir deles discutiremos o conceito de narrativa criativa, um dos objetivos específicos deste trabalho. Noções sobre representações sociais e produção de sentido também são do nosso interesse, visto que conhecê-las contribuem para atingirmos outra meta específica do nosso estudo que é o mapeamento dos sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da hashtag #terradospresidentes, em perfis públicos no *Instagram*.

Barthes (2001) considera que o início da narrativa deu-se junto com a história da própria humanidade. Segundo o autor, as narrativas do mundo são inúmeras, seus suportes podem ser diversos e elas estão presentes em todos os tempos, lugares e sociedades. Para ele, a narrativa pode:

> [...] ter como suporte a linguagem articulada, oral ou escrita, a imagem fixa ou móvel, o gesto e a mistura ordenada de todas essas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, na epopéia, na história, na tragédia, no drama, na comédia, na pantomima, no quadro pintado *(pense-se na Santa Úrsula de Carpaccio)*, nos vitrais, no cinema, nas histórias em quadrinhos, nas notícias de jornal, na conversa. Além disso, sob essas formas quase infinitas, a narrativa está presente em todos os tempos. [...]não há, nunca houve em lugar nenhum povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm as suas narrativas, muitas vezes essas narrativas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes, até mesmo opostas: a narrativa zomba da

> boa e da má literatura: internacional, trans-histórica, transcultural, a narrativa está sempre presente, como a vida (Barthes, 2001, p.103-104).

Para Leal (2006), narrar experiências cotidianas é consolidar uma história, portanto:

> [...] Narrar significa buscar e estabelecer um encadeamento e uma direção, investir o sujeito de papéis e criar personagens, indicar uma solução. As narrativas, assim, tecem a experiência vivida e podem aparecer no cotidiano, contadas pelos seres humanos, ajudando-os a viver e agrupando-os, distinguindo-os, marcando os seus lugares e possibilitando a criação de comunidades (Leal, 2006, p. 20).

Aprofundando a discussão sobre a construção de narrativas, voltando nosso olhar para o ambiente midiático, nos apoiamos em Guimarães e França (2006), que consideram que esse espaço pode ser entendido como uma extensão da realidade e, ancorado pela sua multiplicidade de formas de edição, pode ampliar a realidade vista pelo outro, assim, possibilitando reelaborar os modos de se contar a mesma história:

> A mídia não está fora da sociedade (ela faz parte da vida e da dinâmica social), e os produtos midiáticos tanto refletem quanto orientam em uma dada realidade. As práticas comunicativas são constituidoras da vida social e, ao mesmo tempo, constituídas por ela - o que altera completamente (mas também dificulta) a forma de abordá-las (Guimarães; França, 2006, p. 44).

O conceito de “representações” foi definido por Durkheim (1970) como produções mentais. Para ele, as representações são de caráter coletivo, visto que a sociedade exerce uma ação opressora sobre a consciência individual. Já Moscovici (1981) defende a ideia de que o indivíduo tem uma contribuição maior, ampliando o conceito de representações e acrescentando o termo “sociais”.

Para Jodelet (2001), as representações sociais englobam mais fatores, pois estão presentes em mensagens e imagens, e de forma concreta fazem-se perceptíveis em condutas e em organizações materiais e espaciais. Essas representações podem se fazer presentes em diferentes âmbitos sociais, assim como no conjunto de elementos que permeiam as cidades, assunto que nos interessa, na medida em que este trabalho objetiva conhecer os sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da *hashtag* #terradospresidentes, em perfis públicos no *Instagram*.

Uma cidade, por exemplo, pode oferecer um discurso que articula variados signos. Pinheiro e Silva (2004) consideram que as cidades desenvolveram uma linguagem através de duas redes diferentes e superpostas. Uma é a física, aquela

em que o visitante comum percorre até perder-se na sua multiplicidade e fragmentação. A outra é a simbólica, que, por outro lado, ordena e exige a interpretação de sinais. Ou seja, neste trabalho, parte-se para o olhar das linguagens simbólicas expressas de múltiplas formas na internet, mas aqui delimitadas pelo modo como estão inscritas no *Instagram*, configurando narrativas cotidianas que podem ser apreendidas a partir da leitura de perfis públicos.

A compreensão da constituição do sujeito na linguagem e a estruturação da vida como um relato, seja ele escrito, oral, fotográfico, pictórico, audiovisual ou multimídia, são facilitadas pelas escritas de si, que mudam ao longo do tempo para refletir as transformações históricas na produção de subjetividades. Isso se reflete nas novas versões dos gêneros autorreferentes que culminam no fenômeno das *ex*timidades[11], revelando *insights* significativos sobre as configurações atuais do eu e da vida, que são fluidos e difíceis de apreender, mas cada vez mais celebrados e tornados espetaculares. O fenômeno das narrativas biográficas está em expansão não apenas na internet, mas em uma variedade de meios e formatos (Sibilia, 2016, p. 61).

Sibilia (2016) aponta o conceito do “eu" como narrador e da vida como um relato. O mundo digital permite vários graus de anonimato que são capazes de representar diversos olhares da mesma realidade, como, por exemplo, o que é postado nas redes sociais como o *Instagram*. Esse material postado não significa a vida por inteiro, mas um recorte daquilo que se quer mostrar, entretanto, tal recorte pode ser visualizado e interpretado pelos outros como sendo uma realidade absoluta.

> Uma intensa “fome de realidade” tem eclodido nos últimos anos, um apetite voraz que incita tanto à exibição como ao consumo de vidas alheias e reais. Além de terem se multiplicado até o paroxismo, os relatos desse tipo recebem grande atenção do público: em todas as áreas artísticas e midiáticas, a não-ficção floresce e conquista um terreno antes ocupado de maneira quase exclusiva pelas histórias de ficção (Sibilia, 2016, p. 61).

Para conectar o conceito do “eu narrador” ao de sociedade do espetáculo, Sibilia (2016) retoma as ideias de Guy Debord que aborda a sociedade influenciada pela publicidade praticada dentro de um sistema capitalista, sendo regida pelo

[11]É um termo cunhado por Jacques Lacan em 1958 para a psicanálise. Porém, com o advento da internet e a popularização das redes sociais, a extimidade ganhou um contexto sócio-cultural, onde tem cada vez mais espaço e expressão. O termo é utilizado por Sibilia para se referir ao fenômeno de postagem de si na internet. Já que ao mostrar algo de si nas redes, deixa de ser íntimo e passa a ser êxtimo, segundo a autora.

conjunto de imagens esteticamente glamourizadas que induzem a uma vontade de exibição pública e a um estilo de vida que seja o mais próximo daquilo que se julga ideal.

> Por isso são tão valiosas as suas observações [de Debord] acerca das relações que se mercantilizam ao ser mediadas por imagens; bem como a passagem do ser para ter, e deste último para o parecer, deslizamentos que acompanham a ascensão de um tipo de subjetividade cada vez mais espetacularizada, o triunfo de um modo de vida baseado nas aparências e a transformação de tudo em mercadorias (Sibilia, 2016, p. 347).

Essa aproximação de conceitos trazida por Sibilia conecta-se ao nosso estudo, pois encontramos semelhanças nela para tratarmos sobre o *Instagram*. Afinal, a plataforma surgiu para atender à necessidade da exposição instantânea, através de imagens estetizadas a partir de recursos visuais como filtros de aprimoramento e que alteram a foto originalmente captada. Além disso, o *Instagram* serve de espaço para o 'eu narrador' performar, já que permite que o seu usuário, de modo personalizado e independente, realize publicações sob seu olhar e apresentando uma narrativa única da sua realidade.

Outra referência que auxilia na compreensão sobre o funcionamento do cotidiano midiático é Campanella (2012). No livro *Os olhos do grande irmão: Uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil* (Editora Sulina, 2012), o autor analisa como se dão as articulações entre uma parcela da audiência nacional televisiva, os participantes da comunidade Net.BBB[12] e o reality show Big Brother Brasil (BBB), um dos conteúdos televisivos de maior impacto junto ao público dos últimos anos (Campanella, 2012, p.11-12).

Campanella aborda, nesta obra, a forma como se dá a navegação dos indivíduos pelas narrativas dentro das mídias e apresenta três pressupostos entre as relações de mídia e narrativas. Em primeiro lugar, ele situa a mídia como algo naturalmente presente em nosso cotidiano (seja pela televisão, internet, publicidade, entre outros). Em segundo lugar, destaca a existência de uma hierarquia de tipos de conteúdo, o que indica qual ou quais podem gerar maior engajamento em um determinado período, tempo-espaço. E, em terceiro lugar, pontua a valorização do conteúdo ordinário, isto é, o cotidiano.

---

[12] Criada em 2003 pelos blogueiros Tors11 e Dona Lupa com o intuito de debater o Big Brother Brasil (BBB), a comunidade de fãs cresceu substancialmente ao longo dos anos, transformando-se em um espaço no qual inúmeros segmentos da sociedade brasileira interagem. (Campanella, 2012, p.10)

Para isso, Campanella (2012) utiliza-se de conceitos de pesquisadores como Durkheim, Dayan e Katz para a apresentação desses pressupostos os quais ajudam a compor o que ele denomina de rituais midiáticos que contribuirão para a formação e modelo de sociedade, pois farão parte de conversas, convivências e comportamentos socioculturais. Segundo o autor,

> Os rituais midiáticos, [...] acabam naturalizando e, em última instância, legitimando o status especial de “representantes do social” professado pelas empresas da área de mídia. Em vez de ter uma função integradora, as instituições midiáticas – redes de televisão, emissoras de rádio, jornais etc. – contribuem para a própria construção de sociedade (Campanella, 2012, p. 72).

Com base nesses conceitos, entendemos que as redes sociais e, principalmente, o *Instagram*, são espaços que possibilitam a elaboração de histórias, sejam essas fidedignas à realidade ou apenas a uma parcela dela. Além do mais, elas dispõem de ferramentas para que o usuário construa o seu personagem, da maneira que considere coerente ao que deseja ser dentro desse universo digital. Assim sendo, podemos dizer que é um ambiente imensamente idealizado, acarretando, portanto, a construção de relações idealizadas.

Para Goffman (2014), tudo é uma produção de espetáculo. Existe a escolha do espaço geográfico e do contexto no qual a história será contada, neste caso, no *corpus* de análise delimitado para este estudo, conforme será detalhado mais adiante, os conteúdos publicados em perfis públicos a partir da cidade de São Borja/RS e da *hashtag* #terradospresidentes, elementos que utilizamos para identificação do **cenário**. Aliado a esse aspecto, temos ainda a escolha da exterioridade pessoal, o que em termos narrativos significa pensar o que acontece, isto é, o fato que será contato, o tempo e o enredo em que se dá o que será contado, ou seja, o quando e o como, todos os elementos que são guiados pelo narrador. Tais escolhas permeiam a reação e a interação do usuário do *Instagram*.

Para Goffman (2014), a transição dos indivíduos entre suas múltiplas personalidades e contextos variados pode ser definida como máscaras “identitárias". Para conceituar esse movimento natural, o autor se vale das palavras de Park (1950):

> Não é provavelmente um mero acidente histórico que a palavra ‘pessoa’, em sua acepção primeira, queira dizer máscara. Mas, antes, o reconhecimento do fato de que todo homem está sempre e em todo lugar, mais ou menos, conscientemente, representando um papel. É nesses papéis que nos

> conhecemos a nós mesmos. Em certo sentido, e na medida em que esta máscara representa a concepção que formamos de nós mesmos – o papel que nos esforçamos por chegar a viver –, esta máscara é o nosso mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser (Park, 1950, p. 249 *apud* Goffmann, 2014, p. 31).

Segundo Recuero (2009, p.24), esse comportamento expresso pelos indivíduos nas redes faz com que estes possam ser entendidos como “atores ciberespaciais, por desempenharem papéis construídos especificamente para o universo digital que não condizem necessariamente com a realidade material vivida por eles."

Nesse processo que consolidam-se as expectativas como *likes*, visualizações e interações como um todo, o que o usuário busca que sejam correspondidas pelos outros usuários; essa necessidade de reconhecimento do outro resulta numa espécie de ‘glamourização do cotidiano’, podendo influenciar e determinar uma reformulação nos padrões de comportamento, a fim de buscar construir uma identificação que possa ser bem recebida pelo público que o segue e acompanha a sua trajetória na rede social.

Com o objetivo de manter a veracidade da personalidade criada, esses “atores" dispõem de múltiplos recursos disponibilizados pelas plataformas digitais que permitem diversas formas de personificação no ciberespaço, consequentemente, subsidiando o desenvolvimento da narrativa, como é o caso do uso das *hashtags* no *Instagram*.

> O surgimento das ferramentas mais complexas para as trocas sociais permitiu, também, que formas mais complexas de expressão dos atores aparecessem. [...] O uso de palavras características de um ator, de cores nas falas, de nicknames que expressem algum aspecto do eu já foram estudados como formas de construção de uma identidade em chats (Recuero, 2009, p. 29).

Portanto, a autora demonstra a ideia de que a criação das narrativas dos usuários do *Instagram* condiz com uma série de atributos para afirmação do “eu", o que corrobora no processo de identificação das histórias contadas; dessa forma, os usuários em comunidade trocam experiências, criam expectativas de reciprocidade e laços de afinidade entre si.

Essa conectividade por parte dos usuários da internet, por exemplo, leva ao chamado engajamento nas redes, o qual é fator determinante para o sucesso de uma rede social como *Facebook* e *Instagram*. A lucratividade dessas redes sociais dá-se através do tempo que as pessoas passam interagindo a partir delas com

conteúdos patrocinados e não patrocinados e o quanto vão se engajando, por exemplo, por meio das próprias *hashtags*, as quais passam a alavancar determinados temas que, devido a um amplo alcance de usuários, ficam entre os mais acessados do dia.

Esse aspecto fez com que as plataformas digitais criassem estratégias para manter seus usuários conectados, como é o caso da Meta (empresa de Mark Elliot Zuckerberg, fundador, presidente e CEO), a qual não exige nenhum tipo de cobrança para utilização do *Facebook* e *Instagram*. Entretanto, ambas exigem um cadastro de seus usuários, o qual, juntamente com o uso que estes fazem do conteúdo disponibilizado 'gratuitamente' nas redes, alimentará um complexo sistema de dados regido por algoritmos que irão identificar padrões a partir do interesse entre o que é assistido, curtido e compartilhado pelos próprios usuários. Ou seja, não há um custo monetário para acesso e utilização das plataformas, contudo, devido à grande quantidade de dados e hábitos do usuário nas redes, estas disparam conteúdos que o algoritmo sugere conveniente para manter os indivíduos conectados.

Segundo pesquisas mencionadas em matéria publicada pela BBC NEWS BRASIL (2020), as Filipinas é o primeiro país no ranking de mais tempo nas redes sociais, com uma média de 4 horas por dia; sendo que o Brasil está em segundo lugar no ranking, com uma média de 3 horas e 45 minutos por dia. Enquanto no Japão, são apenas 45 minutos diários. O que demonstra que:

> Os brasileiros passam mais tempo nas redes sociais do que qualquer outra população do hemisfério ocidental. O uso pesado dessas plataformas contribui para a prevalência da rede social de Mark Zuckerberg. (...) mais de um em cada três proprietários de smartphones usam Facebook Messenger pelo menos uma vez por dia (Statista, 2020).

Todo esse processo de engajamento é que permite a lucratividade, pois os dados do cliente são usados para disparar propagandas, produtos e até mesmo os últimos interesses de pesquisa, assim, bombardeando o usuário com informações e produtos, visando, de alguma forma, o consumo. Segundo o economista social Herbert Simon, essa relação se estabelece da seguinte forma:

> Em um mundo rico em informações, a riqueza da informação implica a carência de outra coisa: escassez daquilo que a informação consome. O que a informação consome é bastante óbvio: ela consome a atenção de seus destinatários. Dessa forma, a abundância de informação gera carência de atenção (Simon, 1971, p.40).

Portanto, o cenário demonstra o grande objetivo das redes sociais que é, de acordo com o que já foi citado, manter o indivíduo engajado, capturar a sua atenção, deixá-lo interagindo o maior tempo possível de seu dia e, além disso, disparando conteúdos, gerando dados e permitindo esse processo de coleta de dados ao domínio da plataforma, sendo que tais estratégias permitem o sucesso desse processo.

> No caso do Instagram, chama a atenção não só o interesse da plataforma em motivar interações por meio do conteúdo audiovisual (fotos e vídeos), mas também em viabilizar a instantaneidade neste ato. O fato de o conteúdo, seja ele foto ou vídeo, desaparecer em 24 horas, no recurso Histórias, pode ser entendido como uma estratégia da plataforma de fazer o usuário ser constantemente ativo no sentido de produzir e disponibilizar conteúdos pessoais (Montardo, 2019. p. 175).

São sofisticadas estratégias que geram inúmeros estímulos e conectividade entre os usuários do *Instagram*, foco da nossa pesquisa; tais recursos podem ser explorados em diversos setores, incluindo aqueles relacionados à Indústria Criativa, seja para venda de serviços, análises de demanda de mercado, publicização e ampliação da visibilidade de entidades e serviços, interação com públicos estratégicos e criação de relacionamento com potenciais clientes/consumidores. Entretanto, todo o processo nas redes pode levar também a uma dispersão, como contextualizamos anteriormente. Por isso, as estratégias devem ser bem elaboradas para obterem a finalidade desejada.

Um dos aspectos que podemos pensar quando tratamos das mídias sociais virtuais é a possibilidade que se tem, a partir delas, de construir narrativas. Isto é, “com o avanço tecnológico e a utilização de diferentes recursos, como imagem e sons, o texto passa a ser multimídia, dirigindo-se tanto aos olhos quanto aos ouvidos” (Paiva, 2010, p.185 *apud* Duarte; Silva, 2015, p.93). Para Duarte e Silva (2015, p.93), consequentemente, através disso nos aproximamos de uma situação mais real de comunicação, constituindo uma nova maneira de narrar.

Afinal, a narrativa é, sobretudo, no tempo em que vivemos e das mídias sociais, algo do universo das imagens, do mostrar, que revela a nossa necessidade de figurar no social (e também de visualizar o social). Sérvio (2011) diz que desenvolvemos um tipo de sociabilidade amplamente centrada no sentido da visão e dependente dele, ou seja, a nossa sociabilidade depende da forma como nos vemos e como nos expomos. Isto é, não são apenas as imagens em si, a sua maximizada

produção e acesso que caracterizam o nosso tempo, mas a necessidade moderna de figurar ou visualizar a existência:

> As mídias são em grande parte responsáveis pela construção dos significados que damos ao mundo, pelos repertórios que usamos para dar sentido à nossa existência na sociedade, para edificar nossos desejos e para reconhecer a nós e aos outros. (Sérvio, 2011. p. 66).

A sociedade sempre produziu imagens, seja no desejo de registrar o cotidiano ou fatos que pretendia tornar memoráveis por meio da pintura, da escultura, do desenho, da fotografia, seja na intenção de entreter, provocar reflexão ou de expressar sentidos e sentimentos diversos por meio da produção ficcional, figurativa ou documental para o cinema, a televisão e demais suportes visuais surgidos.

A produção da imagem advém de uma sociedade que as consome em um nível cada vez maior, sendo assim, é necessário buscar compreender o que uma imagem comunica e quais mensagens ela transmite. Do mesmo modo que a industrialização e a urbanização mudaram o ritmo e as formatações de estilo de vida no século XIX, as linguagens midiáticas alteraram decisivamente os modos de vida atuais. Assim, surge uma cultura cada vez mais baseada na imagem, dispondo de meios como a televisão, os computadores, a publicidade etc., o que suplantou, em alguma medida, a cultura literária anteriormente predominante. Com isso, o que se viu foi a "estetização da realidade" (Fridman, 1999, n.p.).

A imagem generaliza-se no século XXI, ao ponto que as fabricamos cotidianamente e de forma instantânea e as utilizamos em nossas redes sociais como um instrumento factualmente dominante da comunicação contemporânea. Portanto, é válido pontuar algumas significações em torno da palavra imagem:

> O ponto comum entre as diferentes significações da palavra imagem (imagens visuais/ imagens mentais / imagens virtuais) parece claramente ser, antes de mais, o da analogia. Material ou imaterial, visual ou não, natural ou fabricada, uma imagem é antes de mais nada algo que se assemelha a qualquer outra coisa. Mesmo quando não se trata de imagem concreta mas sim mental, apenas o critério da semelhança a define: quer ela se assemelhe à visão natural das coisas (o sonho, o fantasma, quer ela se construa a partir de um paralelismo qualitativo (metáfora verbal, imagem de si, imagem de marca) (Joly, 2007, p. 42-43).

Assim, neste trabalho, partimos da imagem visual fabricada, concebida e compartilhada por usuários da plataforma *Instagram* que tenham perfis públicos e que tragam a *hashtag* #terradospresidentes como marcador textual. Esse foi um

caminho para observarmos esses acontecimentos em prol do objetivo da nossa pesquisa, que é conhecer os sentidos em circulação sobre São Borja/RS na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade. A imagem é a representação de algo, neste caso, especificamente, entendemos que se tratam de algumas representações possíveis sobre a cidade a partir da percepção singular de cada usuário, podendo ser consideradas imagens fabricadas segundo um recorte particular da realidade de cada usuário/produtor.

Para Joly,

> As imagens fabricadas imitam mais ou menos corretamente um modelo ou, como no caso das imagens científicas de síntese, propõem-no. A sua principal característica é então a de imitar com tanta perfeição que elas se podem tornar virtuais e dar a ilusão da própria realidade, sem todavia o serem. Elas são então análogos perfeitos do real. Ícones perfeitos (2007, p. 43-44).

Dessa forma, "se a imagem é entendida como representação, tal significa que a imagem é entendida como signo." (Jolly, 2007). Ou seja, busca-se a semelhança como princípio de funcionamento. No caso da plataforma *Instagram*, a imagem pode vir acrescida de informação textual na legenda, por exemplo, além de possuir marcadores específicos como é o caso do uso das *hashtags*. Esse conjunto de elementos, quando tomados a partir de um referente, pode configurar-se em uma narrativa. Para este trabalho, o referente que consideramos é a cidade de São Borja, sendo o marcador referente a *hashtag* #terradospresidentes.

Segundo Squire (2014), uma narrativa é uma sequência de signos que carregam significados sociais, culturais e/ou históricos específicos. A autora também pontua que as narrativas podem envolver conjuntos de signos que se desdobram temporalmente, causalmente ou de maneiras socioculturalmente reconhecíveis. Em sua definição, a autora reconhece que as narrativas podem se manifestar em diversas mídias, incluindo imagens estáticas, sendo sua essência baseada na sucessão de signos, independentemente do sistema de símbolos, mídia ou contexto semiótico em que essa sucessão ocorre.

A respeito do conceito de narrativa, Gancho (1991) diz que toda narrativa se estrutura sobre cinco elementos, sem os quais ela não existe e que segundo a autora são: o enredo, os personagens, o tempo, o espaço e o narrador. Ela também pontua que sem os fatos não há história, e quem vive os fatos são os personagens,

num determinado tempo e lugar. Além disso, para ser prosa de ficção, é necessária a presença do narrador, pois ele fundamentalmente caracteriza a narrativa.

Como narrativas criativas, mais especificamente, entendemos que são uma forma de expressão artística que integra diversas linguagens, como literatura, cinema, teatro e música. Esse tipo de narrativa objetiva, principalmente, contar histórias de maneira inovadora e envolvente, fazendo uso de recursos como múltiplas perspectivas, quebra da linearidade temporal e interatividade com o público. Além disso, as narrativas criativas têm ganhado cada vez mais espaço em áreas como publicidade, marketing e *design*, pois são uma maneira eficaz de prender a atenção do público e transmitir mensagens de forma memorável e impactante (Moraes, [s.d.])[13].

Além de contar histórias, para Moraes [s.d.], as narrativas criativas são uma forma poderosa de reflexão social, pois elas desafiam os padrões culturais estabelecidos, além de influenciarem a opinião pública. Através delas, os narradores podem transmitir mensagens importantes sobre a sociedade em que vivem e provocar mudanças sociais. Ainda, segundo a autora, a arte da narrativa criativa consiste em: “uma forma de contar histórias que envolve o uso de imagens, palavras e sons para criar uma experiência única para o espectador.” ([s.d.], s.n)

Através da narrativa criativa como ferramenta de expressão visual e escrita, é possível compartilhar sentimentos, pensamentos e experiências, baseada em criatividade. Isto é, é uma forma de escrita que visa envolver o leitor, levando-o a sentir e experimentar o que está sendo narrado.

> [...] não é o fato de termos um poderoso modelo das representações visuais que estaria ditados termos da teoria cultural, mas sim que as imagens constituem um ponto de peculiar fricção e desconforto junto a uma larga faixa de questionamentos intelectuais. A imagem agora goza de um status localizado em algum ponto entre aquilo que Thomas Khun chamou de “paradigma” e uma anomalia, emergindo como um tópico central de discussão nas ciências humanas do mesmo modo que a língua o fez: ou seja, como um tipo de modelo ou figura para outras coisas [...], e como um problema não solucionado, talvez até mesmo como objeto de sua própria “ciência”, aquilo que Panofsky chamou de “Iconologia” (Mitchell, 1994, p. 13 *apud* Portugal; Rocha; 2009, p.1).

As novas tecnologias influenciam a forma de contar histórias, a forma de se criar a narrativa. As narrativas são criadas, baseadas na interação e interesse de quem irá consumi-las. O fato de se estar conectado, atento a tudo que está a sua

[13]Artigo disponível em https://rabiscodahistoria.com/conheca-as-narrativas-criativas-que-revolucionar am-a-arte/. Acesso em 05 de setembro de 2023.

volta, influencia a forma de criar conteúdo (Jenkins, 2009). Neste sentido, as narrativas criativas possuem características bastante alinhadas com esse novo momento de contar histórias da atualidade. Afinal, elas costumam ser não-lineares, ou seja, não seguem uma ordem cronológica. Além disso, utilizam recursos como metáforas, simbolismos e elementos visuais para transmitir a mensagem de forma mais impactante (Moraes, [s.d.]).

Tendo em vista o que nos traz Moraes (s.d), entendemos que, para este trabalho, as narrativas criativas podem ser definidas como formas de expressão, não necessariamente artísticas e que, por sua característica não-linear, não seguem uma ordem cronológica. Além disso, elas podem ser complexas, compostas por recursos visuais e sonoros, ou seja, são narrativas contadas de maneiras inovadoras e envolventes. Nas redes sociais digitais, as narrativas criativas, além de não lineares, são caracterizadas pela mistura de imagens, que podem, ou não, ser modificadas com diversos tipos de recursos como filtros, pela inserção de emojis, pelo movimento dos *gifs*, de *lettering* de diversas cores, formatos e tamanhos.

Concluindo esta exploração sobre a narrativa criativa, fica evidente o papel fundamental que a criatividade, aliada às novas tecnologias, desempenha na comunicação contemporânea. A capacidade de contar histórias de maneira inovadora e envolvente é, também, um ativo valioso nas indústrias criativas. Por isso, direcionamos nosso olhar para um fenômeno que tem redefinido a forma como as narrativas criativas são compartilhadas e consumidas: as redes sociais.

Cabe, ainda, antes de finalizarmos o capítulo, refletimos sobre aquilo que entendemos por sentidos em circulação, aos quais, nos referimos em dois de nossos objetivos específicos que são mapear os sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da hashtag #terradospresidentes, em perfis públicos no Instagram e de identificar as possibilidades e/ou potencialidades que os sentidos em circulação na mídia social Instagram oferecem para a construção de uma narrativa criativa sobre a cidade de São Borja/RS. Partimos para essa reflexão trazendo a noção de circulação de sentido trazida por Grohmann (2019):

> Dentre as diferentes abordagens para a noção de circulação [na comunicação], falamos aqui em circulação de sentidos, tal qual em Silverstone (2002; 2006), como circulação de símbolos e significados por meio de processos comunicacionais, que são sociais e discursivos (por meio de interdiscursividades e intertextualidades, por exemplo). O foco nos sentidos nos diz que a circulação envolve mostrar como valores, visões de mundo e ideologias circulam nos processos comunicacionais. Desta forma,

> não nos referimos ao número de curtidas ou compartilhamento, ao nível de engajamento (GROHMANN, 2018) ou à chamada recirculação jornalística (ZAGO, 2015), ressaltando que a visada aqui levantada não é a única abordagem possível para a circulação na comunicação (Grohmann, 2019, p.152).

Couldry (2000, p. 78 *apud* Grohmann, 2019, p.152), diz que “os sentidos circulam não somente em um meio, mas em vários, com inúmeras conexões entre eles”. No caso das plataformas digitais, Grohmann (2019) sinaliza que a circulação de sentido que ocorre em cada uma delas é diferente. O autor exemplifica dizendo que uma *hashtag* circula de modos diferentes tanto nas distintas plataformas Twitter e Instagram, por exemplo, quanto ao longo do tempo, desde horários e dias, em que poderá apresentar maior ou menor visualização e possibilidades de viralização. Além disso, ele pontua que uma *hashtag* poderá adquirir até sentidos distintos, por exemplo, quando utilizada em anos diferentes, já que sua significação dependerá do contexto macrossocial, ou seja, a percepção sobre elas dependerá dos contextos da circulação.

Sobre a perspectiva da circulação de sentidos, Grohmann (2019) pontua que quando aplicada à análise de mídias sociais, ela nem desconsidera a mercadorização e o trabalho gratuito dos usuários nas mídias sociais, pois trata do reconhecimento das possibilidades de produção de sentido dos sujeitos nos processos comunicacionais. Para o autor, falar em circulação de sentidos nas mídias sociais é compreender como são produzidos e circulados valores, ideologias, e como são as lutas por circulação, envolvidas nos contextos sociais, espaciais e temporais também nas mídias sociais.

No próximo subcapítulo, exploraremos as temáticas das redes sociais e das indústrias criativas, entendendo como essas plataformas têm moldado a maneira como as histórias vêm sendo narradas e compartilhadas no ambiente digital.

2.3 As redes sociais e a indústria criativa

As plataformas de comunicação online constituem as chamadas redes digitais. Definindo o conceito de redes, vê-se que, nos dias atuais, as redes estão relacionadas à interação de elementos. Para Parente (2010, p. 92), as redes tornaram-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". As redes de comunicação, ao mesmo tempo que ampliam o espaço, reduzem o tempo (Musso, 2010).

Inseridas em nosso cotidiano, as redes sociais digitais tornaram-se inerentes ao ser humano do século XXI, transmitindo, além do processo de comunicação, a forma pela qual nos comunicamos (Werres, 2019). Ao explorar esses mecanismos tecnológicos do período contemporâneo, reitera-se que eles são e estão cada vez mais presentes na vida em sociedade. Elas vêm constituindo novos moldes culturais que se propagam no cotidiano, a partir da força que ganham desde o indivíduo que compartilha um *meme*[14], ou a empresa que contrata os serviços das redes para divulgar sua marca-empresa. Ou seja:

> As redes sociais referem-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social. (Tomael; Marteleto, 2006. p. 75).

Pensando em redes sociais, pode-se defini-las como um conjunto composto por atores e suas conexões (Recuero, 2009). Sendo os atores os nós que compõem esta rede, como grupos, instituições ou pessoas, enquanto as conexões são as interações entre os atores, que darão origem aos laços sociais. Primo (*apud* Recuero, 2009) define dois tipos de interações: a mútua e a reativa. A interação reativa ocorre quando o ator interage com o sistema, clicando em algum *hiperlink*, ou quando o ator aceita algum amigo no *Facebook* ou *Instagram*. Já a interação mútua ocorre quando são formadas relações sociais mais complexas (Recuero, 2009).

A ambiência das plataformas digitais acaba modificando o tipo de leitura que realizamos, pois, se para "ler um livro geralmente exige um pouco mais de atenção do que, por exemplo, ler um jornal" (Thompson, 2004. p. 44), quando trazemos a leitura para o espaço das redes, temos uma conjunção de diversos elementos que potencializam a não linearidade e a não profundidade. Para Wolf (2019), a natureza líquida das redes sociais propicia a superficialidade da leitura, uma vez que:

---

[14] O conceito de meme surgiu em 1976 quando Richard Dawkins publicou o livro "O Gene Egoísta". Nele, Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme é o "gene" da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, que neste caso, são as pessoas. (Recuero, 2009)

> Percebida continuamente como uma forma de entretenimento no nível da superfície, a informação permanecerá na superfície, potencialmente impedindo o pensamento real em vez de aprofundá-lo. (...) às vezes, terceirizamos nossa inteligência para os varejos de informações, que oferecem destilações mais rápidas, simples e digeríveis, que nos poupam de pensar por nós mesmos (Wolf, 2019, p. 92-93).

Portanto, ao ler nas mídias digitais, você recebe diversos estímulos durante o processo de leitura, isso dificulta a concentração e, assim, a compreensão e interpretação das informações será reduzida, o que se transforma em uma leitura líquida e fragilizada:

> A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, os prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo (Sibilia, 2016. p. 21).

Essa dinâmica afeta a demanda cognitiva, pois mantém os indivíduos conectados às redes sociais a partir dos estímulos por elas proporcionados, fato que vem afetando a forma como se lê, por mais que hoje o acesso à informação tenha sido ampliado a algumas parcelas da população, não necessariamente se está apto a uma criticidade de tudo que se lê e se compartilha.

Esse processo de interação que as redes sociais propiciam aos seus usuários oferece possibilidades de relacionamentos, sendo que Jenkins (2009) salienta o conceito da cultura de convergência ligada à circulação de conteúdos, pois ambas ocorrem por meio da participação ativa dos usuários do meio em questão. Partindo da relação intrínseca entre as redes sociais e seus usuários,

> A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 30-31).

A internet trouxe significativas mudanças e permitiu a valorização desse espaço de comunicação difuso que possibilita uma abordagem real e participativa, configurando novos hábitos, perspectivas, metodologias e culturas que se incorporam a partir dos desdobramentos resultantes da disseminação dos computadores, aparelhos celulares e *smartphones,* do século XXI. A ascensão dos

aparelhos portáteis com câmeras de qualidade e funcionalidades, como telas de alta resolução e gravação de áudio, possibilitou o estabelecimento de redes sociais que priorizam a criação de conteúdo de fotos e vídeos, como uma forma de interação mais veloz. Plataformas como *Instagram, Facebook* e *Twitter* são exemplos de redes sociais que têm como objetivo a divulgação de conteúdo.

A comunicação entre as pessoas se potencializou com as mídias digitais, pela quebra de barreiras de espaço e privacidade, redução da distância entre as pessoas e promoção de uma rápida conexão e interação entre os usuários. Tal contexto apresenta-se como condição favorável à indústria criativa, a qual é constituída por diversos setores que se estruturam em torno de um fazer criativo resultante de sua propriedade intelectual (Jambeiro; Ferreira, 2012). A indústria criativa tem como base a criação de algo, seja uma propriedade intelectual, artística ou mental (Feil, 2017). Para Feil (2017, p.280) “a criatividade deixa de se restringir à ação do chamado artista (aquele que tem a arte como próprio fim), para passar a incluir a ação artístico-funcional (publicidade, moda etc.)”.

A indústria criativa abrange uma ampla gama de setores, incluindo música, cinema, televisão, arte, design, moda, entre outros. Em todos esses setores, as redes sociais têm desempenhado um papel fundamental na promoção do trabalho de artistas independentes e na construção de uma comunidade em torno de uma marca ou obra. Além disso, as redes sociais também permitem uma interação mais direta entre criadores e o público, permitindo que os fãs possam se comunicar diretamente com os seus artistas favoritos, fornecer *feedback* sobre o seu trabalho e até mesmo influenciar as suas decisões criativas (Jenkins, 2009).

As mídias sociais são utilizadas como ferramenta pela indústria criativa, nas quais os produtores e consumidores, além de interagirem, também cocriam, ao experimentarem e trocarem conhecimento. As redes sociais têm tido um grande impacto na indústria criativa, proporcionando novas formas de produzir, distribuir e consumir conteúdo. Através delas, os artistas e criadores podem alcançar um público global, sem a necessidade de intermediários, como gravadoras e editoras, por exemplo.

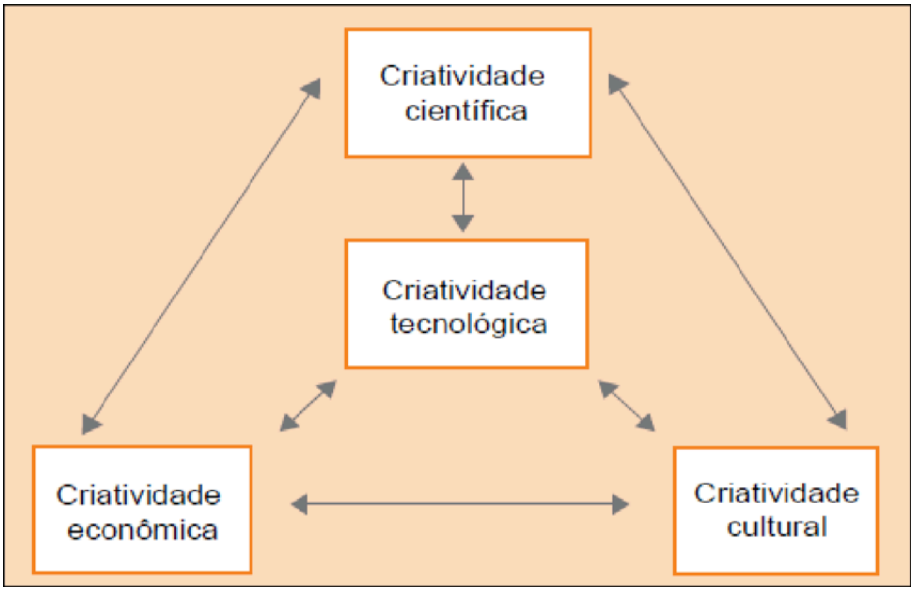
Segundo o Relatório de Economia Criativa (2012), mais de 200 redes sociais estão ativas em todo o mundo, abrangendo diferentes idiomas e países. “O poder de uma rede social cresce de acordo com o número e a natureza dos relacionamentos

e interações, à medida que os membros individuais compartilham informações, ideias e influências" (Relatório, 2012, p. 76).

O uso das redes sociais faz com que muitas empresas possam oferecer seus produtos e serviços a públicos cada vez mais amplos, atingindo o mercado global. Pois esse tipo de divulgação necessita de um baixo investimento, possibilitando que empreendedores criativos e pequenos negócios possam expandir suas fronteiras. As redes podem servir como plataforma para gerenciamento e atendimento ao cliente (Relatório, 2012).

Uma definição de "criatividade", que consiga englobar todas as várias dimensões que esse fenômeno envolve, inexiste. Isso porque ainda não se chegou a um consenso sobre a criatividade ser um atributo humano ou um processo pelo qual ideias originais são criadas. Mas o Relatório de Economia Criativa 2010 (2012, p.3) dispõe que as características da criatividade em diferentes áreas do empreendimento humano podem ser articuladas (Figura 1).

Figura 1 – Criatividade na Economia Atual



Fonte: KEA European Affairs (2006) *apud* Relatório de Economia Criativa (2010).

Enquanto a criatividade artística envolve a imaginação e capacidade de geração de novas ideias e novas formas de interpretar o mundo, através de expressões em texto, som e imagem, a criatividade científica compreende a curiosidade, a disposição para experimentação e a possibilidade de novas conexões na solução de problemas. Já a criatividade econômica, por estar intensamente

relacionada à obtenção de vantagem competitiva na economia, é um processo dinâmico baseado na inovação em áreas tecnológicas, nas práticas de negócio, no marketing, etc. Em todas elas há envolvimento maior ou menor de quantidade de criatividade tecnológica e são inter-relacionadas (Relatório, 2012, p.3).

Partindo disso e do contexto em torno da criatividade, é necessário observar alguns delineamentos sobre nosso recorte, as redes sociais, no caso específico o *Instagram*, plataforma que oferece desafios para a indústria criativa, como, por exemplo, a necessidade de criar conteúdo constante para manter o engajamento com o público. Além disso, a necessidade de lidar com a concorrência de outros criadores que estão utilizando as mesmas plataformas.

Podemos considerar a criatividade como um processo social mensurável, pois, do ponto de vista econômico, não existe uma relação aparente entre a criatividade e o desenvolvimento socioeconômico, mas o que temos é uma medida da qual a criatividade visa e, por fim, pode vir a contribuir no crescimento econômico.

> A economia criativa é profundamente arraigada nas economias nacionais. Ao produzir benefícios econômicos e emprego nos setores de serviços e manufatura relacionados, ela promove a diversificação econômica, receitas, comércio e inovação. Ela ajuda a reavivar áreas urbanas decadentes, a abrir e desenvolver áreas rurais remotas e a promover a preservação dos recursos ambientais e patrimônios culturais de um país. (Relatório, 2012, p. 23).

No caso do *Instagram*, o algoritmo trabalha de forma autônoma, tendo como principal objetivo a garantia de seu funcionamento e da lucratividade, ou seja, a monetização; cabe, portanto, ao público produtor de conteúdo utilizá-lo a seu favor a partir das chamadas “bolhas digitais[15]”.

> Um grande impacto social das indústrias criativas é sua contribuição para a geração de emprego. As indústrias criativas demandam conhecimento intensivo, necessitando de habilidades específicas e alto nível de qualificação de sua mão de obra, e demandam também trabalho intensivo, especialmente aquelas que possuem uma alta concentração de insumos criativos, como ocorre, por exemplo, nas produções teatrais e cinematográficas. Normalmente, a contribuição das indústrias criativas para a geração de emprego é significativa; tipicamente, elas são responsáveis por cerca de 2% a 8% da mão de obra na economia, dependendo, novamente, do escopo do setor. (Relatório, 2012, p. 24).

