



DCOS



URBIS



UFS



URBIS

O direito à cidade na comunicação social





Universidade Federal de Sergipe
Departamento de Comunicação
Social
Curso de Publicidade e
Propaganda

AUTORES

Adrielle Francisca Machado dos Santos
Alana Lopes Matos
Alda Marry Santana Oliveira
Aléx Oliveira do Nascimento
Aline Brito Silva de Oliveira
Ana Beatriz Carvalho Alves
Ana Luíza Bezerra Modesto
Anne Caroline de Jesus Santos
Anne Louise Rodrigues Andrade
Beatriz Lima Monteiro
Brisa França Alves
Byanca Santos Tavares
Eloísa Cecília Oliveira Carregosa
Emanuele dos Santos Azevedo
Felype Cravo Nunes Oliveira
Gabriel Carvalho de Castro
Gabriela Amorim Fortunato da luz
Guilherme Nascimento Lima
Ingrid Yasmim Lima dos Santos
Isabela Ferreira de Souza
Isaías Santos Melo
Joacir Rodrigues Maranhão de Oliveira
João Paulo Feitosa de Souza Melo
Laisa de Oliveira Cruz Santos
Lucas Daniel da Silva Ferreira
Lúcio Daniel Santana Batista
Luziele Rocha dos Santos
Maria Clara Silva de Alcântara
Maria Eduarda Campos Leal
Maria Eduarda Prado de Jesus
Maria Luísa Cabral Pizzi Teixeira
Maria Luiza Teles de Albuquerque
Maria Vitória Melo E Silva Santos
Marina Alves dos Santos

Nathan dos Santos Moreira Alves
Pedro Lucas Nunes Santos Rocha
Pedro Vitor Santos da Silva
Pietra Lins Silva Anunciação
Renata Batista Almeida dos Santos
Ryan de Jesus Silva
Ryan Edward Santos Oliveira
Sâmia do Valle de Oliveira
Sofia de Macêdo Moraes
Stephanie Maria Sales Santos
Yasmin Santos Alves

PROJETO GRÁFICO E
EDITORAÇÃO

Adrielle Francisca Machado dos Santos
Alana Lopes Matos
Aline Brito Silva de Oliveira
Anne Caroline de Jesus Santos
Beatriz Lima Monteiro
Emanuele dos Santos Azevedo
Felype Cravo Nunes Oliveira
Gabriela Amorim Fortunato da luz
Isaías Santos Melo
João Paulo Feitosa de Souza Melo
Lucas Daniel da Silva Ferreira
Maria Clara Silva de Alcântara
Maria Luiza Teles de Albuquerque
Marina Alves dos Santos
Renata Batista Almeida dos Santos

FOTOGRAFIA

Adrielle Francisca Machado dos Santos
Alana Lopes Matos
Alda Marry Santana Oliveira
Brisa França Alves
Byanca Santos Tavares

Emanuele dos Santos Azevedo
Gabriela Amorim Fortunato da luz
Luziele Rocha dos Santos
Maria Luísa Cabral Pizzi Teixeira
Maria Luiza Teles de Albuquerque
Maria Vitória Melo e Silva Santos
Nathan dos Santos Moreira Alves
Pedro Lucas Nunes Santos Rocha
Renata Batista Almeida dos Santos

COMISSÃO EDITORIAL

Aléx Oliveira do Nascimento
Ana Luíza Bezerra Modesto
Brisa França Alves
Eloísa Cecília Oliveira Carregosa
Ingrid Yasmim Lima dos Santos
Isabela Ferreira de Souza
Joacir Rodrigues Maranhão de
Oliveira
Luziele Rocha dos Santos
Maria Eduarda Campos Leal
Nathan dos Santos Moreira Alves
Ryan de Jesus Silva
Sâmia do Valle de Oliveira
Sofia de Macêdo Moraes
Stephanie Maria Sales Santos

DIVULGAÇÃO

Alda Marry Santana Oliveira
Ana Beatriz Carvalho Alves
Anne Louise Rodrigues Andrade
Byanca Santos Tavares
Gabriel Carvalho de Castro
Guilherme Nascimento Lima
Laisa de Oliveira Cruz Santos
Lúcio Daniel Santana Batista
Maria Eduarda Prado de Jesus
Maria Luísa Cabral Pizzi Teixeira

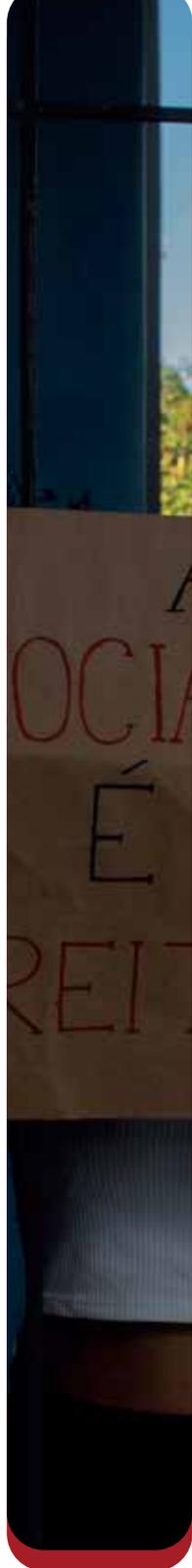
Maria Vitória Melo E Silva Santos
Pedro Lucas Nunes Santos Rocha
Pedro Vitor Santos da Silva
Pietra Lins Silva Anunciação
Ryan Edward Santos Oliveira
Yasmin Santos Alves

DOCENTES RESPONSÁVEIS

Arthur Leonardo Roeder Neto
Erna Raisa Lima Rodrigues de
Barros
Raquel Marques Carriço Ferreira
Ravena Sena Maia
Renata Barreto Malta
Valéria Maria Vilas Bôas

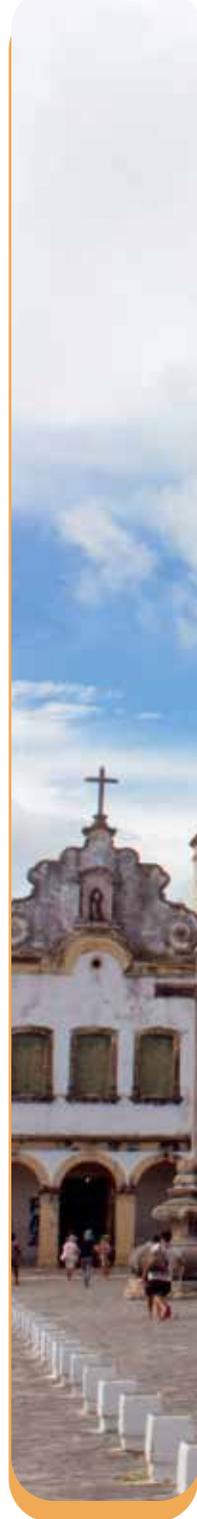
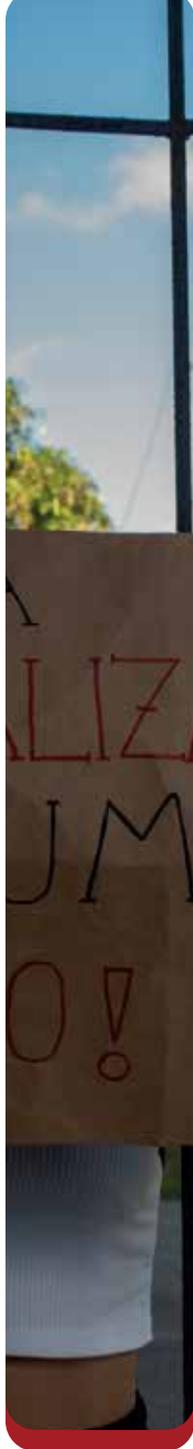
AGRADECIMENTOS

André Teixeira
Arthur Leonardo Roeder
Erna Barros
Raquel Carriço
Ravena Sena
Renata Malta
Valéria Vilas Bôas Araújo
Will



Comunicação, identidade e resiliência: uma análise do papel das narrativas na (re)integração social de mulheres egressas do sistema prisional através do projeto 'Tereza'

p.10



Como a cidade de São Cristóvão é representada pela comunicação do perfil no Instagram do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC)?

p.30



Comunicação e mobilidade: Uma análise de como as interações no WhatsApp entre usuários do transporte público de Aracaju relacionam-se com o direito à cidade

p.50





Os influenciadores digitais de Aracaju promovem o lazer na cidade?

p.72



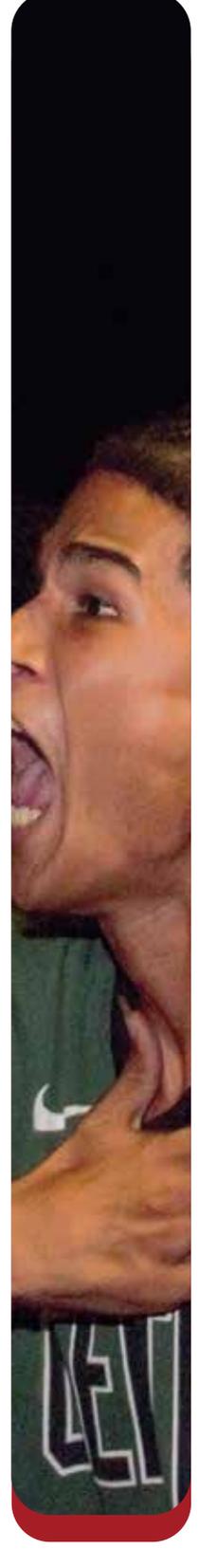
A representação da cidade em meios digitais: uma análise de perfis do Instagram de vereadores de Aracaju

p. 88



Rimando a cidade: explorando a comunicação e a luta pela reivindicação do espaço urbano na Batalha da Bandeira

p.108



Agradecimentos

Gostaríamos de expressar nossa mais sincera gratidão pelo apoio inestimável e orientações valiosas que os professores nos concederam durante o processo de desenvolvimento da nossa revista.

À ex-professora de Fotografia Publicitária e Produção Gráfica, Ravena Maia, por sua dedicação ao fornecer aulas básicas e introdutórias ao grupo responsável pela identidade visual, ensinando como utilizar o Adobe InDesign. Também queremos agradecer à professora de Fotografia Publicitária e Produção Gráfica, Erna Barros, por sua orientação e valiosas dicas no desenvolvimento da identidade visual da revista.

Além disso, gostaríamos de agradecer às professoras Vália Vilas Boas, Renata Malta, Erna Barros e ao professor Leonardo Roeder pela orientação conjunta. Em especial, queremos agradecer a Vália, Renata e Raquel Carriço por suas orientações individuais com cada grupo, apontando o que precisava ser melhorado. Suas sugestões e feedback construtivo foram verdadeiramente enriquecedores, ajudando-nos a refinar nossas ideias, aprimorar nossas análises e apresentar um conteúdo de qualidade aos leitores. Isso foi fundamental para a elaboração e bom desenvolvimento dos artigos presentes na revista.

Também gostaríamos de agradecer à Renata por sua ajuda na campanha de lançamento e à Erna por autorizar a liberação das câmeras, bem como a André Teixeira, técnico do laboratório de fotografia do DCOS, que demonstrou grande paciência ao fornecer o material necessário para que pudéssemos capturar as fotos. É importante também agradecer à Câmara Municipal de Aracaju por nos receber e proporcionar um espaço para realizarmos nossas fotos. Também queremos expressar nossa gratidão ao Alex Will que é o organizador da Batalha da Bandeira e aos rimadores por nos receberem calorosamente nas batalhas e por sua importante colaboração para o desenvolvimento do nosso artigo. Sua hospitalidade e apoio foram fundamentais para o sucesso do nosso projeto.

Queremos agradecer à Universidade Federal de Sergipe por disponibilizar o transporte para a visita em São Cristóvão, que serviu como palco para alguns grupos produzirem fotografias que serão expostas ao longo da revista. Por fim, em nome de toda a equipe envolvida na criação da revista Via Urbis, gostaríamos de expressar nosso mais sincero agradecimento por toda dedicação, apoio e orientações inestimáveis de todos aqueles que contribuíram para o desenvolvimento desse trabalho. Esperamos que este projeto possa servir como uma contribuição significativa para o debate e a promoção de uma cidade mais justa, inclusiva e sustentável.



Carta dos editores

É com imenso prazer que lançamos a primeira edição da revista Via Urbis. Ao adentrar o tema do direito à cidade, buscamos não apenas explorar, mas também desvendar as camadas mais profundas que compõem o tecido urbano. "Urbis", palavra que significa cidade em latim, é um convite à reflexão sobre o pulsar das ruas, a diversidade das praças e a história que permeia cada canto. Em sua essência, "Urbis" nos conecta à própria alma das cidades, onde os sonhos, as lutas e as conquistas se entrelaçam em uma teia complexa. Enquanto comunicadores e construtores de conhecimento, podemos dar voz aos sem voz, e trazer luz às realidades que são por vezes esquecidas.

Durante o período eleitoral, que se aproxima nas eleições municipais de 2024, as questões urbanas emergem como prioridade para os eleitores, que buscam propostas sólidas para os desafios enfrentados em suas comunidades. É nesse contexto que este trabalho, oferecendo uma compreensão das dinâmicas urbanas e das demandas da população, pode fortalecer os canais de comunicação entre governo e sociedade, e contribuir para o fortalecimento da democracia local. A cidade, enquanto espaço físico e público, é um grande conjunto cultural, onde diferentes etnias, religiões, culinárias e hábitos coexistem e interagem entre si. É essa pluralidade cultural que enriquece a vida urbana.

Para nós, esta revista é muito mais do que um simples registro de produção intelectual. É um espaço onde buscamos criar um diálogo inclusivo sobre os temas em questão e suas complexidades. Buscamos, portanto, com a publicação, contribuir para a área da Comunicação Social, divulgando análises que possam ampliar o conhecimento e promover reflexões acerca do campo.

Os estudos aqui presentes tentam compreender como os discursos e mídias moldam a vivência urbana, promovendo inclusão social e participação cidadã. Ao mesmo tempo, destacam a importância de compreender a cidade não apenas como um espaço físico, mas como um produto social e político. Além disso, tratando-se de uma revista científica voltada para a área da Comunicação, destaca-se seu papel na construção de espaços públicos e na promoção da diversidade cultural. Portanto, através da pesquisa científica, é possível analisar como as

tecnologias estão moldando a comunicação urbana e explorar seu potencial para promover uma maior participação na cidade, a fim de estabelecer seu papel na construção de direito à cidade.