[15] Palmieri (2023, s.n.) define as bolhas digitais como “loopings comunicativos, que são criados pela repercussão de um mesmo tema ou conteúdo de um grupo”. De acordo com o autor, elas se assemelham a uma câmara de eco: no ambiente digital, as ideias são difundidas apenas entre pessoas que detêm linhas de pensamento parecidas.

Assim os efeitos acumulados podem ser determinantes aos ditos “resultados da criatividade’’. Portanto, nesse caso, segundo o Relatório de Economia Criativa 2010 (2012), é importante mensurar não somente os resultados econômicos da criatividade, mas também o ciclo de atividade criativa por meio da interação de quatro formas de capital — social, cultural, humano e estrutural ou institucional — como determinantes do crescimento da criatividade: o capital criativo.

> O potencial de geração de trabalho dessas indústrias pode ser importante em termos de políticas. Por exemplo, estratégias direcionadas a desenvolver regiões industriais desaquecidas em alguns países recorreram ao estabelecimento de indústrias criativas como uma maneira eficiente de impulsionar a geração de empregos. Além disso, por vezes, é possível observar que a qualidade dos empregos gerados pela economia criativa pode oferecer maiores níveis de satisfação do funcionário do que as ocupações mais rotineiras, devido ao comprometimento e ao senso de envolvimento cultural produzido entre os participantes em um esforço criativo. (Relatório, 2012, p. 24).

No que se refere a este trabalho, em que partimos dos conteúdos gerados por usuários do *Instagram*, compartilhados em perfis públicos, sobre a cidade de São Borja a partir da *hashtag* #terradospresidentes, consideramos que estes podem se somar aos esforços para a promoção do turismo, com a possibilidade de aumentar a visibilidade da cidade, o que neste caso poderia se dar como conexão ao conceito de criatividade econômica. Afinal, a divulgação e a projeção da cidade podem ter efeitos econômicos promovidos através do incremento do turismo e do consequente aumento no fluxo de transações comerciais na cidade.

Também temos a publicidade personalizada, a qual o algoritmo faz a partir da leitura do que cada indivíduo consome, bem como das suas interações nas redes sociais ao clicar, curtir e compartilhar. Ou seja, a partir das ações do indivíduo que navega na rede mundial de computadores acessando suas redes sociais, é que lhe é transmitida essa publicidade personalizada.

> Os sistemas algorítmicos filtram e classificam as palavras-chave das mensagens, detectam sentimentos, buscam afetar decisivamente os perfis e, por isso, organizam a visualização nos seus espaços para que seus usuários se sintam bem, confortáveis e acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirir um produto ou um serviço. A modulação opera pelo encurtamento do mundo e pela oferta, em geral, de mais de um caminho, exceto se ela serve aos interesses de uma agência de publicidade, instituição ou uma corporação compradora. Assim, ficamos quase sempre em bolhas – que prefiro chamar de amostras –, filtradas e organizadas conforme os compradores, ou melhor, anunciantes (Silveira, 2018, p.38).

Embora nosso recorte trate de conteúdo gerado pelo próprio usuário da rede *Instagram* sobre a cidade de São Borja, como explicaremos mais adiante, entendemos que o mapeamento dos sentidos em circulação sobre a cidade poderia ser adotado como estratégia permanente de identificação do que é dito sobre a cidade e poderia ser, assim, de grande valia por setores diversos, incluindo também o poder público municipal, para conhecimento acerca da percepção que múltiplas pessoas possuem sobre a cidade, podendo vir a auxiliar na reconfiguração de campanhas de incentivo ao turismo, por exemplo, no qual estão incluídas diversas atividades criativas, tais como o artesanato, os espaços culturais e museais, a gastronomia, além de diversos serviços como a hotelaria e comércio. Essa prática de escuta poderia se transformar em ação sistemática para subsidiar decisões relacionadas aos setores da indústria criativa local.

3 CIDADES E IDENTIDADE

Lefebvre (2011, p. 13) conceitua cidades como “centros de vida social e política onde se acumulam não apenas as riquezas como também os conhecimentos, as técnicas e as obras (obras de arte, monumentos)”. A própria cidade é uma obra e esta característica contrasta com a orientação irreversível na direção do dinheiro, na direção do comércio, na direção das trocas, na direção dos produtos. Com efeito, a obra é valor de uso e o produto é valor de troca (Lefebvre, 2011, p. 12).

Dencker (2004) amplia esse entendimento ao denominar o complexo cultural que compõe as cidades como patrimônio cultural, abrangendo um amplo e diversificado conjunto de bens culturais, expressões e fazeres das classes populares, além do tradicional patrimônio histórico e artístico. Nesse contexto, a identificação do patrimônio cultural se apóia em um inventário que busca evidenciar bens tangíveis e intangíveis coletivamente importantes, com a preocupação de relacionar turismo e patrimônio.

No entanto, como Bauman (2003) salienta, a busca pela identidade de uma cidade não pode deixar de dividir e separar, pois a identidade é um processo contínuo e inacabado. Ela envolve a luta pela autoafirmação e a liberdade de escolha, na qual a facilidade de se adaptar a novas identidades é mais importante do que a fidelidade a uma única. Essa flexibilidade também se aplica às cidades, que têm sua história e identidade moldadas por pessoas e grupos bem determinados, como apontado por Lefebvre (2011, p. 52) e Landry (2006, p.2 *apud* Guerreiro, 2009), ou seja, as cidades necessitam de histórias e de narrativas culturais que sustentem sua identidade.

Pinto e Menezes (2010) também destacam que a identidade da cidade é um aspecto-chave a ser considerado na estratégia do marketing de lugares. De acordo com as autoras, ela revela seu particularismo, reflexo dos recursos materiais e imateriais integrados, ao mesmo tempo que oferece um diferencial a uma cidade perante as demais, assegura, sobretudo, a valorização do patrimônio cultural e o bem-estar da comunidade.

Ao falarmos sobre o marketing de lugares na atualidade, cabe ressaltar a importância das representações e presença online das cidades. A chegada das redes sociais na sociedade contemporânea, por exemplo, como observa Werres

(2019), tem transformado a forma como nos comunicamos e construímos identidades, tanto individuais quanto coletivas. Afinal, as redes sociais virtuais são um meio poderoso para propagar novos moldes culturais no cotidiano, desde memes compartilhados por indivíduos, até a promoção de marcas e discursos por empresas e organizações. Elas constituem um conjunto de pessoas e entidades conectadas por relacionamentos sociais, influenciando a estrutura social (Tomael; Marteleto, 2006, p. 75).

Além das pessoas, esses espaços de relacionamento digital também abarcam as presenças de organizações, empresas e locais no meio digital do século XXI. Isso impacta nas relações cotidianas dos indivíduos e até mesmo no processo de lucratividade do sistema financeiro. O engajamento virtual pode se transformar em cifras quando as redes ganham a utilidade de divulgar suas ações, atividades culturais e até mesmo emplacar discursos. Como será que São Borja aparece nesse contexto? A partir desse questionamento, nos dedicamos a explorar conceitos acerca da presença das cidades na internet.

3.1 A presença das cidades na internet

Como tratamos anteriormente, a internet tem uma importante contribuição para a disseminação de conhecimento e para o estabelecimento de comunicação entre os indivíduos. Pode-se dizer que as informações tornaram-se de acesso global. Pequenos negócios podem ter seu produto comercializado em locais distantes do seu endereço base. Uma importante ferramenta nesse processo de globalização foram as redes sociais, que podem ser acessadas e utilizadas como vitrine de produtos e serviços a um baixo custo.

No contexto de promoção da identidade das cidades, algumas ferramentas podem ser utilizadas.

> Lopes (2012) observa que para comunicar e interagir com os diferentes públicos, uma cidade pode dispor de ferramentas associadas ao marketing tradicional como a televisão, o rádio, os jornais, os outdoors, entre outras. No entanto, o planejamento deve englobar também a web como elementos adicionais para a promoção da identidade e imagem da cidade, podendo ser utilizada como estratégia de diferenciação (Sastre, 2016, p.231).

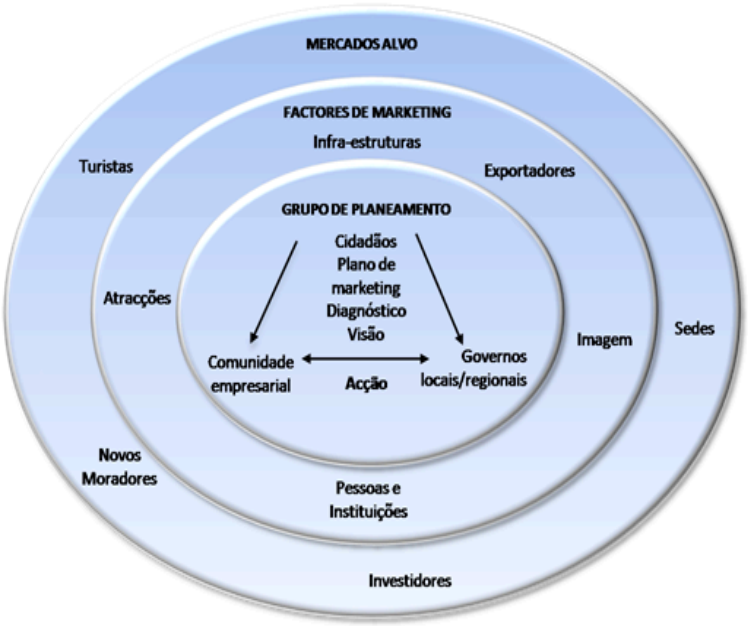
As administrações públicas desenvolvem estratégias a fim de promover os municípios, em busca de desenvolvimento econômico e social. Para isso, é preciso

que a cidade tenha visibilidade e apresente características notórias, fomentando o interesse privado para investimento, e turísticas, que irão valorizar o município. Com isso, as estratégias administrativas transformam a cidade em uma “mercadoria” (Sastre, 2016).

Moreira (2010), ao citar Graham, destaca a existência de dois conceitos de identidade que devem ser explorados no conceito de *city marketing*: a “externa” e “interna”. A identidade “externa” baseia-se na projeção da cidade para o exterior, utilizando como referência edifícios, fatos históricos ou paisagens, como, por exemplo, a Torre Eiffel, em Paris, na França. Já a identidade “interna” diz respeito ao lado humano da sociedade, tendo como objetivo desenvolver uma consciência como pré-condição para o marketing externo.

Na Figura 2, podemos observar que no núcleo do *city marketing* é realizado o planejamento, através do qual são feitos os diagnósticos e se estabelece o que visiona a estratégia do marketing da cidade. Enquanto os cidadãos que participam do grupo de planejamento sinalizam à comunidade empresarial e aos governos o que deve ser feito, estes, por sua vez, dividem a responsabilidade pela ação de colocar em prática o plano traçado. Na segunda camada, estão atores e fatores que contribuirão para que as ações de *city marketing* sejam executadas. E, por fim, no último anel estão os mercados-alvo que a cidade deseja captar atenção através dos investimentos e iniciativas propostas nos planos de marketing territorial.

Figura 2 – Níveis de *city marketing*



Fonte: Kotler et al. (1993) *apud* Moreira (2010)

Embora o *city marketing* seja uma prática relevante a ser considerada pelas cidades como estratégia para promover a cidade e sua imagem, neste trabalho ele não será considerado, pois para considerá-lo como um programa implementado pela cidade, não bastaria apenas avaliar o conteúdo que está diretamente atrelado aos meios oficiais de São Borja, mas seria necessário realizar um inventário e avaliação das múltiplas estratégias de marketing utilizadas pela cidade para além da sua comunicação nas redes.

No que se refere à promoção das cidades na web, é preciso destacar que os recursos de *webmarketing*[16] contribuem para o posicionamento da imagem competitiva da cidade e reforçam o potencial de exposição global, todavia, é importante observar que a simples presença das cidades na web não representa uma estratégia de *web city marketing* (Sastre, 2016).

A imagem de uma cidade deve ser construída a partir de uma estratégia que envolva uma comunicação direta com o público-alvo e através da utilização de

[16] *Webmarketing* corresponde ao conceito de marketing aplicado ao ambiente online, consistindo mais concretamente na criação e divulgação de um produto ou serviço, com todas as fases que este processo acarreta, numa vertente web, permitindo alcançar um maior número de consumidores. (Barata, 2011)

ferramentas de *webmarketing*, os gestores podem detectar as necessidades dos seus moradores, visitantes, empresas e investidores (SASTRE, 2016).

> Considerando esse contexto, Lopes (2012) aponta que os canais virtuais da cidade não devem apenas oferecer informações, mas desenvolver representações virtuais que tenham a capacidade de influenciar a percepção dos diferentes públicos-alvos desejados ou envolvidos (SASTRE, 2016, p.239).

No contexto da cidade de São Borja, tanto o conteúdo orgânico gerado espontaneamente por usuários diversos, tal qual o conteúdo oficial que provém de canais institucionais como os perfis da Prefeitura Municipal e da Câmara Municipal no *Instagram*, por exemplo, podem se valer do uso de *hashtags* que façam alusão à cidade, como é o caso da *#terradospresidentes*. É claro que todos esses conteúdos influenciam na imagem construída para a cidade no ambiente virtual, porém, só pode ser considerado parte da estratégia de *webmarketing* aquilo que provém dos meios oficiais.

Para São Borja, no caso do *Instagram*, não observamos uma estratégia de *webmarketing* a partir do uso desta *hashtag* em seus canais oficiais na plataforma. Pelo contrário, no perfil @prefsaoborja[17], por exemplo, das cem mais recentes postagens observadas no perfil[18] (Figura 3), nenhuma apresentava uso de *hashtags* (Figura 4)[19]. Já na centena de publicações mais novas do perfil[20] @camarasaoborja[21] (Figura 5), havia a presença de *tags*, mas #terradospresidentes não estava entre elas (Figura 6)[22]. Isso explica a ausência de publicações oriundas dos perfis oficiais entre aqueles que utilizam essa *hashtag* específica para conectar seus conteúdos à São Borja.

---

[17] Perfil da Prefeitura Municipal de São Borja no Instagram: https://www.instagram.com/prefsaoborja/ . Acesso em 02 de setembro de 2023.
[18] Observação e coleta de dados realizadas em 02 de setembro de 2023.
[19] Para uma melhor visualização da captura de tela feita da publicação, o Anexo I traz uma reprodução dela em maior escala.
[20] Observação e coleta de dados realizadas em 02 de setembro de 2023.
[21] Perfil da Câmara Municipal de Vereadores de São Borja no Instagram: https://www.instagram.com/camarasaoborja/ . Acesso em 02 de setembro 2023
[22] Para uma melhor visualização da captura de tela feita da publicação, o Anexo II traz uma reprodução dela em maior escala.

Figura 3 - Print de tela com as cem publicações mais recentes do perfil @prefsaoborja no *Instagram*



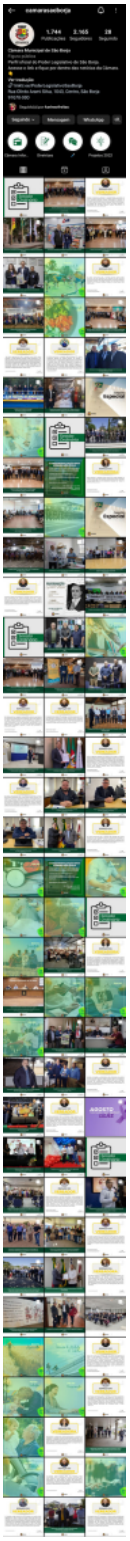
Fonte: Elaborada pela autora em 03 de setembro de 2023.

Figura 4 - Print de tela do post de registro da cerimônia de abertura da Semana da Pátria publicado no perfil oficial da Prefeitura de São Borja no *Instagram*



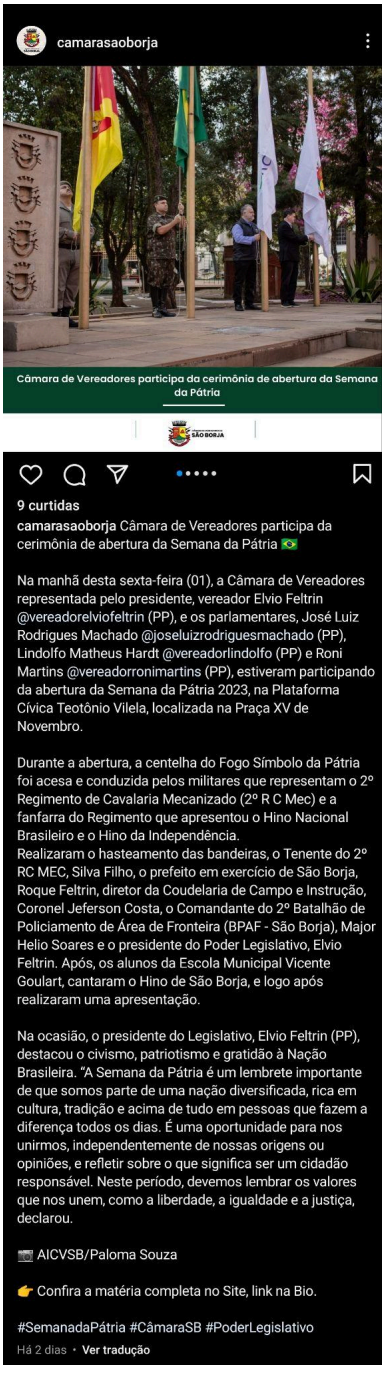
Fonte: Perfil do Instagram @prefsaoborja - Data da publicação:1º de setembro de 2023.

Figura 5 - Print de tela com as cem publicações mais recentes do perfil @camarasaoborja no *Instagram*



Fonte: Elaborada pela autora em 03 de setembro de 2023.

Figura 6 - Print de tela do post de registro da cerimônia de abertura da Semana da Pátria publicado no perfil oficial da Câmara Municipal de São Borja no *Instagram*



Fonte: Perfil do Instagram @prefsaoborja - Data da publicação:1º de setembro de 2023.

Sendo assim, nosso trabalho apoia-se no uso da *hashtag* #terradospresidentes de forma orgânica, livre e indiscriminada feita por usuários do *Instagram*, seja para cultura, economia, dentre outras tantas possibilidades. Através do recurso de busca nativo da plataforma, ao pesquisarmos #terradospresidentes, encontramos postagens fazendo alusão à cidade de São Borja e sua relação

histórica com a qual o turismo flerta por meio de frases como “São Borja Terra do fandango” (dança) ou referências à terra do churrasco (culinária) e dos presidentes (história).

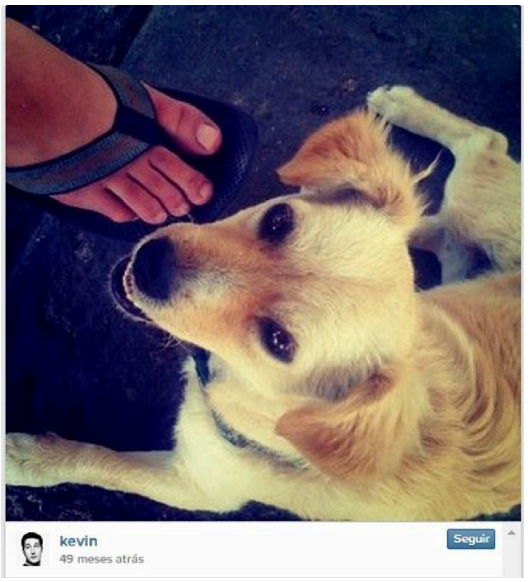
Desse modo, nosso recorte sobre São Borja refere-se à uma *hashtag* sobre a cidade, #terradospresidentes, entretanto, consideramos somente os conteúdos produzidos/compartilhados por perfis públicos considerados orgânicos, ou seja, aqueles que não fazem parte de nenhuma ação estratégica de promoção direta da imagem da cidade via meios 'oficiais', como a administração pública.

Ainda que não seja parte de uma estratégia de *webmarketing*, a criação de conteúdo orgânico pelos usuários dos aplicativos de redes sociais acaba contribuindo, influenciando e interferindo na imagem alcançada pela cidade no meio virtual, podendo inclusive ter alcance maior que as ações oficiais feitas pela administração pública.

3.1.1 *Instagram* e representações colaborativas das cidades

O *Instagram* é uma rede social voltada para o uso pelo *smartphone* e para o compartilhamento de fotos e vídeos relacionados às vivências dos usuários, para “o consumo através da onipresença e mobilidade” (Di Santi, 2019). Lançado oficialmente em 06 de outubro de 2010, teve a sua primeira foto postada em 16 de julho do mesmo ano, pelo co-criador do aplicativo Kevin Systrom.

Figura 5 – Primeira foto postada no *Instagram*



Fonte: G1 (2014)[23]

Essa primeira postagem demonstra a proposta da rede social *Instagram*, a de compartilhar experiências e momentos cotidianos, detalhes “do seu dia-a-dia através do seu próprio olhar e da sua câmera” (MUSSE, 2017, p. 138), baseado na proposta da fotografia instantânea, com a possibilidade de edição e publicação imediata. Hoje, o *Instagram* conta com mais de 2 bilhões de usuários, que compartilham diariamente suas experiências e, desde a sua criação, o aplicativo vem se desenvolvendo e criando novas ferramentas para que o usuário tenha sempre a melhor experiência (MUSSE, 2017).

Em 2012, a plataforma foi comprada pelo *Facebook*, o que permitiu que as duas plataformas tivessem suas publicações sincronizadas. Em 2016, houve uma alteração no logotipo e, neste mesmo ano, foi criada a função *Stories*, a qual possibilitou o compartilhamento de fotos e vídeos por um período de 24 horas. Dessa função surgiram outras ramificações como a *live,* que permite a publicação de vídeos ao vivo com duração maior - durante a pandemia da COVID-19, as *lives* foram muito utilizadas e possibilitaram que artistas pudessem realizar suas apresentações de forma virtual para grandes públicos.

[23] G1. Disponível em: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/07/primeira-foto-publicada-no-instagram-faz-quatro-anos.html. Acesso em: 14 maio 2023.

De acordo com a Opinion Box (2023), empresa que realiza pesquisas de mercado, o Brasil é o 2º país em número de usuários de *Instagram*, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Com uma ampliação contínua em novos recursos e tanto investimento, a plataforma é utilizada diariamente por aproximadamente 99 milhões de usuários brasileiros. Em levantamento realizado pela Opinion Box em 2021, o *Instagram* ficava atrás apenas do Facebook no *ranking* de redes mais usadas pelos brasileiros. Em 2022, um novo estudo feito pela empresa apontou que o *Instagram* era a rede social mais utilizada pelos brasileiros, apresentando vantagem de 19 pontos percentuais em relação ao Facebook. Já em 2023, uma nova pesquisa foi feita e, nela, a vantagem do *Instagram* foi ainda maior, sendo revelado como a plataforma mais utilizada por quase metade da amostra de entrevistados.

Oliveira (2023) destaca que, desde o seu lançamento em 2010, o aplicativo *Instagram* passou por várias mudanças em sua interface e de experiência do usuário. Para o autor, a interface amigável e simples da aplicação permite que os usuários naveguem com facilidade por ela. Essa preocupação com a melhora na acessibilidade se refletiu no tamanho sucesso alcançado pelo *Instagram* com o passar dos anos. Somado a isso, a possibilidade de interação entre os usuários através dos "*likes" ou* curtidas e comentários, sendo cada usuário responsável por manter o seu perfil e podendo escolher, por exemplo, se terá um perfil público ou de acesso restrito, certamente contribuíram para esse aumento de usuários no *Instagram*.

No *feed*, linha do tempo ou página inicial do perfil, é possível fazer publicações tanto de fotos, quanto de vídeos. Essas imagens podem ser editadas, com a adição de filtros, inclusão de comentários, uso de elementos interativos, como *tags* de localização, enquetes, perguntas, músicas, testes e termômetros (Figura 6).

Figura 6 – Elementos visuais disponíveis para o *Instagram*



Fonte: Pereira (2019, p.34)

Outra forma de interação entre as publicações do *Instagram* é o uso de *hashtags* e as menções a outros usuários da plataforma. Musse (2017) destaca que essas interações são importantes no aspecto social, visto que possibilitam a criação de comunidades de usuários que possuem interesse comum em determinadas imagens ou atividades. Esse é um importante ponto de interesse para a presente dissertação, que tem entre seus objetivos específicos o de mapear os sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da *hashtag* #terradospresidentes, em perfis públicos no *Instagram*.

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.

O aplicativo tem ainda a funcionalidade que permite georreferenciar uma publicação realizada por meio do GPS do celular. Por exemplo, uma foto tirada em um parque pode apresentar publicamente a informação das coordenadas geográficas do local. 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, o que torna 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.

Além dos perfis pessoais, também é possível a criação de perfis de comunidades em torno de lugares, em especial de cidades. Esses perfis são administrados por uma ou mais pessoas que compartilham fotos tiradas por membros da comunidade.

Como buscamos neste trabalho conhecer os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja/RS na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade no *Instagram*, além de tratarmos sobre a plataforma é também relevante buscarmos entender mais sobre a cidade. Para isso, utilizamos a obra "A imagem e a cidade" de Kevin Lynch, uma referência quando o assunto é a maneira como percebemos a cidade e suas partes constituintes, pois, em seu trabalho utiliza três cidades norte-americanas como base para o seu estudo, a fim de apresentar como as pessoas percebem a cidade, como estruturam a imagem que tinham dela e como se localizam. Para Lynch (1960), as pessoas utilizam cinco elementos para estruturar a imagem da cidade e esses estão agrupados da seguinte forma: caminhos, limites, bairros, pontos nodais e marcos.

Ou seja, a percepção de uma cidade é feita aos poucos e vai sendo construída de maneira coletiva, por meio de elementos semelhantes, mas que em contextos diferentes adquirem seus próprios significados. Ao recorrer ao uso da *hashtag* que alude à São Borja-RS, por exemplo, cada pessoa faz suas próprias associações com a cidade, com seus fragmentos, com a imagem mental que constroem do local e suas próprias memórias.

Sendo assim, para que as percepções e as interpretações da cidade possam ser singulares ao serem expressadas em um perfil pessoal do *Instagram* e interligadas à uma *hashtag*, os conteúdos são alçados a um amplo coletivo, ao mesmo tempo em que se aglutina em torno de algo comum. Com isso, a imagem da cidade também se constitui nas redes digitais a partir de certos caminhos, marcos e pontos modais que podem ou não refletir a imagem da cidade experienciada em seus aspectos físico-materiais.

Um dos conceitos básicos trabalhados na pesquisa de Lynch é o da legibilidade entendido como a "Facilidade com que cada uma das partes [da cidade] pode ser reconhecida e organizada em um padrão coerente” (Lynch, 1960, p.2). Aqui, ele se refere aos aspectos visuais da cidade, portanto, não é levado em consideração esquemas não visuais da cidade. Para Lynch, a percepção ambiental pode ser observada segundo três componentes: identidade, estrutura e significado.

Para este trabalho, as imagens da cidade de São Borja, a partir do viés "Terra dos Presidentes", materializam-se por meio das estátuas dos ex-políticos Getúlio Vargas e João Goulart e dos museus históricos, por exemplo, o que condiz com a relação de identidade, estrutura da cidade e imagem. Para Lynch, a

> Qualidade de um objeto físico que lhe dá uma alta probabilidade de evocar uma imagem forte em qualquer observador. Refere-se à forma, cor ou arranjo que facilitam a formação de imagens mentais do ambiente fortemente identificadas, poderosamente estruturadas e altamente úteis (Lynch, 1960, p. 9).

Dessa forma, a legibilidade da cidade de São Borja está atrelada ao conceito de imageabilidade, uma vez que essas imagens "fortes" aumentam a probabilidade de construir uma visão clara e estruturada da cidade, pois, "Uma cidade com imageabilidade (aparente, legível, ou visível), nesse sentido, seria bem formada, distinta, memorável; convidaria os olhos e ouvidos a uma maior atenção e participação" (Lynch, 1960, p. 10).

3.2 São Borja: títulos oficiais e não oficiais

Vislumbrando os conceitos de Cidade e Identidade apresentados anteriormente, o caráter diferenciador que esta última oferece aos espaços urbanos, dentre as características de São Borja/RS, cidade com a qual nos ocupamos neste estudo, é a existência de alguns títulos oficiais – e não oficiais – atribuídos ao município, em especial, no que tange ao caráter regional.

Localizada no oeste do estado do Rio Grande do Sul, São Borja está situada às margens do rio Uruguai, na divisa entre Brasil e Argentina. A cidade é conhecida como “Primeiro dos Sete Povos”, “Capital da Produção”, “Cidade Histórica”, e “Terra dos Presidentes” (Mendes; Rodrigues; Retamozo, 2015, p. 99). Pinto (2010, p. 251) revela que São Borja “tornou-se a primeira Redução Jesuítica Guarani a ser fundada no segundo ciclo das Missões no Rio Grande do Sul (Redução de São Francisco de Borja - 1682) e foi alvo de ofensivas militares na Guerra do Paraguai (1867)”.

Trindade (2012) considera as titulações citadas pelos autores anteriores e ainda adiciona que a cidade é também considerada a “Terra de Valor”. De acordo com a autora, este título e o de “Capital da Produção” referem-se às terras férteis que o município possui. Já o de “Cidade Histórica” diz ser resultante de justa homenagem recebida pela cidade no ano do seu tricentenário, ocorrido em 1982. O

título tornou-se oficial a partir de declaração do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, mediante Decreto de n. 35.580, de 11 de outubro de 1994.

São Borja também apresenta grande vocação política, conforme relata Trindade (2012, p. 1): “é o berço de ilustres políticos como Aparício Mariense da Silva, Getúlio Vargas e João Goulart, Tarso Genro, Ibsen Pinheiro e Luís Carlos Heinze, entre outros”. Desta característica também deu-se a toponímia ‘Terra dos Presidentes’, que culminou em titulação oficialmente conferida à cidade pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, mediante Lei Estadual de n. 13.041, de 25 de setembro de 2008[24]. Este título, em específico, foi adotado pela Prefeitura Municipal em destaque, colocando em evidência em sua página na web. Na *home* do site, no topo, a instituição é apresentada como ‘Prefeitura de São Borja Terra dos Presidentes’[25].

A respeito desta escolha, Rodrigues (2019), pesquisador dedicado ao estudo das identidades missioneiras da região que compreende os 7 Povos das Missões e da qual São Borja faz parte, contribui com uma visão crítica e coloca em destaque uma escassez de referências à memória missioneira. Em postagem realizada em seu perfil pessoal no *Facebook*, diz que:

> A cidade de São Borja parece anular a suas representações identitárias do período reducional, pouco ou quase nada do patrimônio edificado foi preservado, a Fonte Missioneira de São Pedro que servia de local de reserva de água para a comunidade, durante a guerra do Paraguai foi totalmente destruída e até hoje não foi restaurada ou revitalizada, o pouco de patrimônio que restou deste período foi as imaginárias, que vem sendo preservada com muito esforço e pouco recurso pelo Museu local e por colecionadores particulares. Se analisarmos virtualmente a cidade de São Borja através do site institucional da Prefeitura, somos apresentados à São Borja da Terra dos Presidentes, ou a São Borja Capital Gaúcha dos Fandangos, deixando de lado o legado originário, o missioneiro (Rodrigues, 2019).

Pinto (2010) também partilha da opinião que São Borja deveria se preocupar em valorizar sua essência missioneira, mas que, para isso, não precisaria abrir mão dos títulos já estabelecidos. Pelo contrário, em sua visão, há espaço para uma relação entre as identidades política e histórica missioneira na construção de um slogan ou título-símbolo da cidade.

> A escolha de um símbolo ou slogan para caracterizar a cidade é a tentativa de encontrar a nossa diversidade cultural. [...] A mais simplória definição do

[24] Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/13.041.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023.
[25] Disponível em https://www.saoborja.rs.gov.br/. Acesso em 05 de setembro de 2023.

> que é identidade já nos mostra que, se pensarmos bem, estamos buscando, na verdade é mostrar a nossa, apenas abrindo os olhares. Qualquer outra cidade daria valor para ser reconhecida como “São Borja - Terra dos Presidentes: o Rio Grande do Sul começou por aqui”. E teria orgulho em ter sido o Primeiro dos Sete Povos que deram origem ao sul do Brasil e o lugar onde nasceram dois presidentes brasileiros. Nós estranhamente, parece, queremos distância do assunto. Qualquer cidade daria tudo para homenagear os plebiscitários republicanos que desencadearam um plebiscito para que o povo escolhesse entre monarquia e república. Como se vê falar de São Borja é falar de política. Sem blefar. Não é uma questão de gosto, um assunto que se pode desviar por ser indigesto ou um fio da história que se pode arrebentar e atar as pontas a outras pontas que levam do nada a lugar nenhum. Isso nos torna símbolo de tudo o que não interessa para os que ganham quando o Brasil e os brasileiros perdem. A grande questão é ser ou não ser borja. Se a escolha for sim, é bom saber a grande responsabilidade de sê-lo (Jornal Folha de São Borja, 2020 *apud* Pinto, 2010, p. 270).

Já o website da Prefeitura de São Borja[26] traz uma passagem na seção ‘História’ que contribui para a abordagem aqui pretendida que é a de reunir os títulos da cidade. “São Borja tornou-se cidade universitária com a vinda da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Instituto Federal Farroupilha (IFFar) e Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS)”. Destaca-se essa menção às instituições de ensino, pois entende-se que esta nomenclatura pode ser considerada mais um título não oficial da cidade.

Já por título oficial mais recente, São Borja tem o de ‘Capital Gaúcha do Fandango’, amparada por declaração feita pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, mediante a publicação da Lei Estadual de n. 15.093, de 3 de janeiro de 2018[27] Diferentemente dos outros títulos concedidos ao município pelo Poder Legislativo Estadual, que surgiram configurados a partir de referências históricas e patrimoniais, de acordo com Correia e Correia (2017), esta terminologia surgiu cunhada em um evento midiático. Conforme relatam os autores, foi em 2015, durante veiculação de vídeo-reportagem na emissora de televisão RBS TV, e também publicada no portal G1, que o repórter Giovani Grizotti destaca que São Borja transformava-se, durante a Semana Farroupilha, na Capital Gaúcha dos Fandangos.[28]

---

[26] Disponível em https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/historia. Acesso em: 29 maio 2023.
[27] Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=64334&hTexto=&Hid_IDNorma=64334. Acesso em: 01 jun. 2023.
[28] Disponível em: https://globoplay.globo.com/v/4475349/. Acesso em: 01 jun. 2023.

Quadro 3 - Quadro-síntese: títulos oficiais e não oficiais da cidade de São Borja/RS

Títulos oficiais/não oficiais	Atributo referenciado	Referência
Capital Gaúcha do Fandango	A terminologia foi cunhada a partir de um evento midiático. Em 2015, durante veiculação de vídeo-reportagem na emissora de televisão RBS TV, e também publicada no portal G1, em que o repórter Giovani Grizotti destaca que São Borja transformava-se, durante a Semana Farroupilha, na Capital Gaúcha dos Fandangos.	CORREIA E CORREIA, 2017; Lei Estadual de n. 15.093, de 3 de janeiro de 2018.
Cidade Histórica	Resultante de homenagem recebida pela cidade no ano do seu tricentenário, ocorrido em 1982. Foi oficializado por decreto estadual, de 1994, que considera que São Borja, ao longo de seus trezentos e doze anos de existência, foi palco de importantes episódios da formação territorial, social e política da nacionalidade.	MENDES; RODRIGUES; RETAMOZO, 2015; Decreto de n. 35.580, de 11 de outubro de 1994.
Cidade Universitária	São Borja tornou-se a cidade universitária com a vinda da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Instituto Federal Farroupilha (IFFar) e Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS).	PREFEITURA DE SÃO BORJA, 2023.
Primeiro dos sete povos das Missões	São Borja foi a primeira Redução Jesuítica Guarani a ser fundada no segundo ciclo das Missões no Rio Grande do Sul (Redução de São Francisco de Borja - 1682).	MENDES; RODRIGUES; RETAMOZO, 2015; PINTO, 2010;
Terra de Valor	Refere-se às terras férteis que o município possui e que garantem a potência da produção agrícola pela qual a cidade é reconhecida.	TRINDADE, 2012.
Terra dos Presidentes	A cidade é berço de Getúlio Vargas e João Goulart, dois ilustres ex-presidentes do Brasil.	MENDES; RODRIGUES; RETAMOZO, 2015; Lei Estadual de n. 13.041, de 25 de setembro de 2008.

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir desses episódios que contemplam o imagético em torno da cidade de São Borja, vinculados à sua história e à sua formação territorial, social e política em seus mais de trezentos anos de existência, realizamos o levantamento dos títulos oficiais e, com base nisso, escolhemos trabalhar com o título: “Terra dos Presidentes", pois, em nosso recorte temporal na mídia social *Instagram*, encontramos um vasto material publicado com mais de mil publicações com a *hashtag* #terradospresidentes[29]. Portanto, a partir dessas postagens, podemos conhecer como se faz uso dessa *tag* relativa à cidade, ou seja, quais os sentidos em circulação sobre São Borja a partir das publicações em perfis públicos do *Instagram* e como eles contribuem para a criação de uma narrativa criativa sobre a cidade.

[29] Levantamento realizado em junho de 2023.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Esta pesquisa caracteriza-se como de abordagem qualitativa porque “preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”. Trata-se também de uma pesquisa básica, que possui caráter exploratório e descritivo, visto que os resultados serão obtidos na conclusão do processo, pois “objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência (...)” (Silveira; Córdova, 2009, pp.32-34).

Levando em consideração o objetivo geral, que busca conhecer, a partir das postagens apresentadas no *feed* de perfis públicos da mídia social *Instagram*, os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja/RS e se estes contribuem para a criação de uma narrativa criativa sobre a cidade, como procedimentos metodológicos este trabalho utiliza-se da pesquisa bibliográfica, retomando conceitos e trabalhos relacionados ao tema e da pesquisa documental, pois os perfis públicos do *Instagram* podem ser compreendidos como um conjunto de documentos a ser estudado e, nestes, será feita a coleta de dados, a partir do recorte que será realizado adotando como marcador referente a *hashtag* “#terradospresidentes”.

Para categorização e análise dos dados coletados, utiliza-se da análise de conteúdo conforme Bardin (2011), na temática-categorial, a partir da qual empreende-se a técnica de exploração qualitativa das **cem primeiras imagens com a *hashtag* #terradospresidentes**, sendo essas de perfis abertos ao público da rede social *Instagram*. Como proposto por Bardin (2011), esta constitui-se de três fases específicas, sendo elas: primeiramente, a pré-análise do material com leitura flutuante do conteúdo; a segunda fase consiste na exploração do material com a realização da leitura em profundidade; e a terceira e última fase compreende o tratamento dos dados obtidos. Assim, possibilitando fazer as inferências e interpretar os resultados do trabalho realizado (Bardin, 2011).

Por fim, cabe ressaltar que a metodologia que adotamos para realizar a análise das postagens possui caráter híbrido. Isso porque, ao compô-la, consideramos aspectos da análise de conteúdo de Bardin (2011), somadas ao uso de elementos semiológicos de Barthes (1982; 2006) de denotação e conotação para leitura das imagens.

Em “Elementos da Semiologia”, Barthes (2006) destaca a denotação como o nível inicial de significação, onde um signo representa diretamente um objeto ou conceito. Essa representação é compartilhada e compreendida com base em convenções culturais e linguísticas. No entanto, segundo o autor, a denotação não é suficiente para capturar a complexidade da comunicação simbólica, pois ela não considera as associações e valores que os signos podem adquirir. Já a conotação, segundo o autor, é a camada de significado que vai além da denotação. Ela incorpora interpretações subjetivas, valores culturais, e contextos específicos que atribuem novas dimensões de sentido aos signos.

Barthes (2006, p. 95) destaca que “um sistema conotado é um sistema cujo plano de expressão é, ele próprio, constituído por um sistema de significação”. O autor diz, ainda, que a conotação compreende significantes, significados e o processo que une uns aos outros (significação), e que é a junção destes três elementos que se deveria primeiro empreender para cada sistema.

Em “Óbvio e Obtuso”, Barthes (1982) inicia sua obra aproximando os conceitos de conotação e denotação à imagem ao abordar sobre a mensagem fotográfica, destacando a conotação como um elemento essencial na interpretação da fotografia. Segundo o autor, o sentido conotativo é estabelecido a partir dos vários níveis de produção da fotografia, incluindo escolha, processamento técnico, enquadramento e diagramação, representando, assim, uma codificação análoga fotográfica (p. 15).

Barthes (1982, p.22-23) destaca, também, que além da conotação "perceptiva", hipotética, possível, existem outros modos de conotação mais particulares que são a conotação cognitiva e a ideológica ou ética. Enquanto na primeira, a leitura da imagem depende da cultura, ou seja, do conhecimento de mundo do leitor, a segunda é aquela que introduz na leitura da imagem razões ou valores.

Além disso, o autor destaca que a leitura fotográfica é sempre histórica, pois graças a seu código de conotação, depende sempre do "saber" do leitor, tal como se fosse uma verdadeira língua, inteligível apenas para aqueles que aprendem seus signos. Além disso, o autor também destaca a importância da historicidade na leitura da fotografia, quando diz que

> "[...] o homem moderno projeta na leitura da fotografia sentimentos e valores caracteriais, ou "eternos", isto é, ifra- ou trans-históricos, que a significação é sempre elaborada por uma sociedade ou por uma história definidas; a significação é, em suma, o movimento dialético que resolve a contradição entre o homem cultural e o homem natural (Barthes, 1982, p. 21).