A Via Urbis oferece uma perspectiva abrangente sobre temas interconectados que revelam a complexidade das dinâmicas urbanas contemporâneas. Os estudos examinam desde as interações dos usuários de transporte público de Aracaju em grupos de WhatsApp até a representação da cidade em meios digitais através da análise dos perfis do Instagram de vereadores de Aracaju. A análise da comunicação do Instagram do FASC e o discurso dos influenciadores visam compreender como essas práticas comunicativas influenciam a percepção dos direitos urbanos, incluindo o direito ao lazer na cidade. O estudo sobre a Batalha da Bandeira destaca como eventos culturais influenciam a identidade urbana e a percepção dos direitos urbanos. O projeto "Tereza" da ONG Humanitas360 é investigado quanto ao seu impacto na ressocialização de mulheres após experiências no sistema prisional, reforçando a necessidade de políticas públicas mais abrangentes para garantir a inclusão desses grupos. Os trabalhos aqui expostos contam com o apoio do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe (DCOS), e com os direcionamentos dos professores que compõem o corpo docente do curso de Publicidade e Propaganda. Convidamos os leitores a explorar os diversos artigos que compõem esta edição para uma compreensão mais ampla das complexidades urbanas.

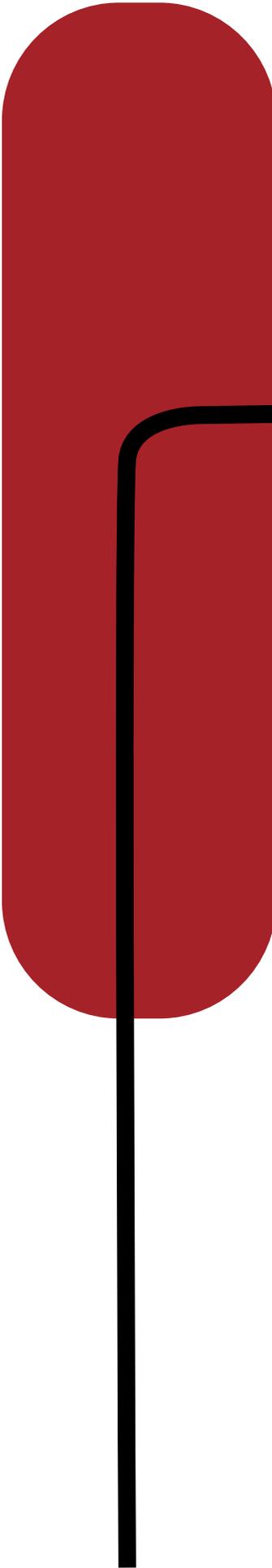


Comunicação e sociologia

Autores: Adrielle Francisca Machado dos Santos, Aline Brito Silva de Oliveira, Brisa França Alves, Byanca Santos Tavares, Pedro Lucas Nunes Santos Rocha, Nathan dos Santos Moreira Alves, Renata Batista Almeida dos Santos e Yasmin Santos Alves.

01





Comunicação, identidade e resiliência: uma análise do papel das narrativas na (re)integração social de mulheres egressas do sistema prisional através do projeto 'Tereza'

Resumo

Este estudo investiga de que maneira a comunicação desempenha um papel na divulgação e impacto dos relatos de mulheres participantes do projeto "Tereza", da ONG Humanitas360. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, utilizando análise de conteúdo para examinar os relatos compartilhados pelas participantes, tanto no site quanto no canal do YouTube do projeto. Quatro vídeos da web série "Eu Sou Tereza" e cinco relatos disponíveis na seção "Histórias" do site foram selecionados como unidades de análise. Os resultados revelam padrões nas narrativas das participantes, destacando a influência positiva do projeto na reintegração social das mulheres após a sua libertação. Essas descobertas ressaltam a importância de políticas públicas e programas de reintegração mais abrangentes para promover a inclusão desses grupos na sociedade.

Palavras-chave: Direito à cidade. Ressocialização. Sistema prisional. Narrativas em redes sociais.

Introdução

Segundo Henri Lefebvre (2001), renomado sociólogo e filósofo francês, a "cidade" vai além de sua definição meramente geográfica, sendo um espaço socialmente construído, onde as relações sociais, culturais e econômicas desempenham um papel fundamental. Nesse contexto, o direito à cidade se configura como a garantia de que todos os cidadãos tenham igualdade de oportunidades e acesso aos recursos urbanos, independentemente de sua origem, classe social ou histórico criminal. A cidade não é apenas um cenário físico, mas um palco onde a inclusão social se desenrola, influenciando diretamente a qualidade de vida de seus habitantes. Nesse sentido, a ressocialização permite, ao oferecer oportunidades de reintegração para grupos marginalizados, o fortalecimento de laços comunitários e contribui para a construção de uma cidade mais justa, solidária e acolhedora para todos os seus cidadãos.

A ressocialização de indivíduos que cumpriram pena emerge como um desafio complexo em sociedades marcadas por desigualdades sociais e estigmatização. De acordo com Santos e Jacob (2023), o fato de que as penas no Brasil não podem ter caráter perpétuo implicam, diretamente, no fato de que o indivíduo ora pagando pelo mal que cometeu, ora atendendo o Estado na preven-

ção, será posteriormente reinserido na sociedade. No contexto da comunicação social, este trabalho propõe-se a explorar a interseção entre ressocialização e direito à cidade, concentrando sua análise no projeto "Tereza" da ONG Humanitas360. A escolha deste tema reflete a necessidade premente de compreender como estratégias comunicativas podem contribuir para a quebra de estigmas.

Segundo o site do projeto, "Tereza" nasceu como uma marca criada para comercializar produtos das cooperativas de pessoas presas, criadas dentro de penitenciárias brasileiras pelo Instituto Humanitas360. Hoje, são um negócio social que não visa o lucro: parte da produção é feita por essas cooperativas, bem como por mulheres egressas do sistema prisional e vítimas de violência doméstica, atuando como autônomas em vários pontos do país, além das egressas que trabalham como colaboradoras em uma oficina no bairro do Rio Pequeno, na capital paulista.

Este trabalho pretende observar os relatos compartilhados pelas egressas do sistema prisional, os quais são veiculados tanto no site quanto no canal do YouTube ligados a esse projeto. Implementado em cooperativas sociais envolvendo mulheres que passaram pelo sistema prisional, o projeto transcende suas metas comerciais ao se posicionar como um agente de transformação social. A análise proposta visa des-

vendar de que maneira a comunicação desempenha um papel na divulgação e impacto desses relatos, destacando como essa abordagem pode contribuir significativamente para ampliar o diálogo sobre a ressocialização e o direito à cidade., Além de comercializar produtos de qualidade e alto valor agregado, conforme destacado pelos envolvidos com o projeto, essa iniciativa permite ir além de sua natureza comercial ao se posicionar como um catalisador para a ressocialização de mulheres que enfrentaram o sistema prisional. Nesse contexto, observaremos nesta pesquisa: menções explícitas ou implícitas ao estigma presente nas narrativas, compreendendo como são caracterizados e mencionados; as estratégias discursivas empregadas para ampliar o conhecimento público sobre essas mulheres, destacando suas histórias para além da marginalização e as estratégias utilizadas nessas narrativas para contradizer o preconceito, enfatizando elementos e desafiando estereótipos.

A justificativa para este estudo é respaldada, inicialmente, em compreender como estratégias comunicativas podem potencializar a ressocialização de pessoas que passaram pelo sistema prisional. Ao revelar como elas podem moldar a percepção pública sobre a reintegração de indivíduos marginalizados na vida urbana e ao enfatizar o potencial da ressocialização para fomentar uma cidade mais inclusiva e coesa, este trabalho não apenas

contribui para o debate acadêmico, mas também proporciona reflexões para políticas públicas e programas de reintegração social.

Referencial Teórico

Os estudos culturais, advindos das contribuições de teóricos como Stuart Hall e Raymond Williams, emergiram como uma disciplina interdisciplinar que se destaca por sua capacidade única de desvelar as relações entre cultura, poder e identidade, como evidenciado por Johnson (2006). Esta abordagem, que se concentra na análise crítica das práticas culturais, incluindo a produção e recepção de mensagens midiáticas, emergiu nas últimas décadas do século XX como uma resposta às limitações percebidas das abordagens tradicionais da comunicação e mídia, que muitas vezes eram consideradas limitadas por perspectivas mais elitistas ou homogeneizadoras.

Stuart Hall, um dos pilares dos estudos culturais, delineou uma abordagem que desafia visões essencialistas da cultura, destacando que a cultura é um campo de lutas, de significados em constante transformação. Para Hall (2006), a cultura não é o que é reproduzido, mas o que é representado; significa e simboliza. Sob essa perspectiva, evidencia-se a análise do projeto "Tereza", pois a produção cultural

das cooperativas de mulheres que fazem parte do programa não apenas reproduz padrões existentes, mas propõe significados alternativos que desafiam as narrativas convencionais associadas às pessoas que passaram pelo sistema prisional. Em outras palavras, elas não estão apenas copiando o que já existe, mas estão criando algo que desafia as expectativas sociais e culturais previamente estabelecidas sobre elas. Além disso, no cerne desta corrente teórica, encontra-se a compreensão de que a cultura não é um mero reflexo da sociedade, mas uma força ativa na construção de significados e na formação de identidades, como levantado em ideais de Hall.

Cultura, Identidade e Sociedade:

No contexto da comunicação, destaca-se que as mensagens veiculadas pelo projeto "Tereza" e iniciativas semelhantes são mais do que simples transmissores de informações; são agentes ativos na produção de narrativas que influenciam a percepção pública sobre a ressocialização e o direito à cidade. Por isso, a cultura emerge como um elemento central, não mais relegada a um papel secundário, mas reconhecida por seu caráter epistemológico fundamental. Essa perspectiva propõe

uma "virada cultural", na qual a cultura é considerada essencial para compreender a sociedade. Contrariamente à visão que a coloca como uma esfera separada da economia e política, aqui destaca-se sua presença onipresente, permeada por relações de poder. Como enfatizam Enninger, Corrêa e Lisboa Filho (2014), a cultura é compartilhada através das interações sociais, contribuindo para a formação da identidade e o reconhecimento de diversas práticas culturais e pertencimentos.

Não pode mais ser secundária, mas vista como algo com caráter epistemológico, que diz respeito ao lugar a partir do qual é necessário posicionar-se para pensar a sociedade. É a virada cultural de que tratam os textos dos Estudos culturais. E a cultura não está acima de economia e política, mas está presente em tudo, embora seja regulada por pressões de poder. Através das interações sociais essa cultura é compartilhada de alguma maneira. Daí decorre a associação da cultura, do reconhecimento de diferentes práticas culturais e pertencimentos, com a identidade, que permite que os indivíduos se definam culturalmente. (Enninger; Corrêa; Lisboa Filho, 2014, p. 4)

Conforme salientado por Enninger, Corrêa e Lisboa Filho (2014), a virada cultural mencionada nos estudos culturais sinaliza uma mudança significativa na perspectiva ao abordar a sociedade. Em contraposição à visão que coloca a cultura em uma posição subordinada à economia e à política,

a mensagem central é a de que a cultura permeia todos os aspectos da sociedade. Ao destacar que a cultura é regulada por pressões de poder, os autores apontam para a influência de dinâmicas sociais e políticas na configuração cultural. Essa interação social é identificada como o veículo pelo qual a cultura é compartilhada. A cultura não está subordinada, mas sim interconectada à economia, política e identidade, constituindo um elemento central na forma como as sociedades são compreendidas e indivíduos se definem culturalmente. Essa perspectiva mais abrangente contribui para uma visão mais enriquecedora da sociedade e de seus componentes constituintes.

A comunicação vai além da simples transmissão de mensagens. Ela pode representar uma construção de significados compartilhados na sociedade, pois a percepção pública sobre egressos do sistema prisional é, muitas vezes, moldada por representações midiáticas, influenciando a forma como esses indivíduos são recebidos na sociedade. Portanto, a comunicação também está ligada às políticas sociais, pois a forma como os discursos sobre justiça criminal é articulada pode impactar diretamente nas decisões políticas, nas práticas institucionais e na opinião pública. No contexto do projeto "Tereza", a comunicação eficaz transcende a mera divulgação de produtos,

tornando-se uma ferramenta para desafiar narrativas prejudiciais e tentar construir uma nova percepção em torno da ressocialização.

Não obstante, segundo evidenciado por Oliveira (2007), indivíduos que enfrentam privações desde o início da vida podem se tornar mais propensos a cometer delitos, pois a escassez de opções os leva a escolhas indesejadas. A segregação espacial e a estigmatização de determinadas áreas urbanas podem criar barreiras significativas para a inclusão social de egressos do sistema prisional. Logo, a visão crítica proposta pelos estudos culturais permite analisar como a cidade é discursivamente construída e como essas representações influenciam a experiência dos indivíduos que retornam à sociedade e experienciam a cidade após cumprir pena, levando em consideração a importância de compreender não apenas as dimensões físicas, mas também as dimensões simbólicas do espaço urbano.

Em consonância, Williams (1979) enfatiza que a cultura é um processo de mudança constante, influenciado por interações sociais.

Ao aplicar essa visão ao projeto "Tereza", percebemos que as estratégias comunicativas não são apenas reflexos da cultura, mas agentes ativos na transformação social. Nesse viés, conforme análise proposta nesse trabalho, compreender a influência da comunicação no projeto da ONG Humanitas360 permite desafiar estigmas, promover identidades positivas e contribuir para a discussão mais ampla sobre ressocialização e direito à cidade.

Metodologia

Esta pesquisa busca compreender o papel do projeto Tereza na ressocialização dessas mulheres, analisar os efeitos das experiências compartilhadas pelas participantes no contexto prisional e pós-prisional, e investigar os significados atribuídos pelas detentas às suas vivências no projeto.

Para a condução desta pesquisa, adotaremos uma abordagem qualitativa, que nos permitirá uma imersão nos conteúdos disponíveis. Exploraremos os materiais publicados no YouTube e no site oficial do projeto Tereza, buscando compreender as diferentes perspectivas e experiências compartilhadas pelas participantes. Utilizaremos a análise

de conteúdo como metodologia, examinando os vídeos da web série "Eu Sou Tereza" presentes no canal oficial da ONG Humanitas360, assim como os relatos disponíveis na seção "Histórias" do site do projeto.

Nossa amostra será composta por 4 vídeos da web série e 5 relatos, totalizando 9 unidades de análise, o que nos permitirá uma abordagem abrangente e detalhada. A coleta de dados será realizada por meio da transcrição e categorização dos discursos destas mulheres, buscando identificar padrões e temas recorrentes em suas narrativas. Além disso, nossa análise estará focada na compreensão dos significados atribuídos pelas participantes às suas experiências no projeto, bem como na identificação do impacto da iniciativa em suas vidas.

Análise

Na presente análise, observaremos os conteúdos publicados no YouTube e no site do projeto Tereza, que se intitula como uma marca criada para comercializar produtos das cooperativas de pessoas presas, egressas do sistema prisional e vítimas de violência doméstica, atuando não somente nas penitenciárias, mas também nas oficinas criadas em vários pontos do país, oferecen-





do oficinas de capacitação técnica para as cooperadas e compartilhando as histórias das mulheres que participam do projeto, por meio das etiquetas dos artigos que são vendidos. Segundo eles, o objetivo é “transformar a visão que a sociedade tem dos detentos e ex-detentos”, por intermédio do trabalho.

Sob a ótica dos estudos culturais, os estigmas mencionados repetidamente no texto referem-se a representações sociais negativas e preconceituosas associadas às pessoas que estiveram envolvidas no sistema prisional. Esses estigmas incluem a ideia de que esses egressos são perigosos, moralmente falhos e incapazes de se reintegrarem à sociedade de forma produtiva. Essas percepções são enraizadas em narrativas culturais que retratam os indivíduos que cumpriram pena como intrinsecamente

diferentes ou inferiores, perpetuando assim a marginalização e a exclusão (Foucault, 1987). Portanto, ao explorar esse conceito, buscamos compreender como eles são construídos, mantidos e contestados dentro da sociedade, e como impactam a experiência e as oportunidades das pessoas que passaram pelo sistema prisional.

Através de relatos encontrados no canal oficial do YouTube da ONG Humanitas360, analisaremos a playlist da web série “Eu Sou Tereza” gravada em 2020, que contém 4 vídeos de depoimentos de mulheres que fazem parte do projeto. E no menu “Histórias”, presente no site, onde são contados mais 5 relatos diferentes que também serão observados. Explorando a presença digital do projeto neste espaço virtual do YouTube,

onde as detentas compartilham suas histórias e experiências, evidenciam-se padrões nas falas, como: as desigualdades estruturais vivenciadas antes de serem presas, a maioria pertencendo a famílias de baixa renda, tendo difícil acesso à educação e exposição à violência por meio dos seus relacionamentos conjugais. Com isso, a escolha do canal para a análise se dá pois ele emerge como uma plataforma capaz de transmitir não apenas narrativas individuais, mas também as nuances coletivas que compõem o impacto da iniciativa, buscando trazer por meio dessa exposição a restauração de humanização das prisioneiras. Como exposto anteriormente, os estigmas que estão enraizados na sociedade tendem a dificultar o processo de reinserção dessas pessoas.

Além disso, ainda nos vídeos analisados, as declarações compartilhadas expressam sentimentos em comum entre eles, como a esperança, por exemplo, conforme é sugerido na fala emocionada e convicta da Cícera Célia (reclusa a cinco anos): “O projeto faz que a gente veja que há alguém que ainda acredite, porque nós vamos voltar para socie-

dade... e isso me faz sonhar mais e realizar muito mais”. Porém, vale salientar que mesmo com o apoio da ONG em todo processo de ressocialização, a segurança em relação a aceitação da sociedade para com elas, ainda é incerta. Ao decorrer da narrativa, é apontada a importância do projeto em suas histórias dentro do sistema carcerário, e como ele implica nas suas visões para além de sua atuação, como pode ser visto na fala reflexiva e orgulhosa de Rayane Martins¹ (reclusa desde 2018): “Aqui eu aprendi a amadurecer, a enxergar, a ter paciência, a compreender que eu não compreendia, aqui eu dou valor as coisas”. Sinalizando o aprendizado que pode vir a ser extraído do âmbito em que elas se encontram, em um entendimento de que, parafraseando Cícera Célia²: “é muito mais do que uma proposta de trabalho”.

Observa-se ainda, segundo os relatos, mudanças e crescimentos em áreas comportamentais, ao apontarem a convivência como um obstáculo, antes recorrente, ainda que este não seja algo restrito ao sistema prisional, e sim, um fenômeno que pode se acentuar nele. Como afirma, de maneira calma e incisiva, Natália Silva³, presidente da cooperativa, (reclusa a quase dois anos): “Estamos unidas agora... meninas que não se toleravam aqui, na área da cooperativa, tudo mudou... a amizade, a união, a

Vídeos analisados: playlist “Eu Sou Tereza”
fonte: Youtube

força de vontade de todas”. Isso permite a compreensão que durante a inicialização delas no projeto a convivência é desafiadora, contudo, ao decorrer do tempo e conforme adquirem aprendizado e o entendimento da necessidade social dentro do ambiente corporativo, torna-se possível uma convivência harmoniosa.

Outro ponto ressaltado por elas nos vídeos, é o significado de se sentirem vistas e ouvidas sem julgamentos pelo projeto. Keitiane Mesquita⁴ (reclusa a oito anos e nove meses) reflete confiante: “...é um projeto que tem um olhar voltado para o ser humano em todas as formas que você precisa, de tudo, eles estão sempre ali para te ajudar, nunca viram as costas e o melhor de tudo não te condena, não te julga, pelo que tu faz ou pelo que tu é...”. Aqui observa-se uma mudança no que se refere ao sentimento de descrença, passando a acreditar em um futuro em que a ressocialização é possível: “Eu nunca imaginaria que uma pessoa seria capaz de acreditar em mim, em algo que eu fosse construir... e a cooperativa Cuxá faz isso, dá oportunidade realmente para o ser humano, ela quer realmente a ressocialização daquele ser humano...”. Expõe-se, portanto, como isso ocorre no espaço da cooperativa, uma vez que por meio da forma que o trabalho se desenvolve, sugere-se que



ele auxilia diretamente na criação de relações, na coexistência dentro de um âmbito social e na preparação para a tão esperada volta a sociedade sempre citada com otimismo, mas com o entendimento claro das dificuldades e apontamentos que serão encontrados.

Para a segunda parte da análise, foram observados os relatos disponíveis na seção "Histórias" do site oficial do Projeto "Tereza". Narrando sua experiência na cooperativa gerida pelo Instituto Humanitas360 no Maranhão, Deilândia dos Santos⁵, que enfrenta uma sentença de 35 anos de prisão, diz que o projeto

a faz sentir que não está presa, ao destacar o que o projeto oferece tanto assistência social quanto apoio espiritual. Sua intenção é aplicar os aprendizados da cooperativa após sua liberação. O relato de Deilândia destaca a complexidade de sua trajetória, revelando desafios familiares e as circunstâncias que a levaram à prisão. A participação na cooperativa como um agente essencial para sua ressocialização indica a relevância de programas que oferecem suporte prisional e pós-prisional, conforme salientado por Santos e Jacob (2023).

No caso de Amanda dos Santos⁶, ex-detenta com 11 anos e 7 meses



Sessão "Histórias"
Site: tereza.org.br

ESCOLHA SEU PRODUTO

PARA EMPRESAS

QUEM É T

Histórias

Conheça as mulheres que fazem a Tereza



de prisão, ela conheceu a cooperativa durante seu período de reclusão. A história de Amanda destaca a importância do apoio familiar durante o período de encarceramento. Seu envolvimento na cooperativa não apenas proporcionou crescimento pessoal, mas também influenciou sua jornada pós-prisonal, demonstrando o impacto duradouro dessas iniciativas. Enquanto Camila Gonçalves⁷, presa por 8 anos e 2 meses, compartilha uma história onde seu pai foi preso quando ela tinha 2 anos. Após entrar no mundo do crime com o pai, ela foi presa aos 19 anos. Seu relato enfatiza o apoio da mãe

durante o período de encarceramento. Ao ouvir sobre a cooperativa na prisão, ela ingressou no projeto após sua libertação, destacando a acolhida e o suporte recebidos.

As narrativas compartilhadas pelas mulheres da cooperativa não apenas refletem a cultura circundante, mas, como agentes ativos, contribuem para a construção de novos significados e identidades, desafiando estigmas convencionais associados à população carcerária. Além disso, considerando não apenas as dimensões físicas, mas também as simbólicas do espaço urbano na análise das experiências das mulheres após o cumprimento

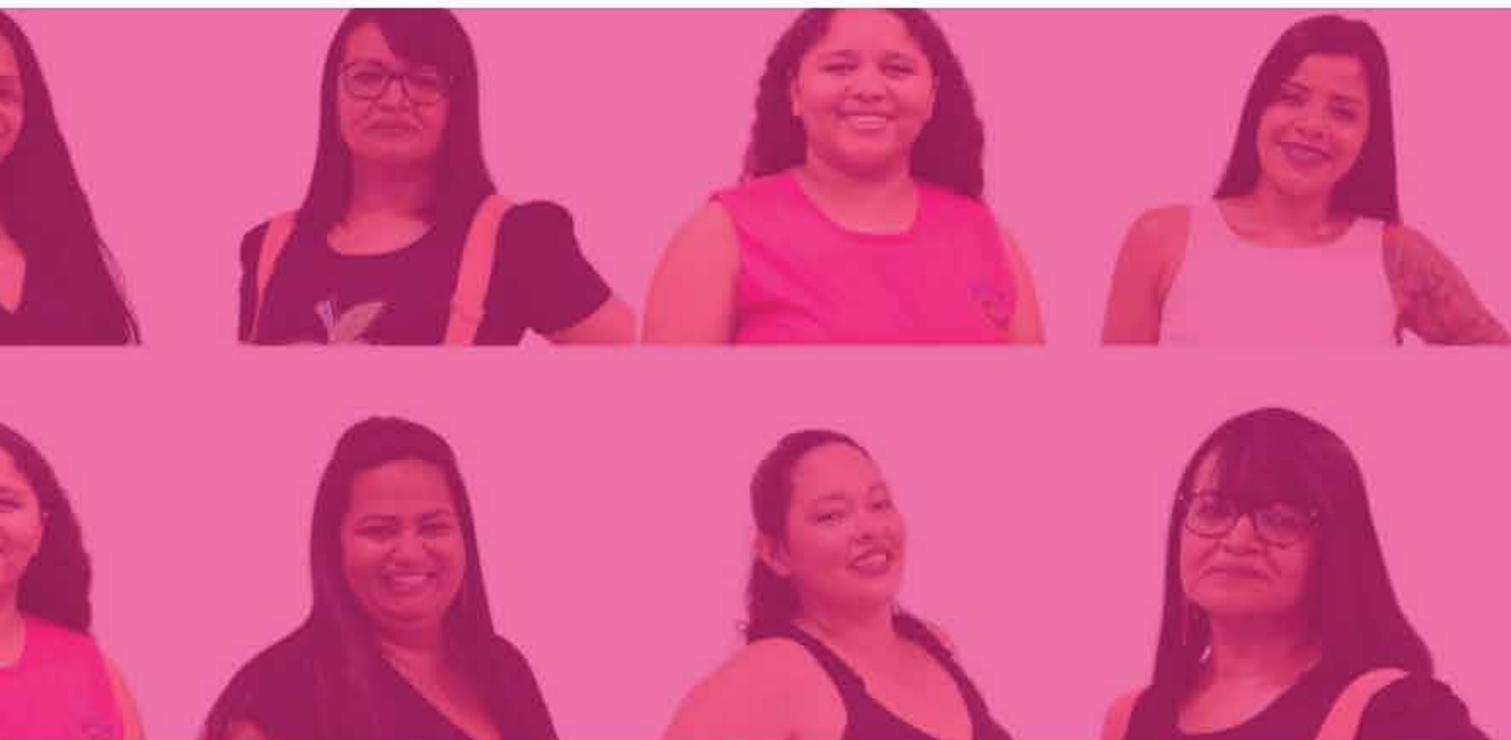
TEREZA

VALE A PENA

TEREZA?

HISTÓRIAS

COMPRE AQUI



de suas penas, como discutido por Williams (2007) em sua concepção da cultura como um processo em constante mudança, influenciado por interações sociais. Ou seja, a cultura é moldada pelas interações sociais das pessoas, o que significa que as experiências das mulheres na cidade também podem influenciar e ser influenciadas por essa dinâmica cultural em evolução. Assim, a participação na cooperativa não apenas fornece habilidades profissionais, mas também contribui para a (re)construção de identidades.

Ainda no site, temos o relato de Flávia⁸, presa por 10 anos, que compartilha uma juventude tranquila que se transformou após o envolvimento com o crime. Entrar no projeto alterou seus pensamentos, e hoje, livre, ela cursa direito. Seu relato destaca a capacidade de transformação proporcionada pela cooperativa. A narrativa de Flávia revela uma transformação significativa e sua busca por educação superior representa uma reviravolta positiva após a prisão.

Vale ressaltar que as histórias compartilhadas pelas detentas vinculadas ao Projeto "Tereza" transcendem o âmbito pessoal, atuando como elementos que contribuem para a construção de uma nova dinâmica cultural dentro do sistema prisional. No entanto, é necessário considerar que, embora esses rela-

tos possam indicar uma mudança cultural positiva, eles representam apenas uma faceta da complexa realidade prisional. Além disso, é preciso reconhecer que a cultura emergente pode não ser uniformemente experimentada por todas as detentas, levando em consideração a diversidade de contextos, trajetórias e vivências dentro do sistema prisional. Dessa forma, abordam-se



esses relatos com uma lente crítica e cautelosa, reconhecendo a sua relevância, mas sem perder de vista a necessidade de uma análise imparcial do impacto, quanto à exposição do Projeto "Tereza", no entendimento ao que se refere a dificuldade da ressocialização de pessoas que cumpriram pena. No geral, essas histórias destacam a relevância das iniciativas como o

Projeto dentro do ambiente prisional, ressaltando também a importância de reconhecer e valorizar o potencial de mudança presente em cada indivíduo. A participação das detentas contribui para seu desenvolvimento profissional e para o fortalecimento de seu papel como agentes de transformação em suas vidas.

Ao desafiar os estigmas mencionados e oferecer oportunidades tangíveis de reinserção social, O projeto exemplifica como o investimento no aprimoramento das habilidades individuais pode desencadear mudanças substanciais. Os relatos das detentas não apenas compartilham suas experiências pessoais, mas também contribuem para uma compreensão coletiva da resiliência diante de desafios. Não obstante, é imperativo que haja um reconhecimento efetivo da importância de programas de reintegração social no sistema carcerário. Os gestores públicos devem direcionar recursos para o desenvolvimento e expansão de iniciativas semelhantes, garantindo que estejam acessíveis a um número significativo de detentas em diferentes unidades prisionais, focando não apenas no período de encarceramento, mas também no pós-liberdade, assegurando que as detentas tenham suporte contínuo e oportunidades de emprego após deixarem a prisão (Oliveira, 2007).