Já no que toca à relação entre imagem e texto, Barthes sinaliza que a legenda desempenha um papel crucial na interpretação da imagem fotográfica, sendo responsável por conotar e atribuir significados secundários à mesma. Segundo ele, “o texto é uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, "insuflar-lhe" um ou vários significados segundos” (1982, p.20).

É, portanto, partindo dessas considerações que traremos na sequência desta dissertação, uma leitura sobre as imagens que constituem os posts públicos de usuários do *Instagram*, demarcados pela *hastag* #terradospresidentes. Antes, porém, descreveremos parte do trajeto que percorremos até a operacionalização do recorte desta pesquisa, fato que nos permitiu empreender nossa análise.

4.1. Trajetos em busca da definição do objeto de análise e a definição do recorte #terradospresidentes

Tendo como referência os títulos oficiais da cidade apresentados anteriormente, estabelecemos inicialmente as *hashtags* que pudessem representar essas titulações e, desse modo, as aplicamos no buscador do *Instagram*. Uma vez que esta rede social digital funciona de modo orgânico e não estático, os resultados das pesquisas podem ser alterados a qualquer momento. A fim de manter a maior estabilidade possível nos dados coletados, a exploração e captação de resultados preliminares foi realizada na mesma data, dia 04 de junho de 2023.

Inspirados pela ordem cronológica em que os títulos oficiais de São Borja foram conferidos à cidade, iniciamos a exploração pela titulação “Cidade Histórica”. Para isso, elegemos a *hashtag* #cidadehistorica e a aplicamos ao buscador do *Instagram*. O aplicativo da rede social digital a conectou a mais de 180 mil resultados, conforme Figura 7.

Figura 7 – Captura de tela de resultado de busca da *hashtag* #cidadehistorica no *Instagram*



Fonte: Elaborada pela autora

Ao abrirmos individualmente as doze primeiras publicações (aquelas mostradas na primeira tela do aplicativo), notamos que o termo tagueado era utilizado para referenciar outras cidades do Brasil e do mundo que, a exemplo de São Borja, também são reconhecidas como cidades históricas, seja por titulação oficial ou apenas por reconhecimento informal e popular às suas trajetórias históricas, políticas e/ou culturais. Porém, em nenhuma delas, São Borja era mencionada ou mostrada.

A fim de delimitarmos mais o termo, recorremos a mais opções que combinavam o título Cidade Histórica e o nome da cidade, como #cidadehistoricasb, #cidadehistoricasaoborja, #saoborjacidadehistorica e #saoborjahistorica. Ao buscar por elas no *Instagram*, nenhum conteúdo foi encontrado pelo buscador nativo do aplicativo.

Por fim, devido à ampla quantidade de postagens e à dispersão territorial percebida nos conteúdos encontrados na busca pela *hashtag* #cidadehistorica no

Instagram, entendemos que este não seria o marcador referente adequado para atender aos objetivos geral e específicos desta pesquisa.

Partimos, então, para o segundo título oficial dedicado a São Borja, o de Terra dos Presidentes. Submetemos a *hashtag* #terradospresidentes ao buscador nativo do *Instagram*, o que resultou em mais de um mil postagens conectadas ao termo tagueado na rede social. Elegemos o filtro das 'principais publicações recentes' e o resultado parcial da pesquisa foi apresentado na primeira tela (Figura 8).

Figura 8 – Captura de telas de resultado de busca pela hashtag #terradospresidentes no *Instagram*



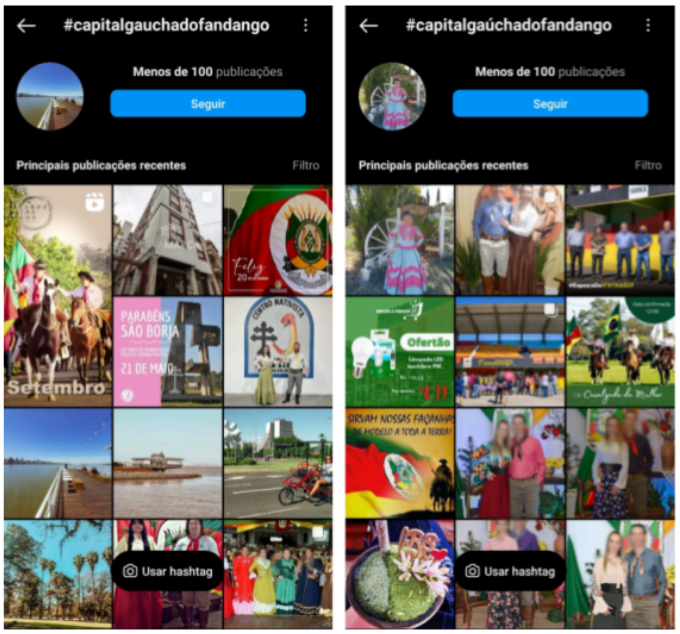
Fonte: Elaborada pela autora

Filtramos o resultado da pesquisa pelas publicações mais recentes e, ao visualizar, individualmente, os primeiros doze posts apresentados, notamos que, diferente do que ocorreu na pesquisa por #cidadehistórica, na filtragem por #terradepresidentes a maior parte das postagens apresentavam relação com a cidade de São Borja/RS. Tal resultado fez com que entendêssemos que o tagueamento apresentava uma boa aderência ao estudo. Mas, como havíamos proposto localizar conteúdos sobre a cidade utilizando como recurso de filtragem as *hashtags* relacionadas aos três títulos oficiais de São Borja, demos sequência à

pesquisa com o último e não menos importante título oficial do município gaúcho, o de Capital Gaúcha do Fandango.

Ao pesquisar no buscador do *Instagram* os termos #capitalgauchadofandango e #capitalgaúchadofandango, elegemos o filtro das 'principais publicações recentes', e para ambos, foram localizadas menos de cem publicações (Figura 9).

Figura 9 – Capturas de tela de resultado de buscas pelas *hashtags* #capitalgauchadofandango e #capitalgaúchadofandango no *Instagram*



Fonte: Elaborada pela autora

Escolhemos ainda filtrar as publicações mais recentes, assim como realizou-se nas buscas dos outros títulos. Precisamente, foram localizadas 14 publicações conectadas à #capitalgauchadofandango. Observamos o teor das postagens, individualmente, e constatamos que sete tinham relação com a cidade de São Borja/RS, enquanto quatro publicações retratavam pontos da capital gaúcha, Porto Alegre. Quanto às postagens filtradas a partir da *hashtag* #capitalgaúchadofandango, estas totalizavam 19; quando observadas individualmente, constatamos que todas tinham conteúdos relacionados à cidade de São Borja/RS.

Entretanto, devido ao pequeno número de postagens encontradas nas primeiras buscas para o título de Capital Gaúcha do Fandango, decidimos expandir nossa busca retirando o termo 'Gaúcha', assim, realizamos uma nova busca a partir

da *hashtag* #capitaldofandango, fato que resultou em 198 postagens no *Instagram* (Figura 10).

Figura 10 – Captura de tela de resultado de busca pela *hashtag* #capitaldofandango no *Instagram*



Fonte: Elaborada pela autora

Visualizamos individualmente as onze primeiras publicações mostradas na primeira tela do resultado do buscador da rede social e em dez imagens verificamos a relação entre o conteúdo apresentado e a cidade de São Borja/RS.

Em suma, estamos em busca de uma análise qualitativa, porém, também necessitamos de uma quantidade base de conteúdo suficiente para ser pinçado e analisado. Foi assim que, então, a partir da leitura flutuante, conceituada por Bardin (2011) como uma atividade que consiste em estabelecer contato com os documentos para analisá-los e conhecê-los, que entendemos que a *hashtag* #terradospresidentes poderia oferecer um recorte mais abrangente e rico ao estudo, uma vez que apresentou mais de um mil publicações na busca inicial.

Pensamos que, com isso, a quantidade mais vasta de postagens permitiria trabalhar com uma amostragem de cerca de 10% (dez por cento) do resultado para categorização e análise. Por isso, estabelecemos o recorte das cem (100) principais publicações mais relevantes no *Instagram* captadas pela #terradospresidentes, sendo este, portanto, nosso *corpus* de análise (Figura 11).

Figura 11 – Captura estendida de tela das 100 principais publicações resultantes da busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram.*



Fonte: Elaborada pela autora

4.2 ANÁLISE INICIAL

Nessa fase, buscamos organizar as ideias “de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise" (Bardin, 2011, p.95). Começamos selecionando os cem primeiros posts do feed de perfis públicos no *Instagram*, identificados pela *hashtag* #terradospresidentes, filtrando os conteúdos por tipo (fotos e vídeos). Para nossa análise, optamos por focar exclusivamente em fotos devido ao fato de que esse foi o formato original com o qual o *Instagram* foi lançado. Além disso, consideramos que vídeos poderiam incluir elementos adicionais, como áudio, o que dificultaria a análise. Em caso de postagens de imagens em carrossel, que podem conter uma mistura de imagens estáticas e em movimento (vídeos), utilizamos a primeira foto apresentada na sequência como referência para a categorização.

Feita essa primeira seleção, estabelecemos uma classificação para a divisão do conteúdo, conforme uma primeira análise visual.

Apresentamos na Tabela 1 a classificação que desenvolvemos sobre os tipos de publicações levando em conta o recorte do total de cem postagens. Na coluna da esquerda, constam os tipos de publicação e, na coluna da direita, a quantificação do número de postagens. Essa ordem segue um ranking crescente tendo as seguintes nomenclaturas: Gastronomia, Artesanato, Cultura e Turismo, Cenas do cotidiano (retratos profissionais e pessoais), Publicidade (eventos, produtos e negócios locais) e Institucional (Política).

Tabela 1 – Classificação e quantificação das postagens por temática

CATEGORIAS	Total de postagem
GASTRONOMIA	24
ARTESANATO	23
CULTURA E TURISMO	19
CENAS DO COTIDIANO (RETRATOS PROFISSIONAIS E PESSOAIS)	16
PUBLICIDADE (EVENTOS, PRODUTOS E NEGÓCIOS LOCAIS)	13
INSTITUCIONAL (POLÍTICA)	5

Fonte: Elaborada pela autora.

A classificação que empreendemos foi realizada a partir dos conteúdos que encontramos nas postagens demarcadas pela hashtag #terradospresidentes. Entretanto, nos chamou a atenção o fato dessas categorias possuírem correspondência com os setores criativos mencionados na categorização realizada pela Unctad (2012)[30]. Organizados em quatro grandes grupos, eles são: Expressões culturais tradicionais e Locais culturais (Patrimônio); Artes Visuais e Artes Cênicas (Artes); Editoras e Mídias Impressas e Audiovisuais (Mídia); Design, Novas Mídias e Serviços Criativos (Criações Funcionais).

Dos cem posts[31] que compõem nosso *corpus* de análise, trazemos algumas considerações iniciais. Um total de 24 posts são alusivos à gastronomia. As postagens são oriundas de empreendimentos locais como uma confeitaria e outra empresa que realiza a venda de carne assada por encomenda e oferece o serviço de churrasqueiro a domicílio.

Figura 12 – Mosaico com capturas de tela de postagens relativas à gastronomia encontradas na busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram*.



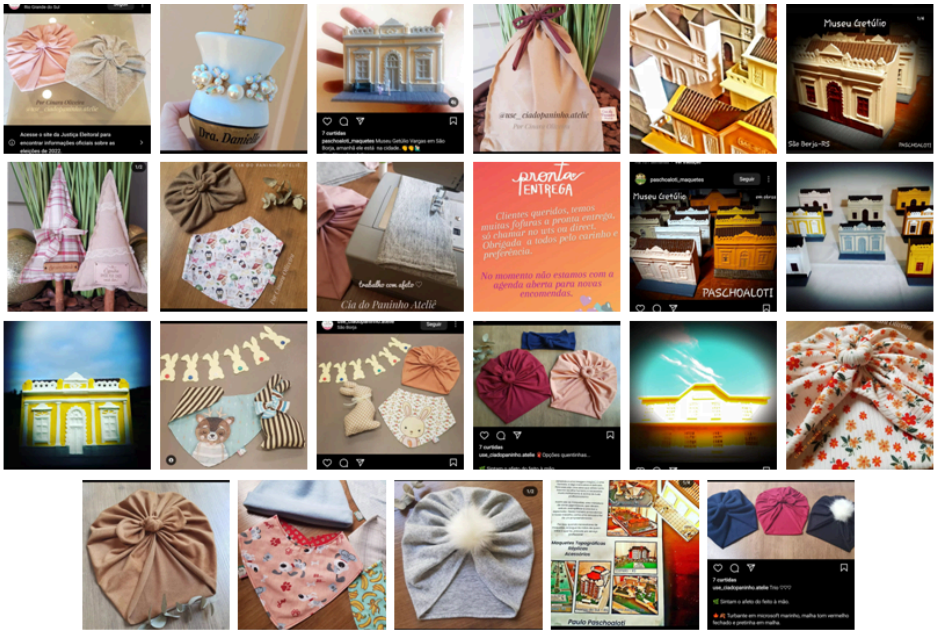
Fonte: Elaborada pela autora

[30] No Capítulo 5, a Figura 18 apresentamos a reprodução da Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas do Relatório de Economia Criativa (Unctad, 2012).

[31] Embora sejam conteúdos públicos e de livre acesso na rede, para este trabalho, a fim de preservarmos a identidade dos usuários, aquelas imagens de postagens que mostram faces humanas foram desfocadas para dificultar o reconhecimento e preservar o estudo e seus autores de possíveis reclamações posteriores.

Em segundo lugar, o artesanato destaca-se com 23 publicações. Dentre os temas que envolvem as imagens estão trabalhos manuais e especializados, como a criação de maquetes, itens de moda infantil e acessórios para chimarrão oferecidos por perfis de comércios locais que evidenciam seus produtos através do uso da *hashtag* #terradospresidentes.

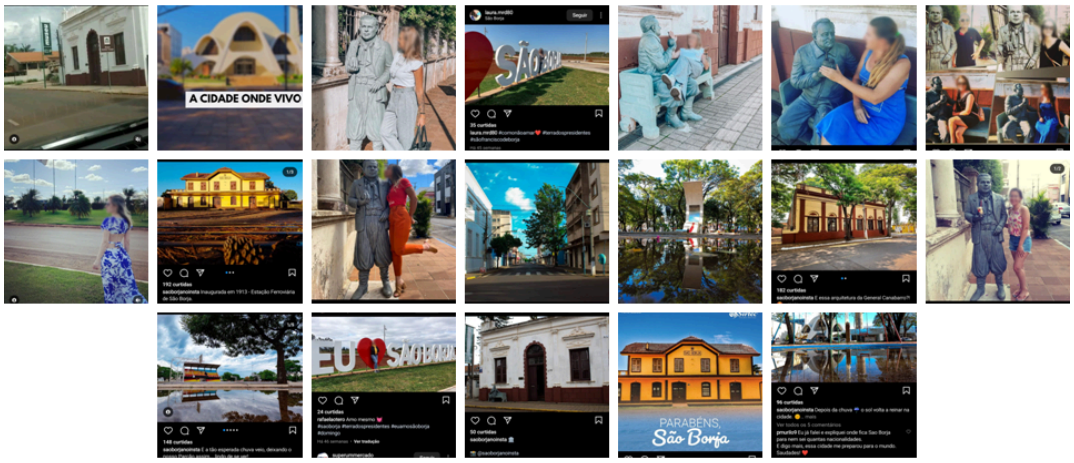
Figura 13 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas ao artesanato encontradas na busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram*.



Fonte: Elaborada pela autora

Em terceiro lugar, aparecem publicações que enaltecem a cidade, estátuas dos ex-presidentes, imagens que fazem alusão ao turismo na cidade e às questões culturais em torno da *hashtag* #terradospresidentes. A modalidade relacionada à cultura e ao turismo compreende um total de 19 posts.

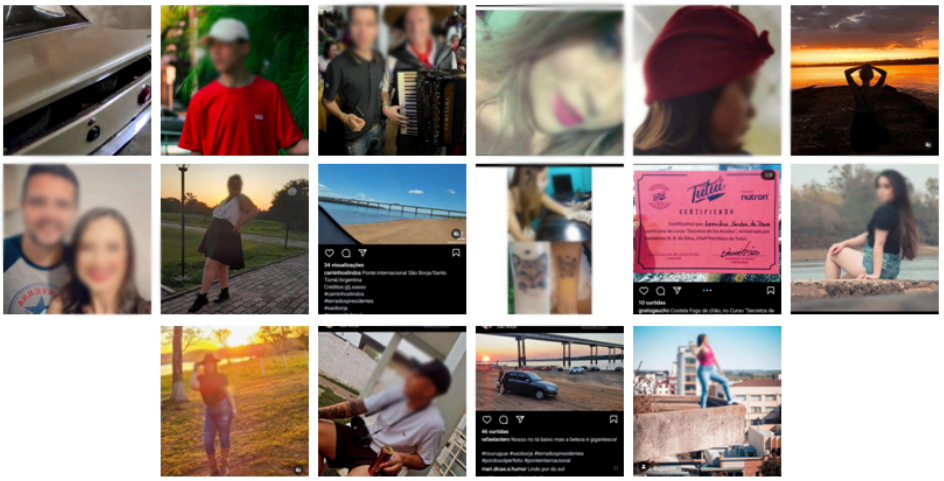
Figura 14 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas à cultura e ao turismo encontradas na busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram*.



Fonte: Elaborada pela autora

Em quarta colocação, com 16 posts, estão as postagens agrupadas pela temática cenas do cotidiano. As imagens mostram tanto fotografias de ensaios profissionais, quanto registros feitos pelos próprios usuários.

Figura 15 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas a cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais) encontradas na busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram*.



Fonte: Elaborada pela autora

Com 13 postagens, a modalidade que denominamos Publicidade, reúne imagens que contemplam desde a divulgação de eventos, empreendimentos comerciais locais, prestadores de serviços e venda de produtos.

Figura 16 – Mosaico com capturas de tela de postagens relacionadas à publicidade encontradas na busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram*.



Fonte: Elaborada pela autora

Com cinco posts[32], agrupamos na categoria que denominamos Institucional (política), fotografias que apresentam figuras políticas e que estejam intimamente ligadas à imagem oficial da cidade de São Borja como, por exemplo, o prefeito da cidade. Embora sejam pessoas relacionadas a espaços institucionais da política local, nenhum dos posts provém de perfis considerados como canais oficiais do município de São Borja no *Instagram.*

[32] Entre as cinco publicações, duas são da Associação dos Municípios da Fronteira Oeste – RS (AMFRO), uma é do perfil do Diretor do Departamento de Difusão da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, uma mostra um requerimento de aplausos por parte de um vereador por trabalho desenvolvido em partido político e uma é de um artesão que produz maquetes com o print de uma notícia sobre sua visita ao gabinete do prefeito de SB. Por essa razão, atribuímos a essa categoria o nome Institucional.

Figura 17 – Mosaico com capturas de tela de publicações relacionadas à política encontradas na busca pela *hashtag* #terradospresidentes no *Instagram*.



Fonte: Elaborada pela autora

Após as considerações iniciais, de ordem descritiva, que trouxemos sobre o teor das postagens que constituem o *corpus* de análise deste trabalho, finalizamos a fase de exploração do material que, para Bardin (2011), envolve a administração sistemática das decisões tomadas. Segundo a autora, “essa parte longa e fastidiosa, consiste essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração, em função de regras previamente formuladas.” (2011, p.101).

No capítulo 5, entraremos na fase de tratamento de resultados obtidos e interpretação da nossa análise de conteúdo que, segundo Bardin (2011), é “a fase em que os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos ('falantes') e válidos." (2011, p.101). Ou seja, será nessa etapa que encontraremos subsídios para conhecer, a partir das postagens apresentadas no *feed* de perfis públicos da mídia social *Instagram*, os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja/RS na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade, que é o objetivo central do nosso trabalho.

Para isso, nos apoiaremos na observação das fotografias a partir de uma abordagem híbrida entre a análise de conteúdo de Bardin (2011) e os elementos da semiologia barthesiana de denotação e conotação (Barthes, 1982; 2006), isto é, considerando o nível de significação em que um objeto ou conceito está diretamente representado na imagem, mas, sobretudo, realizando interpretação subjetiva a partir

da qual buscaremos expressar a complexidade da comunicação simbólica ao considerarmos os valores culturais e os contextos específicos sugeridos pelas fotografias compartilhadas nos perfis públicos, conforme já mencionamos.

5. ANÁLISE DAS CATEGORIAS

A terceira fase da análise de conteúdo proposta por Bardin (2011) é chamada pela autora de tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Nela, para que os dados coletados nas fases anteriores a essa sejam significativos e válidos, a autora propõe que operações estatísticas simples ou mais complexas sejam utilizadas como recursos para estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos que condensam ou destacam informações fornecidas pela análise (Bardin, 2011, p.101).

A partir disso, criamos quadros descritivos-analíticos que compreendem as postagens que compõem o *corpus* estabelecido para nossa pesquisa. Neles agrupamos as imagens das postagens a partir das categorias definidas na segunda fase de nossa análise de conteúdo e que foram apresentadas no Capítulo 4, que são: gastronomia, artesanato, cultura e turismo, cenas do cotidiano, publicidade e institucional (política).

A construção das descrições analíticas que as compõem foram geradas a partir da análise dos elementos narrativos identificados nas publicações. Esse processo, por sua vez, foi desenvolvido com base nos cinco elementos essenciais da narrativa propostos por Gancho (1991) e já apresentados no capítulo 2, que são: narrador, tempo, personagens, espaço e enredo. Além deles, também adicionamos ao esquema o questionamento “O que a imagem “narra” sobre São Borja?”[33] No que toca aos cinco elementos da narrativa, cabe explicar como eles foram entendidos no contexto do nosso estudo. As fotografias foram analisadas em primeiro lugar, mas, em alguns casos, as legendas serviram de apoio para o entendimento das imagens e para a leitura dos sentidos apresentados nas fotos. Afinal, conforme nos revelou

[33] A adição desse questionamento à nossa proposta visa atender a uma sugestão trazida pela banca de qualificação que era de indagar o que as imagens das postagens ‘falavam’ sobre a cidade de São Borja. Aproximando a solicitação ao contexto da nossa pesquisa, que aborda a temática da narrativa, utilizamos da liberdade poética para escolher o termo ‘narrar’ para compor a indagação.

Barthes, o texto da legenda é destinado a conotar a imagem, insuflando à ela um ou vários significados (1982, p.20).

Sendo o narrador a voz que conta a história, no caso do nosso estudo, consideramos ele sendo a própria postagem. Já o enredo, que é responsável por apresentar o que acontece, como acontece e por quê, em nossa abordagem, o consideramos como o conteúdo da postagem, ou seja, aquilo em que ela tenta comunicar. Já o tempo, que decorre da marcação do período cronológico em que os eventos ocorrem na narrativa, em nosso caso estabelecemos a data em que a publicação foi realizada na rede social *Instagram*. Porém, vale destacar que essa marcação temporal é apenas indicativa, pois o conteúdo poderá ter sido ou não produzido naquela data.

Os personagens, por sua vez, são aqueles que desempenham papéis na narrativa. Ou seja, eles são responsáveis por agir, interagir e impulsionar o enredo. Em nossa pesquisa, os entendemos como sendo os componentes principais da imagem, podendo ser eles pessoas, animais ou objetos - estes últimos, compreendendo, também, espaços físicos.

Já o elemento espaço é o ambiente onde a narrativa se desenrola, ou seja, é o ambiente que serve de cenário para ela. No caso da nossa abordagem, entendemos que o contexto espacial foi percebido ou descrito como aquilo que serve de pano de fundo para a fotografia, podendo ser ele um espaço geográfico evidenciado ou não.

Para a constituição dos quadros e da composição de cada uma das percepções baseadas nos elementos narrativos, nos valemos dos conceitos de denotação e conotação propostos por Barthes (1982; 2006). Na denotação temos a interpretação literal ou objetiva da imagem, ou seja, ao analisarmos a postagem e identificarmos diretamente os elementos visuais que compõem sua imagem, como pessoas, objetos, cenários, cores e texturas. Já na conotação avaliamos a interpretação que vai além do literal e envolve os significados subjacentes, simbólicos e emocionais associados à fotografia. No nosso caso, esta abordagem foi adotada para responder a pergunta “O que a imagem “narra” sobre São Borja?”.

Após essa breve introdução e explicação de como se deu nosso trabalho descritivo-analítico, nos próximos subcapítulos, apresentamos os resultados segmentados por categorias.

5.1 Análise da categoria Gastronomia

Observando as postagens[34] da categoria Gastronomia, que compõem o *corpus* da nossa análise, a diversidade gastronômica pode ser considerada uma característica marcante para a cidade de São Borja/RS, como evidenciado por imagens que mostram tortas doces, o choripan argentino e várias outras formas de preparo de carnes, incluindo churrasco.

Na verdade, a cultura do churrasco é central na narrativa representada através das imagens em churrasqueiras e grelhas, além do próprio alimento pronto para consumo, que se destacam. Sendo assim, fica claro que essa tradição representa não apenas um estilo de culinária, mas também uma parte importante da identidade cultural gaúcha e campeira da cidade. São Borja é retratada no *Instagram* como uma cidade onde a gastronomia desempenha um papel central na cultura e na identidade local, conforme sintetizamos no quadro 4.

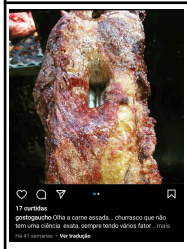
Quadro 4 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Gastronomia.

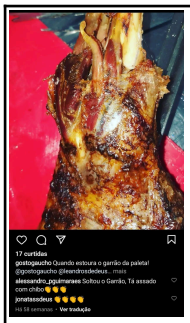
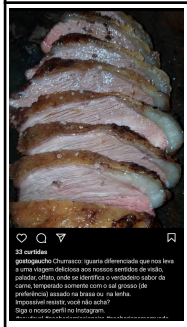
Narrador	Tempo	Personagens	Espaço	Enredo	O que a imagem "narra" sobre São Borja?

[34] Para uma melhor visualização das capturas de telas feitas das publicações, disponibilizamos suas reproduções em maior escala nos Anexos. As imagens da categoria Gastronomia podem ser conferidas a partir do Anexo III até o Anexo XXVI.

	11/05/2023	Em uma cozinha, três pessoas vestindo dólmãs, que trazem o logo do Instituto Federal Farroupilha bordado na manga, e chapéus de cozinheiros. Duas delas são mulheres e estão mexendo em panelas dispostas sob um fogão. Já o terceiro indivíduo é um homem, que está com as as mãos sobre uma bancada onde estão tábuas de corte, facas e alimentos picados.	A cozinha em estilo industrial em que são ministradas aulas de cozinha no Campus São Borja do Instituto Federal Farroupilha (IFFar), em São Borja.	Mostra um registro do cotidiano de estudantes do curso de gastronomia do IFFar.	Mostra a vertente da educação superior, gratuita e profissionalizante e disponível na cidade. Além disso, sinaliza a autoridade que o município possui no segmento gastronômico não só cultural, mas também pela disponibilidade de profissionais habilitados para oferecer diferentes tipos de gastronomia no comércio local.
	01/05/2023	Uma torta doce em tons de bege, branco e marrom com morangos ao centro, em cima de um prato metalizado em tom acobreado, disposta sobre um pedaço de juta natural.	Não é possível identificar se a imagem foi feita em ambiente externo ou interno. Pela luminosidade, parece ter sido feita próxima a uma janela ou utilizando iluminação artificial.	Divulga uma doceria localizada na cidade ao mostrar um dos produtos feitos pelo empreendimento.	Mostra a diversidade da gastronomia disponível na cidade.
	06/08/2022	Um homem, à esquerda, uma churrasqueira com várias linguiças dispostas na grelha. À direita, um banner indicando nomes de chefs e do prato choripan.	Uma área ao ar livre, com gramados e árvores, parece ser uma praça ou parque. Não há elementos suficientes para afirmar que está localizada na cidade de São Borja.	Aparentemente mostra um festival gastronômico ou evento em que há venda de alimentos, realizado ao ar livre.	A presença cultural gastronômica gaúcha do churrasco e da culinária fronteiriça com o choripan, um conhecido prato argentino.

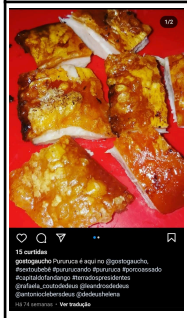
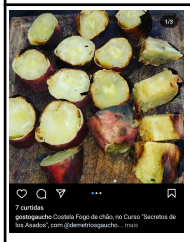
	06/08/2022	Dois homens, ao ar livre, em um espaço com gramado. O da esquerda usa um chapéu ao estilo campeiro.	Uma área ao ar livre com árvores e com gramado. Não há elementos suficientes para confirmar se está localizada na cidade de São Borja.	Registra participação em um evento de gastronomia voltado para a cultura do churrasco.	A presença e valor da cultura gastronômica do churrasco, em especial, do assado ao estilo gaúcho e campeiro. O chapéu é um elemento marcante e reforça a identidade gaúcha por meio da vestimenta.
	06/08/2022	Dois homens, ao ar livre, em um espaço com árvores ao fundo.	Uma área ao ar livre com árvores e com gramado. Parece ser um espaço público ou aberto à visitação. Não há elementos suficientes para confirmar se está localizada na cidade de São Borja.	Registra participação em um evento de gastronomia voltado para a cultura do churrasco.	A presença e valor da cultura gastronômica do churrasco, em especial, do assado ao estilo gaúcho e campeiro.
	11/01/2022	Três medalhões de carne coberta por sal grosso, em ponto mal passado para cru.	A foto parece ter sido captada em frente a uma churrasqueira, mas, é difícil precisar o local.	Mostra pedaços de carnes sendo preparados na churrasqueira. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A força da cultura gaúcha presente na cidade através das opções gastronômicas, como o churrasco feito com excelência, assado com influência do estilo campeiro.
	24/03/2023	Ao fundo, o tom amarelo alaranjado simula a brasa e o fogo da churrasqueira. Na frente da imagem, porções de carne com sal grosso estão sendo preparadas sobre uma grelha. No topo, há um texto que diz: Aqui tem o melhor churrasco.	A foto parece ter sido captada em frente a uma churrasqueira, mas, é difícil precisar o local.	Mostra pedaços de carnes sendo preparados na churrasqueira. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência em oferecer o ‘melhor churrasco’ por sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.

	06/08/2022	Dois homens, ao ar livre, em um espaço com árvores ao fundo.	Uma área ao ar livre com árvores ao fundo, parece ter uma rua com faixas de pedestres na área desfocada. Parece ser um espaço público ou aberto à visitação. Não há elementos suficientes para confirmar se está localizada na cidade de São Borja.	Registra participação em um evento de gastronomia voltado para a cultura do churrasco.	A presença e valor da cultura gastronômica do churrasco, em especial, do assado ao estilo gaúcho e campeiro.
	20/08/2022	Diversas porções de carne dispostas sobre uma grelha.	A foto foi captada sob uma grelha de churrasco. É difícil precisar o local onde estava localizada.	Mostra pedaços de carnes sendo preparados em uma grelha, aparentemente, com uso de brasa. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência em oferecer o ‘melhor churrasco’ por sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.
	02/01/2022	Duas embalagens metálicas (marmitex) contam com alimentos dispostos nos seus interiores. Aparenta ter queijo derretido e temperos.	A imagem foi captada com aproximação, em um fundo neutro. Não há elementos suficientes para descrever o local.	Mostra pratos prontos para consumo. Divulga a preparação e venda de alimentos.	Mostra a diversidade da gastronomia disponível na cidade.
	20/08/2022	Mostra uma parte de uma carne espetada e assada com pontos de sal grosso. Ao fundo, desfocado, mostra uma grelha com brasa acesa abaixo e um pedaço de carne em cima.	A imagem foi captada próxima a uma churrasqueira, em frente a uma grelha posta sobre a brasa. Não há elementos suficientes para descrever mais o local.	Mostra um pedaço de carne espetado e pronto para consumo, em frente à churrasqueira. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência em oferecer o ‘melhor churrasco’ por sua raiz cultural gaúcha e campeira.

	21/04/2022	Mostra parte de porção de carne assada disposta no espeto. Ao fundo se vê um fundo vermelho e uma bancada metálica própria para preparo de alimentos.	Aparentemente é um local onde são preparados alimentos, pelo tipo de fundo metálico. Porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica esse espaço.	Mostra um pedaço de carne espetado e pronto para consumo. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência em oferecer o ‘melhor churrasco’ por sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.
	21/04/222	Mostra parte de porção de carne assada disposta no espeto. Ao fundo, uma tigela com caldo escuro e alguns galhos de temperos e um elemento horizontal que parece metálico, semelhante a um cabo de colher.	Aparentemente foi feita em uma cozinha ou local onde são preparados alimentos. Porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica esse espaço.	Mostra um pedaço de carne espetado, uma tigela com caldos e temperos. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência em oferecer o ‘melhor churrasco’ por sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.
	15/01/2022	Mostra porções de carne assada em ponto mal passado e com granulados de sal espalhados por cima, dispostas sob uma superfície escura.	Aparentemente foi feita em uma cozinha ou local onde são preparados alimentos. Porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica esse espaço.	Mostra fatias de carne dispostas sobre uma área escura. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência gastronômica na oferta do churrasco devido sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.
	21/04/2022	Mostra parte de porção de carne assada disposta em um fundo vermelho e mostra um pequeno detalhe, no topo à direita, que parece ser uma bancada metálica própria para preparo de alimentos.	Aparentemente é um local onde são preparados alimentos, pelo tipo de fundo metálico. Porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica esse espaço.	Mostra um pedaço de carne pronto para consumo. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência gastronômica na oferta do churrasco devido sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.

	16/10/2021	Uma mulher e um homem, ambos usando avental, em frente a uma churrasqueira. Dentro da assadeira é possível ver alguns espetos com carnes assando.	É um espaço próprio para a preparação de churrasco, porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica o espaço.	Registra o preparo do churrasco sendo feito por uma mulher e um homem que vestem aventais iguais.	A cultura do churrasco, a raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados e difundidos.
	16/10/2021	Uma mulher vestindo avental, segurando espetos com carnes em frente a uma churrasqueira com brasa acesa. Dentro da assadeira é possível ver mais espetos com carnes assando.	É um espaço próprio para a preparação de churrasco, porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica o espaço.	Registra o preparo do churrasco sendo feito por uma mulher.	A valorização da raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados e difundidos. A presença da imagem feminina no preparo do churrasco, ainda que seja uma tradição predominantemente masculina.
	26/06/2021	Quatro porções de carne dispostas sobre uma grelha.	A imagem foi captada sob uma grelha de churrasco. É difícil precisar o local onde estava localizada.	Registra o preparo de carnes e um curso de gastronomia específico do prato.	A cultura do churrasco, a raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados, difundidos e aperfeiçoados.

	30/11/2021	Uma mulher e um homem, ambos usando avental, em frente a uma churrasqueira. Dentro da assadeira é possível ver alguns espetos com carnes assando.	É um espaço próprio para a preparação de churrasco, localizado em uma residência familiar (conforme informa a legenda).	Registra o preparo do churrasco sendo feito por uma mulher e um homem que vestem aventais iguais.	A cultura do churrasco, a raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados e difundidos. A presença da imagem feminina no preparo do churrasco, ainda que seja uma tradição predominantemente masculina
	26/06/2021	Porções de carne dispostas sobre uma grelha.	A imagem foi captada sob uma grelha de churrasco. É difícil precisar o local onde estava localizada.	Registra o preparo de carnes e um curso de gastronomia específico do prato.	A cultura do churrasco, a raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados, difundidos e aperfeiçoados.
	26/06/2021	Porções de carne dispostas sobre uma grelha.	A imagem foi captada sob uma grelha de churrasco. É difícil precisar o local onde estava localizada.	Registra o preparo de carnes e um curso de gastronomia específico do prato.	A cultura do churrasco, a raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados, difundidos e aperfeiçoados.

	20/11/2021	Um homem vestindo avental e boné, segurando um espeto de hastes duplas com uma carne crua espetada. À esquerda, é possível ver a parte frontal de uma churrasqueira. Já do lado direito, uma pia de cozinha com cuba metálica.	É um espaço próprio para a preparação de churrasco, porém, não há mais elementos suficientes para precisar onde fica o espaço.	Registra o preparo do churrasco sendo feito por um homem.	A cultura do churrasco, a raiz gastronômica gaúcha e campeira presente nos costumes locais e que seguem sendo perpetuados e aperfeiçoados. A forma como o homem segura o espeto com a carne, parece que é um troféu. É algo muito comum na cultura gaúcha – o churrasco é uma prova da 'gauchidade'[35]
	01/01/2022	Porções de carne picadas dispostas sobre uma base vermelha.	Não há elementos suficientes para precisar onde fica esse espaço.	Mostra um pedaço de carne pronto para consumo. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A excelência gastronômica na oferta do churrasco devido sua raiz cultural gaúcha e campeira, além de ser uma das mais antigas cidades do estado rio-grandense.
	26/06/2021	Porções de batatas doces cozidas e fatiadas de modo rústico, ainda com casca, dispostas em grandes pedaços sobre uma superfície de madeira.	Não há elementos suficientes para precisar onde fica esse espaço.	Mostra batatas doces cozidas com casca, dispostas em grandes pedaços prontos para consumo. Divulga a preparação e venda de alimentos.	A valorização de uma gastronomia simples e rústica que se conecta aos costumes gaúchos e, também, dos povos originários indígenas que viviam nessa região missioneira, colonizada pelos jesuítas.

[35] Lisboa Filho (2012) define "gauchidade" como um termo fortemente arraigado ao termo "gaúcho". Para o autor, essa terminologia pode remeter desde ao homem do campo, que tem sua vida no meio rural envolvido com a pecuária e/ou a agricultura, até para qualificar indivíduos nascidos no RS independentemente da zona em que vivam e de seus gostos e preferências. A essa terminologia, também, podem ser agregadas outras ideias à noção de gaúcho, como a do sujeito pilchado (vestido com os trajes típicos), como única característica; a do gaúcho macho, forte e valente; a do gaúcho dos pampas; e mais recentemente, a do gaúcho urbanizado.

Fonte: elaborado pela autora.

Com base nas descrições analíticas apresentadas no Quadro 4, verificamos que há vários sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja. Dentre aqueles que percebemos, a partir da nossa análise, destacamos os seguintes:

- **Identidade cultural gastronômica**: um dos principais sentidos em circulação é o de que a gastronomia desempenha um papel significativo na preservação e na transmissão dessas tradições culturais. A cidade é vista como um local onde a cultura culinária desempenha um papel fundamental na identidade local, com a preparação de carnes sendo uma prática enraizada na cultura e nos costumes da região.

- **Educação profissionalizante:** outro sentido em destaque é o da educação profissionalizante. A menção ao Instituto Federal Farroupilha, como uma instituição que oferece cursos de gastronomia, enfatiza a disponibilidade de educação superior gratuita em São Borja, além de sugerir um foco na formação de profissionais qualificados na área da gastronomia.

- **Diversidade gastronômica:** a diversidade gastronômica é destacada como um elemento importante da cidade. Além do churrasco, outras opções culinárias, como tortas doces e o choripan argentino, são mencionadas, refletindo a variedade de pratos disponíveis para os habitantes e visitantes de São Borja.

- **Eventos e festivais**: a cidade é associada a eventos e festivais gastronômicos ao ar livre, onde alimentos são preparados e vendidos. Isso sugere uma atmosfera de celebração da comida e da cultura gastronômica, proporcionando oportunidades para as pessoas experimentarem diferentes pratos e sabores.

- **Participação feminina na gastronomia**: a participação das mulheres na preparação de alimentos, especialmente no contexto do churrasco, indica uma valorização da igualdade de gênero na cena gastronômica local.

- **Cultura campeira:** mencionada como parte integrante da identidade gastronômica da cidade, essa presença destaca e reforça a importância das tradições rurais e da vida no campo na formação não só da culinária, mas também do imaginário local.

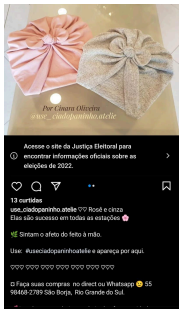
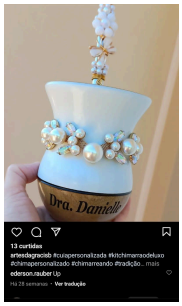
Em síntese, São Borja emerge como uma cidade na qual a gastronomia desempenha um papel central na cultura e identidade locais. A tradição do churrasco é proeminente, acompanhada por um compromisso com a educação profissionalizante, uma rica diversidade culinária e uma igualitária participação de gênero na cena gastronômica. Esses elementos entrelaçam-se e contribuem na criação de uma narrativa criativa e, ao mesmo tempo, singular, porque instiga as pessoas acerca dos sabores relacionados à cidade.

5.2 Análise da categoria Artesanato

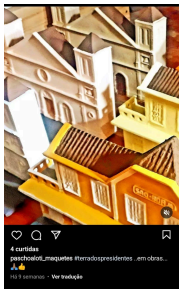
As imagens que compõem as postagens da categoria Artesanato da nossa análise destacam, em seus conteúdos, a diversidade da produção artesanal, a conexão com a cultura e história locais, bem como a presença de atividades da indústria criativa como parte fundamental da economia da cidade de São Borja. No Quadro 5, apresentamos uma descrição analítica dos posts[36] a partir dos elementos narrativos que os compõem.

[36] Para uma melhor visualização das capturas de telas feitas das publicações, disponibilizamos suas reproduções em maior escala na seção de Anexos. As imagens da categoria Artesanato podem ser conferidas a partir do Anexo XXVII até o Anexo XLIX.