Considerações Finais

Ao analisar as experiências compartilhadas pelas detentas vinculadas ao Projeto "Tereza"⁹, é necessário um olhar atento para além das narrativas de progresso e superação, reconhecendo os desafios significativos que permeiam o processo de ressocialização. Embora os relatos transmitam uma mensagem de esperança e positividade, é essencial lembrar que a reintegração social é um caminho complexo, sujeito a diversas

dificuldades e obstáculos.

As histórias compartilhadas pelas detentas ressaltam a importância das iniciativas de ressocialização, como o Projeto "Tereza", no contexto prisional. No entanto, deve-se abordar de forma realista os desafios enfrentados, tanto pelas próprias detentas quanto pelo sistema prisional como um todo. Isso inclui questões estruturais e sistêmicas que afetam a reintegração de indivíduos que cumpriram pena. Reconhecemos que os relatos analisados representam apenas uma parte da complexa realidade prisional. A eficácia do projeto "Tereza" pode

variar conforme contextos individuais e trajetórias pessoais e, embora não seja este o foco deste estudo, recomenda-se que futuras pesquisas explorem mais a fundo o impacto do projeto em termos de reinserção social e avaliem sua replicabilidade em outras regiões e contextos socioculturais.

Os resultados deste estudo destacam a importância de investir em programas de reintegração social no sistema carcerário e garantir apoio contínuo e oportunidades de emprego para detentas após sua libertação.

Portanto, é fundamental que as políticas públicas e esses programas sejam desenvolvidos de maneira abrangente, considerando não apenas os aspectos individuais das trajetórias de ressocialização, mas também as barreiras estruturais que podem dificultar esse processo. Vale ressaltar que essas reflexões abordam uma perspectiva mais ampla sobre o tema, não sendo necessariamente resultantes da análise específica do material em questão. Isso demanda um investimento contínuo em recursos e apoio para garantir que os egressos do sistema prisional tenham acesso a oportunidades significativas de reintegração na sociedade.

Nesse sentido, é imperativo que os gestores públicos direcionem seus esforços para desenvolver e expandir iniciativas como o Projeto

"Tereza", garantindo que estejam acessíveis a um número significativo de detentas em diferentes contextos prisionais. Ao reconhecer os desafios enfrentados por egressos do sistema prisional de forma realista e abrangente, podemos trabalhar para construir uma sociedade mais justa e inclusiva para todos os seus membros.

Expressamos nossa gratidão pela disponibilidade do material online que possibilitou a condução deste estudo. Apesar de termos obtido os dados de forma independente e exclusivamente pela internet, reconhecemos o valor das histórias compartilhadas pelas participantes do projeto "Tereza".

Referências

DE OLIVEIRA, A. B. C. **O trabalho como forma de ressocialização do presidiário.** 2007. 62 f. Monografia (Especialização em Direito Penal e Direito Processual Penal) - Universidade Estadual do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Estudos Sociais e Aplicados, Fortaleza, 2007. Disponível em: <https://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=42326>. Acesso em: 21 mar. 2024.

ENNINGER, R. Z.; CORRÊA, R. S.; LISBOA FILHO, F. F. A circulação da cultura no telejornalismo local: o Jornal do Almoço da RBS TV Santa Rosa. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.** Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2014, [Palhoça, SC]. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-0801-1.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2024.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Tradução Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

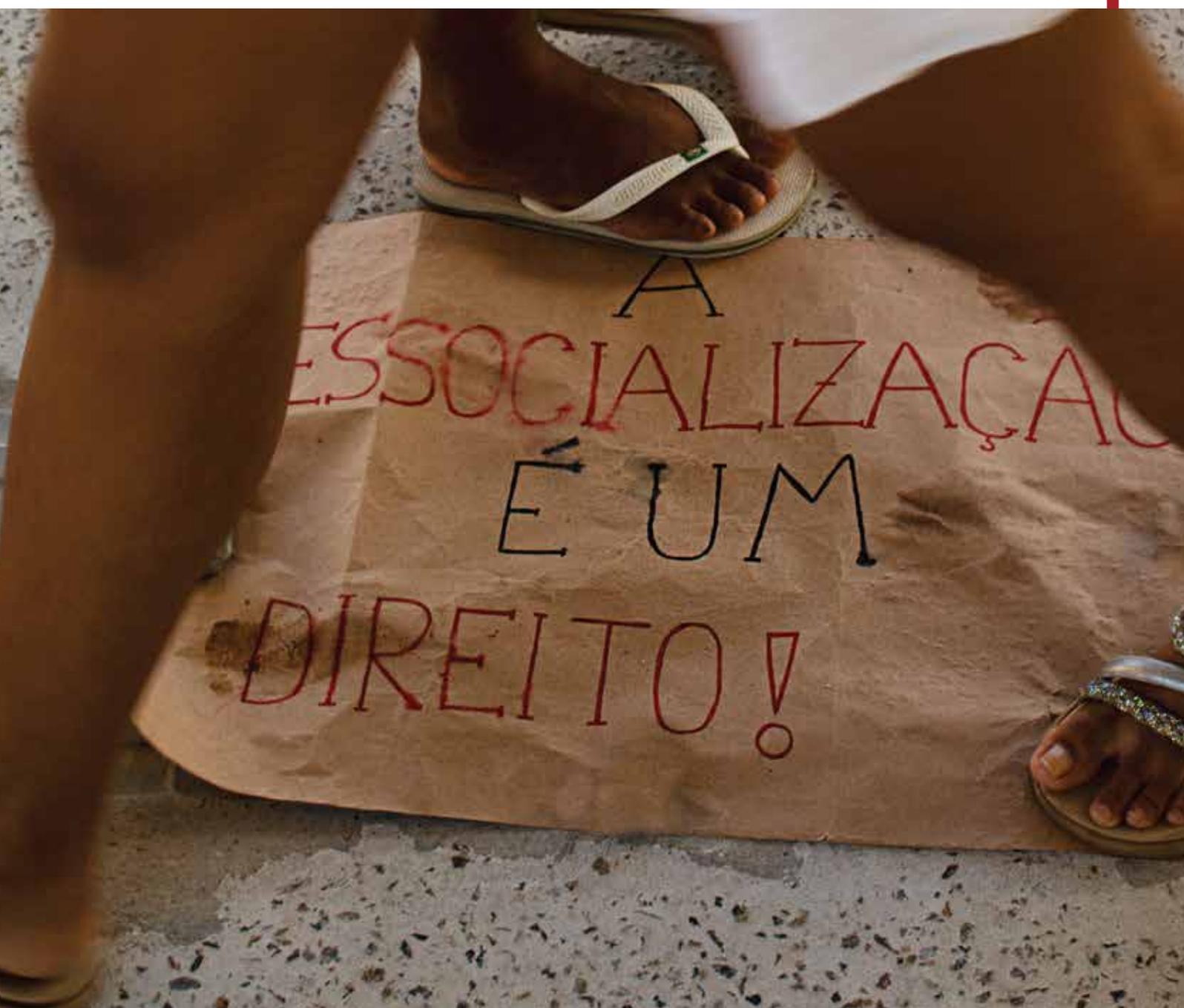
INSTITUTO HUMANITAS360. **Websérie #EuSouTereza.** Youtube, 2021. Disponível em:

<https://youtube.com/playlist?list=PL8qsknYGZPFzSspGJEI-DAXUMEF3kDw8k&si=gVfxFLveOVRImUJA>. Acesso em: 16 mar. 2024.

JACOB, A.; SANTOS, L. F. V. Ressocialização de presos: uma questão contraditória no Brasil. *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro*, [S. l.], v. 8, n. 1, 2023. DOI:

<https://doi.org/10.61164/rmnm.v8i1.1497>. Disponível em: <https://revista.unipacto.com.br/index.php/multidisciplinar/article/view/1497>. Acesso em: 1 fev. 2024.

JOHNSON, R. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: DA SILVA, T.T. (Org.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3. ed. 1ª reimpressão. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 9-38.



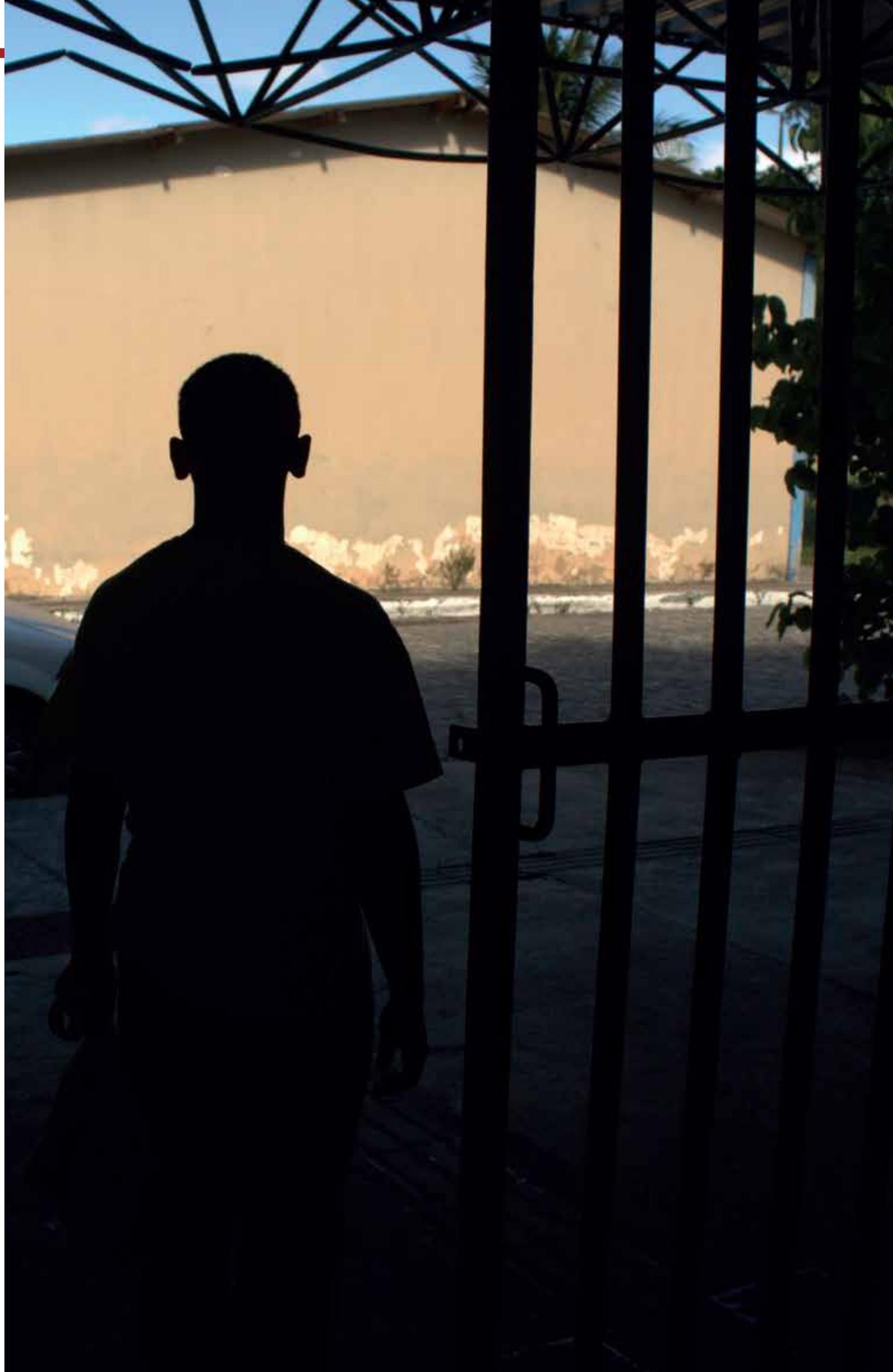
LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.

TEREZA. Histórias. **Tereza**. Disponível em: <https://tereza.org.br/historias/>. Acesso em: 16 mar. 2024.

WILLIAMS, R. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WILLIAMS, R. **Palavras-chave: Um Vocabulário de Cultura e Sociedade**. 3. ed. São Paulo: Boitempo Editorial,





Comunicação e ocupação cultural

Autores: Ana Beatriz Carvalho Alves, Beatriz Lima Monteiro, Eloísa Cecília Oliveira Carregosa, Gabriela Amorim Fortunato da Luz, Lúcio Daniel Santana Batista, Marina Alves dos santos, Pietra Lins Silva Anunciação e Stephanie Maria Sales Santos.

02



Como a cidade de São Cristóvão é representada pela comunicação do perfil no Instagram do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC)?

Resumo

Este artigo analisa a representação da cidade de São Cristóvão pelo perfil do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC) no Instagram, dentro do contexto do Direito à Cidade e da ocupação cultural como direito urbano. A metodologia inclui 17 postagens do perfil @festivaldeartesdesaocristovao selecionadas por amostragem aleatória no período de setembro à dezembro, para a análise das postagens foram considerados os elementos visuais (imagens e vídeos). Essa variedade de conteúdos e abordagens comunicativas contribui para uma representação rica e acolhedora da cidade de São Cristóvão no Instagram do FASC. Os resultados revelam que o festival utiliza o Instagram como uma mídia pós-massiva para promover uma visão vibrante e diversificada da cidade, fortalecendo sua identidade cultural e promovendo o direito à cidade. No entanto, são necessárias abordagens mais abrangentes para compreender o alcance e a eficácia das estratégias de comunicação do festival. Este estudo oferece uma nova perspectiva da representação de São Cristóvão no Instagram do FASC, destacando a importância da comunicação na promoção da cultura e na construção de uma cidade mais inclusiva e participativa.

Palavras-chave: Cidade. Direito. Ocupação cultural. Instagram. Comunicação.