Quadro 5 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Artesanato

Narrador	Tempo	Personagens	Espaço	Enredo	O que a imagem "narra" sobre São Borja?
	12/11/2022	Dois turbantes infantis. Um na cor rosa e outro na cor bege sobrepostos sobre um fundo bege.	A foto parece ter sido tirada em um ambiente interno, como uma casa ou loja.	Divulga o trabalho de vendas de artigos artesanais.	A existência de indivíduos que desenvolvem trabalhos autorais e feitos à mão, com memória afetiva. A presença da indústria criativa entre as atividades econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.
	18/11/2022	Uma cuia e uma bomba de chimarrão. Ambas possuem detalhes em pérolas e a cuia, feita em porongo ou madeira, tem uma personalização na base, sendo segurada por uma mão humana.	É difícil precisar onde a foto foi tirada. A escolha de um fundo neutro parece ter sido feita com o intuito de destacar o produto.	Divulga artigos de chimarrão personalizados, exclusivos e feitos de forma artesanal.	A valorização e a importância da cultura gauchesca através da bebida símbolo dela, o chimarrão.A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante

	28/04/2023	Uma miniatura que mostra a fachada reformada do prédio do Museu Getúlio Vargas, um banco com uma estátua de Getúlio Vargas sentada nele, sendo segurada por uma mão humana.	A imagem parece ter sido tirada em ambiente interno. A escolha de um fundo neutro parece ter sido feita com o intuito de destacar a maquete.	Divulga a confecção de maquete de ponto turístico da cidade de São Borja.	A valorização da cultura, da arte, da arquitetura e dos personagens históricos da cidade. Uma visão diferenciada sobre a terra dos presidentes. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.
	13/11/2022	Um saquinho de tecido bege com laço marrom sobre um pote com planta verde e pequenos pedaços de madeira.	Parece ter sido tirada em uma residência ou comércio da cidade.	Mostra pacotes feitos para serem enviados para clientes.	O artesanato produzido na cidade tem visibilidade em outras regiões do país, reflete sobre a importância daquilo que é produzido artesanalmente no município. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.

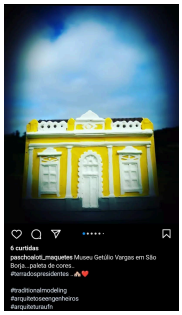
	01/04/2023	Partes de fachadas em miniatura de diversos prédios históricos da cidade de São Borja.	Como a imagem está fragmentada, não é possível precisar o local da imagem.	Divulga a confecção de maquetes de ponto turístico e prédios históricos da cidade de São Borja.	A valorização da cultura e história da cidade sob um olhar arquitetônico. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.
	13/03/2023	Uma miniatura que mostra a fachada antes da reforma do prédio do Museu Getúlio Vargas, e partes de fachadas de outros prédios. As peças parecem acomodadas em uma base de pedra ou madeira.	Parece ter sido tirada em um ambiente interno, pois a maquete está sobreposta em uma base de pedra ou móvel de madeira.	Divulga a confecção de maquete do Museu, um ponto turístico e prédio histórico da cidade de São Borja.	A valorização dos pontos turísticos e o apelo histórico vinculado à cidade. Uma visão diferenciada sobre a terra dos presidentes, sob a ótica arquitetônica. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.

	12/12/2022	Dois artigos artesanais feitos com tecido e madeira, que lembram o formato de pinheiro. Parecem dispostos sobre um vaso de planta com pequenas lascas de madeira e um enfeite dourado à esquerda.	Parece ter sido tirada em uma residência ou comércio da cidade.	Divulga o trabalho de vendas de artigos artesanais, feitos à mão, autorais e exclusivos.	A valorização das artes, trabalhos manuais e autorais. A cultura do feito à mão e da memória afetiva. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.
	04/07/2022	Um turbante infantil marrom e um barbeiro de bebê estampado e colorido sobrepostos em base de madeira e com detalhe de folhas secas à direita.	Um ambiente neutro que destaca os produtos, que oferece uma estética natural da madeira e de folhas.	Divulga o trabalho de vendas de artigos artesanais, feitos à mão, autorais e exclusivos feitos para crianças.	A valorização das artes, trabalhos manuais e autorais. A cultura do feito à mão e da memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.

	12/11/2022	Parte de uma máquina de costura na qual um tecido pequeno e de aspecto natural está sendo costurado. No entorno do equipamento, há retalhos de tecido em tons neutros e delicados de bege e rosa, além de mostrar uma parte de um turbante rosa. Tudo está sobreposto em uma base de madeira.	A imagem parece ter sido capturada em um ambiente interno, sobre uma mesa de madeira e aparenta demonstrar que um produto artesanal está sendo confeccionado.	Divulga o trabalho de um empreendimento de artesanato.	A cultura, o conhecimento e valorização de produtos confeccionados artesanalmente. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.
	04/03/2022	A imagem é composta por elementos textuais que indicam que a agenda de encomenda de produtos artesanais está aberta. Os tons usados no fundo são quentes e chamativos. No canto direito há um desenho de um presente sendo aberto e corações saindo de dentro dele.	Trata-se de uma arte gráfica. Apresenta fundo alaranjado com degradê para amarelo.	Avisa ao público sobre a possibilidade de adquirir produtos artesanais sob encomenda.	A visão empreendedora dos seus moradores, além da presença da economia criativa - e da indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da população da cidade.

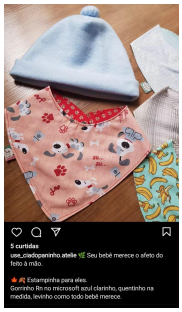
	15/03/2023	Partes de fachadas em miniatura do Museu Getúlio Vargas, coloridas em diversas opções de tonalidades, sobrepostas em uma base de pedra ou madeira.	Parece ter sido tirada em um ambiente interno, pois as maquetes estão sobrepostas em uma base de pedra ou móvel de madeira.	Divulgar a confecção de maquetes do Museu, um ponto turístico e prédio histórico da cidade de São Borja.	A valorização dos pontos turísticos e o apelo histórico vinculado à cidade, ao mesmo tempo, uma conexão com a arte, pois mostra o espaço colorido com tonalidades que fogem daquela apresentada no prédio atualmente. Uma visão diferenciada sobre a terra dos presidentes, sob a ótica arquitetônica. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.

	29/03/2023	Fachadas em miniatura do Museu Getúlio Vargas, coloridas em diversas opções de tonalidades, sobrepostas em uma base branca e com uma parede de mesma cor ao fundo.	Parece ter sido tirada em um ambiente interno, pois as maquetes estão sobrepostas em uma base e há uma parede ao fundo.	Divulgar a confecção de maquetes do Museu, um ponto turístico e prédio histórico da cidade de São Borja.	A valorização dos pontos turísticos e o apelo histórico vinculado à cidade, ao mesmo tempo, uma conexão artística, pois apresenta um Museu colorido com tonalidades que fogem daquela apresentada no prédio real. Uma visão diferenciada sobre a terra dos presidentes, sob a ótica arquitetônica. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.

	24/03/2023	Fachada em miniatura do Museu Getúlio Vargas, colorida em tom de amarelo e branco. Ao fundo, uma composição em tons de azul parece o céu, de dia, com nuvens.	Por apresentar a tonalidade de céu ao fundo, pode ter sido tirada em ambiente externo. Ou, ainda, pode ter sido manipulada digitalmente.	Divulga a confecção de maquetes do Museu, um ponto turístico e prédio histórico da cidade de São Borja.	A valorização de ponto turístico e o apelo histórico vinculado à cidade, além de uma conexão artística, pois apresenta um Museu colorido por tom diferente do prédio real. Uma visão diferenciada sobre a terra dos presidentes, sob a ótica arquitetônica. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.
	08/03/2022	Silhuetas em formato de coelho feitas em tecido em formato de coelhinhos presos e uma linha dispostas à esquerda. Um coelhinho estilizado feito em tecido listrado e um babador para bebê dispostos em um fundo cinza.	Fundo cinza neutro. Não é possível identificar se a imagem foi feita em ambiente externo ou interno.	Divulga produtos artesanais feitos em tecido com formas e estampas de animais estilizados.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato feito à mão e da memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.

	08/03/2022	Silhuetas em formato de coelho feitas em tecido em formato de coelhinhos presos e uma linha dispostas à esquerda. Um coelhinho estilizado feito em tecido bege, um babador para bebê estampado e um turbante alaranjado dispostos em um fundo cinza.	Fundo cinza neutro. Não é possível identificar se a imagem foi feita em ambiente externo ou interno.	Divulga produtos artesanais feitos em tecido com formas e estampas de animais estilizados.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.
	11/06/2022	Dois turbantes infantis, um vermelho, à esquerda, e outro rosa, à direita. Ao centro, uma faixa de cabelo azul marinho. Todos os itens estão sobrepostos sobre um fundo de madeira. À esquerda da foto, um galho com folhas verdes.	Parece ter sido feito em um ambiente fechado. O fundo parece ser uma base de madeira e um galho com folhas que remetem à natureza.	Divulgar produtos artesanais feitos em tecido para crianças.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.

	19/03/2023	Parte da fachada do prédio da Estação Férrea de São Borja. Ao fundo, um céu limpo azul esverdeado e com poucas nuvens. Parece ser uma imagem real do espaço, apesar de, pela descrição da imagem, se descobrir que se trata de uma maquete.	Por apresentar a tonalidade de céu ao fundo, pode ter sido tirada em ambiente externo. Ou, ainda pode ter sido manipulada digitalmente.	Divulgar a confecção de maquetes de pontos turísticos e prédios históricos da cidade de São Borja.	A representação e valorização de um ponto turístico e o apelo histórico vinculado à cidade, aqui visto sob a ótica arquitetônica.
	05/07/2022	Parte de um turbante em tecido com estampa floral disposto sobre uma base de madeira e com um detalhe desfocado de parte de um galho com folhas.	Não é possível identificar onde a foto foi feita exatamente. Mas o uso de madeira e folhas dá a impressão de se fazer uma conexão com a natureza.	Divulgar produtos/acessórios feitos artesanalmente.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.

	16/05/2022	Um turbante em tecido bege disposto sobre uma base de madeira e acima de um galho com folhas.	Não é possível identificar onde a foto foi feita exatamente. Mas o uso de madeira e folhas dá a impressão de se fazer uma conexão com a natureza.	Divulgar produtos/acessórios feitos artesanalmente.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.
	30/04/2022	Um gorro, um babador estampado em tons de vermelho e rosa ao centro. Na lateral, à direita, se mostram partes de produtos feitos em tecidos lisos e com estampa. Todos os elementos estão dispostos sobre uma base que parece de madeira.	Parece ter sido feito em um ambiente fechado. O fundo parece ser uma base de madeira, como se fosse um móvel.	Divulgar produtos/acessórios feitos artesanalmente.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.

	29/04/2022	Um turbante feito em tecido cinza com um pompom de pelos na cor branca ao centro sobreposto à uma base que parece madeira e, à esquerda, parte de um galho com folhas.	Não é possível identificar onde a foto foi feita exatamente. Mas o uso de madeira e folhas dá a impressão de se fazer uma conexão com a natureza.	Divulgar produtos/acessórios feitos artesanalmente.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.
	09/05/2022	Três turbantes, um azul escuro, um vermelho e outro preto com um detalhe de pompom de pelinhos brancos. Os itens estão dispostos sobre uma base que parece ser de madeira em tom marrom.	Não é possível identificar onde a foto foi feita exatamente. Aparentemente, foi feito em um ambiente interno e com iluminação artificial.	Divulgar produtos/acessórios feitos artesanalmente.	A valorização da cultura das manualidades do artesanato e de itens com memória afetiva. A economia criativa - e a indústria criativa -, através do artesanato, como uma fonte de renda e atividade econômica da cidade.
	12/03/2023	À direita da imagem está uma maquete/ miniatura de um prédio. No lado esquerdo, a imagem apresenta um impresso composto por texto e imagens de prédios. Os itens estão dispostos sobre uma superfície de tom marrom avermelhado.	Parece ter sido tirada em um ambiente interno, pois as maquetes estão sobrepostas em uma base de pedra ou móvel de madeira.	Divulgar o trabalho de um artista na confecção de maquetes topográficas, réplicas em miniatura de prédios conhecidos como pontos turísticos.	A valorização histórica voltada para a arquitetura e uma conexão artística com a área. A presença de atividades da indústria criativa entre as atividades como base econômicas da cidade, para além do agro – que é a narrativa mais dominante.

Fonte: elaborado pela autora.

A partir das descrições analíticas do Quadro 5, identificamos diversos sentidos em circulação no *Instagram*, a partir da análise dos conteúdos dos posts tagueados com a *hashtag* #terradospresidentes e que têm conexão com a temática do artesanato. Dentre aqueles que percebemos, destacamos os seguintes:

- **Identidade cultural:** São Borja é retratada como um lugar com uma identidade cultural de expressão, onde a produção artesanal reflete a herança cultural e a memória afetiva da comunidade. A presença de produtos como turbantes, itens para chimarrão personalizados e artigos feitos à mão destaca a diversidade e a riqueza das tradições locais.

- **História e patrimônio:** a cidade é apresentada como um local com um rico patrimônio histórico e arquitetônico. A confecção de maquetes de prédios históricos, como o Museu Getúlio Vargas e a Estação Férrea, ressalta a importância de preservar e valorizar a história da cidade através do trabalho artístico e artesanal.

- **Economia criativa:** a cidade é vista como um centro de atividades da indústria criativa, onde a produção artesanal não apenas promove a cultura local, mas também gera renda e empregos para a comunidade. Isso sugere que São Borja está se apoiando na criatividade e no talento de seus habitantes como base econômica, o que destaca a capacidade criativa da comunidade local.

- **Turismo e valorização histórica:** a divulgação de produtos relacionados à cultura gauchesca e aos pontos turísticos da cidade, como o Museu Getúlio Vargas, indica um esforço para atrair turistas e valorizar o potencial turístico da região.

- **Arte e expressão:** a produção artesanal é entendida como uma forma de expressão artística, refletindo a criatividade e o talento dos moradores de São Borja. Essa percepção contribui para a promoção da arte e da cultura na cidade.

Em suma, os sentidos em circulação sobre São Borja, a partir da leitura dos posts da categoria do artesanato, destacam sua identidade cultural, história, economia criativa, turismo, valorização do patrimônio e expressão artística. Entendemos que esses elementos combinados contribuem para a construção de uma imagem positiva da cidade e para o fortalecimento de sua comunidade. Logo, é possível dizermos que a narrativa criativa sobre a cidade de São Borja no *Instagram* é caracterizada por publicações que enfatizam a existência de uma produção artesanal e de produtos personalizados que evidenciam a economia criativa como parte fundamental do viés identitário e econômico do município.

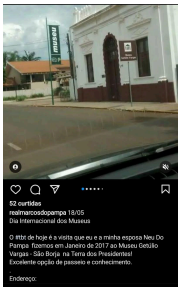
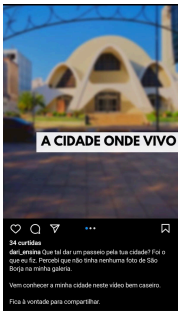
5.3 Análise da categoria Cultura e turismo

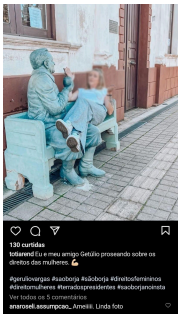
Na Introdução e no capítulo 3 deste trabalho, mais especificamente no subtítulo 3.2, através da revisão bibliográfica, descrevemos o quanto a cidade de São Borja destaca-se por sua rica herança cultural e histórica, especialmente relacionadas à política brasileira e ao seu arsenal missioneiro. Agora, na fase da análise, essas características se confirmaram presentes nas publicações compreendidas pela categoria cultura e turismo. No Quadro 6, apresentamos uma descrição analítica dessas postagens[37] a partir dos elementos narrativos que as compõem.

Quadro 6 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Cultura e Turismo.

Narrador	Tempo	Personagens	Espaço	Enredo	O que a imagem “narra” sobre São Borja?

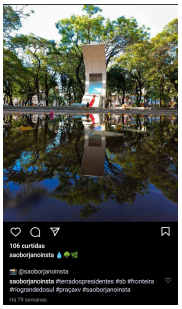
[37] Para uma melhor visualização das capturas de telas feitas das publicações, disponibilizamos suas reproduções em maior escala nos Anexos. As imagens da categoria Cultura e Turismo podem ser conferidas a partir do Anexo L até o Anexo LXVIII.

	18/05/2023	Mostra parte da fachada do Museu Getúlio Vargas vista de dentro de um automóvel que cruza a Rua Presidente Vargas. Na imagem é possível ver imóveis vizinhos ao ponto turístico.	Rua General Vargas, em São Borja, onde está localizado o Museu Getúlio Vargas.	Registro da fachada do Museu Getúlio Vargas feita em 2017 e postada pelo usuário como um #tbt (Throwback Thursday ou Quinta-feira do Retorno)	Mostra a força turística e a importância dos museus para atrair visitantes e visibilidade para a cidade.
	25/07/2022	Vista desfocada de parte da calçada da Praça XV de Novembro e da área frontal da fachada da Igreja Matriz São Francisco de Borja.	Calçada da Praça XV de Novembro e a fachada da Igreja São Francisco de Borja, ambas localizadas na Rua Aparício Mariense em São Borja.	Registro da fachada da Igreja São Francisco de Borja, vista da Praça XV de Novembro, com efeito desfocado, e postada para mostrar a cidade de São Borja.	Que a cidade, além de histórica, também, possui vocação para o turismo religioso, dispondo de pontos de visitação que atendem a esse segmento. Além disso, sinaliza uma importância dada à arquitetura.
	16/04/2022	Uma mulher ao lado da estátua do presidente João Goulart vestindo pilcha gaúcha e segurando uma cuia de chimarrão, em frente à entrada do Museu João Goulart.	Estátua do presidente João Goulart fixada na calçada em frente ao Museu João Goulart, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Registro feito em frente ao Museu João Goulart pela usuária para mostrar que estava visitando o local.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes ao mesmo tempo que desperta a vontade de outros turistas a fazerem um registro único ao lado de um dos ‘presidentes’ do Brasil.

	25/07/2022	Uma mulher ao lado de parte de letreiro composto por um meio coração vermelho e letras que formam as palavras São e Borja na cor branca. Área externa com gramado e calçamento.	Área externa localizada em loteamento (Parque Lorena) localizado na Avenida Presidente Tancredo Neves, em São Borja.	Registro de visita ao ponto turístico que demonstra o 'amor' do visitante pela cidade de São Borja.	Há um olhar afetivo dos citadinos pelo município em que vivem e/ou nasceram. Ou, ainda, aqueles que visitam o município demonstram apreço pela cidade.
	16/04/2022	Uma mulher sentada com os pés 'no colo' da estátua do presidente Getúlio Vargas vestindo pilcha gaúcha e segurando uma cuia de chimarrão A representação está disposta em banco instalado em frente à entrada do Museu Getúlio Vargas.	Estátua do presidente Getúlio Vargas fixada na calçada em frente ao Museu Getúlio Vargas, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Registro feito em frente ao Museu Getúlio Vargas pela usuária para mostrar que estava visitando o local.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes ao mesmo tempo que desperta a vontade de outros turistas a fazerem um registro único ao lado de um dos 'presidentes' do Brasil.
	17/05/2023	Uma mulher sentada ao lado da estátua do presidente Getúlio Vargas vestindo pilcha gaúcha e segurando uma cuia de chimarrão. A representação está disposta em banco e instalada em área externa.	Estátua do presidente Getúlio Vargas fixada na calçada em frente ao Museu Getúlio Vargas, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Registro feito em frente ao Museu Getúlio Vargas pela usuária para mostrar que estava visitando São Borja.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes ao mesmo tempo que desperta a vontade de outros turistas a fazerem um registro único ao lado de um dos 'presidentes' do Brasil.

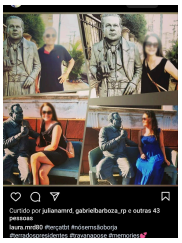
	24/10/2022	Uma mulher em pé, de costas. Ao fundo, áreas gramadas, uma estrada e três mastros com as bandeiras da cidade de São Borja, do Brasil e do estado do Rio Grande do Sul.	Uma área externa, com estrada e gramados, onde estão instaladas as bandeiras da cidade de São Borja, do Brasil e do Rio Grande do Sul. É uma área que fica em uma das entradas da cidade.	Registro feito pela usuária para demonstrar que estava na cidade de São Borja.	Enaltece a importância da cidade de São Borja para o Estado e para o país do qual faz parte, mostrando a potência enquanto cidade histórica, a primeira do Rio Grande do Sul e uma das mais antigas do Brasil.
	12/02/2022	Em primeiro plano, desfocado, à direita há pinhas no chão. No centro da imagem, linhas metálicas dos trilhos de trem. Ao fundo, o prédio da antiga Estação Férrea de São Borja iluminado pelo sol. No entorno da construção, céu azul e, na lateral direita, árvores.	Prédio histórico da antiga Estação Férrea de São Borja, onde hoje fica localizado o Centro Cultural de São Borja, na Rua Dom Pedro I, em São Borja.	Registro feito para fixar esse valioso ponto turístico da cidade e sua importância histórica.	Constitui a imagem da cidade histórica de São Borja, sendo a primeira do Rio Grande do Sul e uma das mais antigas do Brasil.

	14/03/2022	Uma mulher simulando que irá dar um beijo na estátua do presidente João Goulart vestindo pilcha gaúcha e segurando uma cuia de chimarrão, fixada em calçada em frente à entrada do Museu João Goulart. Ao fundo, a rua e alguns prédios dos arredores.	Estátua do presidente João Goulart fixada na calçada em frente ao Museu João Goulart, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Registro feito em frente ao Museu João Goulart feito pela usuária para mostrar que passou pelo local.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes ao mesmo tempo que desperta a vontade de outros turistas a fazerem um registro único ao lado de um dos ‘presidentes’ do Brasil.
	12/12/2021	Uma rua vazia, prédios de diferentes alturas e tipos, assim como cores. Árvores e o céu azul com nuvens compõem o cenário urbano.	Um dos principais cruzamentos do centro da cidade de São Borja (Rua General Marques com a Rua Presidente Vargas).	Registro feito para mostrar a tranquilidade da cidade em um domingo.	Reflete sobre uma vida pacata da cidade do interior, demonstra a tranquilidade de um pequeno município em um dia de descanso e pouco movimento no trânsito e de pedestres.

	30/11/2021	Um espaço externo, com área de água e verde com árvores, com um monumento em formato curvo ao fundo com uma placa metálica ao centro e um traço vermelho na base. Toda a imagem está refletida em uma face de água que está em primeiro plano, na base da imagem. (Mausoléu do Presidente Getúlio Vargas)	Mausoléu Getúlio Vargas localizado na Praça XV de Novembro, no centro da Cidade de São Borja.	Registro do monumento Mausoléu Getúlio Vargas, um ponto turístico da cidade, que foi criado pelo arquiteto Oscar Niemeyer.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes, destaca o legado de Getúlio Vargas e a importância do estadista para o reconhecimento turístico de São Borja como a cidade marcada pelo seu nascimento e por resguardar seus restos mortais, assim como sua memória.
	13/02/2022	Uma casa de aspecto arquitetônico antigo. Parece ter sido restaurada recentemente, aparenta ser um prédio histórico preservado. A rua apresenta arborização verde, asfalto na rua e passeio com calçamento.	Imóvel localizado na Rua David Canabarro esquina com a Rua Aparício Mariense, em São Borja.	Registro da arquitetura de uma construção, aparentemente, histórica da cidade.	Parece refletir sobre o cuidado e a manutenção da história da cidade, onde prédios antigos são conservados e mantidos em bom estado para atrair olhares, em especial, turismo.

	17/01/2022	Uma mulher ao lado da estátua do presidente João Goulart vestindo pilcha gaúcha e segurando uma cuia de chimarrão, fixada em calçada em frente à entrada do Museu João Goulart. Ao fundo, a rua, alguns prédios e veículos automotores.	Estátua do presidente João Goulart fixada na calçada em frente ao Museu João Goulart, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Registro feito em frente ao Museu João Goulart pela usuária para mostrar que visitou o local.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes ao mesmo tempo que desperta a vontade de outros turistas a fazerem um registro único ao lado de um dos 'presidentes' do Brasil.
	25/02/2022	Um espaço externo, uma praça ou parque com espaço para prática esportiva com quadras e arquibancadas, estas últimas coloridas pelas cores da bandeira do Rio Grande do Sul e ilustradas pela silhueta de casal, aparentemente pilchados, dançando. Uma grande árvore com galhos longos e folhas verdes está na lateral direita da foto. Toda a cena é refletida em uma espécie de espelho d' água formado no chão.	Parque Esportivo General Vargas, conhecido atualmente como o Parcão, está localizado na Rua General Marques, em São Borja.	Registro feito do Parcão após a chuva.	Uma cidade que oferece espaços de lazer, esporte e entretenimento para sua população. Espaços arborizados e pensados para bem receber, também, os turistas que visitam a cidade.

	17/07/2022	Uma mulher ao centro da imagem composta por um grande letreiro que forma as palavras eu e São Borja. Entre elas, um grande coração vermelho. Área externa com gramado e calçamento.	Área externa localizada em loteamento (Parque Lorena) localizado na Avenida Presidente Tancredo Neves, em São Borja.	Registro de visita ao ponto turístico que demonstra o 'amor' do visitante pela cidade de São Borja.	Há um olhar afetivo dos citadinos pelo município em que vivem e/ou nasceram. Ou, ainda, aqueles que visitam o município demonstram apreço pela cidade.
	15/11/2021	O Museu Getúlio Vargas, visto de frente, com uma das suas portas abertas. Do lado esquerdo da imagem, em frente ao prédio, na calçada, está um banco e uma estátua de um homem sentado que representa o presidente Getúlio Vargas.	Rua General Vargas, em São Borja, onde está localizado o Museu Getúlio Vargas.	Registro da fachada do Museu Getúlio Vargas.	Mostra a força turística e a importância dos museus abertos para atrair visitantes e visibilidade para a cidade.
	10/10/2022	Um prédio (antiga Estação Férrea de São Borja) colorido em amarelo e marrom. O céu azul com poucas nuvens e um efeito azulado na base da imagem com texto que parabeniza São Borja.	Prédio histórico da antiga Estação Férrea de São Borja, onde hoje fica localizado o Centro Cultural de São Borja, na Rua Dom Pedro I, em São Borja.	Registro do ponto turístico da cidade, aqui utilizado como símbolo da sua historicidade, para parabenizar a cidade por seus 340 anos de fundação.	Uma cidade histórica, que valoriza seus mais de trezentos anos de construção através da preservação e conservação de seus prédios históricos. Uma cidade, que em certo ponto, tem sua imagem nutrida pelo passado.

	25/11/2021	Balanços da Pracinha João da Balas, localizada dentro da Praça XV de Novembro e, ao fundo, a fachada da Igreja Matriz São Francisco de Borja. Todos elementos presentes na foto estão refletidos em um espelho de água mostrado na base da imagem.	Praça XV de Novembro e a fachada da Igreja São Francisco de Borja, ambas localizadas na Rua Aparício Mariense em São Borja.	Registro dos balanços da Pracinha João das Balas, na Praça XV de Novembro, e da fachada da Igreja São Francisco de Borja, vista da Praça XV de Novembro, com efeito espelhado em poça de água, após a chuva.	Uma cidade que oferece espaços de lazer para suas crianças em sua área central. Espaços arborizados e pensados para bem receber, também, os turistas que visitam a cidade e que queiram conhecer seus pontos turísticos, como a Igreja Matriz e as suas praças.
	08/02/2022	A imagem é composta pela montagem de quatro fotos. Da esquerda para direita, em sentido horário: um homem de camisa preta e uma parte de uma estátua; uma mulher de regata preta e uma parte de uma estátua; uma mulher vestindo roupa preta sentada em um banco ao lado de uma estátua; uma mulher usando um vestido azul sentada em um banco ao lado de uma estátua.	Nas imagens superiores: estátua do presidente João Goulart fixada na calçada em frente ao Museu João Goulart, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja. Nas imagens inferiores, Estátua do presidente Getúlio Vargas fixada na calçada em frente ao Museu Getúlio Vargas, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Captações feitas em frente ao Museu Getúlio Vargas e ao Museu João Goulart para registrar as passagens pelos locais.	Reforça a imagem da Terra dos Presidentes ao mesmo tempo que desperta a vontade de outros turistas fazerem um registro único ao lado dos ‘presidentes’ do Brasil.

Fonte: elaborado pela autora.

Apoiados nas descrições analíticas do Quadro 6, percebemos diversos sentidos em circulação no *Instagram* sobre a cidade de São Borja. Dentre os reconhecidos, evidenciamos os seguintes:

- **Atratividade turística e histórica:** São Borja é reconhecida como um local com atrativos turísticos significativos, como museus dedicados aos presidentes brasileiros, incluindo Getúlio Vargas e João Goulart. Esses pontos turísticos são valorizados por sua importância histórica e política.

- **Religiosidade e turismo:** a cidade também é vista como um destino para o turismo religioso, destacando a Igreja Matriz São Francisco de Borja como um ponto de interesse para os visitantes.

- **Afeto e identidade local:** tanto os habitantes locais, quanto os visitantes, demonstram afeto e apreço pela cidade. As fotos compartilhadas refletem um sentimento de amor e orgulho por São Borja.

- **Preservação do patrimônio:** a preservação do patrimônio histórico, cultural e arquitetônico é uma parte essencial da identidade da cidade. Prédios antigos, estátuas e monumentos aparentam ser bem cuidados e valorizados.

- **Cenário natural e qualidade de vida:** a cidade é retratada como um lugar tranquilo e agradável, com áreas verdes, praças e parques que contribuem para a qualidade de vida dos moradores e atraem turistas. Além disso, São Borja oferece espaços de lazer, cultura e esporte para sua população e visitantes.

- **Terra dos Presidentes:** São Borja é consolidada como a "Terra dos Presidentes" e as estátuas de presidentes como Getúlio Vargas e João Goulart atraem visitantes que desejam tirar fotos ao lado de representações dessas figuras históricas.

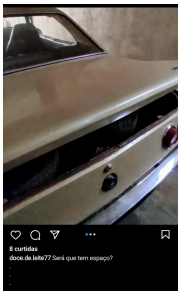
Em resumo, São Borja é retratada como uma cidade rica em história política e cultural, com atrativos turísticos significativos, um ambiente agradável e um forte

senso de identidade e orgulho entre seus habitantes e visitantes. Todos esses sentidos, sem dúvida alguma, contribuem para uma narrativa criativa baseada em uma visão positiva sobre a cidade e sua cultura. Nesse aspecto, assim como nos anteriores, vemos a possibilidade de mencionar a relação direta entre o turismo e a economia criativa.

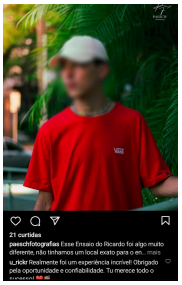
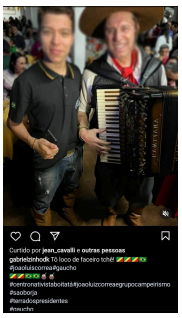
5.4 Análise da categoria Cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais)

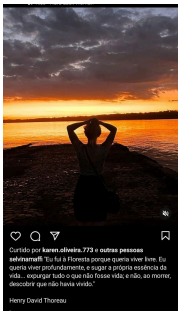
As postagens elencadas dentro da categoria Cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais) mostram cenas da vida cotidiana, envolvem aspectos culturais, belezas naturais e eventos que fazem parte do tecido que serve de pano de fundo para a narrativa sobre a cidade de São Borja no *Instagram*. No Quadro 7, apresentamos uma descrição analítica das publicações[38] categorizadas dentro do tema cenas do cotidiano, explorando os elementos narrativos que as compõem e as tornam parte dessa rica tapeçaria visual.

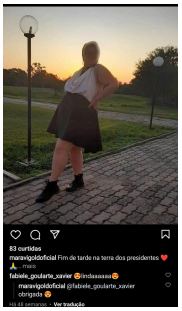
Quadro 7 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais).

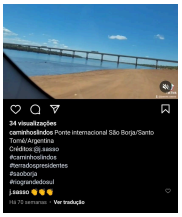
Narrador	Tempo	Personagens	Espaço	Enredo	O que a imagem "narra" sobre São Borja?
	02/03/2023	Uma parte da traseira de um automóvel, com a tampa do porta malas aberta. Aparenta ser um veículo antigo.	Não existem elementos suficientes para precisar qual tipo de espaço ou onde ele está localizado.	Registro pessoal/comercial de um automóvel.	Revela um sentido de nostalgia, valorização de objetos antigos. Pode remeter a uma tendência à valorização e preservação de um legado.

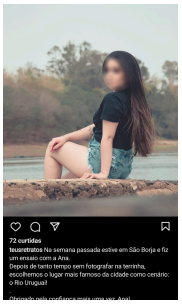
[38] Para uma melhor visualização das capturas de telas feitas das publicações, disponibilizamos suas reproduções em maior escala nos Anexos. As imagens da categoria Cenas do cotidiano podem ser conferidas a partir do Anexo LXIX até o Anexo LXXIV.

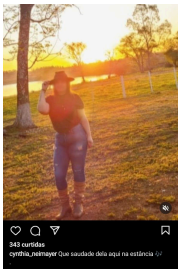
	10/03/2023	Um homem jovem vestindo camiseta vermelha, corrente no pescoço e usando boné branco. Ao fundo, galhos de plantas verdes desfocadas à direita da imagem.	Espaço externo, com presença de plantas e luz do sol. Porém, não existem elementos suficientes para caracterizar um espaço ou local específico.	Compartilhamento de uma fotografia feita por um profissional de fotografia em um ensaio pessoal.	Presença de jovens na cidade. A presença de serviços da indústria criativa na cidade, uma vez que o ensaio foi realizado por um profissional da área da fotografia, uma das áreas que compõem a Indústria Criativa.
	17/09/2022	Dois homens de pele e olhos claros. O da esquerda parece mais jovem e veste camisa e bombacha com botas. O da direita veste camisa, colete, bombacha, botas e usa chapéu (aparece só parte da aba do acessório na imagem). Este também carrega uma sanfona/gaita. Ao fundo, várias pessoas aparecem desfocadas, parecem estar em um evento ou festa gauchesca.	Aparenta ser um ambiente interno com um grande salão de festa. Porém, não há detalhes ou características específicas que deixem explícito que local é exatamente.	Registro de dois homens em uma festa ou baile gauchesco, visto que um deles parece ser um músico, que por estar pilchado, dá a impressão de ser instrumentista de música gaúcha. Ao fundo, outras pessoas parecem, também, estar usando peças ou pilchas completas de gaúchos.	O movimento tradicionalista e cultura gaúcha nos eventos que ocorrem na cidade e que reforçam a imagem da cidade como a Capital Gaúcha do Fandango. Narra sobre a identidade cultural construída pelas vestimentas e instrumentos musicais que representam o movimento tradicionalista gaúcho.

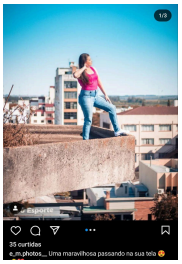
	29/09/2021	Parte de um rosto feminino, com pele clara, olhos esverdeados, cabelos claros e boca colorida em tom de rosa pink.	A foto está muito próxima e focada na pessoa, não é possível identificar um local nela.	Um auto retrato postado para relembrar uma pessoa da família que está em São Borja.	Demonstra uma cidade composta por pessoas e a presença feminina existente nela.
	15/05/2022	O perfil de uma menina pequena usando um turbante vermelho. Ela tem pele branca, cabelos escuros pelo ombro e usa uma blusa/roupa, também, escura.	A imagem não apresenta elementos suficientes para caracterizar um local específico.	Registro fotográfico para divulgar a venda de acessórios femininos infantis confeccionados artesanalmente.	A moda criada e/ou produzida, vendida e usada por indivíduos da cidade.
	19/08/2022	Uma mulher de costas com as mãos sobre a cabeça, segurando os cabelos. Ela veste camiseta, uma saia e usa uma bolsa com tira disposta na transversal, sobre o ombro esquerdo. Ao fundo, o pôr-do-sol e uma calçada de pedras às margens de um rio.	Cais do Porto, em São Borja. Chamada, popularmente, de ‘ponta da faixa’, o espaço fica às margens do Rio Uruguai e dele é possível enxergar a Santo Tomé, cidade da Argentina, que fica localizada do outro lado do rio.	Registro de um momento de reflexão e contemplação da natureza.	A presença das belezas naturais que só existem na cidade, como o pôr-do-sol único sobre as águas do Rio Uruguai.

	17/01/2023	Um casal de dois jovens, um homem e uma mulher. Ambos sorriem. Ele veste uma camiseta cinza e marinho, já ela usa uma roupa azul clara com flores. A mulher está maquiada e com cabelos arrumados. Já o homem tem cavanhaque e cabelos curtos. O fundo da imagem é claro e neutro.	A imagem apresenta um fundo claro e neutro e não apresenta elementos suficientes para caracterizar um local específico. Parece ser um espaço interno, como uma casa.	Registro de um jovem casal sorridente.	A imagem sugere o registro de um momento de alegria associado à cidade pelo uso da *hashtag.*
	01/07/2022	Uma mulher jovem com cabelos curtos, usando óculos de grau, blusa branca, saia preta e calçados pretos. Ela caminha em um espaço com passeio com calçamento, áreas com gramados e postes de luz com globos iluminados.	É um espaço ao ar livre, aparenta ser um local aberto ao público, como uma praça ou parque. (Para quem conhece o Campus da Unipampa, esse espaço fica ao fundo do prédio do Campus I).	Registro de uma jovem feliz em um final de tarde na ‘terra dos presidentes’ feito para ser compartilhado na rede social.	A disposição de espaços externos com beleza naturais e onde as pessoas podem registrar seus momentos felizes, demonstrando sentir-se bem em estar na cidade.

	30/01/2022	A beira de um rio. Ao fundo, uma ponte que atravessa a imagem horizontalmente, um céu em degradê de tons de azul e algumas nuvens.	Na beira do Rio Uruguai, próximo ao espaço conhecido popularmente como ‘Prainha’. Mostra ao longe a Ponte Internacional que liga São Borja, no Brasil, com Santo Tomé, na Argentina.	Registro da Ponte Internacional que liga São Borja a Santo Tomé.	Reforça a ideia de uma cidade fronteiriça, um espaço de oportunidade de conexão de culturas e costumes com outra nação. A proximidade de povos e, enquanto turismo, inclui nos roteiros de seus visitantes conhecer outro país com fácil acesso.
	09/03/2023	Uma imagem dividida em 3 partes e composta por 3 fotos distintas. Na parte superior, uma mulher usando máscara de proteção aparece com o braço sendo segurado por outra pessoa que usa luvas brancas descartáveis, sobre uma superfície preta. Ao fundo, um notebook e um fundo de parede verde. Nas imagens de baixo, mostram duas versões de uma tatuagem feita na parte interior do antebraço de uma mulher.	Na foto superior, um ambiente interno, parece ser um estúdio de tatuagem. Já nas inferiores, a da esquerda parece ter sido feita em ambiente externo, pois parece ter grama ao fundo. Já a da direita, não é possível precisar onde foi feita, pois a foto está com um enquadramento que não permite ver o contexto ao redor. Nenhuma das fotografias mostram elementos suficientes para situar a localização onde foram tiradas.	Registro de uma tatuagem sendo realizada e o trabalho finalizado.	Registro de uma situação especial para quem a produziu, sugerindo ainda que a cidade oferece uma diversidade de serviços, incluindo serviços especializados, como estúdios de tatuagem.

	26/06/2021	Um papel vermelho, em formato retangular, com texto escrito em preto sendo segurado por uma mão humana, que aparece parcialmente do lado esquerdo da imagem.	Não há informações na imagem que possam ser usadas para determinar onde a foto foi captada.	Registro de um certificado de curso utilizado na rede social para demonstrar a conquista e a realização de uma capacitação na área gastronômica.	A valorização do aperfeiçoamento profissional. Remete às oportunidades que a cidade dispõe em termos de educação técnica e superior, inclusive, gratuita.
	18/02/2022	Em primeiro plano, uma jovem mulher de cabelos escuros e pele clara, usando camiseta preta e shorts jeans, sentada em uma mureta de pedra. Ao fundo, um rio e árvores desfocadas.	Uma área externa, próxima à natureza, junto ao Rio Uruguai, no Cais do Porto, em São Borja.	Divulga um ensaio pessoal realizado por um fotógrafo profissional captado em um espaço público e turístico da cidade de São Borja.	Que a cidade conta com locais de beleza natural e única que podem ser explorados para compor cenários de imagens profissionais e de alta qualidade.

	25/08/2022	Uma mulher vestindo blusa escura, calça jeans, chapéu e calçando botas marrons posa para foto em um campo de tonalidade verde amarelada. Há algumas árvores atrás da mulher e, também, no lado esquerdo da imagem, um rio. Os raios de sol que compõem a imagem apresentam tom amarelo-alaranjado.	Uma área externa, próxima à natureza. Parece ser uma área verde, como de uma fazenda ou granja, porém, os elementos apresentados não são suficientes para situar a localidade onde a imagem foi captada. Pelas nuances do sol, a foto parece ter sido tirada no fim da tarde, no período em que ocorria o pôr-do-sol.	Simula registrar um momento do cotidiano. Pela posição da mulher, a imagem parece ter sido captada propositalmente para ser postada na rede social.	A vida no campo, a estética campeira. A presença da mulher na atmosfera agrícola e pecuarista. A valorização do imaginário da cidade como uma cidade que vive da produção rural.
	20/09/2021	Um jovem homem sentado, vestindo camiseta branca, bermuda e boné pretos. Ele está com uma caixa de som pendurada no pescoço e tem uma lata de bebida na mão esquerda. Parece estar em casa ou prédio em que se sente muito confortável, em ambiente externo com área gramada.	Ambiente externo, parece ser o pátio de uma casa ou clube. Porém, as características como as colunas e grades brancas do prédio, assim como o muro branco ao fundo da imagem, são muito genéricos e não permitem precisar onde está localizado.	Registra um momento do cotidiano de um jovem. Aparenta compartilhar um momento de lazer na rede social.	A presença dos jovens e da vida social deles na cidade, com momentos de diversão diurnas e ao ar livre.

	15/01/2022	Em primeiro plano está um carro, à esquerda da foto, em que uma mulher de vestido está apoiada, no lado externo do veículo. Ao fundo, estão outros carros, uma ponte, um rio e um horizonte com pôr-do-sol.	No Cais do Porto, na beira do Rio Uruguai, próximo à área em que se inicia a Ponte da Integração, que liga São Borja a Santo Tomé, na Argentina.	Registro de uma cena do cotidiano, um momento de lazer ou de turismo contextualizado pela presença da ponte e o seu característico pôr-do-sol no Rio Uruguai que entrega que foi capturado em São Borja.	Reforça a vocação turística da cidade e da estética única que possui seus recursos naturais do seu Cais do Porto com o Rio Uruguai e o seu famoso pôr-do-sol. A ponte da Integração, ao fundo, referência à São Borja da fronteira.
	26/12/2022	Uma mulher de cabelos longos e escuros e com pele clara, vestindo regata rosa pink e calça jeans, posa para a foto que parece ter sido tirada em uma sacada ou terraço de um prédio. Ao fundo podem ser vistos diversos prédios de uma cidade e o céu azul, assim como a luminosidade do sol.	Espaço externo, com presença de luz natural, pelas características dos prédios que mostra ao fundo deixa claro que o cenário se trata de uma cidade, de um ambiente urbano. Porém, os detalhes não são suficientes para precisar de qual cidade ele é parte.	Divulga um ensaio pessoal realizado por um fotógrafo profissional. Apesar de a mulher posar para foto, a imagem dá a impressão de registrar um momento do cotidiano dela.	Que a cidade conta com um ambiente urbano que pode servir como cenário para imagens profissionais e de alta qualidade, oferecendo um rico visual citadino.

Fonte: elaborado pela autora.

No Quadro 7, destacamos as cenas do cotidiano que foram demarcadas pelos usuários do Instagram a partir da *hashtag* #terradospresidentes, as quais evidenciam temas diversos como pessoas, aspectos naturais da cidade, serviços profissionais, elementos culturais, isto é, uma miscelânea de fragmentos que funcionam como recortes do dia-a-dia na cidade. Dentre os sentidos que percebemos, destacamos:

- **Beleza natural:** as imagens destacam a beleza natural da cidade, como, por exemplo, o pôr-do-sol sobre o Rio Uruguai no Cais do Porto.

- **Cultura gaúcha:** as festas gauchescas, com trajes típicos, são evidências da valorização de aspectos culturais regionais na cidade que é a Capital Gaúcha do Fandango.

- **Identidade feminina:** retratos de mulheres enfatizam a presença das mulheres de São Borja.

- **Serviços profissionais:** imagens relacionadas à tatuagens e certificados de cursos ressaltam a disponibilidade de serviços profissionais especializados na cidade.

- **Cotidiano feliz:** fotos de casais felizes, jovens em espaços públicos e momentos de lazer levam à sugestão de um dia a dia alegre e próspero vivido na cidade.

- **Cidade fronteiriça:** a Ponte Internacional simboliza a posição de São Borja como uma cidade fronteiriça, conectando culturas com a nação vizinha, a Argentina.

No geral, a leitura acerca dos sentidos sobre São Borja trazidos nas postagens da categoria cenas do cotidiano (retratos pessoais e profissionais) consiste em destacar a cultura, a história e a beleza natural da cidade, ao mesmo tempo que expressa questões relacionadas à identidade e à felicidade de seus habitantes.

5.5 Análise da categoria Publicidade

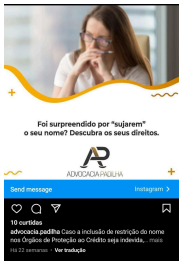
As postagens elencadas na categoria Publicidade abordam uma variedade de tópicos, desde reconhecimentos e distinções, até serviços especializados e a propaganda de empreendimentos apoiadas no orgulho local. No Quadro 8,

propomos descrições analíticas dessas publicações[39], explorando os elementos narrativos que as compõem.

Quadro 8 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Publicidade.

Narrador	Tempo	Personagens	Espaço	Enredo	O que a imagem "narra" sobre São Borja?
	29/05/2023	A imagem é composta pela reunião de centenas de fotos de rosto humanos. Devido ao tamanho das fotos e ao efeito aplicado sobre elas, não é possível precisar o gênero ou características específicas de cada pessoa. Sobreposto ao mosaico de fotos de rostos estão textos em tons de dourado e branco. Há, também, o desenho de duas estrelas douradas aplicadas no lado esquerdo da imagem.	A imagem não oferece elementos suficientes para determinar um cenário ou localização.	Divulga uma premiação, mais especificamente, o ganhador de uma das categorias da distinção.	A importância dada para as distinções e o reconhecimento dado à elas por parte da comunidade.

[39] Para uma melhor visualização das capturas de telas feitas das publicações, disponibilizamos suas reproduções em maior escala nos Anexos. As imagens da categoria Publicidade podem ser conferidas a partir do Anexo LXXV até o Anexo XCVII

	03/01/2023	Uma mulher usando óculos, sentada, com o rosto apoiado sobre as mãos. Ela veste uma roupa branca, tem pele clara e cabelos castanhos claros. A sua expressão aparenta preocupação. Além da foto da mulher, a imagem conta com área composta por elementos gráficos e textos nas cores branco, cinza chumbo e amarelo.	A foto da mulher parece ter sido capturada em um ambiente interno, como uma casa residencial ou espaço comercial. O corte aproximado da imagem e o fundo desfocado dificultam precisar onde a foto foi captada.	Mostra uma mulher preocupada e que estaria precisando de ajuda para resolver problemas financeiros ou jurídicos.	Que os moradores da cidade têm à disposição uma oferta de serviços especializados na área jurídica.

	23/11/2022	A imagem é composta por uma foto de um homem, uma mulher e duas meninas que, juntos, aparentam ser uma família. Todos possuem a pele clara. A mulher, o homem e uma das crianças têm os cabelos castanhos, enquanto uma das meninas têm os cabelos loiros. Ao fundo da foto, desfocado, aparecem duas pessoas. Além da foto com a família, a imagem conta com área composta por elementos gráficos e textos nas cores branco, azul e amarelo/dourado.	A foto parece ter sido capturada em um ambiente interno, como uma casa residencial. Porém, é difícil precisar onde a foto foi captada.	Mostra uma família rindo e feliz. Divulga informações jurídicas sobre partilha de bens.	Que os moradores da cidade têm à disposição uma oferta de serviços especializados na área jurídica.

	28/12/2021	Em primeiro plano está um automóvel branco. Ao fundo, é possível ver um pórtico de boas-vindas para a cidade de São Borja. Em cada lado das laterais dessa estrutura há um painel fotográfico com imagens em preto e branco dos ex-presidentes João Goulart (E) e Getúlio Vargas (D). É de dia, tem sol e o céu está claro, em tom azul claro. Também existem muitas árvores e plantas no entorno.	Em ambiente externo. Em um dos acessos que dá entrada à cidade de São Borja.	Registra que uma empresa prestadora de serviço de outra localidade esteve em São Borja para realizar um atendimento.	Que aqueles que chegam à cidade, seja a passeio ou a trabalho, podem aproveitar a oportunidade de registrar essa passagem por São Borja se valendo de espaços identificados e pensados para gerar memórias e registros para seus visitantes.

	25/05/2023	A imagem é composta pela reunião de centenas de fotos de rosto humanos. Devido ao tamanho das fotos e ao efeito aplicado sobre elas, não é possível precisar o gênero ou características específicas de cada pessoa. Sobreposto ao mosaico de fotos de rostos estão textos em tons de dourado e branco. Há, também, o desenho de uma forma que lembra uma cruz missioneira, no topo esquerdo da imagem, além de uma moldura e uma estrela. Todos os elementos apresentam tonalidade dourada, enquanto a montagem com as fotos de rosto tem coloração amarela-aver melhada.	A imagem não oferece elementos suficientes para determinar um cenário ou localização.	Divulga uma premiação, mais especificamente, sinaliza a data e horário, além do local na cidade de São Borja onde a cerimônia de distinção seria realizada.	A importância das distinções e dos eventos sociais para a comunidade são-borjense.

	04/10/2022	Um homem, apoiando o queixo com a mão. Ele veste um costume e gravatas pretos, acompanhados por camisa branca. Ele tem a pele branca e cabelos castanhos. A sua expressão aparenta preocupação, uma atitude pensativa. Além da foto do homem, a imagem conta com área composta por elementos gráficos e textos nas cores branco, cinza chumbo e amarelo.	A foto do homem parece ter sido capturada em um ambiente interno, como um escritório ou espaço comercial. O corte aproximado da imagem e o fundo desfocado dificultam precisar onde a foto foi captada.	Mostra na foto um homem pensativo, levemente preocupado. Divulga informações jurídicas sobre questões legais voltadas para empresas.	Que os empreendedores da cidade têm à disposição uma oferta de serviços especializados na área jurídica.
	10/04/2023	Uma área aberta, com muitas árvores e um lago. As árvores apresentam tonalidades verdes e amarelas. É dia, o céu está limpo e tem tonalidade azul. Além da foto com natureza, a imagem tem parte composta por elementos gráficos e textos nas cores branco, azul marinho e vermelho.	A foto foi capturada na Praça da Lagoa, localizada no centro de São Borja.	Divulga um comércio alimentício local que tem como slogan ‘Valorizando que é daqui” e, por isso, se valeu da imagem de um espaço público muito conhecido pelos citadinos, além de ser um dos pontos turísticos da cidade.	A vertente bairrista e que se orgulha de São Borja. O quanto a sua gente valoriza sua origem, a cidade, seus espaços.

	11/04/2023	Dois pães dispostos em uma bandeja metálica própria para panificação, geralmente usada em mercados e padarias. Além da foto dos alimentos, a imagem é composta por elementos gráficos e textos nas cores branco, azul marinho e vermelho.	Provavelmente, a imagem foi capturada em um ambiente interno, em um supermercado ou padaria. O corte aproximado dificulta precisar onde a foto foi captada, menos ainda, deixa claro em qual localidade.	Divulga um comércio alimentício local que tem como slogan ‘Valorizando que é daqui”.	A vertente bairrista e que se orgulha de São Borja. O quanto os moradores valorizam o que é a cidade, a cultura gastronômica e tudo que é feito, produzido no município.

	25/05/2023	A imagem é composta pela reunião de centenas de fotos de rosto humanos. Devido ao tamanho das fotos e ao efeito de coloração amarela-aver melhada aplicado sobre elas, não é possível precisar o gênero ou características específicas de cada pessoa. Sobreposto ao mosaico de rostos estão textos em tons de amarelo/doura do e branco. Há, também, o desenho de um ícone composto pelo desenho de uma cruz missioneira envolta por galhos com folhas de louro. Na base e no topo da imagem há holofotes ilustrados.	A imagem não oferece elementos suficientes para determinar um cenário ou localização.	Divulga uma premiação realizada na “Terra dos presidentes” ou seja, na cidade de São Borja.	A importância das distinções e dos eventos sociais para a comunidade são-borjense. Além disso, um reforço do posicionament o da cidade como “Terra dos presidentes”, sinalizando que é uma terra de pessoas ilustres.

	31/05/2023	Em primeiro plano estão fotos de duas camisetas esportivas do time Sociedade Esportiva São Borja brancas, com estampas nas cores azul e vermelho. Ao fundo aparecem diversas camisetas dispostas em cabides acomodados em araras de exposição.	Um ambiente interno. Aparenta ser um comércio, com uma loja de roupas ou artigos esportivos.	Divulga a venda de camisetas esportivas de times de futebol.	A paixão nacional, o futebol, também faz parte do imaginário e da cultura de São Borja. O time que leva o nome da cidade e que já fez história, volta aos campos sem nunca ter saído dos corações são-borjenses.
	12/02/2022	A imagem mostra parte de um prédio. Não é uma foto, mas uma ilustração realista de uma construção. Há representações de três pessoas caminhando pelo passeio em frente ao prédio e um carro branco à esquerda da imagem. A construção é ilustrada por tonalidades neutras de bege e cinza, com detalhes em marrom que se assemelham a tijolos.	Um ambiente externo, com elementos naturais no entorno. Não apresenta características que possam situar o desenho como representando uma cidade ou localidade específica.	Divulga um empreendimento imobiliário que, aparentemente, está em fase de construção.	A crescente demanda por novos espaços de moradia na cidade. O potencial que São Borja oferece para investimentos imobiliários e a disponibilidade de imóveis novos, com design e arquitetura modernos.

	15/08/2022	A imagem tem fundo azul e é composta por elementos gráficos e textos nas cores amarelo, verde, branco e preto. Traz como elemento visual, na base, no lado direito, uma sequência de cifrões.	A imagem não oferece elementos suficientes para determinar um cenário ou localização.	Divulga a oferta de serviço de crédito.	Mostra que a população tem acesso a serviços de crédito de modo facilitado. Deixa evidente que, apesar de ser uma cidade pequena e estar distante dos grandes centros, sua população está amparada na área de serviços.
	23/01/2022	Uma mulher parada em frente a um outdoor. Apenas parte dele aparece na imagem. A moça veste blusa rosa, calça bege e usa boné. O ambiente do entorno apresenta alguns elementos naturais e o chão é de terra.	Um espaço externo, aparentement e em um terreno vazio. O corte aproximado dificulta precisar onde a foto foi captada, em qual localidade.	Promociona um empreendime nto imobiliário planejado que está sendo construído.	A crescente demanda por novos espaços de moradia na cidade. Demonstra um possível aumento de novos moradores na cidade ou da busca dos citadinos por prédios que combinam mais com seu estilo de vida e/ou inspire mais segurança.

Fonte: elaborado pela autora.

Após a análise detalhada do Quadro 8, constatamos que as postagens elencadas sob a categoria publicidade exercem uma influência considerável na forma como a cidade de São Borja é narrada no *Instagram*. O conteúdo promocional criado por empresas locais, além de divulgar produtos e serviços, também desempenha um papel na moldagem da percepção de São Borja na mídia social. Dos sentidos apresentados a partir da análise das postagens, destacamos:

- **Valorização aos reconhecimentos e distinções:** premiações e reconhecimentos que visam à distinção empresarial e de figuras públicas parecem ser muito valorizados e considerados pela comunidade são-borjense.

- **Serviços especializados:** a cidade oferece serviços especializados em diversas áreas e segmentos de negócio, atendendo às necessidades dos moradores e empreendedores locais.

- **Hospitalidade e receptividade**: São Borja mostra-se como um local receptivo para visitantes e trabalhadores de outras localidades, oferecendo oportunidades para registrar suas passagens pela cidade.

- **Orgulho e identidade local:** há demonstração de orgulho da cidade e de valorização da imagem dos espaços públicos do município por parte da sua comunidade e dos negócios locais.

A partir desses sentidos, podemos dizer que a narrativa criativa apresentada sobre São Borja no *Instagram* é composta por uma perspectiva de que a cidade é receptiva com seus visitantes e com os trabalhadores de outras localidades, que promove espaços e oportunidades para que estes possam usufruir de seus recursos e possam registrá-los em suas passagens pelo município. Ademais, também evidencia uma comunidade orgulhosa e comprometida com a valorização de sua identidade local.

5.6 Análise da categoria Institucional (política)

As postagens da categoria Institucional (política) evidenciam o compromisso das instituições locais com a comunidade de São Borja, ressaltando ações governamentais, eventos cívicos e iniciativas de relevância social. Além disso, essas postagens enfatizam a conexão intrínseca entre o poder público e a população, bem como a promoção de serviços públicos, refletindo a importância dada à participação

ativa na vida política e social da cidade. No Quadro 9, detalhamos as publicações[40] e os elementos narrativos principais que as compõem.

Quadro 9 - Quadro descritivo-analítico dos elementos narrativos das postagens da categoria Institucional (política).

Narrador	Tempo	Personagens	Espaço	Enredo	O que a imagem "narra" sobre São Borja?
 96 curtidas voltairs.santos A agenda de hoje nos leva para a amada São Borja, terra dos presidentes! Ao lado do presidente da Famurs e prefeito de São Borja, Eduardo Bonotto participo da inauguração dos Estátuas em homenagem aos ex-presidentes da República, Getúlio Vargas e João Goulart. Parabéns Bonotto por valorizar a linda e valente história destes líderes brasileiros! Parabéns ao artista Rossini Rodrigues pelo belo trabalho executado na homenagem aos ex-presidentes brasileiros. #saoborja #getuliovargas #jango #cultura #temadospresidentes renato_930 Foi o melhor Presidente que esse país teve	31/08/2021	Três homens posam ao lado da estátua do Presidente João Goulart pilchado, em frente ao museu João Goulart. Da esquerda para direita: um homem careca, veste blazer cinza, camisa clara, calça jeans escura e sapatos pretos. O homem ao centro veste farda cinza da Brigada Militar e o homem à direita da foto veste um costume marinho, camisa azul clara e gravata.	Estátua do presidente João Goulart fixada na calçada em frente ao Museu João Goulart, localizado na Rua Presidente Vargas, em São Borja.	Registra a inauguração da instalação da estátua do Presidente João Goulart em frente ao Museu que leva seu nome. Na imagem estão presentes figuras políticas e conhecidas da comunidade.	Destaca o viés político da cidade. Demonstra a valorização da história dos seus conterrâneos famosos, como é o caso do ex-presidente João Goulart.

[40] Para uma melhor visualização das capturas de telas feitas das publicações, disponibilizamos suas reproduções em maior escala nos Anexos. As imagens da categoria Institucional podem ser conferidas a partir do Anexo XCVIII até o Anexo CII.

	02/03/2023	Digitalização de um documento, em preto e branco, que traz um brasão da cidade de São Borja no topo. No título traz a palavra requerimento e a numeração 10-714. O conteúdo apresenta requerimento de aplausos e congratulaçõe s solicitado por um vereador da cidade para um jovem senhor, pelo seu trabalho desenvolvido para um partido político. Na base, o documento apresenta data de 07 de julho de 2010.	Parece se tratar de uma digitalização de um documento, não tendo sido uma foto capturada em um cenário. Por ser um documento oficial da câmara de vereadores de São Borja, pode-se entender que o ‘cenário’ dessa imagem é a casa legisladora da cidade.	Recorda um reconhecimen to recebido pelo jovem senhor por sua atuação no cenário político. É um #tbt, recurso muito utilizado no *Instagram* ao publicar uma recordação.	Destaca o viés político da cidade. Reforça a importância que o tema possui para a cidade e o valor que é dado ao engajamento em movimentos políticos.

	31/08/2021	Sete homens (esquerda) e uma mulher (direita) posam ao lado de uma estátua do presidente João Goulart. Tanto os homens, quanto a mulher, estão usando máscaras de proteção. Os homens, em sua maioria, vestem camisa, blazer ou costume. A mulher veste um terno preto. A imagem está emoldurada por uma arte gráfica e traz textos nas cores amarelo e verde.	Em frente ao Museu João Goulart, na calçada da Avenida Presidente Vargas, na cidade de São Borja.	Registro da presença de autoridades durante a inauguração da estátua de João Goulart, ex-presidente do Brasil.	Contribui para a imagem de Terra dos Presidentes, uma vez que reforça a importância do contexto político e histórico de seus conterrâneos, pois suas imagens servem para contribuir com o imaginário e aura criada sobre a cidade.
	31/08/2021	Cinco homens estão atrás de uma mesa, sendo que um deles está em pé e porta um microfone, em um evento. Há uma platéia os assistindo, composta tanto por homens, quanto por mulheres. A imagem está emoldurada por uma arte gráfica e traz textos nas cores amarelo e verde.	Um espaço interno e identificado com logotipia e backdrop. Provavelmente o espaço foi montado para um evento que, pela descrição, ocorreu na cidade de São Borja.	Registro de uma assembleia da Associação dos Municípios da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul, realizada em São Borja.	O potencial da cidade para sediar eventos de grande relevância política e pública.

	09/11/2022	Dois homens sentados, frente a frente. Ambos estão com as mãos apoiadas sobre a mesa amadeirada que os divide. Um homem veste camisa azul e o outro uma camiseta branca sob a qual, na gola, repousa um óculos escuro.	Um ambiente interno, um escritório/gabinete na Prefeitura de São Borja.	Registro da recepção de um artista na Prefeitura da cidade de São Borja.	Evidencia o valor dado pela iniciativa pública às iniciativas artísticas e o espaço aberto ao diálogo entre o poder executivo e sua comunidade.

Fonte: elaborado pela autora.

A partir daquilo que evidenciamos do Quadro 9, podemos afirmar que as postagens categorizadas como Institucional desempenham um papel significativo na construção dos sentidos que circulam sobre a cidade de São Borja no *Instagram*. Afinal, essas publicações que destacam eventos políticos reconhecem os cidadãos da cidade, ao mesmo tempo que valorizam a história local, também, contribuem para moldar a imagem virtual percebida do município. Dos sentidos extraídos a partir dessa avaliação, destacamos:

- **Valorização de figuras políticas e históricas:** a ênfase da presença e importância de figuras políticas e históricas, como o Presidente João Goulart, destacando sua relevância na cidade.

- **Viés político:** a conotação mostra-se presente, seja por meio de eventos políticos, registros de documentos oficiais ou reconhecimento de realizações políticas. Isso indica a importância da política na vida da comunidade.

- **Reconhecimento e distinção:** a valorização de reconhecimentos, prêmios e congratulações é um tema recorrente, demonstrando o valor atribuído a essas distinções pela comunidade de São Borja.

- **Valorização da história e cultura:** muitas postagens ressaltam a valorização da história da cidade, incluindo monumentos e museus, demonstrando o compromisso da comunidade em preservar sua herança cultural.

- **Espaços públicos**: a presença de eventos em espaços públicos, como inaugurações e assembleias, é mencionada em várias descrições, destacando a importância desses locais para a cidade.

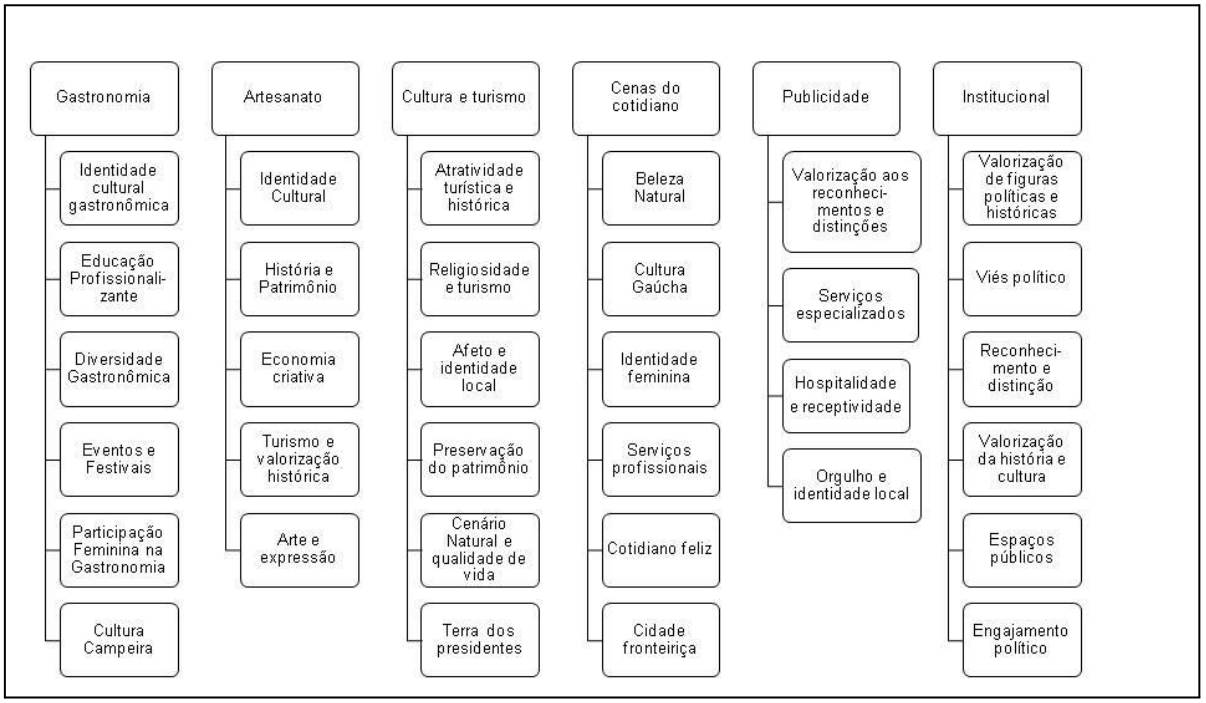
- **Engajamento político:** a participação ativa da comunidade em movimentos políticos e eventos relacionados à política é enfatizada, ressaltando o valor dado ao engajamento cívico.

Entendemos que todos esses elementos contribuem para a construção de uma narrativa criativa sobre São Borja no *Instagram,* pois situam a cidade como um município político, com uma população orgulhosa de sua história, que, dedicada ao reconhecimento de suas figuras proeminentes, mostra-se aberta ao diálogo político e cultural.

5.7 Resultados

A partir da análise que realizamos centrada nas categorias expressas nos quadro descritivos-analíticos, apresentados no capítulo 4 (Gastronomia, Artesanato, Cultura e Turismo, Cenas do Cotidiano e Institucional), chegamos a alguns sentidos percebidos que podem ser relacionados à narrativa criativa apresentada no *Instagram* sobre a cidade de São Borja. A fim de apresentarmos uma leitura panorâmica, os organizamos e os dispomos no Quadro 10.

Quadro 10 - Os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja no *Instagram*



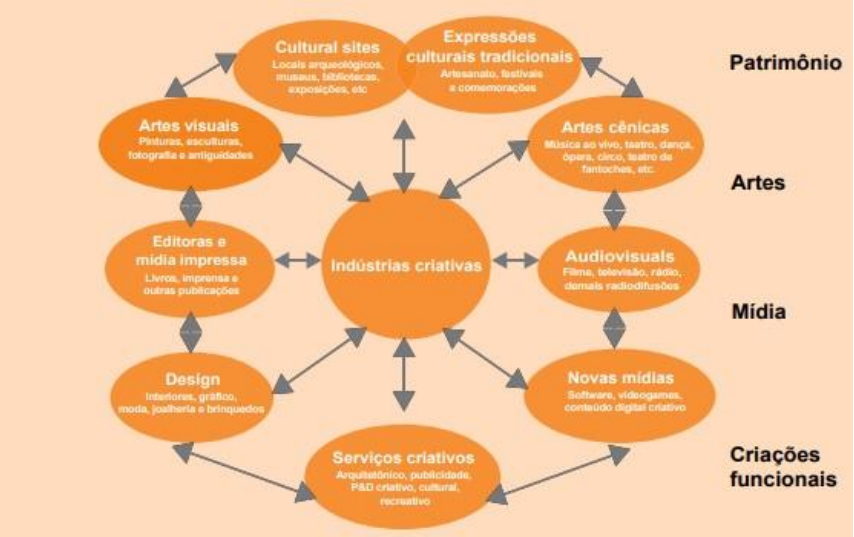
Fonte: elaborado pela autora.

Os sentidos em circulação que percebemos ao analisar as publicações do *Instagram* filtradas pela *hashtag* #terradospresidentes, revelam uma narrativa criativa multifacetada sobre São Borja que abrange diversos aspectos da vida e cultura da cidade. No nosso entendimento, ela pode ser considerada criativa, pois podemos entendê-la como uma forma de expressão artística que objetiva contar histórias de maneira inovadora e envolvente de modo não-linear, ou seja, não seguindo uma ordem cronológica, quebrando a linearidade temporal, baseada na interatividade, assim como Moraes, [s.d.] revela serem as narrativas criativas.

Também, percebemos que a narrativa que encontramos é constituída de simbolismos e elementos visuais que podem servir como objeto de reflexão sobre aspectos sociais e culturais sobre a cidade.

Ademais, podemos ainda conectar os sentidos em circulação aos setores que compõem as Indústrias Criativas, conforme definido pela UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento). A classificação proposta pela entidade é composta por quatro grandes grupos que são: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Esses agrupamentos são, por sua vez, divididos em nove subgrupos, expressos na Figura 18.

Figura 18 – Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas



Fonte: Unctad (2010)

Apesar da gastronomia não ser apontada como componente dos setores das Indústrias Criativas, os sentidos relacionados à identidade cultural gastronômica e a diversidade gastronômica, por exemplo, podem facilmente conectar-se ao setor de patrimônio, uma vez que representam a culinária local, destacando São Borja como um polo de sabores e tradições únicas. Isso alinha-se com a valorização da inovação na alimentação e no patrimônio culinário.

O artesanato e a expressão artística evidenciam a Identidade Cultural e a história da cidade, promovendo a economia criativa local e contribuindo para o turismo cultural. Nesse contexto, São Borja situa-se no setor de Artesanato e Arte das Indústrias Criativas, que valoriza a produção artesanal e as manifestações culturais.

Através do turismo e da preservação do patrimônio, São Borja explora sua atratividade turística e histórica, destacando a Terra dos Presidentes como um destino único. A religiosidade também desempenha um papel importante na narrativa, conectando-se ao setor de Turismo Cultural das Indústrias Criativas, que envolve experiências culturais e religiosas autênticas.

A valorização de reconhecimentos e distinções, assim como a ênfase em serviços especializados e hospitalidade, destaca o orgulho e a identidade local. Esses elementos estão ligados ao setor de Publicidade e Serviços Criativos das

Indústrias Criativas, que promove a criatividade na promoção e prestação de serviços.

Já a valorização de figuras políticas e históricas, bem como o viés político e o engajamento político, destacam a importância da história e cultura da cidade, conectando-se ao setor de Patrimônio e Cultura, que abrange a preservação e promoção do patrimônio histórico e cultural.

Portanto, as publicações sob a hashtag #terradospresidentes no *Instagram* não só constituem uma narrativa criativa sobre São Borja, como também refletem a presença e a contribuição das Indústrias Criativas na cidade, impulsionando o desenvolvimento econômico e cultural local. Essas variadas expressões relacionadas aos setores criativos podem fazer do município uma referência não apenas como a "Terra dos Presidentes", mas também como um centro de criatividade e inovação cultural. Afinal, as postagens tagueadas como #terradospresidentes são fragmentos que se interconectam pela *hashtag* e, por meio dela, podem ser lidos como uma narrativa sobre a cidade, promovendo uma leitura que destaca atributos diretamente ligados aos setores criativos.

Além disso, podemos dizer que a narrativa criada, a qual depreendemos a partir da análise das publicações, pode ser considerada criativa, pois as postagens resultantes da captação e abordagem criativas individuais dos usuários que seguem características e desejos pessoais, podem ser lidas e interpretadas em conjunto, em uma espécie de elaboração coletiva produzida a partir de um efeito de cocriação que se interliga por meio da *hashtag* #terradospresidentes. Ou seja, a produção de cada um dos conteúdos surgiu apoiada na bagagem criativa e estética de seus autores, expressas na escolha do tipo de imagens, do ângulo ou do recorte da imagem, bem como das temáticas que circundam os registros, no uso de recursos de alteração da imagem, seja através do uso de filtros ou de *softwares* de tratamento de imagem. E, dessas escolhas e produções individuais, quando conectadas pela *hashtag*, tem-se a possibilidade de constituição de uma narrativa coletiva sobre a cidade de São Borja, a qual é construída de forma orgânica, isto é, sem que tenha sido encomendada por algum ente específico ou para uma finalidade específica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao alcançarmos o desfecho desta dissertação pelas diferentes etapas da reflexão e análise sobre a narrativa criativa, que pode ser depreendida a partir dos sentidos em circulação sobre São Borja, construídos pelos perfis públicos no *Instagram* que trazem o uso da *hashtag* #terradospresidentes, entendemos que podem se consolidar alguns *insights* e contribuições proporcionados pelos diferentes capítulos. Sendo que, cada etapa deste estudo, pode ser tomada como uma tentativa de interligar os assuntos que aqui discutimos para formar um entendimento acerca da influência das redes sociais na construção da identidade urbana, especificamente, no contexto digital.

Iniciamos destacando o propósito do nosso estudo e a relevância da análise da narrativa digital. Ressaltamos como São Borja, como pano de fundo do objeto de investigação desta pesquisa, ofereceu uma lente única para compreendermos as dinâmicas contemporâneas de interação entre as pessoas nas redes sociais digitais.

Em nossa análise quantitativa preliminar foram encontradas diferenças no estilo de uso do *Instagram* para postagens no *feed* com a utilização da *hashtag* #terradospresidentes. A fase quantitativa, voltada para a categorização das postagens, nos ofereceu o mapa dos estilos de uso do *Instagram*, perante a utilização da *hashtag* que demarca uma designação oficial da cidade de São Borja-RS: "Terra dos Presidentes".

Pudemos ainda perceber, considerando nossas referências da base teórica, que a Indústria Criativa apresenta-se frequentemente dentro desse cenário da cidade; ainda que esse não fosse nosso objetivo inicial, a análise dos dados nos conduziu a perceber uma identificação entre os sentidos em circulação nas postagens dos perfis públicos tagueados com #terradospresidentes e os setores criativos vinculados à Indústria Criativa, conforme a UNCTAD (2010).

Embora os usuários ao criarem seus conteúdos para o *Instagram*, os vejam prioritariamente como uma forma de expressão dos seus interesses específicos, ao associarem seus conteúdos a outros muitos conteúdos publicados na rede por meio do uso da *hashtag* #terradospresidentes, acaba-se por construir, ainda que não deliberadamente, uma narrativa sobre a cidade de São Borja, possibilitando que a leitura de seus conteúdos seja feita de forma fragmentada ou de forma conjunta, configurando o que entendemos ser uma narrativa sobre a cidade. Uma narrativa

que, em nosso entendimento, se configura como criativa porque pode ser vista como coletiva e multifacetada. Sendo que cada parte que a elabora, o faz a partir de suas próprias representações mentais e imaginárias acerca do local. Ainda, o caráter de uma narrativa criativa pode ser visto pelo exemplo da criação de uma comunicação em rede que se constrói a partir das múltiplas vozes e visões sobre o mesmo referente, a cidade de São Borja. E é esse aspecto que, justamente, relaciona nosso estudo à linha de pesquisa com a qual estamos comprometidos no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC), que é o da "Comunicação como Indústria Criativa".

Isto é, cabe destacar que os posts, se pensados como formadores de uma narrativa sobre a cidade, podem ser lidos como um produto criativo oriundo de uma produção intelectual (resultante dos usuários do Instagram). Ou seja, podem ser considerados produtos da comunicação, uma produção criativa constituída por imagem/texto, que possui capacidade de ampliar o valor simbólico, cultural, social e/ou econômico da cidade de São Borja.

Ao fim da nossa pesquisa, percebemos que algumas postagens que analisamos trouxeram nelas representados os mesmos espaços físicos da cidade, ou seja, os mesmos 'marcos'. Ainda que, vistos por diferentes olhares e ângulos, os locais podiam ser identificados devido aos seus elementos e características visuais particulares. Por exemplo, as estátuas dos ex-presidentes Getúlio Vargas e João Goulart, instaladas em frente aos museus de seus respectivos homenageados, por serem obras de arte únicas e fixas, só podem ser conferidas em São Borja ou através de um registro fotográfico capturado no espaço físico dessa cidade.

Entendemos que nossa pesquisa demonstra que os elementos físicos do espaço citadino, como é o caso dos pontos considerados turísticos, contribuem para o senso de pertencimento e localização, como proposto por Lynch (1960), mas, também reconhecemos que eles exercem papel crucial na representação da imagem de São Borja no *Instagram*.

Quando delimitamos que o recorte de postagens para a análise de conteúdo seria composto exclusivamente por fotografias, fizemos essa escolha pois acreditamos que a natureza estática das fotos ofereceria características semelhantes para empreendermos nossa análise de forma mais eficiente. Para estruturar a interpretação dessas postagens, estabelecemos pontos fundamentados nos cinco elementos da narrativa propostos por Gancho (1991), conforme

apresentamos no Capítulo 5, sendo eles: narrador, tempo, personagens, espaço e enredo. Essa abordagem foi concebida com o intuito de atingir um dos objetivos específicos desta dissertação: identificar as possibilidades e/ou potencialidades que os sentidos em circulação na plataforma de mídia social *Instagram* oferecem para a construção de uma narrativa criativa sobre a cidade de São Borja/RS.

Notamos que os elementos das categorias espaciais da fotografia propostos por Mauad (2004), os quais apresentamos no Capítulo 2, entrelaçam-se com os componentes que constituem a narrativa propostos por Gancho (1991). Conectando os conceitos apresentados pelas autoras, no contexto narrativo, por exemplo, o 'enredo' pode ser conceituado como o ambiente que serve de cenário, podendo ser um espaço geográfico evidenciado ou não, na abordagem fotográfica, a categoria de espaço fotográfico é definida como o recorte espacial processado pela fotografia.

Paralelamente, se para Gancho os personagens são aqueles que desempenham papéis na narrativa, podendo ser pessoas, animais e até mesmo próprio espaço, na fotografia, para Mauad o espaço da figuração é definido pela autora como a categoria que abrange não apenas as pessoas retratadas, mas também a natureza do espaço, a hierarquia das figuras e outros atributos. A partir dessas interconexões, concluímos que a fotografia - vista como produto da criatividade - incorpora em sua composição intrínseca uma narrativa.

O presente estudo apresenta limitações pela escolha intencional das amostras quantitativa e qualitativa e o contexto cultural no qual se desenrolou, o que impede generalizações. Também, pelo foco da pesquisa ter se mantido no *Instagram,* deixamos de analisar postagens presentes em outras redes que estivessem tagueadas pela mesma *hashtag*. Sem dúvida, a leitura dos produtos de outras plataformas de mídias sociais nos conduziria a uma visão diferente sobre os sentidos em circulação sobre a cidade de São Borja. Ainda assim, sem esgotar as possibilidades de investigação, nossa pesquisa atingiu os objetivos propostos em seus resultados.

Cabe mencionarmos, que a narrativa criativa que encontramos sobre a cidade no *Instagram*, a partir do nosso recorte, segue uma ótica pautada por um segmento específico de público e, por isso, esse fragmento não pode ser considerado como a representação social da cidade, tampouco, que os sentidos por ela apresentados sejam os únicos presentes no imaginário da população em geral. Afinal, o conteúdo analisado é resultante de recorte de conteúdo limitado, temporal e direcionado.

Outro ponto importante a ser destacado é que, na maior parte das publicações que analisamos, compreendemos uma percepção positiva sobre São Borja, nos levando a constatação de inexistência de sentidos em circulação que se relacionem a críticas ou pontos de insatisfação dos usuários para com a cidade nos resultados de nossas análises. Uma possível justificativa para essa falta de criticidade, pode ser conectada ao conceito de sociedade do espetáculo de Guy Debord - que apresentamos em nossa revisão bibliográfica sob o olhar de Sibilia (2016) no Capítulo 2. O autor sugere que a sociedade influenciada pela publicidade é regida pelo conjunto de imagens esteticamente glamourizadas, em que as pessoas são induzidas à uma vontade de exibição pública e que retrata um estilo de vida mais próximo daquilo que julga ideal, "um tipo de subjetividade cada vez mais espetacularizada, o triunfo de um modo de vida baseado nas aparências" (Sibilia, 2016, p. 268).

A partir disso, compreendemos que, talvez, a maioria dos usuários pode ter se ocupado em fazer postagens idealizadas e estetizadas das suas realidades, mostrando apenas aquilo que julgou ser esteticamente belo e ideal para publicar no *Instagram.* Consequentemente, ao atrelar a #terradospresidentes às suas publicações, os usuários do *Instagram* acabaram forjando, mesmo que de forma involuntária, uma imagem positiva sobre aquilo que retratavam e, logo, sobre a cidade de São Borja.

A partir dessas percepções, constatamos que o papel do usuário é fundamental para a construção da narrativa criativa de uma cidade no *Instagram* e, principalmente, o tom que será atribuído a ela. Afinal, ao escolherem uma *hashtag* específica, acabam influenciando a construção da imagem de São Borja no *Instagram* a partir de uma leitura fragmentada, estetizada e idealizada sobre a cidade.

Em suma, resultante das reflexões e considerações que trouxemos nesta dissertação, esperamos que este estudo possa instigar outras produções sobre a cidade de São Borja no contexto das mídias sociais digitais ou em seu espaço físico e geográfico, a fim de contribuir para pensar o seu desenvolvimento social, econômico e cultural, assim como seu potencial enquanto objeto de estudo para a área da comunicação e da indústria criativa.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. Ariadne Domingues. Como posso te achar no Facebook? você me acha como... questões sobre metonímia, modernidade líquida e emoção na antroponímia. **Linguística, Montevideo**, v. 36, n. 1, p. 81-101, 2020. Disponível em: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?.Acesso em: 19 maio 2023.