Introdução

O Direito à Cidade abrange uma nova abordagem na promoção dos direitos 1 civis, políticos, econômicos, sociais, culturais e ambientais. Isso inclui o direito à ocupação cultural da cidade, que, segundo Aluízio Marino (2019), desempenha um papel fundamental na estratégia de luta pelo direito à cidade, a partir da transformação dos espaços públicos em lugares de produção cultural coletiva e emancipatória. Em São Cristóvão (Sergipe), ocupar culturalmente é um direito previsto pela Lei Orgânica Municipal, especificamente no Art. 123 — “O Município apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais, prioritariamente, as diretamente ligadas ao seu patrimônio histórico, artístico e à sua comunidade.” —. A partir disso, o Festival de Artes de São Cristóvão, estabelecido em 1972, apresenta-se como uma plataforma multifacetada que promove uma variedade de expressões artísticas e culturais. Durante o evento de lançamento da edição de 2023, o prefeito de São Cristóvão, Marcos Santana, destaca

que o FASC, além de ser uma vitrine para a produção e ocupação cultural do estado, possibilita que a arte e a cultura estejam disponíveis de maneira gratuita para todos. Sendo assim, o festival se faz presente na ocupação cultural na cidade, localizado em um espaço público acessível. Atraindo pessoas de estados vizinhos, o FASC divulga a cultura de São Cristóvão, especialmente através do seu perfil público no Instagram (@festivaldeartesdesaocristovao).

Diante disso, a pesquisa em questão tem como objetivo principal analisar a representação da cidade de São Cristóvão a partir da comunicação presente nas publicações do Instagram do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC). Tendo como objeto de estudo central o perfil do FASC, na plataforma Instagram. Assim, examinando em quais aspectos a Cidade Mãe de Sergipe é representada, observando precisamente as características culturais e históricas, numa perspectiva da ocupação cultural como direito à cidade.

Para isso, o estudo emprega a metodologia de estudos de caso para investigar como ocorre essa representação, da cidade de São Cristóvão, no Instagram do festival. A coleta de dados consistiu na observação e análise de postagens do perfil em questão. Essas postagens foram analisadas utilizando a técnica de análise de conteúdo, que busca identificar padrões e temas subjacentes ao conteúdo examinado. A partir de uma

avaliação voltada à observação da possível presença de questões culturais e históricas nas publicações no perfil do festival.

Desenvolvimento

1. O Instagram e a Comunicação no Direito à Cidade

De início, na década de 1960, o sociólogo Henri Lefebvre (1968) introduziu o conceito de "direito à cidade", ressaltando a relevância da participação ativa dos cidadãos na edificação e administração dos espaços urbanos. Essa participação está fortemente relacionada a processos comunicativos e abre portas para uma análise mais aprofundada sobre como as dinâmicas de comunicação influenciam e são influenciadas pelos movimentos de ocupação cultural nas cidades modernas.

Nessa situação, a comunicação exerce um papel essencial na expressão das identidades culturais e na reivindicação do espaço urbano como um local de manifestação e preservação das diversas formas de cultura. Na prática, a ocupação cultural frequentemente se revela como um meio de comunicação não tradicional, desafiando a predominância comunicativa e cultural estabelecida. Segundo Michel de Certeau (1980) em

"A Invenção do Cotidiano", as práticas cotidianas, incluindo manifestações culturais, são formas de resistência que questionam as normas estabelecidas. Nessa perspectiva, a comunicação assume um papel de capacitação, permitindo que a própria comunidade molde ativamente o espaço urbano de acordo com suas exigências e manifestações culturais. Resumidamente, a comunicação desempenha um papel fundamental na articulação e defesa do direito à cidade, sobretudo em cenários de expressões culturais. Isso possibilita que as comunidades transmitam seus interesses, promovam a diversidade cultural e participem ativamente da construção e transformação dos espaços urbanos.

Com isso, optamos por utilizar o Instagram como plataforma de estudo devido à sua prevalência na contemporaneidade, por oferecer diversas possibilidades como uma mídia pós-massiva, termo discutido por André Lemos (2014). De acordo com Lemos, essas mídias, impulsionadas pela globalização das redes telemáticas, descentralizam o fluxo de informação e promovem uma comunicação mais aberta e conversacional, em contraste com o controle exercido pelas mídias de função massiva. Além disso, elas facilitam a diversidade de vozes e associações, contribuindo para a localização e disseminação de informações. Adicionalmente, segundo Lemos, as mídias pós-massivas

ampliam as ferramentas de comunicação, possibilitando uma integração mais abrangente das informações globais sobre o mundo. Lemos propõe que o uso de uma mídia pós-massiva, como o Instagram, promove uma comunicação mais aberta e descentralizada.

O Instagram se destaca como uma plataforma interativa e visualmente atrativa, proporcionando um espaço propício para compartilhar uma variedade de conteúdos, desde informações sobre eventos culturais até exposições de arte e performances musicais. Além disso, a natureza conversacional do Instagram possibilita uma interação mais dinâmica e envolvente com o público, estimulando o engajamento da comunidade local. Sob essa ótica, o presente artigo examina de que maneira o Festival de Artes de São Cristóvão (FASC), utilizando as potencialidades proporcionadas pelo Instagram como uma mídia pós-massiva, está retratando a cidade de São Cristóvão.

2. O Perfil do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC)

Neste estudo, adotamos uma abordagem qualitativa para investigar a presença e as representações da cidade de São Cristóvão na plataforma Instagram do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC). Optamos pelo

método de estudo de caso para coleta de dados, visando compreender as dinâmicas e as mensagens transmitidas nas postagens relacionadas ao evento. O estudo concentra-se na análise de conteúdo das postagens selecionadas, examinando tanto elementos visuais quanto textuais associados.

A escolha do método de estudo de caso permite uma análise detalhada e profunda de um caso específico, neste caso, o perfil do FASC no Instagram. Este festival é um evento cultural significativo na região de Sergipe, Brasil, e suas representações no Instagram são objeto de investigação neste estudo. A coleta de dados envolveu a seleção de uma amostra aleatória composta de 17 postagens do perfil oficial do FASC no Instagram, no período de setembro a dezembro no ano de 2023, filtrando aquelas que promovem a cultura sergipana, destacam o espaço de São Cristóvão e oferecem entretenimento relacionado ao festival. Adicionalmente, a análise considerou o conceito de mídia pós-missiva discutido por André Lemos (2014), previamente introduzido, explorando as potencialidades oferecidas por mídias desse tipo.

Com esse propósito, focamos especificamente na 38ª edição do FASC e analisamos um total de 17 postagens selecionadas. A análise de conteúdo das postagens consistirá na

identificação e categorização de temas, padrões e significados presentes nos elementos visuais (imagens e vídeos).

Espera-se que a análise dos dados forneça insights valiosos sobre como São Cristóvão é representada e percebida no Instagram, bem como as estratégias de comunicação utilizadas pelo festival para atrair público e promover suas atividades. Os resultados deste estudo contribuirão para uma compreensão mais ampla do papel das mídias sociais na divulgação e promoção da imagem da cidade e sua cultura.

Assim, este estudo apresenta uma análise qualitativa de dados provenientes do Instagram, com foco específico no Festival de Artes de São Cristóvão.

3. A representação da cidade de São Cristóvão a partir das publicações

O Instagram do Festival de Artes de São Cristóvão (@festivaldeartesdesaocristovao -FASC) foi criado com o propósito fundamental de ser uma plataforma de divulgação e interação para este evento cultural de destaque na região. Inaugurado em setembro de 2017, atualmente (2024) contando com 49,5 mil seguidores, o perfil do FASC no Instagram tem como missão promover a diversidade

artística e cultural presentes no festival, bem como conectar artistas, apreciadores de arte e a comunidade em geral. Por meio dessa rede social, o FASC compartilha informações sobre sua programação, destaca os talentos locais e regionais envolvidos, proporciona aos seguidores uma visão abrangente dos momentos e atividades marcantes do evento e apresenta imagens da cidade de forma mais destacada.

A seguir, serão apresentadas e analisadas uma amostra composta aleatória que envolve a promoção da cultura sergipana, do espaço de São Cristóvão e entretenimento do festival. Importante destacar que os estudos das postagens compreenderam o período de setembro a dezembro de 2023.

Figuras 01,02,03,04,05,06,07,08 e 09: divulgação espaço



(@festivaldeartesdesaocristovao - 21/09)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 20/11)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 26/09)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 22/11)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 11/10)



(@festivaldeartesdesaocrisovao - 27/11)



(@festivaldeartesdesaocrisovao - 19/10)



(@festivaldeartesdesaocrisovao - 28/11)



(@festivaldeartesdesaocrisovao - 23/11)

O primeiro grupo de postagens apresentadas (Figura 01 a figura 09) se trata da divulgação dos espaços da cidade de São Cristóvão no Instagram do Festival De Artes De São Cristóvão (FASC). Elas exibem uma ampla variedade de imagens dos locais turísticos, históricos e alguns dos mais importantes e significativos espaços da cidade, é perceptível a presença de arquiteturas históricas que remetem culturalmente o passado da cidade mãe de Sergipe. Ademais as fotografias usufruem de técnicas tais como: angulação a exemplo o contra-mergulho nas figuras 04, 07 e 09 que permitem destacar as grandiosidades das igrejas e simetria que representa de forma harmônica e torna atraente aos olhos do espectador nas demais figuras. Há a intenção de dar visibilidade a esses locais, assim como apresentar a história e algumas curiosidades sobre eles, além de cativar turistas e demonstrar as riquezas culturais do local. Cada imagem destaca sua beleza e cultura, dessa forma as postagens funcionam como uma

representação do ambiente, refletem a riqueza e a diversidade cultural e histórica presente na cidade. As postagens selecionadas contêm imagens dos seguintes pontos: Bica dos Pintos, Praça da Bandeira, Praça São Francisco, Praça do Carmo, Escola Gina Franco, Colégio Elic, Igreja do Rosário dos Homens Pretos, Praça da Matriz, Largo da Matriz.

Figuras 10, 11 e 12 : representação cultural de São Cristóvão



(@festivaldeartesdesaocristovao - 28/09)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 27/11)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 01/12)

Adicionalmente, foram analisadas mais três publicações que evidenciam a relação entre a cidade de São Cristóvão e o festival. Primeiramente, destaca-se a figura 10, um carrossel de imagens apresentando imagem de uma bebida e mostrando pessoas bebendo-a e curtindo, com um post esclarecedor enumerando os cinco motivos, dentre eles curiosidades e características, para apreciar o “Pisa Macio”, uma bebida criada por João Pereira de Aquino (seu João) em 1985, diretamente no âmbito municipal, que foi oficialmente reconhecida como um Patrimônio Cultural Imaterial de Sergipe. Isso claramente demonstra que o perfil oficial do FASC não apenas reconhece a bebida “Pisa Macio” como a mais popular e conhecida durante o evento, mas também compreende profundamente sua

importância na promoção da cultura local e na interação entre o público que participa do festival. Essa percepção não somente evidencia o reconhecimento dos elementos da cultura popular de São Cristóvão por parte do FASC, mas também ressalta sua iniciativa ativa de divulgar e celebrar esses aspectos através de seu perfil oficial.

Em seguida, merece destaque a figura 11, um vídeo conciso que narra a gênese do FASC (Festival de Arte de São Cristóvão) e sua relevância no apoio à cultura, conforme destacado em um trecho da legenda: “Resistindo à Ditadura Militar, o FASC é uma expressão de liberdade há mais de 50 anos, ultrapassando os limites da música”. Diante disso, o vídeo apresenta palavras chaves, em preto e branco, das falas do narrador enquanto conta toda a história do surgimento, desde a época da ditadura até os dias atuais, sendo que em partes dele aparecem pessoas dançando e mostrando sua cultura. Logo, este registro audiovisual revela não só a amplitude das atividades culturais promovidas pelo festival, como também sua resiliência e consciência histórica diante de desafios políticos e sociais.

Por fim, o terceiro post examinado consiste em um breve relato intitulado “Somos Múltiplos”, retratado na figura 12, no qual já se inicia mostrando uma multidão de pessoas no festival, apresenta também grupos culturais

diversos, tantos religiosos de matriz africana, quanto tradicionais de danças do estado de Sergipe, enquanto uma voz de fundo narra de forma resumida a ideia de que a vida acontece quando o FASC acontece e cada pausa é um recomeço. Em conclusão, aparecem imagens que referenciam literalmente as palavras: múltiplos, musica, arte, experiências, encontros, reencontros, acolhimento e respeito. Portanto, percebe-se que o propósito do vídeo é transmitir a mensagem de que o Festival de Artes de São Cristóvão é um espaço que acolhe todas as pessoas, livre de qualquer forma de discriminação ou preconceito. Além disso, o vídeo encapsula momentos de celebração, interação e diversidade, capturando a essência vibrante e festiva do evento em sua totalidade. Por ser um vídeo veiculado no meio digital, numa mídia pós-massiva, dentro de um contexto de internet, possibilita a interação, a representação e o reconhecimento do público com o festival, que dá vozes à essas pessoas por meio da mensagem transmitida no vídeo.

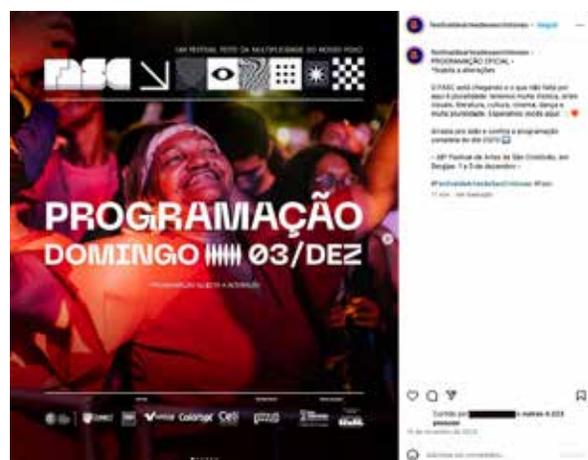
Figuras 13, 14 e 15:
programação



(@festivaldeartesdesaocristovao - 10/11)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 10/11)



(@festivaldeartesdesaocristovao - 10/11)

Neste contexto, foram analisados os posts relacionados às figuras 13,14 e 15 apresentados em um formato de carrossel. Estes posts têm como propósito fornecer informações sobre a localização e os horários de cada show, apresentação artística e teatral ao longo dos três dias de festividade. A programação se destaca por sua utilidade em orientar os interessados, especialmente aqueles que ainda não estão familiarizados com a cidade, explorando os diferentes espaços do evento e oferecendo uma oportunidade para conhecer artistas locais, que buscam valorização. Outrossim, há o apelo visual o qual retrata o público divertindo-se e aproveitando o festival. A diversidade de público presente na imagem é notável e marcante, o que reforça a ideia de “somos múltiplos” defendida pelo FASC, esse conjunto de características torna o ambiente acolhedor, convidativo e caloroso para a audiência.