ARAUJO, Willian Fernandes. **A construção da norma algorítmica:** análise dos textos sobre o Feed de Notícias do Facebook. E-compós, 21(1), 1-21. doi: 10.30962/ec.1402. Disponível em https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/1402/1007/6785#:~:text=O%20Feed%20de%20Not%C3%ADcias%20%C3%A9,na%20interface%20inicial%20do%20servi%C3%A7o. Acesso em 21 de outubro de 2023.

BARATA, Liliana Simões Riscado - **A nova abordagem do webmarketing aliada ao comportamento do consumidor.** - Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, 2011. Disponível em https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/730. Acesso em: 21 de outubro de 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011

BARTHES, Roland. **A Aventura da Semiótica**, São Paulo, 2001, Martins Fontes.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso:** ensaios críticos III. Rio de Janeiro: Nova Fronteira,1982.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia.** Tradução de Izidoro Blikstein, São Paulo: Cultrix, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

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

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.

BBC NEWS BRASIL. Época Negócios. **Brasil é 2º em ranking de países que passam mais tempo em redes sociais**. 2020. Disponível em: https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-rankingde-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.html.Acesso em: 23 maio 2023.

BENÉVOLO, Leonardo. **História da Cidade** . São Paulo: Perspectiva, 1999.

BOENI, Ramon. **O podcast como voz da diversidade**: uma análise da produção LGBTQIA+ na podosfera a partir do programa Poc de Cultura. 90 p.

CAMPANELLA, Bruno. **Os olhos do grande irmão**:uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

CLANDININ, D. J.; CONELLY, F. M. **Pesquisa narrativa**: experiências e história na pesquisa qualitativa. Tradução: Grupo de Pesquisa Narrativa e Educação de Professores ILEEL/UFU. Uberlândia: EDUFU, 2011.

CORREIA, G. B.; CORREIA, J. B. S. São Borja, a Capital do Fandango na visão da indústria criativa: potencialidades e a geração de desenvolvimento socioeconômico sustentável. In: **Anais [...]**3o EMiCult - Encontro Missioneiro de Estudos Interdisciplinares em Cultura, v.3, agosto. 2017. ISSN 2447-8865. Santo Ângelo/RS.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

DI SANTI, Romina Noelia Fernández. Eva Stories:elnuevo modelo de falso documental para redes sociales. *In:*CAMINOS, Alfredo; MÉDOLA, Ana Sílvia; SUING, Abel (orgs.). **A nova televisão**: do Youtube ao Netflix. Ria Editoral, 2019.

DURKHEIM, Émile. Representações Individuais e Representações Coletivas. In: **Sociologia e Filosofia**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

DUARTE, Talita Aparecida da Costa; SILVA, Valdir. **REDES SOCIAIS E CONSTRUÇÕES NARRATIVAS NO CONTEXTO VIRTUAL**. Revista de Estudos Acadêmicos de Letras, [S. l.], v. 8, n. 2, 2016. DOI: 10.30681/real.v8i2.917. Disponível em: https://periodicos.unemat.br/index.php/reacl/article/view/917. Acesso em: 9 set. 2023.

FEIL, Gabriel Sausen. **Comunicação e indústria criativa:** modos de usar. Animus, Santa Maria, v. 16, n. 32, 2017.

FRIDMAN, Luis Carlos. **Pós-modernidade:** sociedade da imagem e sociedade do conhecimento’ . História, Ciências, Saúde Manguinhos, VI(2), 353-75, jul.-out. 1999. Disponível em https://doi.org/10.1590/S0104-59701999000300007. Acesso em: 03 de setembro de 2023.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.São Paulo: Hucitec, 1985.

FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GANCHO, Cândida Vilares. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 1991.

GLADWELL, Malcolm. **O ponto da virada:** the tipping point. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

G1. **Primeira foto publicada no Instagram faz quatro anos.** Publicado em 16 de jul. de 2014. Disponível em: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/07/primeira-foto-publicada-no-instagram-faz-quatro-anos.html. Acesso em: 14 maio 2023.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Decreto n. 35.580**, de 11 de outubro de 1994. Declara São Borja "Cidade Histórica" e dá outras providências. Porto Alegre, 11 out. 1994. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=12649&hTexto=&Hid_IDNorma=12649. Acesso em: 01 jun. 2023.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Lei 15.093**, de 3 de janeiro de 2018. Declara o Município de São Borja Capital Gaúcha do Fandango. Porto Alegre, 11 out. 1994. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=64334&hTexto=&Hid_IDNorma=64334. Acesso em: 01 jun. 2023.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Lei n. 13.041**, de 25 de setembro de 2008. Declara a Cidade de São Borja, Terra dos Presidentes. Porto Alegre, 25 set. 2008. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/13.041.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023.

GROHMANN, Rafael. **Os rastros digitais na circulação de sentidos:** pela desnaturalização e contextualização de dados na pesquisa em comunicação. Galáxia (São Paulo), n. 42, p. 0150–0163, set. 2019.

JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. Compreendendo as indústrias criativas de mídia: contribuições da economia política da comunicação.**Revista Comunicação Midiática**, v.7, n.3, p.178-194. Salvador/BA, dez./2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão.*In:*JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**.Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JOHNSON, S. **Emergência**: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

JOLY, Martine (1994) — **Introdução à Análise da Imagem**, Lisboa, Ed. 70, 2007.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais:** conceitos e práticas em discussão. In: ABRAPCORP - Anais do XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. Belo Horizonte, 2017. Disponível em https://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/arquivos/15.pdf. Acesso em 21 de outubro de 2023.

LEAL, Bruno. Saber das narrativas: narrar**.** *In:*FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, Cesar (orgs.). **Na mídia na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. pp. 19-27.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro Editora, 2011.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. O **Futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocria. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: ed. 34, 1999.

LYNCH, Kevin. **The image of the city**. Cambridge: The M.I.T. Press, 1960.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A tela global**: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Tradução Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. **A gauchidade midiática no RS**: apontamentos sobre a cultura regional na mídia. Revista Comunicação Midiática, v.7, n.1, p.40-57, jan./abr. 2012.

LOPES, H. E. N. **Web City Marketing**: análise aos websites das cidades médias portuguesas. Covilha: Universidade da Beira Interior, 2012. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Dissertação de Mestrado. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3106/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o_City%20Marketing.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023.

MAUAD, Ana Maria de S. A. **Fotografia e história: possibilidades de análise.** In: CIAVATTA, M.; ALVES, Nilda (Org.). A leitura de imagens na pesquisa social: história, comunicação e educação. São Paulo: Cortez, 2004. p. 19-36.

MANOVICH, Lev. **Instagram andContemporaryImage.** 2016. Disponível em:http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporaryimage.Acesso em 01 jun. 2023.

MENDES, F.; RODRIGUES, F. P.; M. RETAMOZO, A. S.A dimensão imaterial dos bens culturais de São Borja.*In:* PINTO, M.; SILVA, J. (Org.) **História, memória e as paisagens culturais da cidade histórica de São Borja**. 1. ed. Erechim: Editora Erechim, 2015

MORAES, Fernanda. **Conheça as Narrativas Criativas que Revolucionaram a Arte**. [s.d.] Disponível em https://rabiscodahistoria.com/conheca-as-narrativas-criativas-que-revolucionaram-a-arte/. Acesso em 05 de setembro de 2023.
MOSCOVICI, Serge. Onsocial representations.*In:* FORGAS, J. P. (org**.) Social Cognition**: perspectives oneverdayunderstanding. Londres: Academic Press, 1981.

MONTARDO, Sandra. **Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa**. Galáxia (São Paulo), São Paulo, n. 41, p. 169-182, ago. 2019. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532019000200169&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 18 mai. 2023.

MOREIRA, P.H.V.M. **Gestão de Marcas Cidade**: o caso da marca Porto Turismo. Porto: Universidade do Porto, 2010. Faculdade de Economia, Dissertação de Mestrado. Disponível em: https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/56172/2/Gesto%20de%20%20marcas%20cidade.pdf . Acesso em: 14 de mai. 2023.

MUSSE, Ferraz Mariana. **Narrativas fotográficas no Instagram**: autorrepresentação, identidades e novas sociabilidades. Florianópolis: Insular, 2017.

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.

OLIVEIRA, Fernando. **Instagram UI UX**: Avaliando Interface e Experiência no Instagram. 9 de junho de 2023. Disponível em: https://awari.com.br/instagram-ui-ux-avaliando-interface-e-experiencia-no-instagram/?utm_source=blog. Acesso em: 03 de setembro de 2023.

OPINION BOX. **Pesquisa Instagram no Brasil** - Janeiro/2023. Disponível em: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/. Acesso em: 03 de setembro de 2023.

PALMIERI, Emerson. **Para pesquisador, bolhas digitais interferem na comunicação democrática**. [Entrevista concedida a] Camilla Almeida. Jornal da USP. 25 de maio de 2023. Disponível em https://jornal.usp.br/ciencias/para-pesquisador-bolhas-digitais-interferem-na-comunicacao-democratica/#:~:text=Neste%20sentido%2C%20as%20bolhas%20digitais,um%20grupo%E2%80%9D%2C%20destaca%20Palmieri. Acesso em: 21 de outubro de 2023.

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

PEREIRA, Ariel Romualdo. **O Instagram como nova plataforma de narrativas audiovisuais: o caso @eva.Stories**. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2019. Instituto de Artes e Cinema. Trabalho de conclusão de curso. Disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/11535/1/arielromualdopereira.pdf. Acesso em: 14 de maio de 2023.

PINHEIRO, DJF; SILVA, MA. **Visões imaginárias da cidade da Bahia**: diálogos entre a geografia e a literatura [on-line]. Salvador: EDUFBA, 2004. 184 p.

PINTO, A. P. G. M.; MENESES, C. M. R. **O marketing de lugares e suas implicações na revitalização de áreas urbanas**: estudos de casos nas cidades de Belém, Brasil e Arequipa, Peru. SEGeT-Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2010.

PINTO, M. "**Primeiro dos Sete Povos das Missões" a "Terra dos Presidentes":**

uma análise das políticas e das representações do patrimônio na cidade natal de Getúlio Vargas. Patrimônio e Memória (UNESP) , v. 6, p. 261-286, 2010.

PINTO, M.; SILVA, J. V. (Org.) **História, memória e as paisagens culturais da cidade histórica de São Borja**. 1. ed. Erechim: Editora Erechim, 2015

PREFEITURA DE SÃO BORJA. **História.** São Borja, 2019. Disponível em: https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/historia. Acesso em: 01 jun. 2023.

RBS NOTÍCIAS, Globoplay. **São Borja vira a capital do fandango durante a Semana Farroupilha**. Exibição em 17 de set. de 2015. Disponível em: https://globoplay.globo. com/v/4475349/. Acesso em: 01 jun. 2023.

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

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

RECUERO, Raquel. **Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet**. In: PRIMO, Alê (Org.). Interações em rede. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Editora Meridional, 2011.

RELATÓRIO de Economia Criativa 2010. **Economia criativa**: uma opção de desenvolvimento viável. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

RODRIGUES, F. **A cidade de São Borja parece anular a suas representações identitárias do período reducional missioneiro** [..]. São Borja, 07 mai. 2019. Facebook: Fernando Rodrigues @fernando.rodrigues.12914. Disponível em: https://www.facebook.com/fernando.rodrigues.12914/posts/10206407119812241. Acesso em 01 de jun. de 2023.

ROSÁRIO, Nísia M.; AGUIAR, Lisiane M. **Pluralidade metodológica**: a cartografia aplicada às pesquisas de audiovisual. *In:* **Revista Comunicación**, n.10, v.1, 2012, p.1262-1275.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, L. **Comunicação ubíqua**:repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SASTRE, A. O city marketing e a experiência transmídia da Prefeitura de Curitiba. *In:* BERETTA, R. C. S.; SASTRE, A. (Org.) **Olhares para o território**: perspectivas e experiências. Bebedouro: Instituto Municipal de Ensino Superior: Clube dos autores, 2016. Disponível em: https://www.academia.edu/37044818/O

_city_marketing_e_a_experiencia_transmidia_da_Prefeitura_de_Curitiba. Acesso em: 01 jun. 2023.

SCHONS, C. H. O volume de informações na internet e sua desorganização: reflexões e perspectivas. **Informação & Informação**, v. 12, n. 1, p. 1-16, 2007.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2.ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SÉRVIO, P. Birdman. **Educação da cultura visual e diferença cultural.** Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) - Universidade Federal de Goiás: Goiânia, 2011.

SILVEIRA, D. T; CÓRDOVA, F. P. A pesquisa científica.*In:* **Método de Pesquisa.** 1.ed. editora UFRGS. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

SIMON, Herbert A. **Designingorganizations for aninformation-rich world**:computers, communication, andthepublicinterest. Baltimore, 1971. p. 40-41.

SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio (Orgs). **A sociedade de controle**: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018.

SQUIRE, C. **O que é narrativa?**. Civitas: revista de Ciências Sociais, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 272–284, 2014. DOI: 10.15448/1984-7289.2014.2.17148. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/17148. Acesso em: 4 set. 2023.

STATISTA. **Número de usuários do Facebook no Brasil de 2017 a 2025.** 2020. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/244936/number-offacebook-users-in-brazil/. Acesso em: 23 maio 2023.

TAVARES, Leandro Anselmo Todesqui. **A depressão como mal-estar contemporâneo:** medicalização e (ex)-sistência do sujeito depressivo. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. (Coleção PROPG Digital - UNESP). Disponível em: http://hdl.handle.net/11449/109146. Acesso em: 16 maio 2023.

TOMAEL, Maria; MARTELETO, Regina. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Revista Eletrônica Biblioteconomia Ciência da Informação**, v. especial, 2006. Disponível em: http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/342/387. Acesso em: 16 maio 2023.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

TRINDADE, F. de M. Análise da paisagem urbana edificada de São Borja - RS: potencial turístico não explorado. In: 7° Seminário de Pesquisa em Turismo doMERCOSUL - SeminTUR, 2012, Caxias do Sul. **Anais**... VII Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2012.

WEISS, C. S; TAFNER, E. P; LORENZI, E. M. B; EWALD, L. **Comunicação e linguagem.** Indaial: UNIASSELVI, 2018.

WERRES, Joyce. **Jung e os desafios contemporâneos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

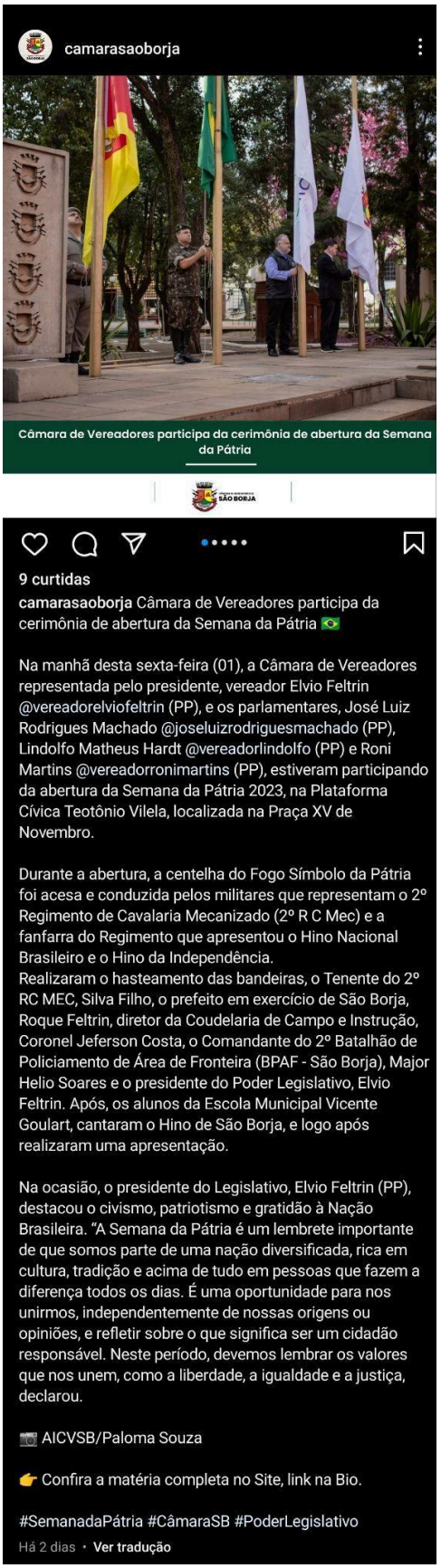
WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital**: os desafios da leitura na nossa era. Editora Contexto, 2019.

ANEXOS

ANEXO I - Print de tela do post de registro da cerimônia de abertura da Semana da Pátria publicado no perfil oficial da Prefeitura de São Borja no *Instagram*



ANEXO II - Print de tela do post de registro da cerimônia de abertura da Semana da Pátria publicado no perfil oficial da Câmara Municipal de São Borja no *Instagram*



ANEXO III - Imagem da postagem de 11/05/2023 apresentada no Quadro 4.



ANEXO IV - Imagem da postagem de 01/05/2023 apresentada no Quadro 4.



ANEXO V - Imagem da postagem de 06/08/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO VI - Imagem da postagem de 06/08/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO VII - Imagem da postagem de 06/08/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO VIII - Imagem da postagem de 11/01/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO IX - Imagem da postagem de 24/03/2023 apresentada no Quadro 4.



ANEXO X - Imagem da postagem de 06/08/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XI - Imagem da postagem de 20/08/2022 apresentada no Quadro 4.



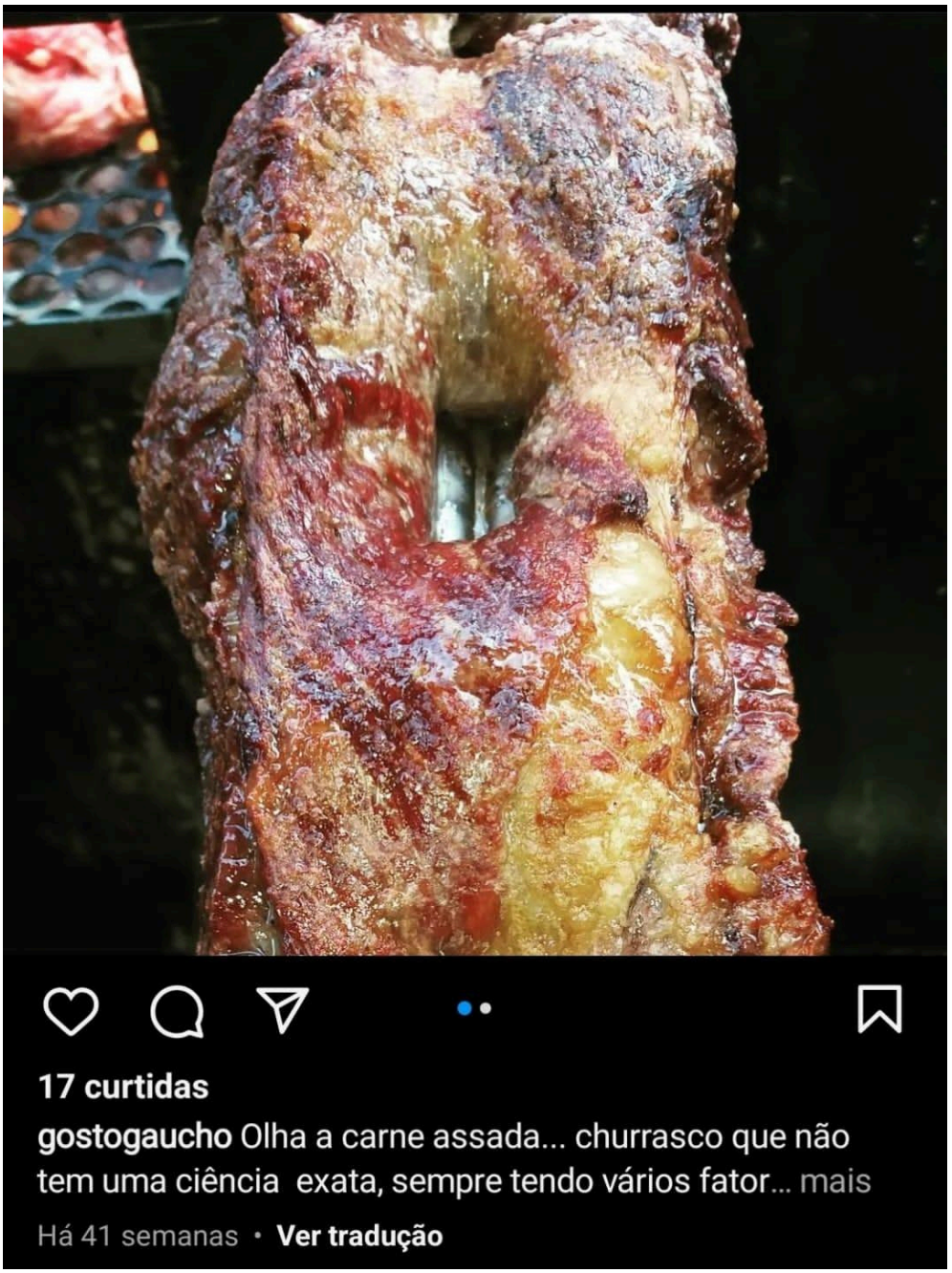
13 curtidas

gostogaucho Olha a carne assada... churrasco que não tem uma ciência exata, sempre tendo vários fatores para determinar o ponto da carne e o mais importante, o gosto do cliente.
Carnes bem assadas, mal passadas, ao ponto e por ai se vai. Fatos como o tipo de fogo (lenha ou carvão) tipos de lenha a ser usada para dar o sabor na carne, tipo de churrasqueira, etc... É tal. Mas o mais importante nesse processo todo, ao meu ver ainda é o CHURRASQUEIRO. Pois é ele que vai determinar e dar o toque final ao seu churrasco.
#churrasco #carne #assados #chefs #fogodechão #infoco

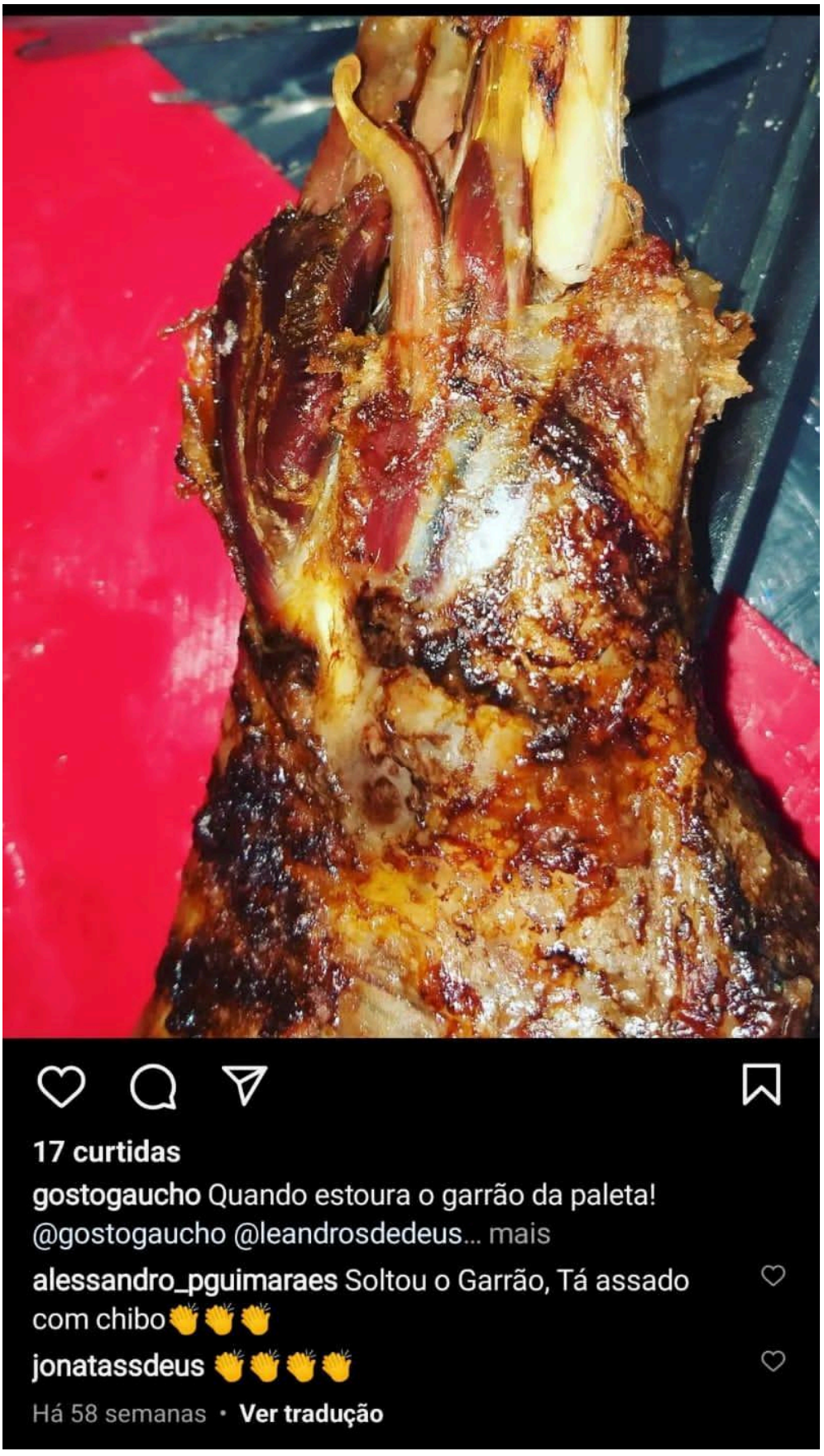
ANEXO XII - Imagem da postagem de 02/01/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XIII - Imagem da postagem de 20/08/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XIV - Imagem da postagem de 21/04/2022 apresentada no Quadro 4.



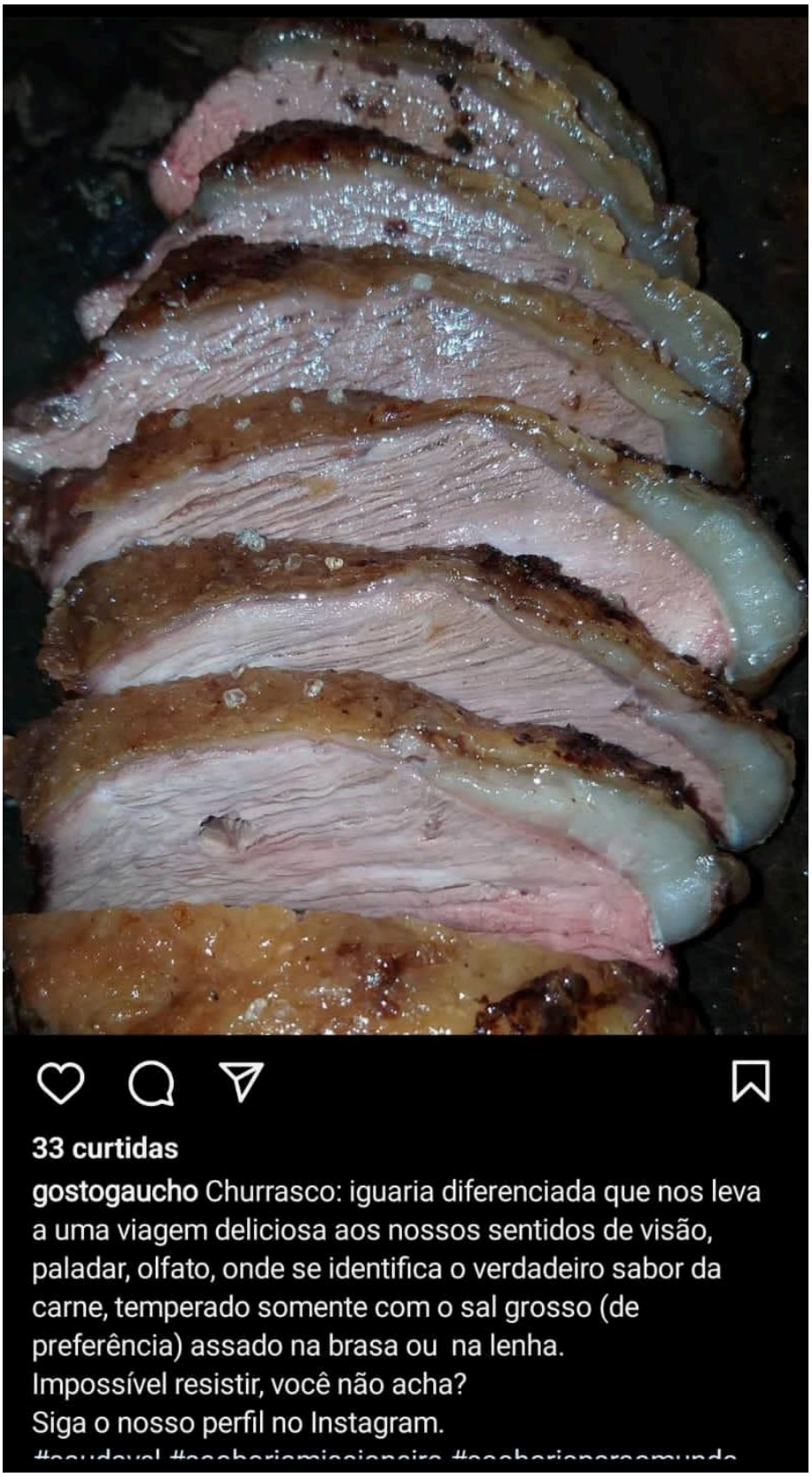
ANEXO XV - Imagem da postagem de 21/04/2022 apresentada no Quadro 4.



14 curtidas

gostogaucho Vai um peito no capricho aí? Há quem diga que é uma carne muito dura e cheia de fibras, mas quem conhece sabe que o sabor é diferenciado e quem gosta desse assado, não quer outro! E você responde aí tchê! Qual o teu churrasco preferido?
@gostogaucho @leandrosdedeus @rafaela_coutodedeus @jonatassdeus @antonioclebersdeus @dedeushelena #gostogaucho #assadonabrasa #churascodefronteira #churrasqueiro #terradospresidentes #terramissioneira #fronteiriço🇦🇷🇧🇷🇺🇾 #fronteiraoeste #capitaldofandango #chefdecozinha #cheffs #cheff #carnedequalidade #gadodecorte #saoborjamissioneira

ANEXO XVI - Imagem da postagem de 15/01/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XVII - Imagem da postagem de 21/04/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XVIII - Imagem da postagem de 16/10/2021 apresentada no Quadro 4.



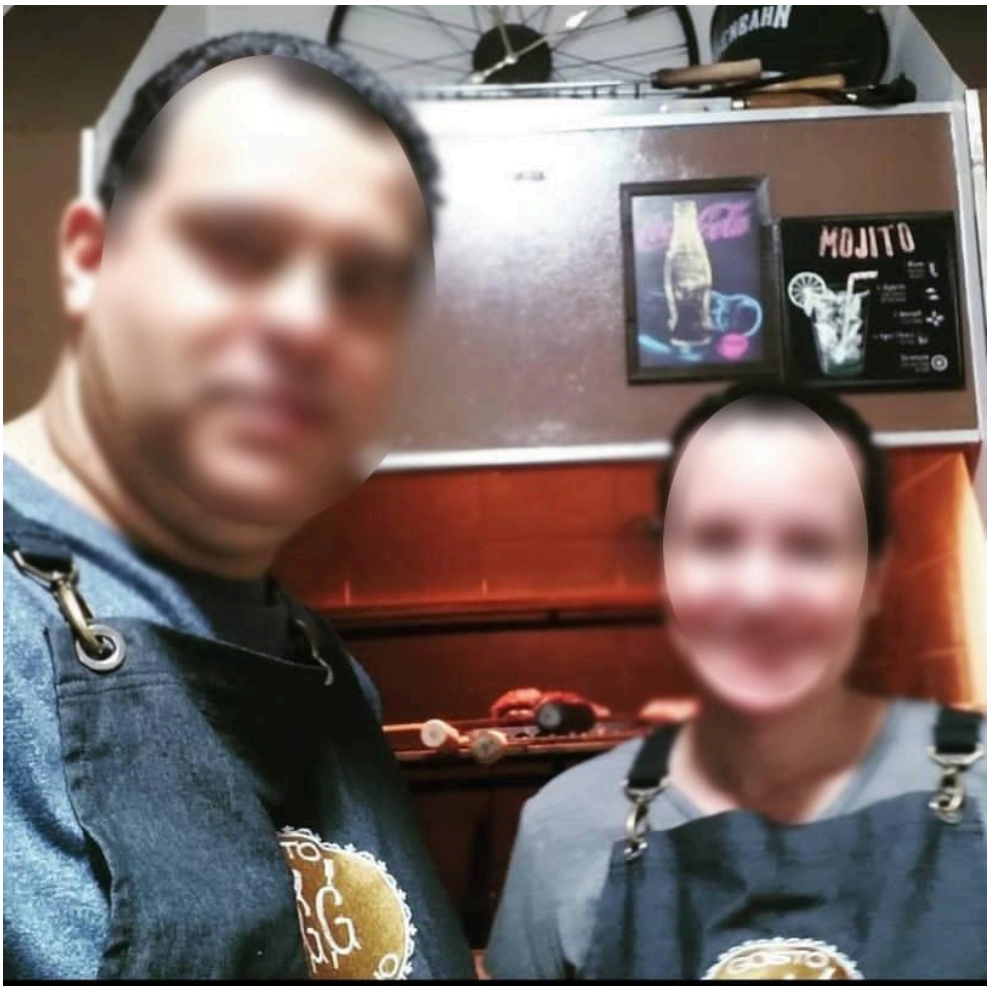
ANEXO XIX - Imagem da postagem de 16/10/2021 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XX - Imagem da postagem de 26/06/2021 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XXI - Imagem da postagem de 30/11/2021 apresentada no Quadro 4.



59 curtidas

gostogaucho O @gostogaucho teve a satisfação de servir neste último sábado, dia 27/11/21 um delicioso CHURRASCO na residência do casal @dauren.e.fernando, pessoas maravilhosas que nos receberam super bem. Sucesso para esta família incrível e Obrigado pela preferência.
@leandrosdedeus @rafaela_coutodedeus
#churrasco #deliciasculinarias #festaemfamilia #saoborja #terradospresidentes #fronteiraoeste #cheff #picanha #assadodetira #pessoasmaravilhosas

Ver todos os 7 comentários

dauren.e.fernando Maravilhoso!

ANEXO XXII - Imagem da postagem de 26/06/2021 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XXIII - Imagem da postagem de 26/06/2021 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XXIV - Imagem da postagem de 20/11/2021 apresentada no Quadro 4.

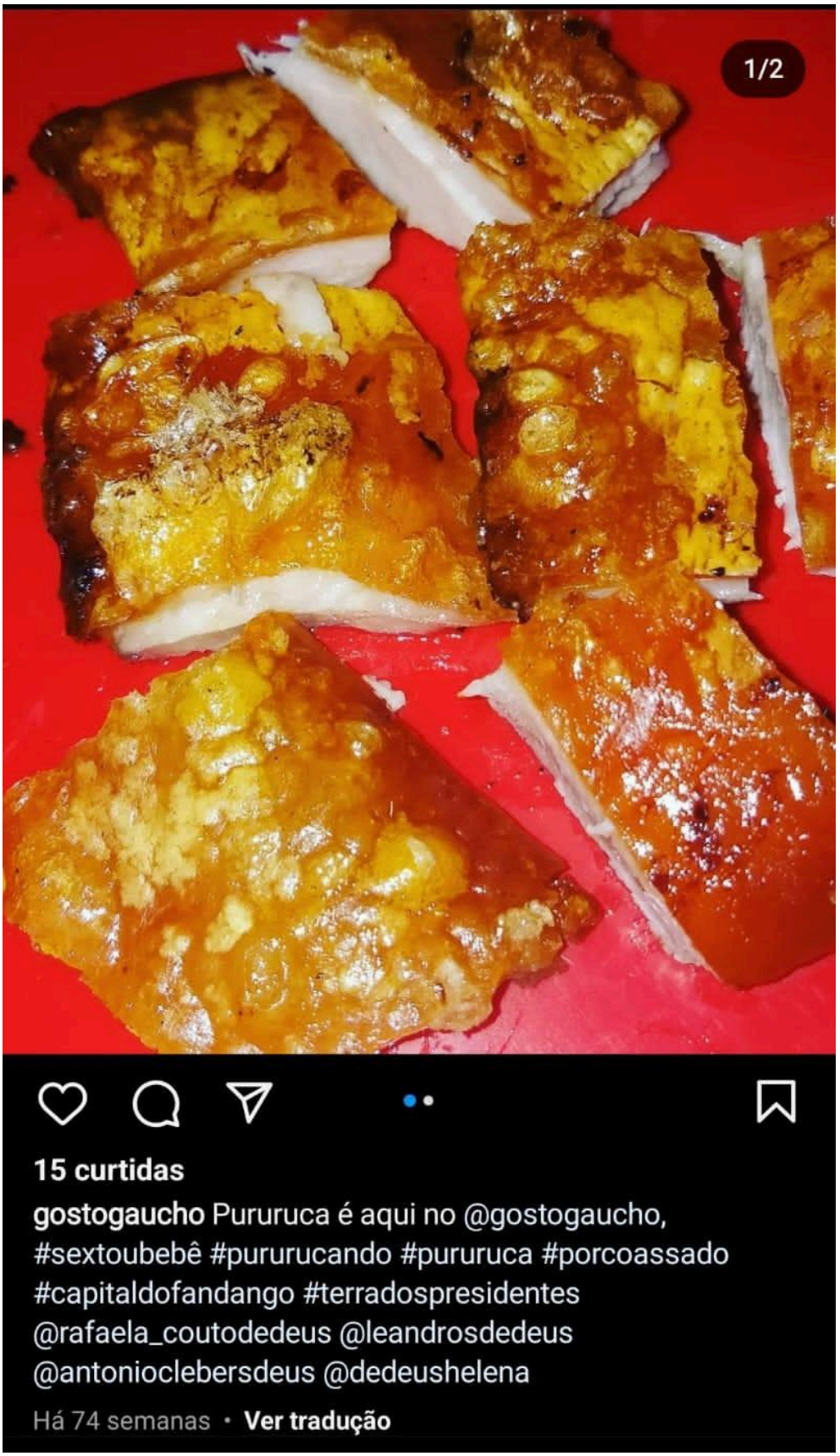


14 curtidas

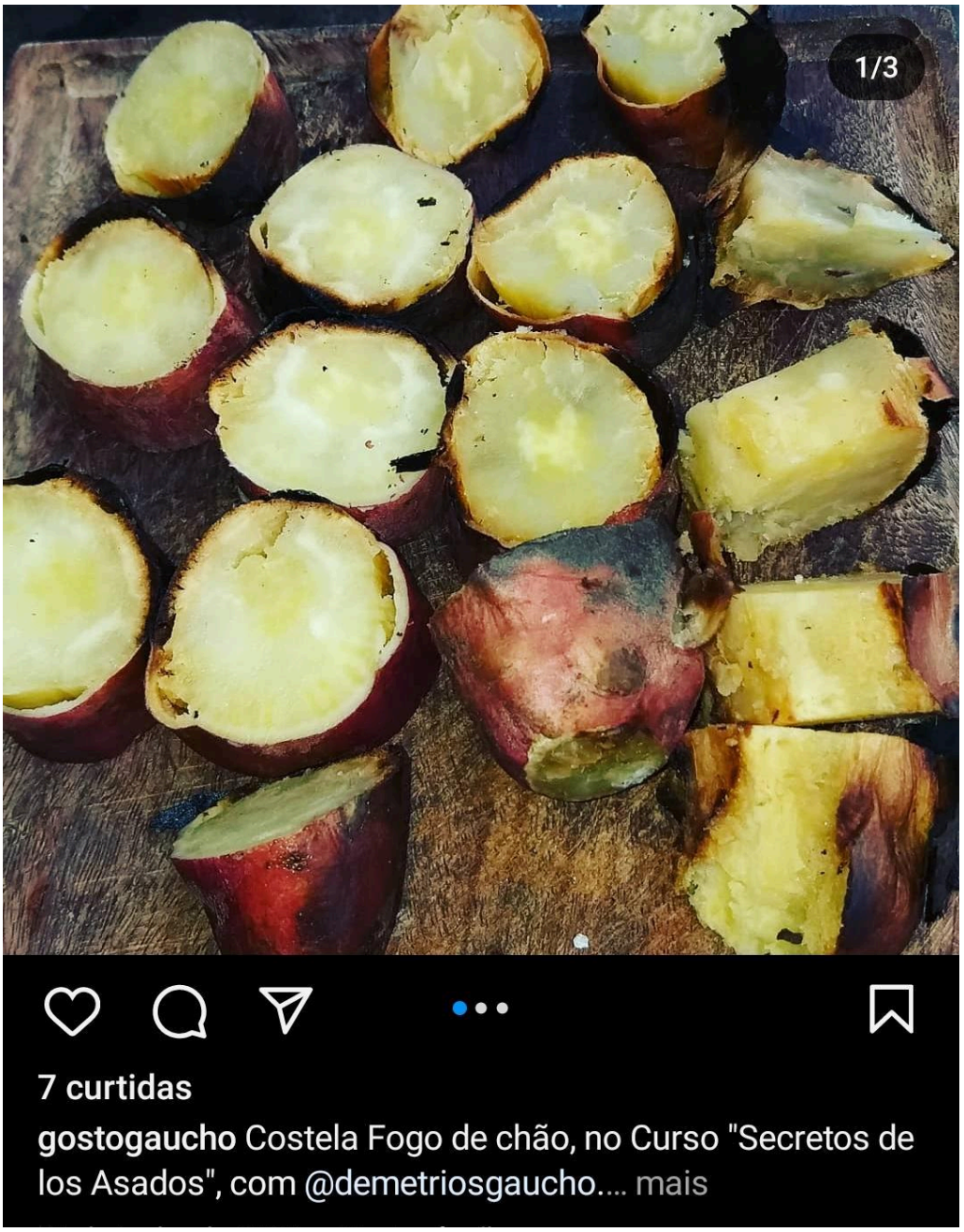
gostogaucho Confraternização no 28° Seminário dos Secretários Municipais da Agricultura do RS.
@gostogaucho @leandrosdedeus @eduardo_bonotto @rafaela_coutodedeus
#famurs #salgadosassados #saoborjamissioneira #terradospresidentes #terramissioneira #setepovosdasmissões #fronteiraoeste #churrasco #cheff #culinariabrasileira #carnesassadas #prefeitosaoborja #eduardobonotto #saoborjainfoco #sãoborja #sãoborjars

Há 80 semanas · **Ver tradução**

ANEXO XXV - Imagem da postagem de 01/01/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XXVI - Imagem da postagem de 01/01/2022 apresentada no Quadro 4.



ANEXO XXVII - Imagem da postagem de 12/11/2022 apresentada no Quadro 5.



Acesse o site da Justiça Eleitoral para encontrar informações oficiais sobre as eleições de 2022.

13 curtidas

use_ciadopaninho.atelie ♡♡ Rosê e cinza
Elas são sucesso em todas as estações 🌸

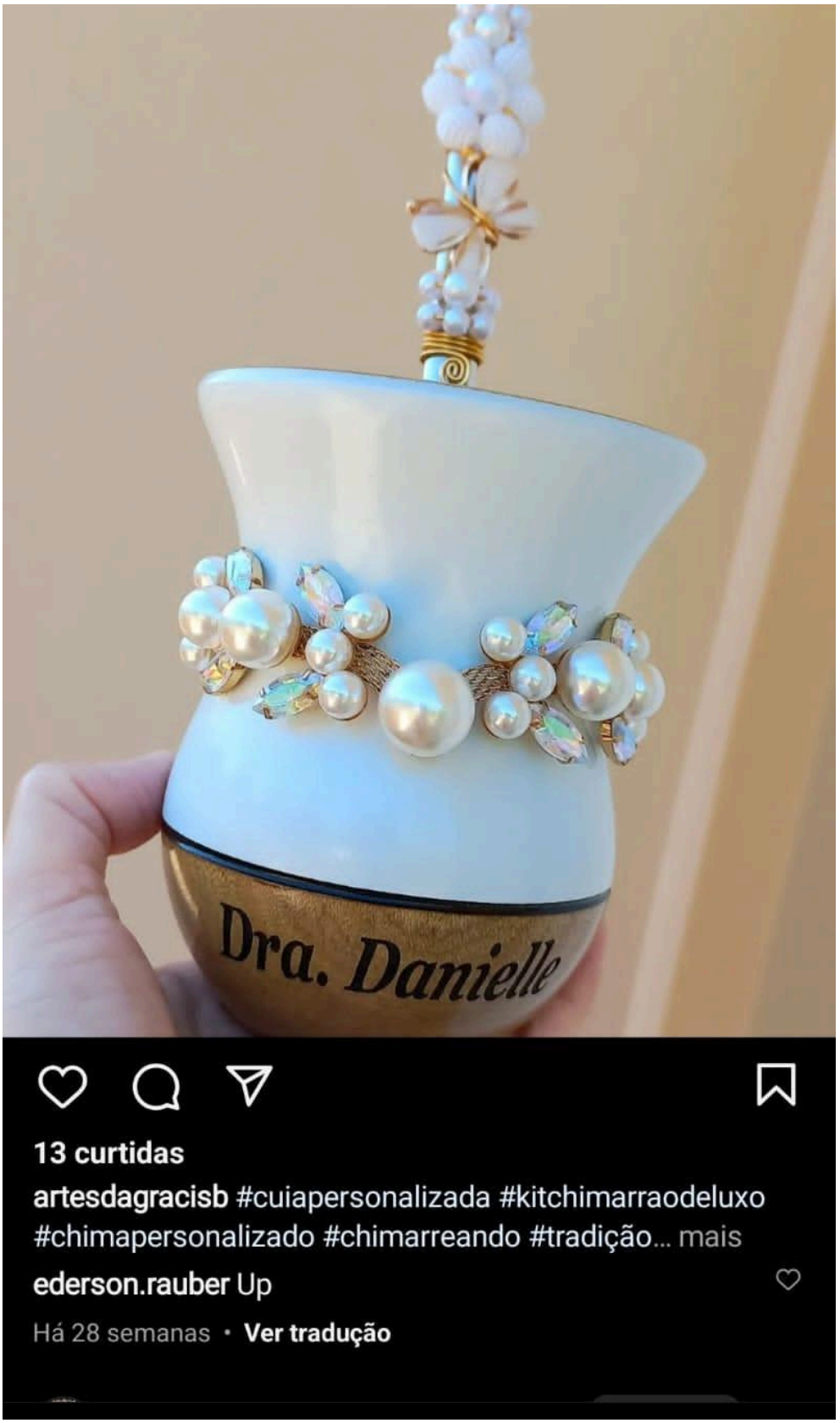
🌿 Sintam o afeto do feito à mão.

Use: #useciadopaninhoatelie e apareça por aqui.

♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡

¤ Faça suas compras no direct ou Whatsapp 😉 55 98468-2789 São Borja, Rio Grande do Sul.

ANEXO XXVIII - Imagem da postagem de 18/11/2022 apresentada no Quadro 5.



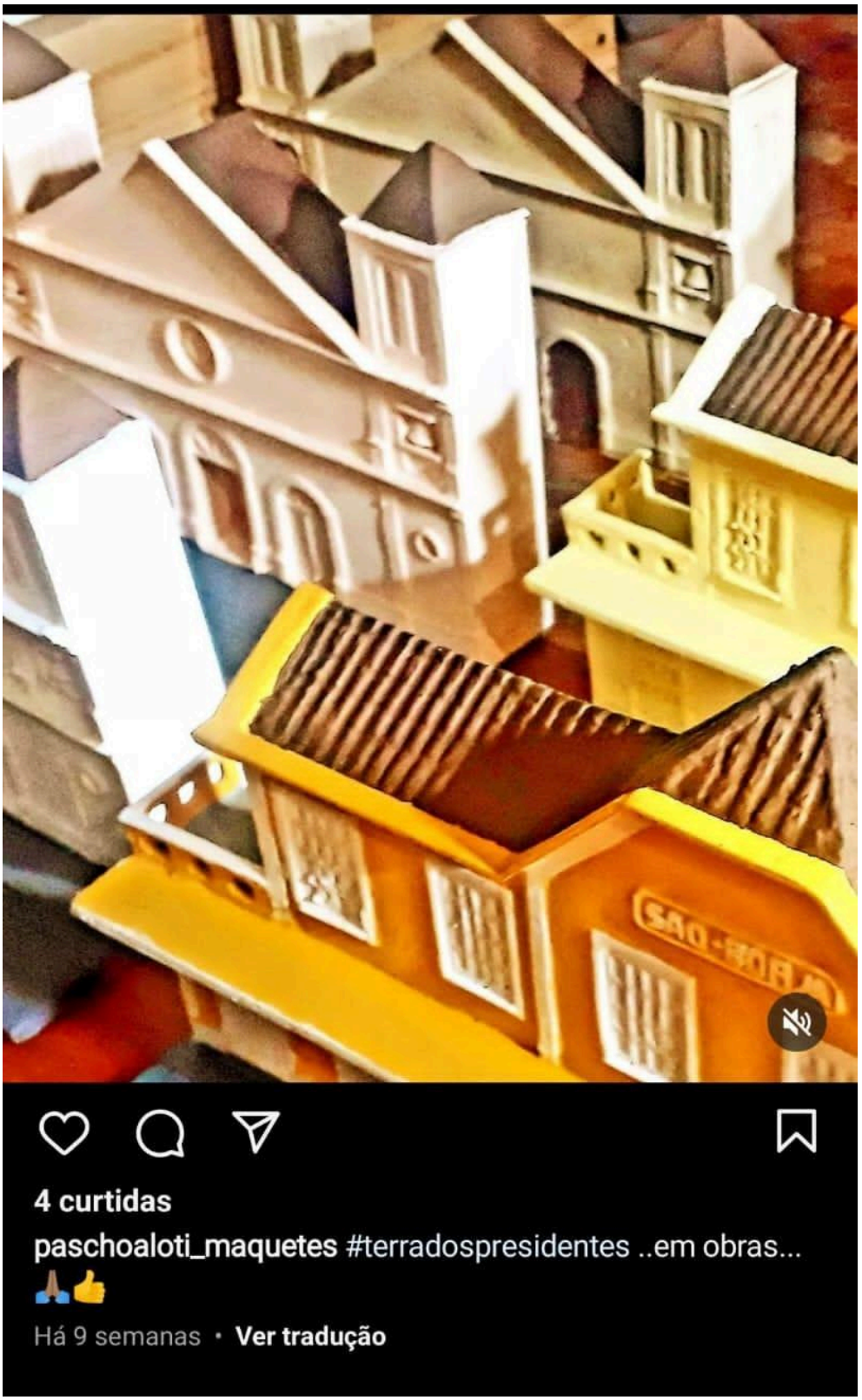
ANEXO XXIX - Imagem da postagem de 28/04/2023 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXX - Imagem da postagem de 13/11/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXI - Imagem da postagem de 01/04/2023 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXII - Imagem da postagem de 13/03/2023 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXIII - Imagem da postagem de 12/12/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXIV - Imagem da postagem de 04/07/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXV - Imagem da postagem de 12/11/2022 apresentada no Quadro 5.



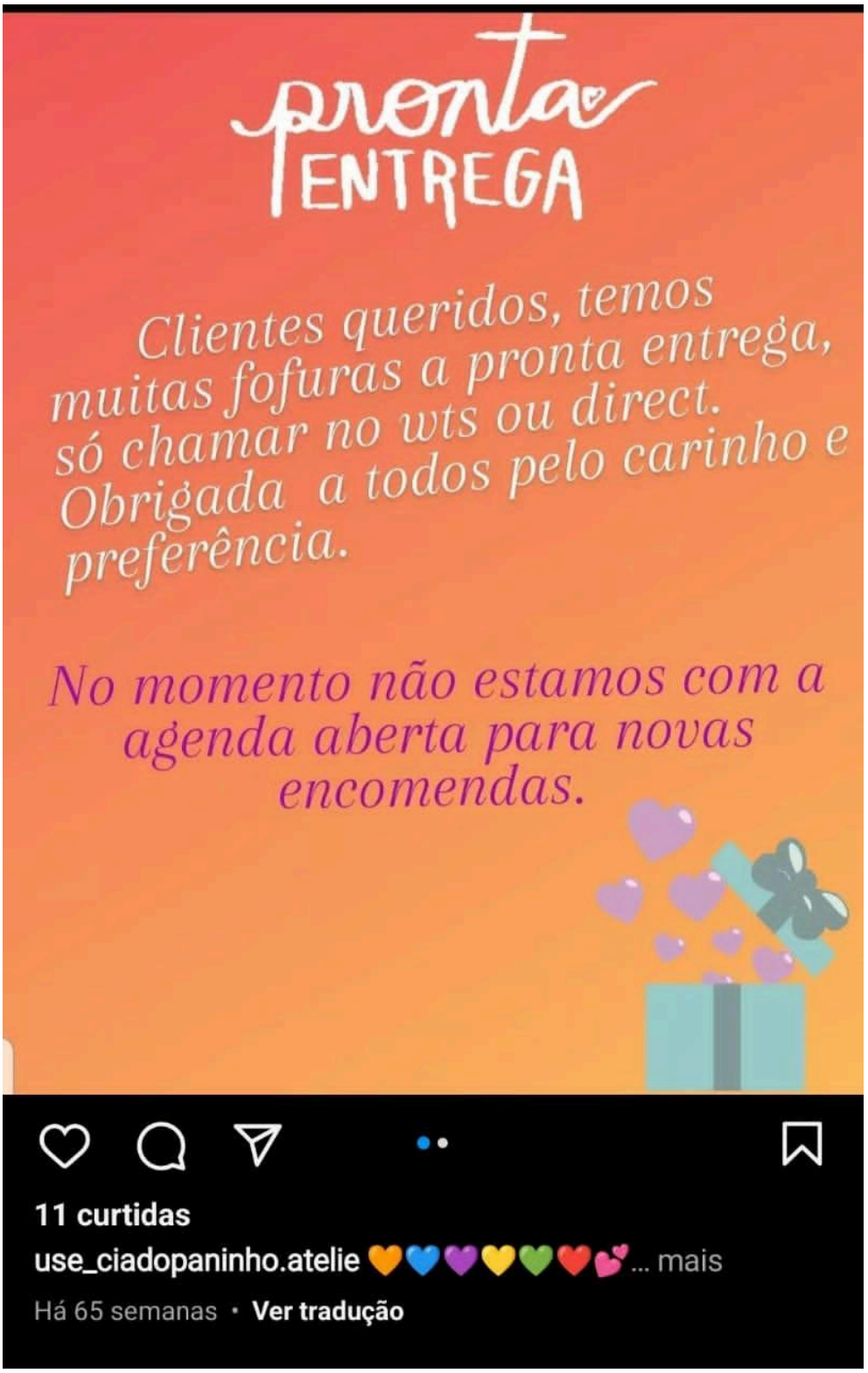
12 curtidas

use_ciadopaninho.atelie 💌 Sentir o AMOR nos pequenos detalhes...é o que desejo à você com o meu trabalho manual.

🌿 Sintam o afeto do feito à mão.

Use: #useciadopaninhoatelie e apareça por aqui.

ANEXO XXXVI - Imagem da postagem de 04/03/2022 apresentada no Quadro 5.



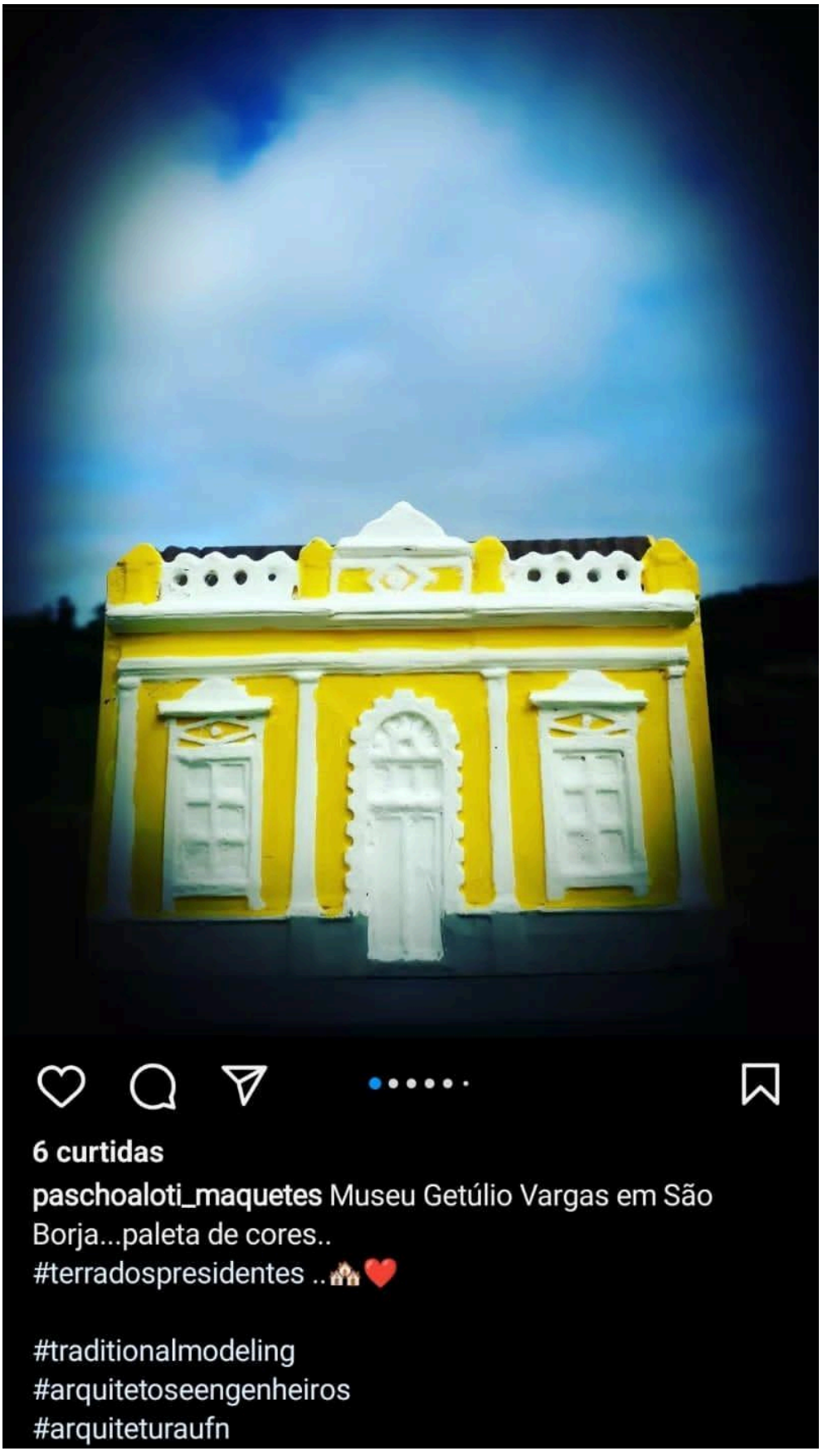
ANEXO XXXVII - Imagem da postagem de 15/03/2023 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXVIII - Imagem da postagem de 29/03/2023 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XXXIX - Imagem da postagem de 24/03/2023 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XL - Imagem da postagem de 08/03/2022 apresentada no Quadro 5.



7 curtidas

use_ciadopaninho.atelie 🧡💙💜💛💚❤️💕

Chega de espera!
Temos sempre algumas peças a pronta entrega.

¤ Chama no direct, Whatsapp 😉

💕Aquele pacotinho cheiroso, cheio de amor e cuidado.
Temos!
¤ Tele no valor fixo.

🎁Entregamos o seu presente para aquela pessoa mega

ANEXO XLI - Imagem da postagem de 08/03/2022 apresentada no Quadro 5.



10 curtidas

use_ciadopaninho.atelie 🧡💙💜💛💚❤️💕

Chega de espera!
Temos sempre algumas peças a pronta entrega.

¤ Chama no direct, Whatsapp 😉

💕Aquele pacotinho cheiroso, cheio de amor e cuidado. Temos!
¤ Tele no valor fixo.

🎁Entregamos o seu presente para aquela pessoa mega especial, só agendar conosco a data.

Whatsapp 55-98468-2789

ANEXO XLII - Imagem da postagem de 11/06/2022 apresentada no Quadro 5.



7 curtidas

use_ciadopaninho.atelie 🧣 Opções quentinhas...

🌿 Sintam o afeto do feito à mão.

🍁🍂 Touca G em malha dupla, cor vermelho.

Touca G em malha com toque aveludado, cor terroso.
Topinhos: rosca🍩

Maxi faixa cor marinho♡

Use: #useciadopaninhoatelie e apareça por aqui.

♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡ ♡♡♡

¤ Faça suas compras no direct ou Whatsapp 😉 55 98468-2789

💕Aquele pacotinho cheiroso, cheio de amor e cuidado.

ANEXO XLIII - Imagem da postagem de 19/03/2023 apresentada no Quadro 5.



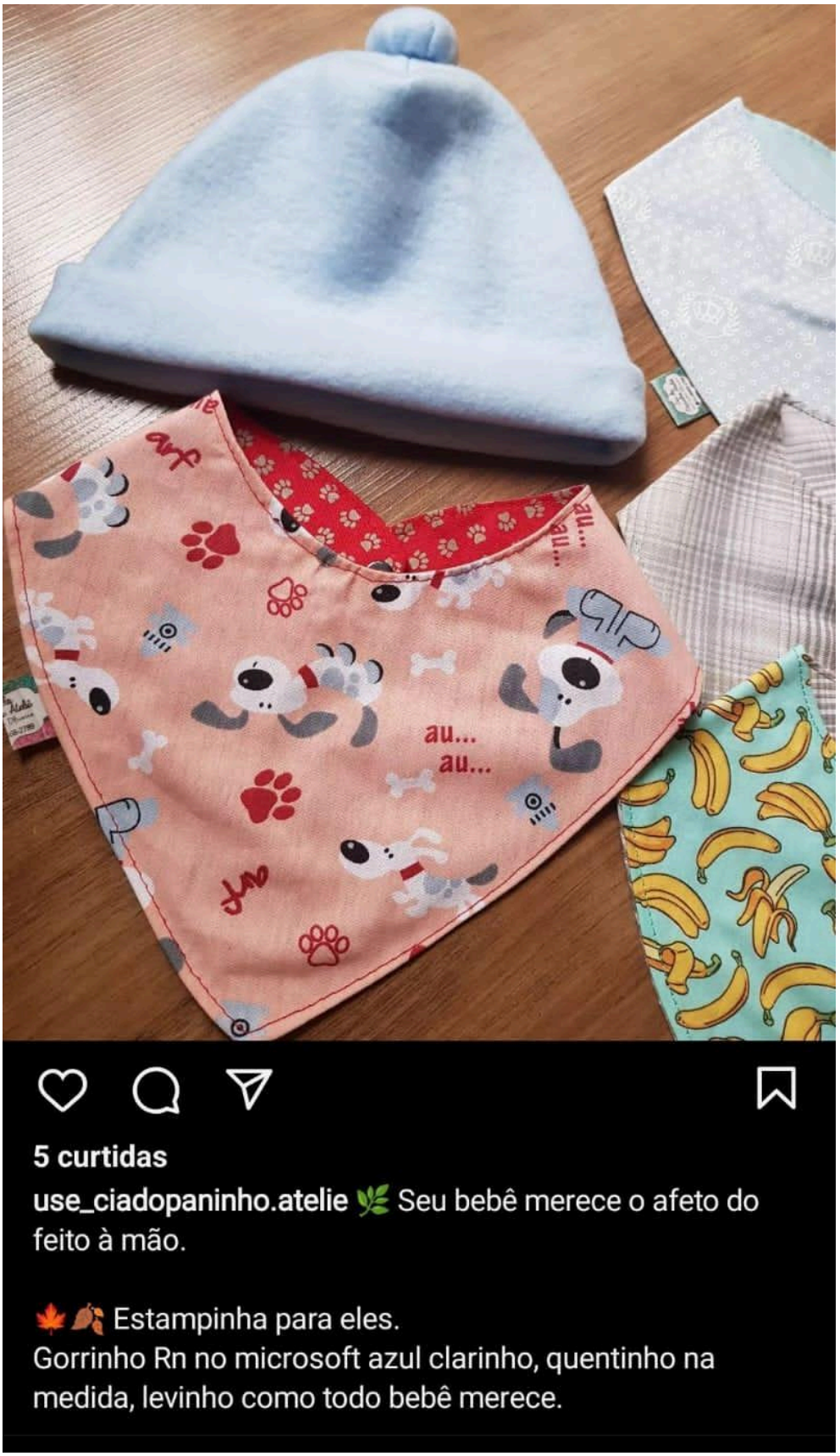
ANEXO XLIV - Imagem da postagem de 05/07/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XLV - Imagem da postagem de 16/05/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XLVI - Imagem da postagem de 30/04/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XLVII - Imagem da postagem de 19/04/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XLVIII - Imagem da postagem de 09/05/2022 apresentada no Quadro 5.



ANEXO XLIX - Imagem da postagem de 12/03/2023 apresentada no Quadro 5.

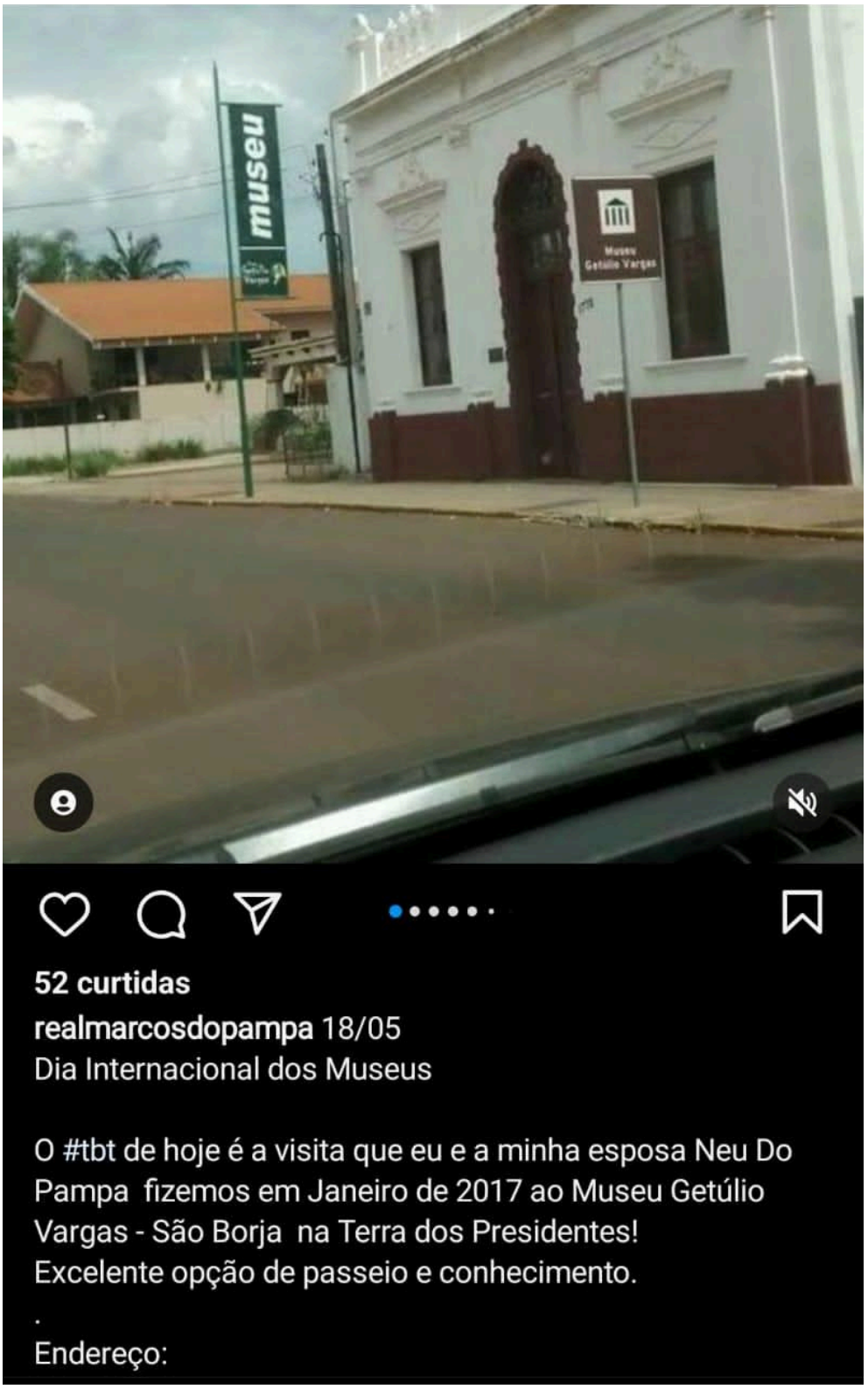


6 curtidas

paschoaloti_maquetes Em obras...
#terradospresidentes
#vilabelga

#arquiteturaufn
#paschoaloti_maquetes
#arquitetoseengenheiros
#artemissioneira

ANEXO L - Imagem da postagem de 18/05/2023 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LI - Imagem da postagem de 25/07/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LII - Imagem da postagem de 16/04/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LIII - Imagem da postagem de 25/07/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LIV - Imagem da postagem de 16/04/2022 apresentada no Quadro 6.



130 curtidas

totiarend Eu e meu amigo Getúlio proseando sobre os direitos das mulheres. 💪

#geruliovargas #saoborja #sãoborja #direitosfemininos #direitomulheres #terradospresidentes #saoborjanoinsta

Ver todos os 5 comentários

anaroseli.assumpcao_ Ameiiiii. Linda foto

ANEXO LV - Imagem da postagem de 17/05/2023 apresentada no Quadro 6.



85 curtidas

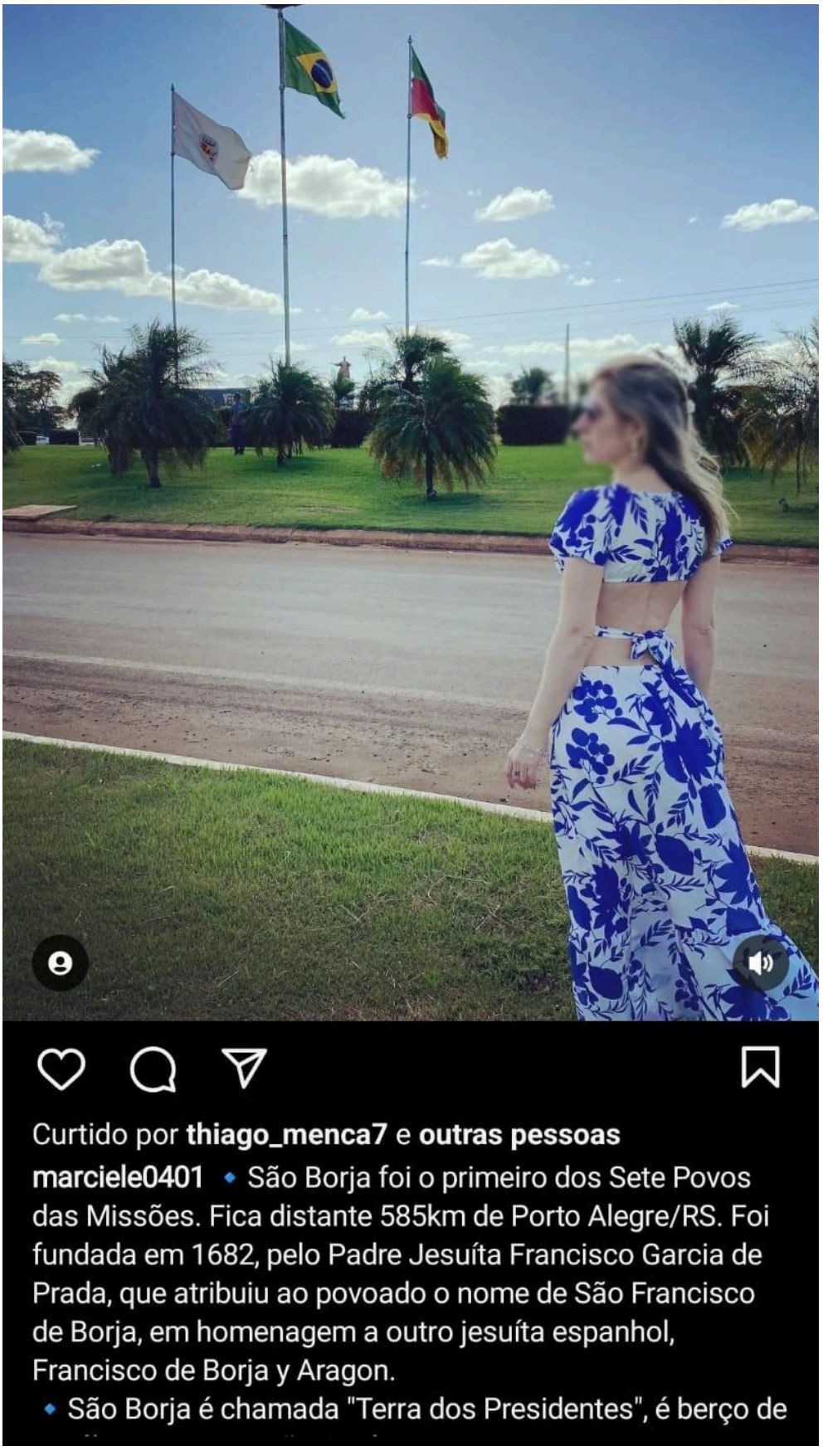
kombineiserfeliz 🛣️Chegar ao Rio Grande do Sul e tomar um chimarrão/mate é muito comum. Porém, tomar um mate com Getúlio Vargas (ex-presidente) é algo notório na cidade de São Borja no RS.

🇧🇷Conhecida como a Terra dos Presidentes (Getúlio Dorneles Vargas e João Goulart - o Jango), São Borja foi fundada em 1682 por padres jesuítas.

⛪Foi a primeira cidade dos Sete Povos das Missões.

🏘️São Borja tem a civilização mais antiga do Rio Grande

ANEXO LVI - Imagem da postagem de 24/10/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LVII Imagem da postagem de 12/02/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LVIII - Imagem da postagem de 14/03/2022 apresentada no Quadro 6.



Curtido por **eosguri_spitz** e **outras pessoas**

carollvolpato São Borja tem história! E eu estou feliz demais em estar presente em um projeto que vai ser referência não só aqui, tenho certeza! #parquelorena

Hoje vim prosear com Jango, também homenageado e muito lembrado por aqui.

#jango #saoborja #terradospresidentes #chimarrão #mate #historia #parquelorena #youngempreendimentos

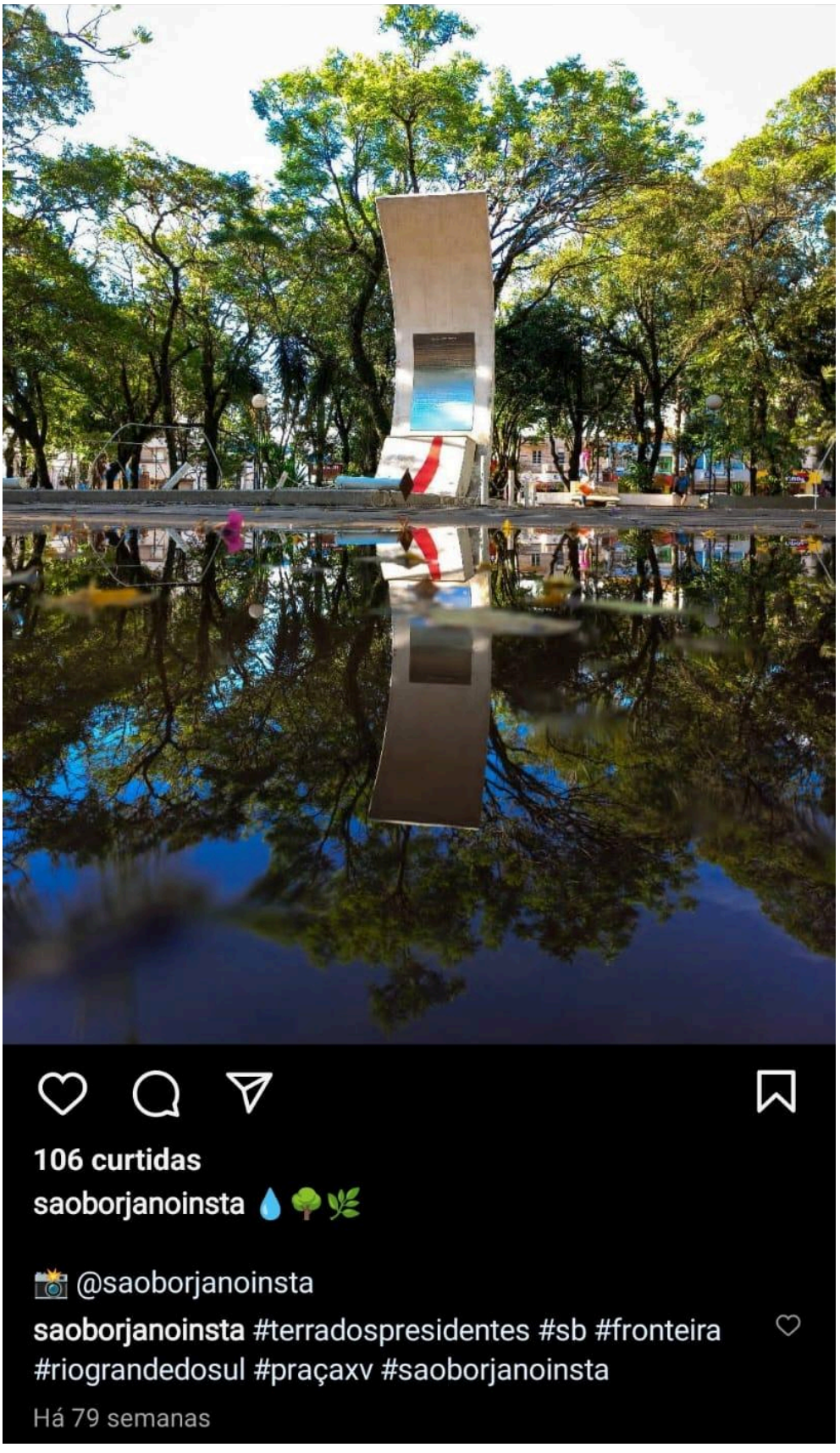
bruhalves_a 😍👏

carollvolpato @bruhalves_a ❤️

ANEXO LIX - Imagem da postagem de 12/12/2021 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LX - Imagem da postagem de 30/11/2021 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LXI - Imagem da postagem de 13/02/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LXII - Imagem da postagem de 17/01/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LXIII - Imagem da postagem de 25/02/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LXIV- Imagem da postagem de 17/07/2022 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LXV - Imagem da postagem de 15/11/2021 apresentada no Quadro 6.



ANEXO LXVI - Imagem da postagem de 10/10/2022 apresentada no Quadro 6.



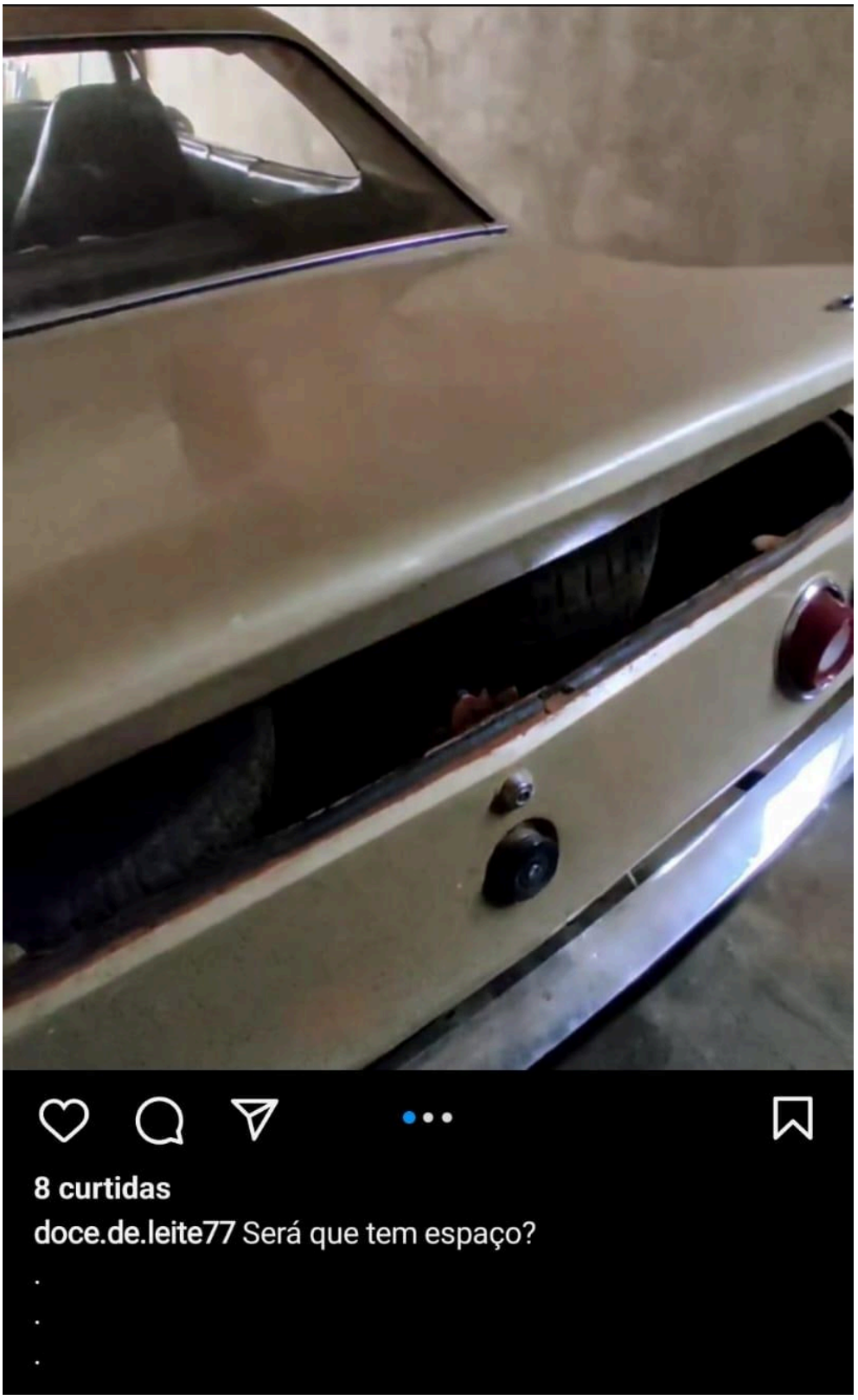
ANEXO LXVII - Imagem da postagem de 25/11/2021 apresentada no Quadro 6.