Figuras 16 e 17: representações artísticas de Sergipe



Em suma, o último grupo de postagens (Figura 16 e 17) apresenta as representações artísticas sergipanas, como: Morgana, Mania de ser e A Banda dos Corações Partidos, que participaram do Festival de Arte de São Cristóvão. Ao oferecer espaço aos artistas musicais locais, o Festival enriquece a programação do evento, e fortalece os laços entre esses músicos e a comunidade.

Essa iniciativa destaca a rica diversidade musical da região, inspirando e motivando os artistas emergentes a continuarem desenvolvendo seus talentos e compartilhando sua música com o público. Ao proporcionar uma plataforma para esses talentos locais, o Festival além de fomentar o crescimento da cena musical, também alimenta um senso de orgulho e identidade cultural entre os habitantes locais. A contratação de artistas regionais para o FASC é uma maneira eficaz de fortalecer a ocupação cultural da cidade. Ao destacar talentos do estado, o festival enriquece a programação cultural e apoia os artistas, promovendo a identidade. Essa abordagem cria uma atmosfera enraizada na cultura local, impulsionando o desenvolvimento da ocupação cultural como direito à cidade.



Conclusão

Nesta pesquisa abordamos o posicionamento de promoção da cidade de São Cristóvão, com base na análise do perfil do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC) no Instagram, foi possível observar padrões e temas recorrentes que contribuem para a representação da cidade de São Cristóvão. Através da seleção e análise de 17 postagens referentes à 38ª edição do FASC (2023), amostra composta aleatória entre setembro e dezembro, identificamos uma forte presença de conteúdos que destacam a cultura sergipana. Essas postagens não apenas promovem a cultura local, mas também exercem um impacto significativo na ocupação cultural da cidade, por meio da divulgação de tradições típicas e da utilização de imagens dos espaços urbanos e festejos próprios.

Esse resultado evidencia o

compromisso do FASC em valorizar e difundir as manifestações culturais de São Cristóvão, contribuindo para a conscientização e preservação do patrimônio histórico e artístico da região.

Essa representação autêntica e envolvente no Instagram do FASC reafirma o objetivo central desta pesquisa, que é analisar como ocorre a comunicação do festival para retratar São Cristóvão, resultando na amostra dos aspectos em que a cidade é representada, características que alinharão à ocupação cultural como direito.

Ao utilizar a plataforma do Instagram como uma mídia pós-massiva, o FASC aproveita as potencialidades dessa ferramenta para compartilhar uma visão vibrante e diversificada da cidade, envolvendo a comunidade local e atraindo um público mais amplo. Essa abordagem não apenas fortalece a identidade cultural de São Cristóvão, mas também destaca o papel do festival como um agente ativo na promoção do direito à cidade e na construção de uma ocupação cultural mais inclusiva e participativa. Portanto, a representação da cidade no Instagram do FASC não apenas reflete sua rica herança cultural, mas também ressalta sua importância como um espaço dinâmico de expressão e



celebração artística.

Entretanto, é necessário reconhecer as limitações da pesquisa. Tendo em vista da importância em notar que esta análise é restrita apenas ao resultado de uma rede social, deixando de fora outras plataformas que também podem desempenhar uma difusão significativa na promoção da cidade e sua cultura pelo festival

Nessa perspectiva, em pesquisas futuras, destaca-se a necessidade de abordagens metodológicas mais abrangentes e específicas, podem ser utilizadas algumas estratégias como: uma amostragem mais ampla, abrangendo períodos mais distintos e outras plataformas digitais ou veículos

de comunicação; além disso, é possível realizar uma análise mais longa, abarcando mais meses ou anos do festival, o que traria as tendências dos períodos e diversas dinâmicas; também pode-se complementar a pesquisa qualitativa com novas metodologias como grupos focais ou entrevistas; e, por fim, fazer comparações com outros eventos de outros locais ou do mesmo, com situações similares, pode ser uma ideia significativa para o desenvolvimento da análise.

Referências

CABRAL FILHO, A. V. Comunicação pós-massiva de massa. **ALCEU**, [S. l.], v. 21, n. 45, p. 92–109, 2021. DOI: 10.46391/ALCEU.v21.ed45.2021.75. Disponível em: <https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu/article/view/75>. Acesso em: 29 fev. 2024.

COSTA, A. Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, ed. 447, 2014. Disponível em: <https://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/5572-andre-lemos>. Acesso em: 29 fev. 2024.

DE CERTEAU, M. **A Invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 14. ed., 2008.

FIORAVANTI, L. M. Reflexões sobre o “Direito à Cidade” em Henri Lefebvre: obstáculos e superações. **Movimentos Sociais & Dinâmicas Espaciais**, [S. l.], v. 2, n. 2, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistamseu/article/view/229812>. Acesso em: 24 mar.

2024.

MARINO, A.; SILVA, G. As ocupações culturais na cidade de São Paulo e as lutas contra a cidade neoliberal. **Indisciplinar**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 342–361, 2019. Disponível em : <https://periodicos.ufmg.br/index.php/indisciplinar/article/view/32764>. Acesso em: 06 mar. 2024.

PREFEITURA DE SÃO CRISTÓVÃO. Prefeitura de São Cristóvão lança programação do FASC 2023. **São Cristóvão**, 2023. Disponível em: <https://publicacao.saocristovao.se.gov.br/post/prefeitura-de-sao-cristovao-lanca-programacao-do-fasc-2023>. Acesso em: 3 mar. 2024.

SÃO CRISTÓVÃO. **Lei Orgânica n.º 005/2009, de 02 de dezembro de 2009**. Documento básico da legislação municipal. São Cristóvão: Câmara Municipal de São Cristóvão, [2009]. Disponível em:

https://anexos.saocristovao.se.gov.br/arquivos/transparencia/municipal/leis/lei_organica_municipal.pdf. Acesso em: 17 mar. 2024.

SILVA, R. L. et al. Lazer e Cultura Digital: Abordagens sobre E-Leisure em Periódicos do JCR. **LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 23, n. 4, p. 372-399, 30 dez. 2021. DOI: <https://doi.org/10.35699/2447-6218.2020.26876>. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/26876>. Acesso em: 21 mar. 2024.



Comunicação e mobilidade

Autores: Alana Lopes Matos, Alda Marry Santana Oliveira, Aléx Oliveira do Nascimento, Anne Caroline de Jesus Santos, Anne Louise Rodrigues Andrade, Emanuele dos Santos Azevedo, Luziele Rocha dos Santos e Pedro Vitor Santos da Silva.

03



Comunicação e mobilidade: uma análise de como as interações no WhatsApp entre usuários do transporte público de Aracaju relacionam-se com o direito à cidade

Resumo:

No escopo do acesso ao direito à cidade, a mobilidade urbana se configura como um aspecto essencial, visto que é através dela que os cidadãos podem se apropriar do espaço urbano. Assim, o presente trabalho busca compreender de que forma a comunicação em um grupo de WhatsApp, que reúne usuários de uma rota de ônibus da Grande Aracaju, oferece mecanismos de reflexão e de operacionalização do direito à mobilidade na região. Para a compreensão deste processo, foi feita uma análise de mensagens do grupo, a partir da análise de efeitos e impactos da conversação em rede. Deste modo, o estudo conclui que a comunidade criada a partir dessa dinâmica pode servir como um caminho alternativo para estabelecer mobilizações coletivas que possibilitam a construção de um direito à mobilidade urbana e à cidade mais efetivos na região.

Palavras-chave: Direito à cidade. Mobilidade urbana. Comunicação. Interação. WhatsApp.

Introdução

A mobilidade urbana, uma das vertentes do direito à cidade, é definida por Vasconcellos (2011, p. 7) como um processo em que “as necessidades sociais e econômicas das pessoas requerem seu deslocamento no espaço, que pode ser feito a pé ou por meio de veículos de transporte motorizados ou não motorizados.”. Isto é, diz respeito ao direito de circulação dos cidadãos dentro do espaço civil realizada a pé, através de vias de acesso que devem ser garantidas pelo poder público, ou mediada por meios de transportes variados, sejam eles públicos ou privados.

Para garantir o acesso à mobilidade urbana nacionalmente, a Política Nacional de Mobilidade Urbana, regulamentada pela lei nº 12.587/12, fundamenta-se em princípios de equidade e acessibilidade, decretando o estabelecimento de fatores como segurança nos deslocamentos e eficiência na circulação urbana e na prestação dos serviços de transporte urbano (Brasil, 2012).

No estado de Sergipe, as leis decretam exigências de segurança e acessibilidade no sistema de transporte coletivo. Na região da Grande Aracaju, composta pelos municípios de Aracaju, São Cristóvão, Nossa Senhora do Socorro e Barra dos Coqueiros, a

Política Estadual de Mobilidade Urbana da Região Metropolitana, lei complementar Nº 266, sentença que seu objetivo é “contribuir para o acesso universal à cidade, ao fomento e à concretização das condições que contribuam para a efetivação dos princípios, objetivos e diretrizes da política de desenvolvimento urbano” (Sergipe, 2015, cap. II, art. 4). Objetivo esse que deve ser concretizado por meio de infraestruturas de mobilidade urbana, como vias públicas, pontos de embarque e desembarque, equipamentos e instalações (Sergipe, 2015).

Quanto às leis municipais, os parâmetros definidos são do mesmo caráter dos requerimentos nacionais e estaduais. No âmbito da segurança, por exemplo a

Legislação Municipal de Aracaju proclama, através da Lei nº 2110/93, que é obrigatória instalação de dispositivos eletrônicos de segurança nos ônibus, buscando assim, diminuir a ocorrência de situações perigosas para os passageiros (Aracaju, 1993).

Neste sentido, podemos sintetizar que as definições teóricas e as legislações apresentadas propõem que todos aqueles que vivenciam o ambiente urbano, e em destaque para este trabalho, os espaços urbanos da Grande Aracaju, possuem o direito de se locomover

e usufruir destes espaços com segurança, conforto e facilidade. Observamos, no entanto, que estes princípios não são plenamente exercidos no sistema da região, uma vez que se fazem constantes as reclamações populares.

No sistema de transporte público da Grande Aracaju, o principal meio de transporte usado para cumprir a legislação são os ônibus, utilizados por 60,05% da população. Os veículos, fornecidos por 7 empresas diferentes – Viação Progresso, Transporte Tropical, Viação Paraíso, Viação Modelo, Viação Harley, Capital Transporte e Viação Atalaia – fazem rotas variadas, com itinerários que, em geral, iniciam-se às 4 da manhã e se encerram às 23:00. A tarifa, de 4,50 reais, pode ser paga por bilhetagem eletrônica ou em dinheiro nas catracas dos terminais. Por sua acessibilidade em comparação com as demais opções, a rede de transporte público é indispensável para a locomoção na cidade, atendendo mais de 130 mil pessoas por dia com 527 ônibus, 8 terminais de integração e 97 linhas em circulação. Entretanto, são comuns queixas de superlotação, atraso, precariedades estruturais e problemas de segurança, como noticiado pela TV Sergipe na reportagem “Precariedade de ônibus

coletivo de Aracaju vira piada nas redes sociais: 'exclusiva cadeira reclinável', que reúne uma série de postagens e reclamações referentes a cadeiras danificadas, buracos no chão, sujeira e ferrugem nos transportes.

As postagens e as reportagens, porém, não são as únicas formas de demonstração do descontentamento popular. Do aparecimento desses problemas cotidianos, surge a necessidade da comunicação, do diálogo, e, para isso, emerge um grupo de WhatsApp – cuja identidade será preservada neste estudo visando proteger a privacidade dos seus participantes – composto por 453 pessoas e exclusivamente voltado para discussões e compartilhamento de problemas e avisos referentes aos ônibus de uma das rotas da região metropolitana de Aracaju. Notamos que seu principal

¹Setransp. Disponível em: <https://setransp-aju.com.br/2011/05/05/onibus-e-o-meio-de-transporte-mais-usado-pela-populacao/#:~:text=%C3%94nibus%20%C3%A9%20o%20meio%20de,usado%20pela%20popula%C3%A7%C3%A3o%20%E2%80%93%20Setransp%20Daju>. Acesso em: 11 mar. 2024.

²G1 Sergipe. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2023/09/17/corredores-exclusivos-onibus-carros-pedestres-e-o-desafio-da-mobilidade-em-aracaju.ghtml>. Acesso em: 11 mar. 2024.

³G1 Sergipe. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2023/08/11/precariedade-de-onibus-coletivo-de-aracaju-vira-piada-nas-redes-sociais-exclusiva-cadeira-reclinavel.ghtml>. Acesso em: 11 mar. 2024.

objetivo é manter um sistema de ajuda mútua em que todos se mantenham informados a respeito dos horários e localização dos ônibus, bem como reivindicar a melhoria do sistema de transporte coletivo local. Assim, observamos um movimento de comunicação que pretende atenuar coletivamente as irregularidades no acesso à mobilidade, através da troca de mensagens de texto e áudio, fotografias e vídeos.

Portanto, o trabalho adota esse grupo como objeto de estudo, buscando entender em que medida e como ele promove dinâmicas de reflexão e operacionalização do direito à mobilidade urbana por seus integrantes. Deste modo, o conteúdo levantado a partir da observação das atividades da comunidade, estruturado em uma semana construída, passa por uma análise baseada no método de estudo de efeitos e impactos da conversação em rede, proposto por Recuero (2014). Posteriormente, os resultados obtidos são explorados sob as óticas da Cultura da conexão de Jenkins, Green e Ford (2014) e da Cibercultura de Lévy (2011), destacando os aspectos de criação de comunidades, de culturas de cooperação e de mobilizações coletivas através da internet, como descritos pelos autores em suas respectivas teorias da comunicação.

Por fim, o artigo em questão se justifica pela escassez de investigação científica sobre este tipo de comunicação presente nos grupos de WhatsApp, possuindo originalidade em seu objeto de estudo. Ademais, o trabalho justifica-se, também, pela relevância social da temática abordada, visto que ela reflete uma urgência entre os cidadãos que dependem do transporte coletivo para o alcance do direito à mobilidade urbana e, por consequência, ao direito à cidade em si.

Referencial teórico

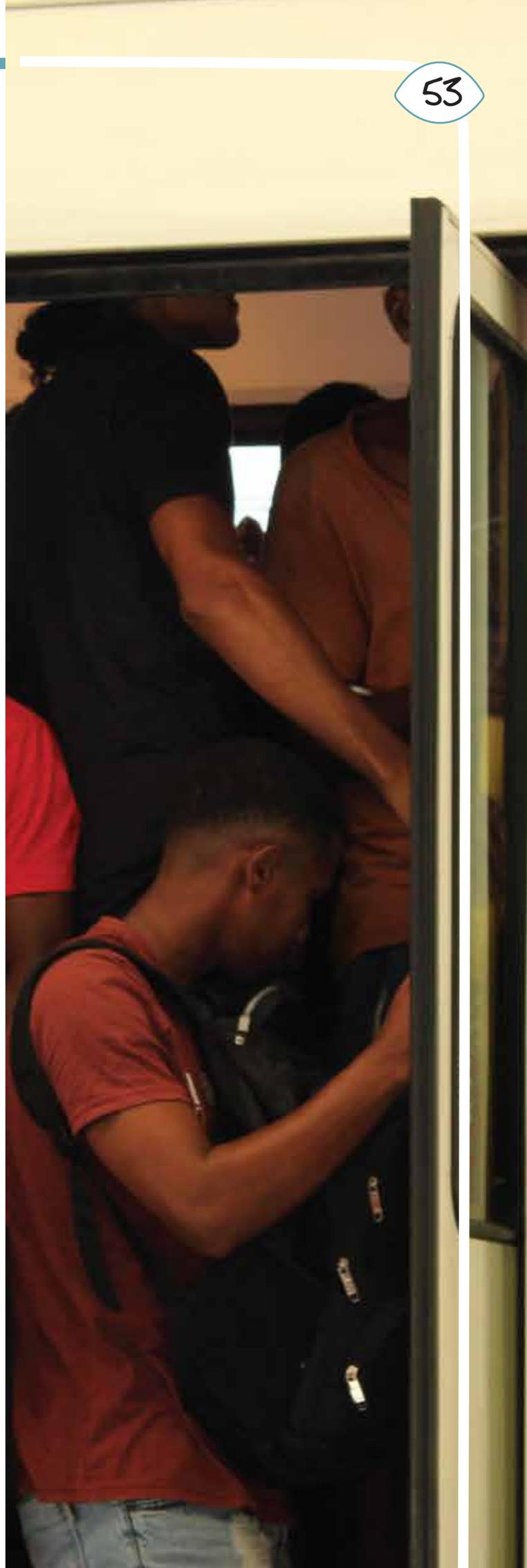
Segundo Vasconcelos (2014, p. 28), “pensar mobilidade urbana é pensar nas cidades. Assim pode-se dizer que não se vive sem mobilidade, sem se locomover.” Isto é, a mobilidade urbana deve ser encarada como um dos fatores integrais da vida na cidade, levando em conta que sem ela tantos outros direitos também não podem ser alcançados pelos cidadãos. Portanto, as discussões sobre acesso à mobilidade se configuram, assim, como intrínsecas à discussão mais ampla do direito à cidade.

Discussão essa cujo termo central foi proposto por Henri Lefebvre em sua obra *O direito à cidade* (2011).

Na perspectiva do filósofo, o direito à cidade reflete a defesa de condições mínimas de acesso e figuração social. Em seu livro, o autor busca denunciar a cidade industrial, uma não-cidade caracterizada pela homogeneização de estilos de vida (Domingos, 2018), ressaltando a regulação do Estado em relações econômicas de dominação. Lefebvre destaca que a cidade deve ser construída pelos próprios cidadãos e não pelas elites, pensamento que reforça seu conceito de que o indivíduo tem o direito de vivenciar a cidade e sua transformação, participando de seu desenvolvimento político e ambiental.

Elaborado com base nas ideias de Lefebvre, o pensamento de Harvey (2014) se aprofunda nessa importância de um direito à cidade baseado primordialmente na coletividade cidadã, descrevendo-o como

[...] muito mais do que um direito de acesso individual ou grupal aos recursos que a cidade incorpora: é um direito de mudar e reinventar a cidade mais de acordo com nossos mais profundos desejos. Além disso, é um direito mais coletivo do que individual, uma vez que reinventar a cidade depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo sobre o processo de urbanização. (Harvey, 2014, p. 28)



Assim, a discussão sobre esse direito para Harvey (2014, p. 15) “surge basicamente das ruas, dos bairros, como um grito de socorro e amparo de pessoas oprimidas em tempos de desespero”. O autor argumenta que a questão do direito à cidade não pode ser definida por debates intelectuais, mas pelos apelos coletivos daqueles que habitam a cidade e, no caso do direito à mobilidade urbana, ponto central deste trabalho, daqueles que transitam dentro dela. Assim, esse direito vai além do acesso aos recursos urbanos e diz respeito à reinvenção da cidade sob o exercício de um poder coletivo, impulsionado pelos desejos mais profundos dos cidadãos (Harvey, 2014). Nesta perspectiva, uma comunicação engajada e ativa entre os indivíduos se mostra essencial para o desenvolvimento de um direito à cidade e à mobilidade urbana que corresponda efetivamente às necessidades coletivas.

Para discutir o direito à mobilidade urbana sob uma perspectiva ligada à comunicação social, recorreremos a teorias da comunicação que buscam entender as diferentes formas de circulação de conteúdos no ambiente digital, estudando como e por que as pessoas compartilham certas informações

em detrimento de outras. Entre elas, está a Cultura da Conexão (2014), de Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford, que propõe modelos de cultura participativa e de comunicação de via dupla, tendo em vista que aquele que consome também pode produzir, algo muito característico das interações no espaço virtual pelas facilidades e viabilidades apresentadas por ele e a forma como são escolhidos como plataformas que melhor sustentam certas atividades culturais.

A cultura participativa também cria sistemas e lógicas diferentes da comercial. Um conceito trabalhado por Jenkins, Green e Ford é a de economia comercial e social, relacionados a valores e méritos, ao tangível e o intangível. Enquanto a lógica comercial se mostra puramente voltada ao capital, os autores observam a emergência de um fenômeno na internet no qual o compartilhamento de informações nem sempre é vendido. Surge uma lógica social de colaboração dentro de comunidades que, ao se juntarem em torno de interesses em comum, podem fornecer informações e conteúdos valiosos que beneficiam a todos, desde que haja um laço de reciprocidade, ou seja, uma colaboração múltipla em que todos se ajudam da forma como podem.

A reflexão sobre a cultura participativa facilitada pelos aparatos digitais revela uma dinâmica peculiar que vai além dos interesses comerciais, estendendo-se à construção de uma lógica social. O exemplo de comunidades de fãs de anime, que circulam cópias clandestinas dos episódios com legendas traduzidas por fãs, apontado pelos autores de Cultura da Conexão, ilustra como indivíduos com habilidades específicas, como tradução, podem contribuir para o grupo de maneira não comercial.

Essa lógica social, exemplificada pelo engajamento proativo e

altruísta no grupo, ressalta a força dos interesses em comum dentro da comunidade. No contexto da discussão sobre uma comunidade enfrentando problemas e compartilhando interesses, este exemplo do grupo de WhatsApp preserva a essência da colaboração gratuita, ilustrando como a interação digital pode ultrapassar as fronteiras do interesse econômico e fortalecer os laços sociais em comunidades que enfrentam questões semelhantes.

De forma análoga à Cultura Participativa de Jenkins, Green e Ford e à concepção de direito à



cidade de Harvey, em *Cibercultura* (2011), Pierre Lévy propõe a criação de uma inteligência coletiva, para a abordagem dos problemas urbanos, afirmando que, se usado para tal, o ciberespaço, isto é, a internet, torna-se uma ferramenta importante para o estabelecimento de uma realidade mais democrática nas cidades.

Ainda nesta análise, Lévy aponta o surgimento de atitudes sobre a relação entre o ciberespaço e a cidade. Entre as perspectivas relatadas, o autor destaca a lógica da “articulação” entre os dois espaços, definida pela criação de uma “democracia eletrônica”, que se trata de “incitar a colaboração coletiva e contínua dos problemas e sua solução cooperativa, concreta, o mais próximo possível dos grupos envolvidos” (Lévy, 2011, p. 199). Descrevendo, assim como Jenkins, Green e Ford, um engajamento ativo dos indivíduos com, sobretudo, os novos meios de comunicação que surgem no ciberespaço, utilizando-os como uma ferramenta de mobilização social.

A partir deste conjunto de ideias, vemos no objeto de estudo analisado este potencial de enfrentamento coletivo dos problemas da urbanidade, com foco no direito específico à mobilidade urbana. Por meio da comunicação na internet, neste caso especificamente no WhatsApp, os integrantes do grupo

selecionado buscam contornar, amenizar e mudar coletivamente a realidade da rota que utilizam cotidianamente, de acordo com suas necessidades. Desta forma, ocorre uma articulação entre o espaço urbano e o espaço virtual que

Visa antes compensar, no que for possível, a lentidão, a inércia, a rigidez indelével do território por sua exposição em tempo real no ciberespaço. Visa também permitir a solução e, sobretudo, a elaboração dos problemas da cidade por meio da colocação em comum das competências, dos recursos e das ideias (Lévy, 2011, p. 200).

Deste modo, o trabalho analisa o grupo de WhatsApp através, também, do ponto de vista da articulação entre a cidade e a comunicação interativa dentro do ciberespaço, argumentando que é através dela que os cidadãos buscam moldar coletivamente sua definição de direito à mobilidade na cidade e colocá-la em prática, através de suas reivindicações.

Partindo desses pressupostos, estas teorias, que destacam a comunicação

como ferramenta de desenvolvimento de consciências coletivas, servem como uma lente através da qual podemos analisar o objeto de estudo em questão, que cumpre o papel de disseminação de informação e de vivências entre usuários de transporte público, objetivando a reinvenção coletiva do que constitui a situação do direito à mobilidade urbana na rota específica do grupo e, por extensão, nas cidades da Grande Aracaju.

Métodos

Para analisar esse grupo enquanto objeto de estudo, os processos metodológicos adotados baseiam-se na obra *Conversação em Rede: Comunicação Mediada Pelo Computador e Redes Sociais na Internet* (2014), de Raquel Recuero, com foco na análise de efeitos e impactos da conversação em rede. A abordagem propõe a investigação conjunta de

elementos semânticos e estruturais das interações, incluindo aspectos como conteúdo, sequenciamento, identificação e estrutura dos pares conversacionais, negociação e organização dos turnos de fala, reciprocidade, persistência, multiplexidade e migração. A integração desses elementos visa compreender a dinâmica global do processo conversacional, permitindo a identificação de laços sociais, níveis de intimidade e qualidade das interações entre os participantes.

De acordo com Recuero, a conversação mediada pelo computador (CMC) é fundamental para o estudo e mapeamento das redes sociais, tendo em vista que a conversação é a troca de mensagens entre dois atores ou mais, durante algum tempo. Desse modo, os nossos atores são os integrantes do grupo e o laço que efetiva a conexão entre eles é a necessidade de informação sobre uma determinada rota de ônibus de Aracaju, devido à precariedade das condições do transporte público da cidade.

A coleta de dados por meio da semana construída foi a abordagem estruturada para a análise. Esse método se destaca por permitir trabalhar com amostragens e utilizar um recorte temporal que servirá de representação homogênea do que lá se discute. Ao evitar concentrar a coleta de dados em uma semana específica, o objetivo é driblar possíveis enviesamentos causados por eventos específicos que poderiam influenciar a análise. A seleção de uma semana intercalada em diferentes dias de diferentes semanas proporciona uma visão mais abrangente das interações do grupo, possibilitando identificar padrões e tendências sem ser excessivamente impactado por eventos atípicos. O material passou a ser coletado no primeiro dia do ano de 2024 e seguiu até a sétima semana do mesmo ano.

Quadro 1 – semana construída

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
01/01	02/01	03/01	04/01	05/01	06/01	07/01
08/01	09/01	10/01	11/01	12/01	13/01	14/01
15/01	16/01	17/01	18/01	19/01	20/01	21/01
22/01	23/01	24/01	25/01	26/01	27/01	28/01
29/01	30/01	31/01	01/02	02/02	03/02	04/02
05/02	06/02	07/02	08/02	09/02	10/02	11/02
12/02	13/02	14/02	15/02	16/02	17/02	18/02

Depois da construção da semana, utilizamos o recurso do WhatsApp de exportação das primeiras conversas até as mais atuais. Após coletar dados do período entre 6 de nov. de 2023 e 02 de mar. de 2024, realizamos o recorte temporal para análise. Utilizamos o software Chat Stats para organizar e classificar as conversas textuais dos dias específicos da pesquisa. Este aplicativo nos permitiu extrair métricas relevantes, como frequência de mensagens, palavras mais utilizadas e interações mais frequentes. Ademais, ressaltamos que os dados relacionados a figurinhas, áudios, vídeos e fotos foram

coletados manualmente, pois o Chat Stats não oferece suporte para esses tipos de mídia. Essas duas abordagens combinadas nos proporcionaram uma compreensão abrangente das interações no grupo durante o período de estudo. Assim realizamos o primeiro aspecto abordado por Recuero, o sequenciamento e o conteúdo das interações. Foram coletadas as mensagens e analisadas as interações entre os diversos atores.

Após a preparação dos dados, conduzimos a identificação de padrões nas interações. Neste ponto, foi efetuada a identificação e estrutura dos pares conversacionais, ou seja, identificamos as mensagens que se relacionam com outras, quais são respostas etc.

Inicialmente, realizamos uma análise dos assuntos das mensagens, identificando temas e tópicos recorrentes. Em seguida, aplicamos análises

estatísticas para quantificar a frequência e distribuição dos temas identificados. O objetivo foi não apenas compreender os padrões emergentes, mas também visualizar e compreender a estrutura das interações entre os participantes do grupo. Assim, foi possível também avaliar a reciprocidade e persistência das interações propostos pela autora.

Resultados

A partir da amostra, composta por 824 mensagens, todos os dados coletados foram incluídos nos resultados sistematizados após aplicação do método. Os critérios para inclusão do material foram definidos como todas as mensagens do recorte, pois contribuem diretamente para o objetivo da pesquisa, ou seja, mensagens que contêm

discussões relevantes para o tema em estudo, reconhecimento de figurinhas como forma de resposta, perguntas, denúncias e debates que acrescentam valor à análise. Não houve critérios para exclusão de material, pois todas as mensagens foram consideradas relevantes para o escopo da pesquisa.

Entre as conversas analisadas, obtivemos como resultado o aparecimento de 5 categorias recorrentes de mensagens, são elas:

Quadro 2 - categorias de mensagens

CATEGORIAS	MENS. TEXTO	ÁUDIOS	VÍDEOS	FOTOS
HORÁRIOS	547	10	00	17
DENÚNCIAS	94	05	03	07
NOVATOS	16	00	00	00
OUTROS	01	00	04	01
FIGURINHAS	98			

Dentro delas, o primeiro campo abrange o número de mensagens dos membros em busca de informações sobre os horários e localização. No segundo campo, consideramos a quantidade de mensagens relacionadas a denúncias, reivindicações e reclamações. O terceiro campo refere-se à quantidade de mensagens de indivíduos solicitando a inclusão de novos membros. Já no quarto campo, estão agrupadas as mensagens que não se enquadram nas classificações anteriores. Por fim, no último campo, são contabilizadas as figurinhas.