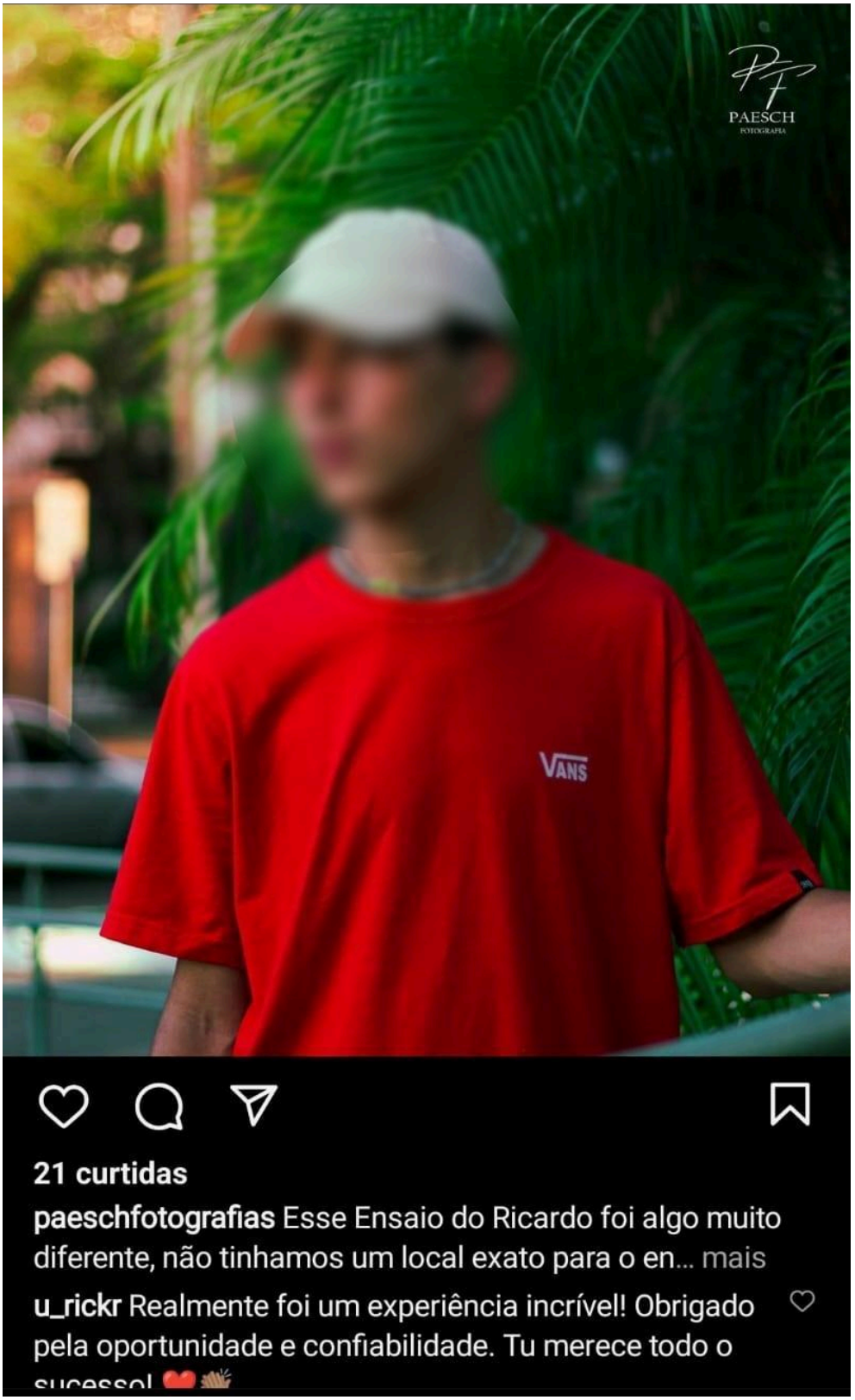
ANEXO LXVIII - Imagem da postagem de 08/02/2022 apresentada no Quadro 6.



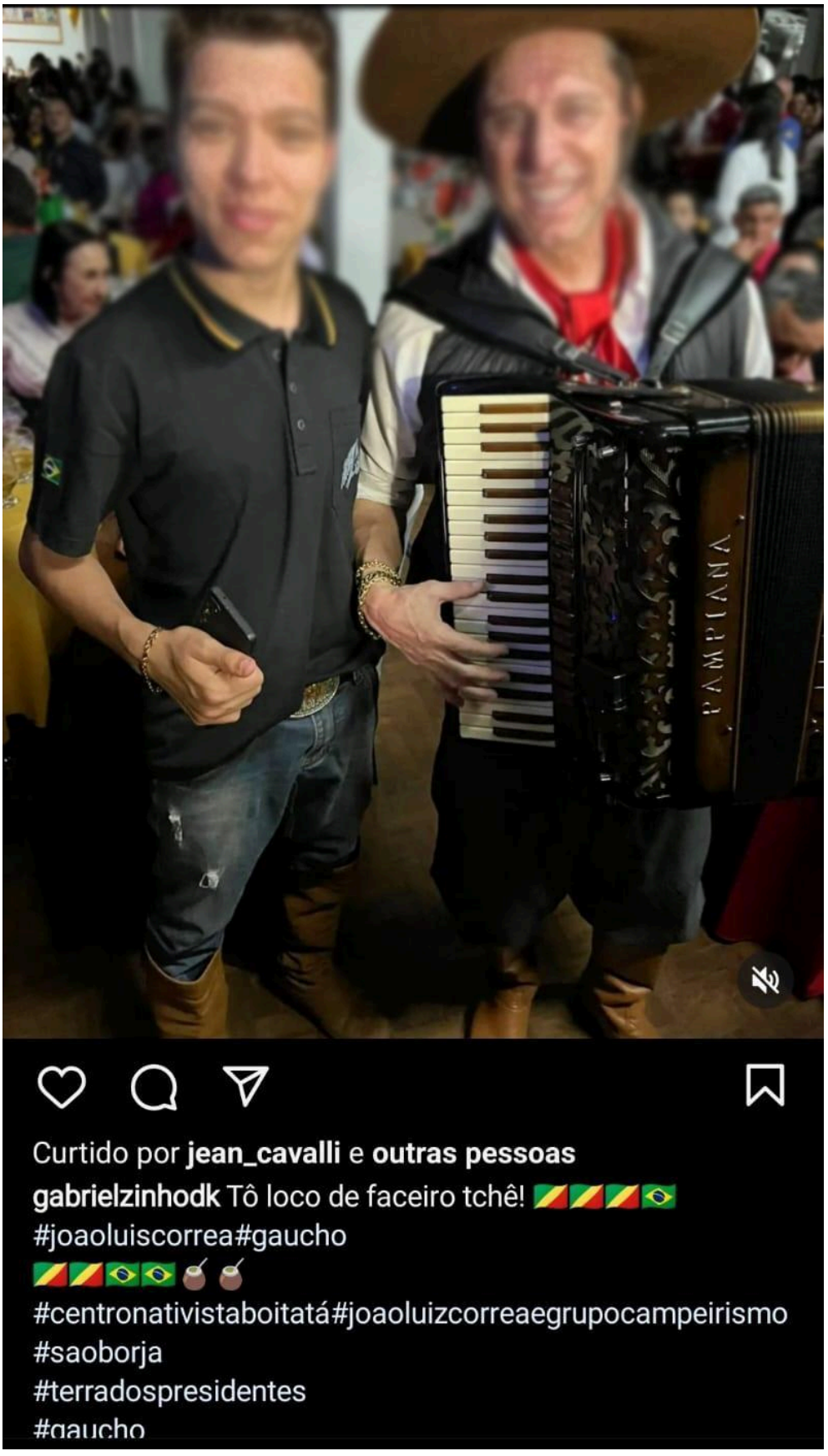
ANEXO LXIX - Imagem da postagem de 02/03/2023 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXX - Imagem da postagem de 10/03/2023 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXI - Imagem da postagem de 17/09/2022 apresentada no Quadro 7.



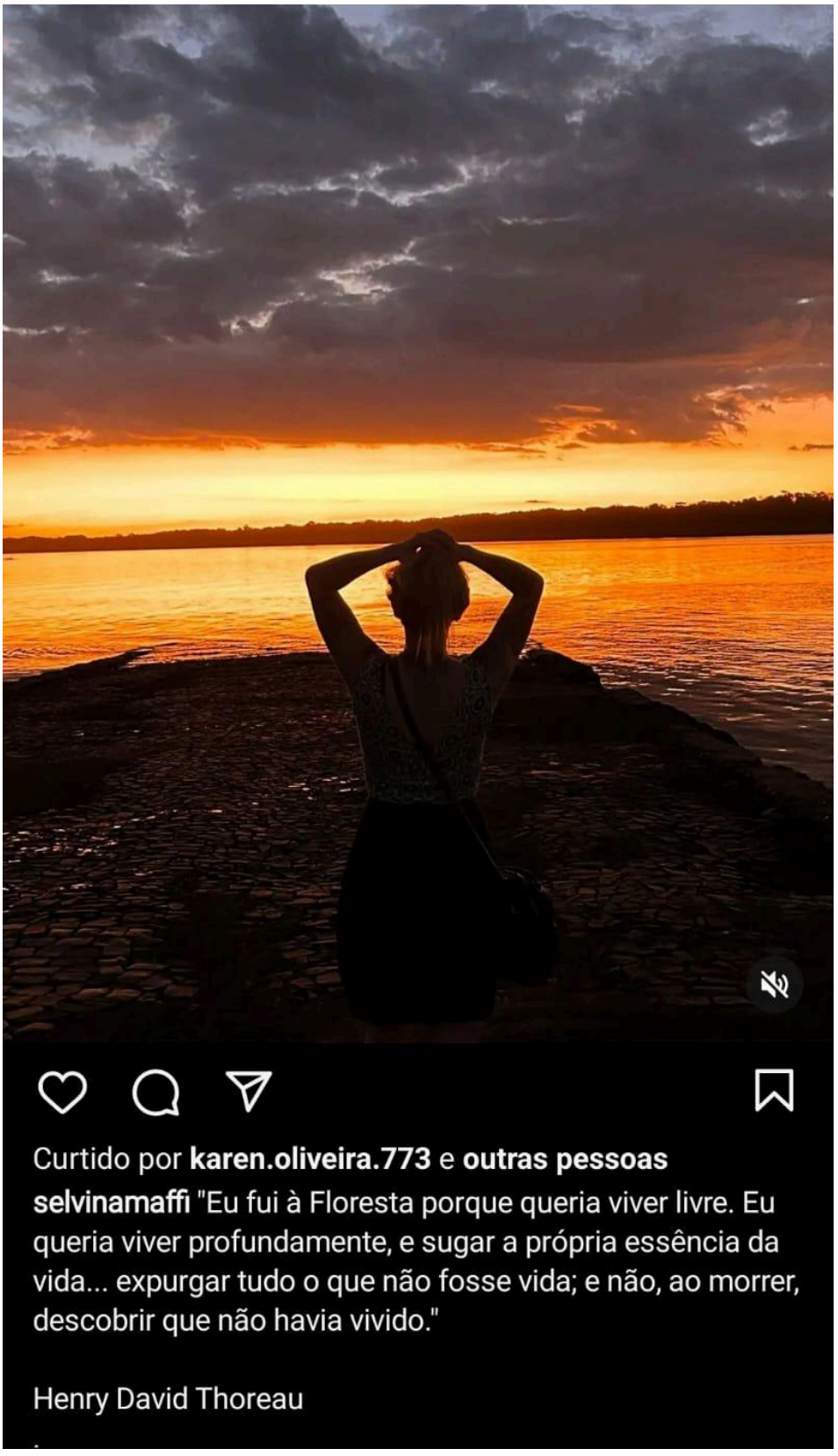
ANEXO LXXII - Imagem da postagem de 29/09/2021 apresentada no Quadro 7.



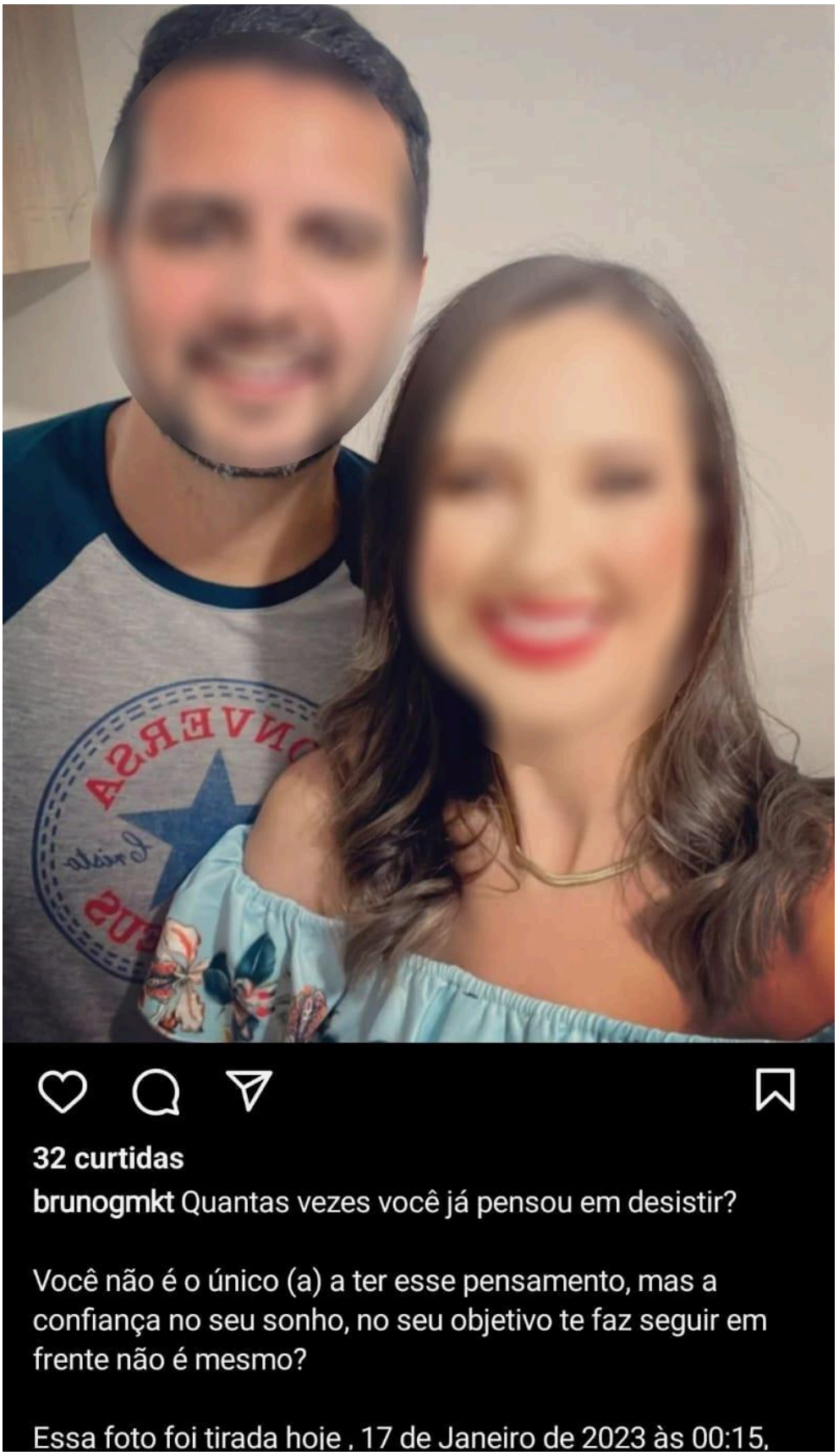
ANEXO LXXIII - Imagem da postagem de 15/05/2022 apresentada no Quadro 7.



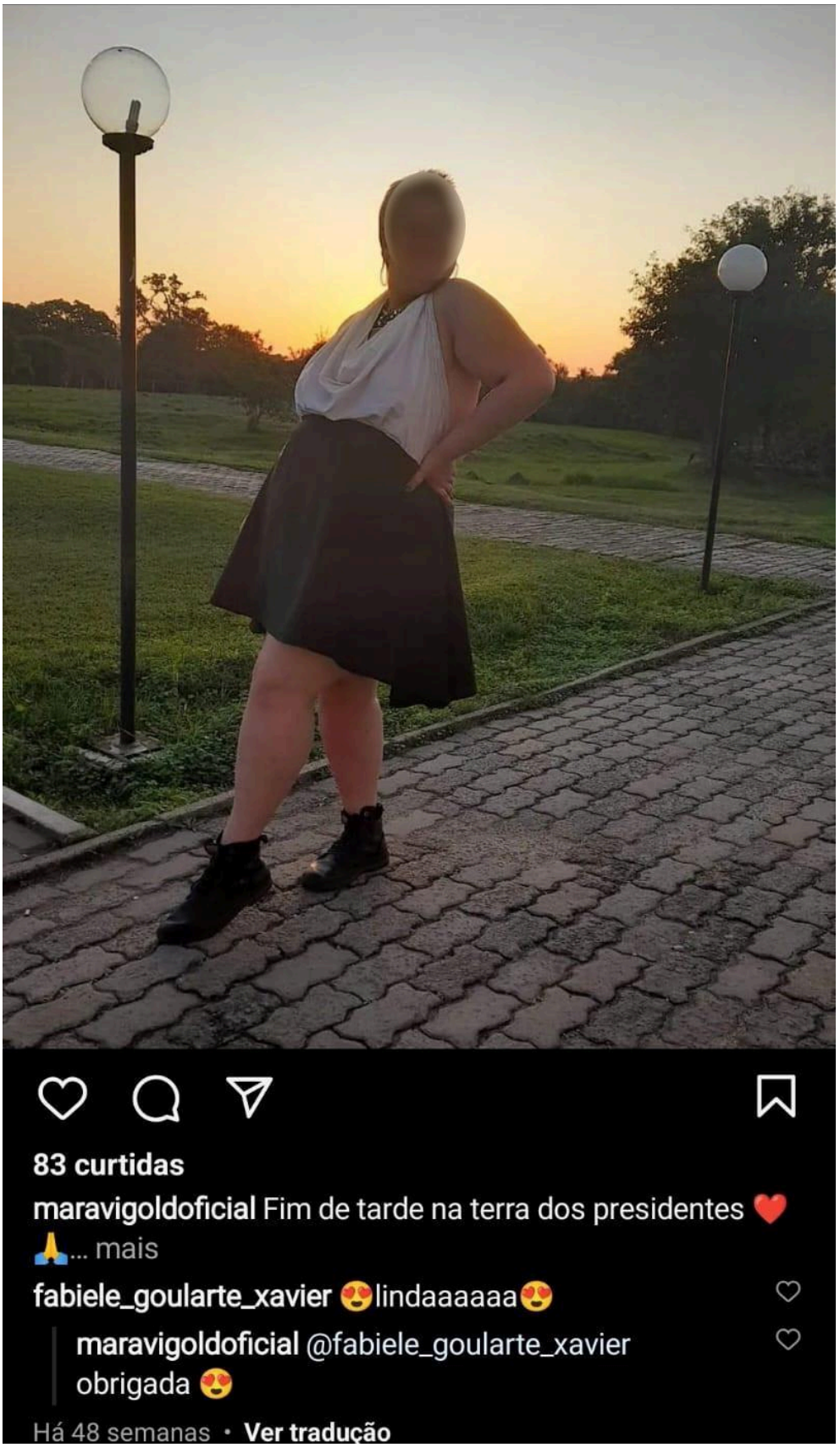
ANEXO LXXIV - Imagem da postagem de 19/08/2022 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXV - Imagem da postagem de 17/01/2023 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXVI - Imagem da postagem de 01/07/2022 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXVII - Imagem da postagem de 30/01/2022 apresentada no Quadro 7.



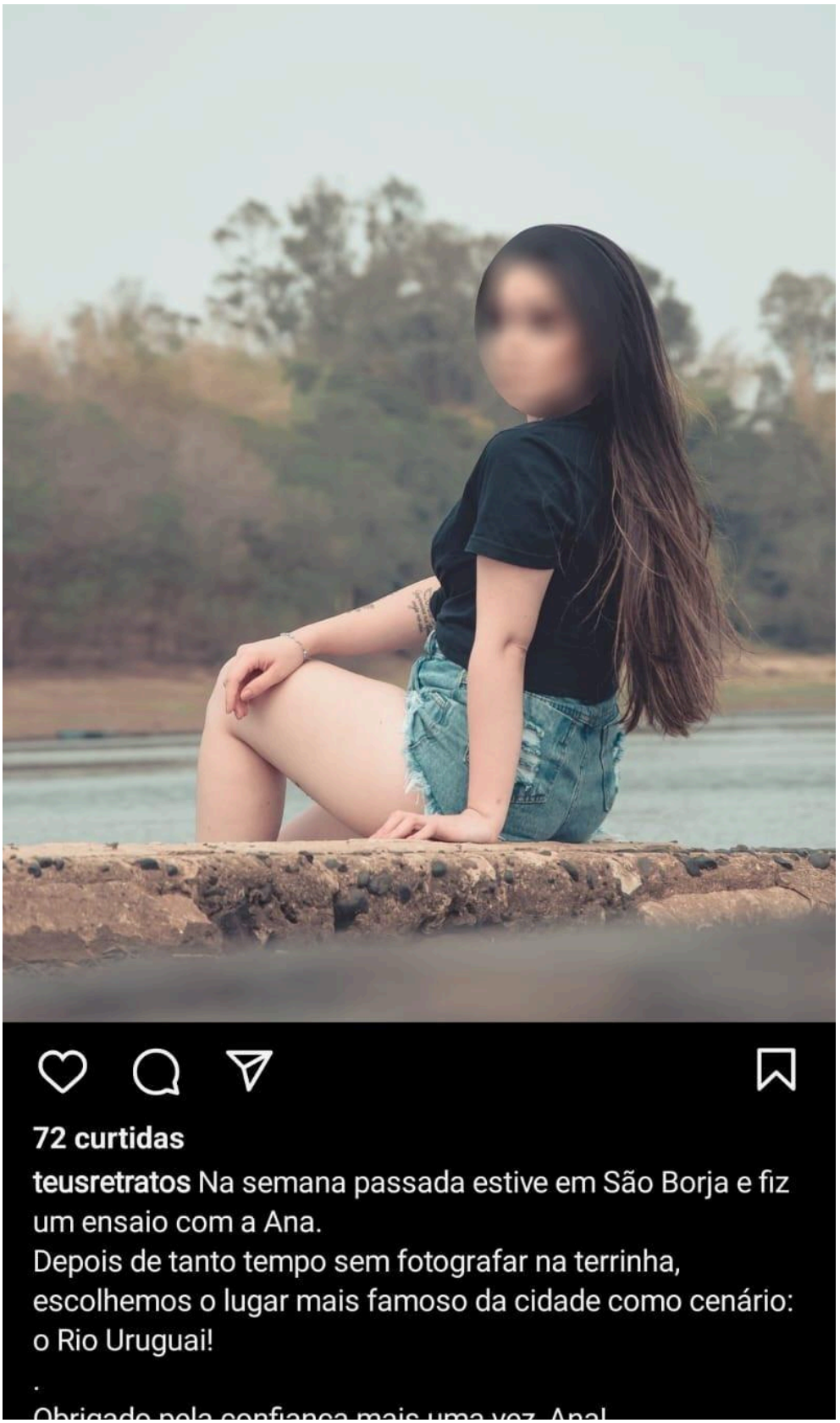
ANEXO LXXVIII - Imagem da postagem de 09/03/2023 apresentada no Quadro 7.



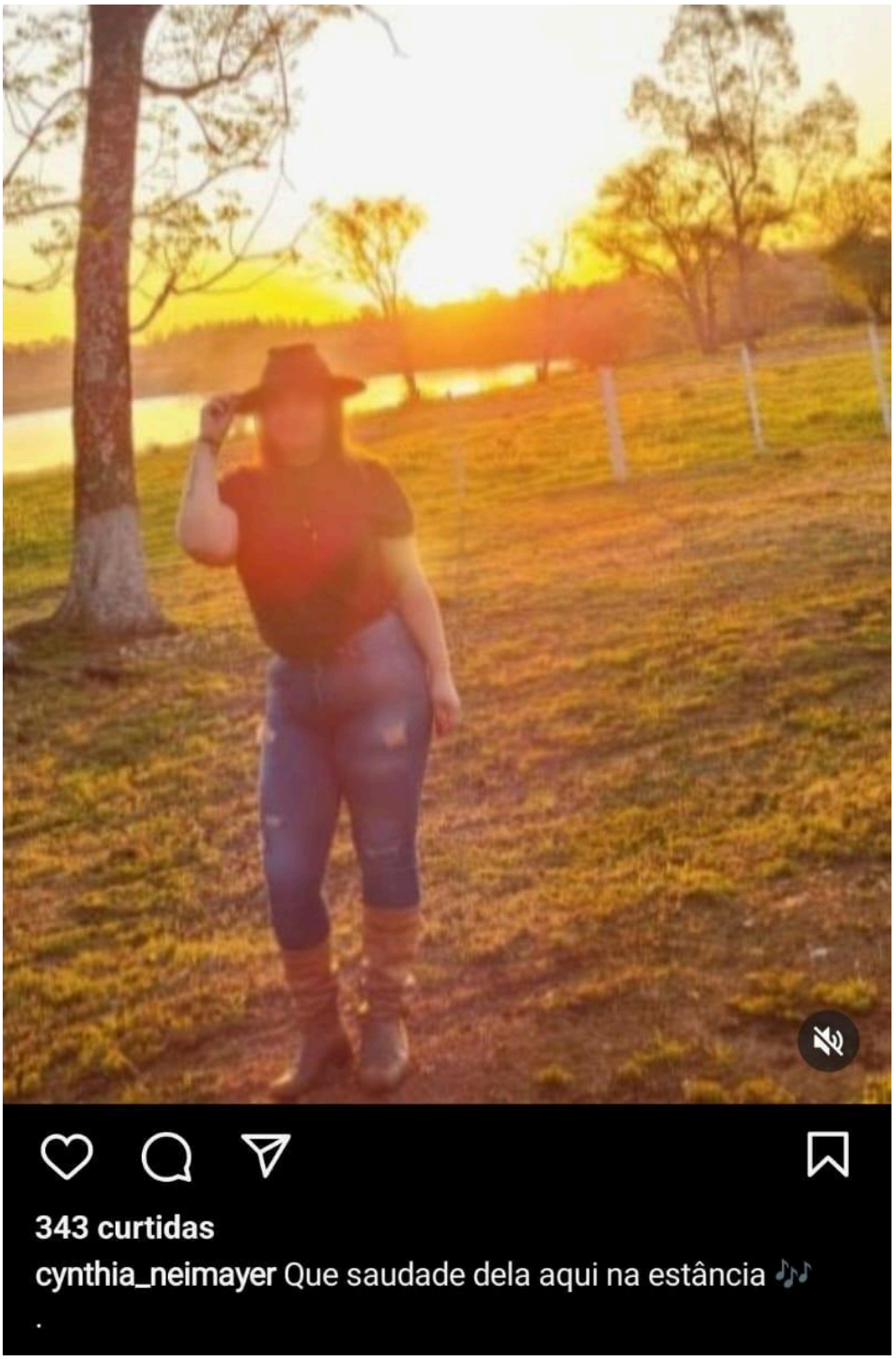
ANEXO LXXIX - Imagem da postagem de 26/06/2021 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXX - Imagem da postagem de 18/02/2022 apresentada no Quadro 7.



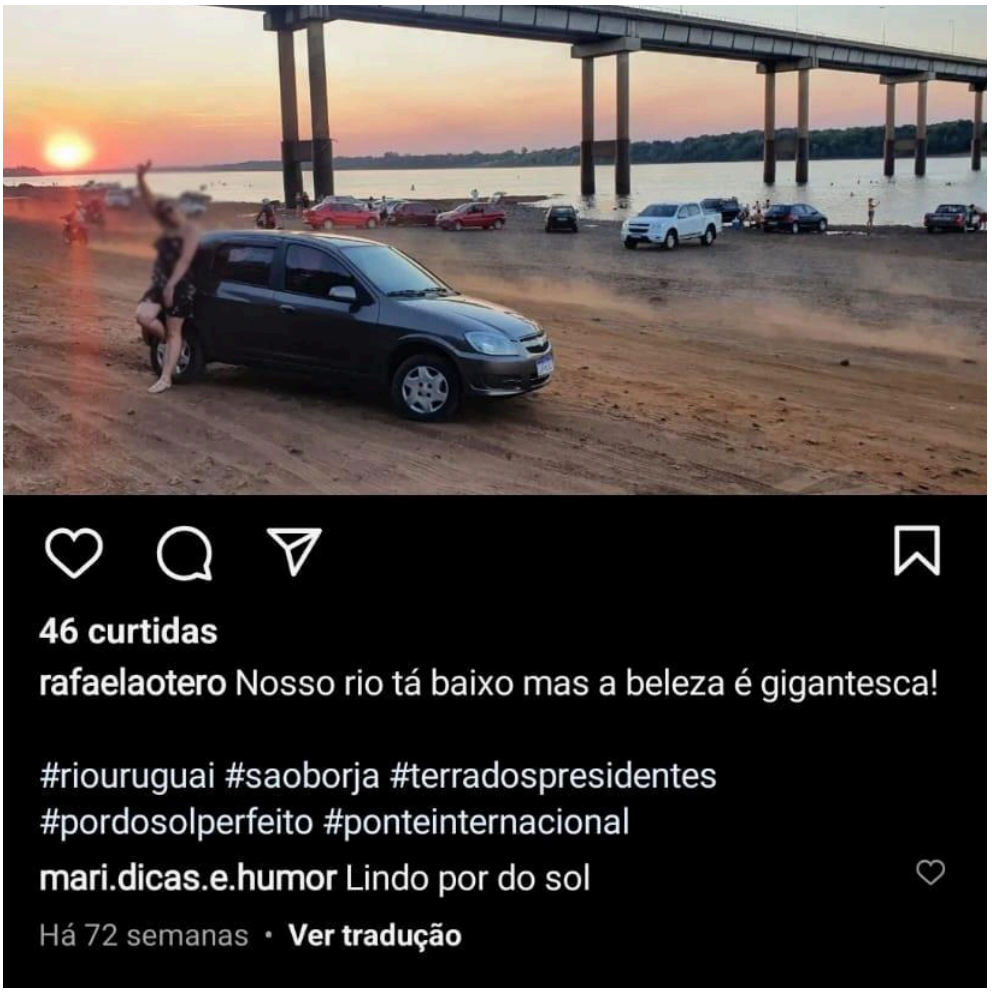
ANEXO LXXXI - Imagem da postagem de 25/08/2022 apresentada no Quadro 7.



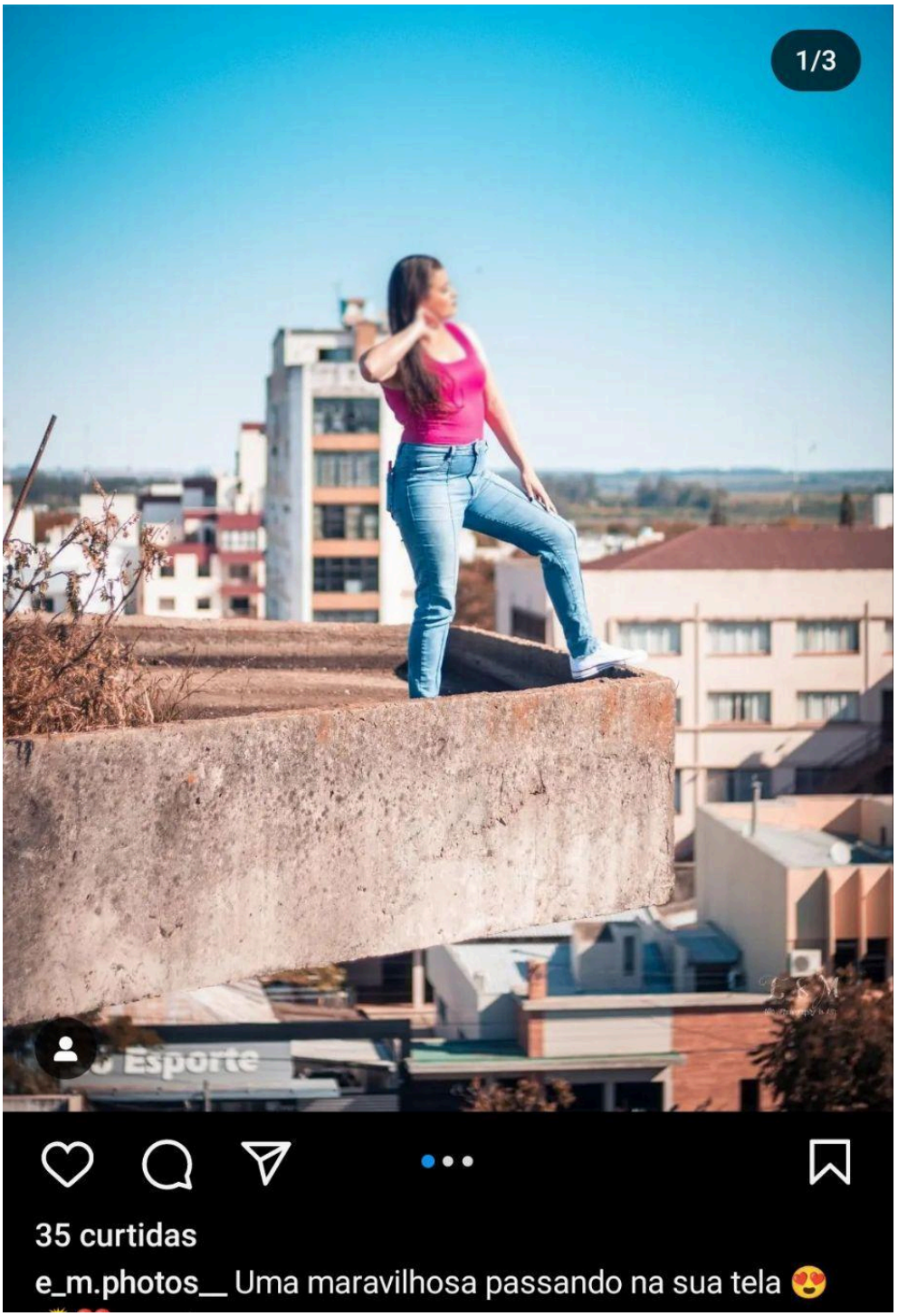
ANEXO LXXXII - Imagem da postagem de 20/09/2021 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXXIII - Imagem da postagem de 15/01/2022 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXXIV - Imagem da postagem de 26/12/2022 apresentada no Quadro 7.



ANEXO LXXXV - Imagem da postagem de 29/05/2023 apresentada no Quadro 8.



ANEXO LXXXVI - Imagem da postagem de 03/01/2023 apresentada no Quadro 8.



ANEXO LXXXVII - Imagem da postagem de 23/11/2022 apresentada no Quadro 8.



ANEXO LXXXVIII - Imagem da postagem de 28/12/2021 apresentada no Quadro 8.



ANEXO LXXXIX - Imagem da postagem de 25/05/2023 apresentada no Quadro 8.



ANEXO XC - Imagem da postagem de 04/10/2022 apresentada no Quadro 8.



Empresas podem sofrer dano moral? Saiba mais sobre este assunto!

ADVOCACIA PADILHA

10 curtidas

advocacia.padilha R- Sim, segundo entendimento do Supremo Tribunal de Justiça (STJ), as pessoas jurídicas também podem sofrer dano moral. Esse novo entendimento se configura devido às empresas possuírem direitos análogos ao da personalidade, como a honra e a reputação.

Por muito tempo, havia o entendimento de que um dano moral só poderia existir para uma pessoa física, em virtude dos direitos à personalidade se restringir a aspectos da imagem, honra, nome, intimidade, privacidade e questões semelhantes. Contudo, após diversas discussões, o STJ

ANEXO XCI - Imagem da postagem de 10/04/2023 apresentada no Quadro 8.



Orgulho de ser 100% São Borja
#ValorizeOqueÉDaqui

MERCADO SUPER UM

5 curtidas

superummercado Começando mais uma semana de muito trabalho por aqui. Uma bela paisagem da Praça da Lagoa 🐢🍃🌳, para inspirar com a beleza da natureza no coração da nossa cidade! 💚

Super Um, orgulho de ser daqui! Orgulho de ser 100% São Borja! ❤️💙

#superum #mercadosuperum #sãoborja #cemporcentosãoborja #ofertas #economiadeverdade #preçobaixo #terradospresidentes #economia #vempromercadosuperum

ANEXO XCII - Imagem da postagem de 11/04/2023 apresentada no Quadro 8.



Orgulho de ser 100% São Borja
#ValorizeOqueÉDaqui

MERCADO SUPER UM

3 curtidas

superummercado Excelência na nossa Padaria é o que não falta! 👏
Uma incrível variedade e de muita qualidade de pães que tu vai amar! Bora pro Super Um?! ❤️💙

#superum #mercadosuperum #sãoborja #ofertas #terradospresidentes #economia #padaria #pão

ANEXO XCIII - Imagem da postagem de 25/05/2023 apresentada no Quadro 8.



ANEXO XCIV - Imagem da postagem de 31/05/2023 apresentada no Quadro 8.



19 curtidas

salomaofurer São Borja - RS
Mede 71x51
Ótimo estado

#ecsaoborja #aesãoborja #aesaoborja
#terradospresidentes #tocontigosaoborja #futebolgaucho
#futebolgaúcho #campeonatogaúcho
#campeonatogaucho #futebolrs #pastelévida

ANEXO XCV - Imagem da postagem de 12/02/2022 apresentada no Quadro 8.



28 curtidas

janainahfinger Pré lançamento
Em breve em nossa cidade Edifício VIVACE! 🏢

Localização privilegiada, no centro de nossa cidade.
Conceito moderno e sofisticado ✨

- Hall social com pé-direito elevado;
- Dois Elevadores;
- Portão Eletrônico;
- Oficina para Bicicletas;
- Geração de Energia para o condomínio através de placas solares;

ANEXO XCVI - Imagem da postagem de 15/08/2022 apresentada no Quadro 8.



Simulação detalhada somente pelo número.

2 curtidas

agilcredsb Você é beneficiário do auxílio Brasil?
Temos Crédito pré aprovado para você.
Solicite uma simulação Gratuita! ✅ $

#saoborja
#terradospresidentes
#emprestimoauxiliobrasil #emprestimoconsignado
#emprestimo

ANEXO XCVII - Imagem da postagem de 15/08/2022 apresentada no Quadro 8.



ANEXO XCVIII - Imagem da postagem de 31/08/2021 apresentada no Quadro 9.



96 curtidas

voltaire.santos A agenda de hoje nos leva para a amada São Borja, terra dos presidentes! Ao lado do presidente da Famurs e prefeito de São Borja, Eduardo Bonotto participo da inauguração das Estátuas em homenagem aos ex-presidentes da República, Getúlio Vargas e João Goulart.

Parabéns Bonotto por valorizar a linda e valente história destes líderes brasileiros! Parabéns ao artista Rossini Rodrigues pelo belo trabalho executado na homenagem aos ex-presidentes brasileiros. #saoborja #getuliovargas #jango #cultura #terradospresidentes

renato_930 Foi o melhor Presidente que esse pais teve valorizava o salário mínimo dos pobres.

ANEXO XCIX - Imagem da postagem de 02/03/2023 apresentada no Quadro 9.

APROVADO
Unanimidade

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE SÃO BORJA
EDIFÍCIO PRESIDENTE GETÚLIO DORNELLES VARGAS
GABINETE DO VEREADOR CELSO A. LOPES

REQUERIMENTO 10-714

O Vereador signatário nos termos regimentais, **REQUER**, após ouvido o Douto Plenário desta Colenda casa, o envio de **VOTOS DE APLAUSOS E CONGRATULAÇÕES** ao Jovem **JOÃO HENRIQUE CELLA**, Presidente Estadual da Juventude Socialista do PDT, pela desenvoltura e firme atuação frente a esse importante órgão partidário.

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

O jovem senhor João Henrique Cella carrega a insígnia dos grandes trabalhistas do Rio Grande do Sul. Juntamente com sua competente equipe do Diretório Estadual da JS/PDT, têm realizado um trabalho de excelente resultados para o Partido, trazendo grande número de jovens para as fileiras do verdadeiro trabalhismo, inclusive com significativa porcentagem de candidatos nas eleições proporcionais.

Tenho o dever de evidenciar as qualidades deste rapaz e valorizar sua atuação, uma vez que desponta no cenário político gaúcho pelo seu trabalho, sua rebeldia e sua dedicação à causa partidária.

É um homem puro, mas firme em seus propósitos, um combatente da boa luta, da boa política; um jovem exemplar para as futuras gerações com promissor futuro.

Solicito aos nobres pares, membros desta Casa de Leis, a aprovação da presente proposição que meritosamente encaminha nossos votos de congratulações a este jovem senhor que dignamente representa parcela da Juventude do nosso Rio Grande, bem como a remessa a Sede Estadual do PDT, sito a Rua Félix da Cunha, nº. 311, Porto Alegre/RS, CEP 90570-001.

Sala **LEONEL BRIZOLA**, 7 de Julho de 2010.

Vereador CELSO A. LOPES
Bancada do PDT

São Borja - Terra dos Presidentes

94 curtidas

henriquecella Um achado na galeria...

.
.
.

#tbt❤️ #terradospresidentes #saoborja

ANEXO C - Imagem da postagem de 31/08/2021 apresentada no Quadro 9.



ANEXO CI - Imagem da postagem de 31/08/2021 apresentada no Quadro 9.



ANEXO CII - Imagem da postagem de 09/11/2022 apresentada no Quadro 9.

Prefeito recebe visita de escultor de miniaturas Paulo Paschoalati Pacheco

Published: Tuesday, 08 November 2022 09:14 | Last Updated: Tuesday, 08 November 2022 09:14

Curtir



Acesse o site da Justiça Eleitoral para encontrar informações oficiais sobre as eleições de 2022.

48 curtidas

paschoaloti_maquetes Agradecimento especial ao prefeito