Por meio da observação desses resultados, percebemos a predominância de interações que se encaixam nas categorias “Horários” e “Denúncias”, isto é, que objetivam a disseminação de informações sobre as localizações e os momentos de passagem dos ônibus, bem como a mobilização entre os integrantes para a resolução de problemas da rota.



Discussão

A partir dos dados organizados, observamos, no objeto estudado, a presença da lógica da articulação entre o espaço físico da cidade e a internet como descrita por Lévy (2011). Os problemas de logística e infraestrutura enfrentados no território urbano são refletidos no território virtual do grupo a partir do compartilhamento realizado pelos membros, objetivando a operacionalização do direito à mobilidade urbana, através do desenvolvimento de uma inteligência coletiva que desemboca em mobilizações contínuas, geralmente categorizáveis em dois tipos. O primeiro tipo busca amenizar as condições do funcionamento do transporte público na região. Através das interações que objetivam o compartilhamento de horários e localizações, ilustrado pela imagem 1, os usuários produzem uma forma de se situar melhor quanto ao funcionamento da logística do sistema de transporte utilizado, que, devido a falhas de

padronização e organização, são pouco previsíveis no cotidiano.

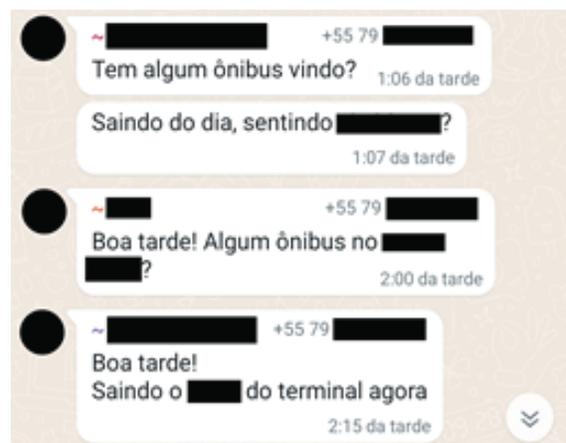


Imagem 1

Já o segundo tipo de mobilização, caracterizado pelo teor de denúncia, é, por vezes, externalizado de fato, causando repercussão em outros meios de comunicação e chamando a atenção de um público maior, transcendendo as barreiras do grupo e operacionalizando a busca pelo direito à mobilidade. Esta externalização é exemplificada pelos acontecimentos observados no terceiro dia utilizado em nossa análise (17 jan. 2024). Neste dia,



passageiros da rota denunciaram dentro do grupo o uso de tábuas de madeira para mitigar precariedades na estrutura de um ônibus da linha, através de mensagens de texto e fotos (Imagem 2). Esta movimentação motivou um membro a entrar em contato com uma emissora de televisão sergipana, a Tv Atalaia, que veiculou o caso como notícia no programa Balanço Geral (Imagem 3), de forma com que a denúncia atingiu o paradigma da propagabilidade, descrito por Jenkins, Green e Ford (2014) da seguinte forma:

O paradigma da propagabilidade supõe que qualquer coisa que valha a pena ser ouvida circulará por meio de todos os possíveis canais existentes, com o potencial de movimentar a audiência de uma percepção periférica do conteúdo para um engajamento ativo. (p. 30)



Imagem 2



Imagem 3

Isto é, através do prolongamento da circulação do episódio denunciado, a informação passada ganhou mais legitimidade. Ao ser veiculada em outro meio de comunicação, a denúncia atingiu espaços externos ao grupo, alcançando um público maior que o da própria comunidade e, assim, um maior destaque social. Dessa forma, a reivindicação foi propagada em um nível que vai além da percepção periférica, se concretizando como uma pauta de importância para um público mais diversificado, fato que pode gerar um engajamento voltado à resolução da problemática denunciada.

Assim, esse episódio, marcado pela articulação e pela propagabilidade, sintetiza o propósito dessas lógicas, e do próprio grupo. Para Lévy (2011), a articulação entre cidade e ciberespaço tem como finalidade a

criação de uma “democracia eletrônica”, caracterizada pela colaboração e solução coletivas e contínuas dos problemas urbanos. Estas características, que traduzem a ideia do direito à cidade coletivo de Harvey ao campo da cibercultura, se manifestam com frequência na comunidade. Sendo ela, assim, utilizada por seus usuários como espaço de propagação e de solução das problemáticas do transporte utilizado, através de atividades que articulam os espaços e propagam as informações.

Deste modo, são comuns mensagens que propõem uma ação política fora do grupo, concretizando essa busca por uma democracia eletrônica. As mensagens que aparecem na imagem 5, por exemplo, mostram um usuário usando o espaço do grupo para encorajar os demais membros a externalizar suas reclamações na ouvidoria da Secretaria Municipal de Transporte e Trânsito (SMTT), objetivando que, através da reivindicação coletiva, as chances de uma mudança efetiva através da esfera política sejam potencializadas. Logo, ao observar a mensagem da imagem 4 e as demais que se encaixam na categoria de “Denúncias”, podemos compreender que o objeto

estudado frequentemente se configura como uma ferramenta democrática, possibilitando o exercício da coletividade na discussão e no alcance do direito à mobilidade na cidade.

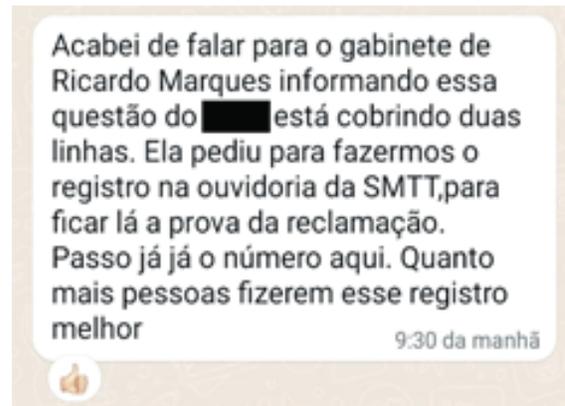


Imagem 4

Ademais, no que diz respeito às mensagens referentes a horários e localização dos ônibus, pode-se notar a presença do que é descrito por Jenkins, Green e Ford (2014, p. 95) como “economia de dom”, em que redes de pessoas com interesses em comum constroem laços que rompem com a lógica comercial e a venda de informações. Ao contrário da dinâmica que se observa em aplicativos como o Moovit4, em que os usuários precisam assinar planos pagos para ter acesso a informações como localização em tempo real do ônibus e local onde foi visto pela última vez sem anúncios, no grupo esta informação é distribuída gratuitamente, pois nele se faz predominante uma economia não comercial, o que só é

possibilitado por este senso de colaboração múltipla.

Na verdade, quando descrevemos esses produtos e serviços como 'gratuitos', isso significa que as pessoas não o compraram com dinheiro, e não que elas não tenham pagado por eles por algum outro meio. Em todo caso, os produtores e trabalhadores que trabalham 'gratuitamente' esperam alguma forma de pagamento (social), e cada pessoa fornece o seu tempo e seu trabalho sob a expectativa de que os outros vão contribuir de forma similar para o benefício de todos. (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 107)

Essa construção de sentido através do engajamento proativo e altruísta no grupo ressalta a força dos interesses em comum dentro da comunidade e fortalece laços sociais em comunidades que enfrentam questões semelhantes. De acordo com Recuero (2014), para entender o valor das interações, e o capital social envolvido no laço através de uma análise de conversação em rede, devem ser analisados elementos como a persistência da conversa – como elemento estrutural – e a reciprocidade – como elemento semântico. Ou seja, a continuidade de um assunto e a demonstração de solidariedade e empatia por algo relatado manifestam as relações por trás daquelas conversas. No

grupo, isso é exemplificado pelas conversas altamente informais, trocas de figurinhas, emojis e piadas, como mostrado nas imagens 5 e 6.

Os processos de reflexão e

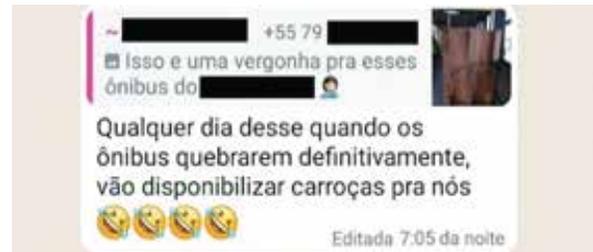


Imagem 5

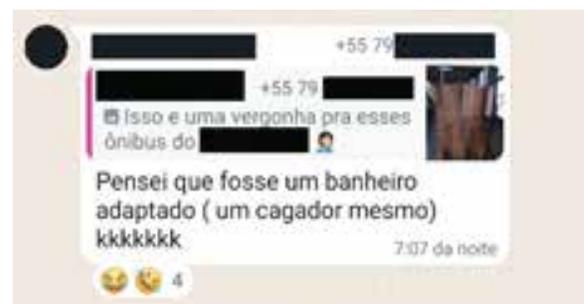


Imagem 6

operacionalização do direito à mobilidade urbana aparecem nas interações em especial em casos de denúncia, em que não apenas são compartilhadas críticas e queixas a respeito da situação, como exemplificado na imagem 7, mas também é incentivado que todos os membros se unam com a finalidade de mobilizar e reivindicar seus direitos à sua medida, como mostrado na imagem 8.

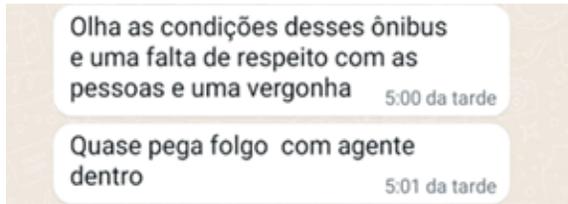


Imagem 7

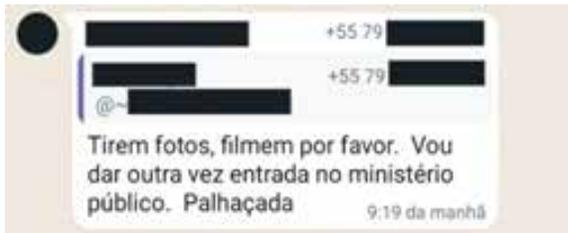


Imagem 8

Portanto, ao analisarmos os resultados da pesquisa à luz dos estudos comunicacionais explorados acima, percebemos que o grupo estudado pode contribuir para a criação de um direito à cidade como descrito por Harvey (2014), isto é, baseado na coletividade e nos anseios mais profundos daqueles que vivem e transitam no território urbanizado. Através da criação de uma comunidade dedicada à socialização das vivências no transporte público da Grande Aracaju, os membros do grupo denunciam as mazelas desse sistema e sugerem formas de reinvenção de modo a torná-lo efetivamente justo, acessível e seguro, como previsto no campo legislativo. Assim, concluímos que o grupo analisado é, de fato, uma ferramenta coletiva que cumpre os papéis de reflexão e operacionalização das discussões sobre o direito à mobilidade urbana na região.

Considerações finais

Em síntese, o estudo buscou promover uma compreensão acerca das interações no grupo, ao propor entender em que medida e como este promove a dinâmica reflexiva e a operacionalização do direito à mobilidade urbana por seus participantes. Observamos nas análises realizadas que o grupo funciona como um canal possibilitador da construção de uma comunidade ativa, onde o engajamento social possibilita a mobilização em busca da flexibilização das dificuldades enfrentadas, em prol da operacionalização, que consiste na concretização das denúncias e reivindicações, partindo de um canal fechado para os grandes meios de comunicação social, como exemplificado no decorrer da pesquisa.

Por fim, a pesquisa possibilitou trazer uma reflexão antes não vista na relação com a comunicação no WhatsApp e a mobilidade urbana, de modo que possa servir como ponto de partida para novas investigações acerca da compreensão não só das dinâmicas de interação, mas também das motivações da participação, grau de confiabilidade das informações

compartilhadas, servindo como objeto comparativo para outros estudos que poderão ser realizados com base nesse novo tema a ser explorado. Ao abrir caminho para novas pesquisas, esse estudo busca contribuir significativamente para o avanço

desse campo, incentivando uma abordagem crítica sobre essas interações sociais mediadas por aparatos tecnológicos na garantia do direito à cidade.



Referências

ARACAJU. **Lei N° 2110, de 21 de dezembro de 1993.** Torna obrigatória a instalação de dispositivo de segurança nos ônibus de transporte coletivo de Aracaju e dá outras providências. Aracaju: Prefeitura Municipal de Aracaju [1993]. Disponível em: https://leismunicipais.com.br/a1/se/a/aracaju/lei-ordinaria/1993/211/2110/lei-ordinaria-n-2110-1993-torna-obrigatoria-a-instalacao-de-dispositivo-de-seguranca-nos-onibus-de-transporte-coletivo-de-aracaju-e-da-outras-providencias?r=p#artigo_1. Acesso em: 18 mar. 2024.

BARRETO, L. Corredores exclusivos: ônibus, carros, pedestres e o desafio da mobilidade em Aracaju. **G1**, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2023/09/17/corredores-exclusivos-onibus-carros-pedestres-e-o-desafio-da-mobilidade-em-aracaju.ghtml>. Acesso em: 10 mar. 2024.

BRASIL. **Lei N° 12.587, de 3**



de janeiro de 2012. Institui as diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana [...] Brasília, DF: Presidência da República [2012]. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12587.htm. Acesso em: 20 mar. 2024.

DOMINGOS, J. 50 anos de 'O Direito à Cidade'. E como o conceito ganha novos contornos. **Nexo Jornal**, 2018. Disponível em:

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/05/20/50-anos-de-o-direito-a-cidade-e-como-o-conceito-ganha-novos-contornos>. Acesso em: 10 mar. 2024.

HARVEY, D. **Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana.** São Paulo: Martins Fontes, 2014.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade.** 5. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Centauro Editora, 2008.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 3. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2011.

RECUERO, R. **Conversação em Rede**: Comunicação Mediada Pelo Computador e Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

SERGIPE. **Lei Complementar Nº 266, de 11 de novembro de 2015**. Dispõe sobre a concessão do transporte público da Região Metropolitana de Aracaju [...]. Aracaju: Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe [2015]. Disponível em: <https://aleselegis.al.se.leg.br/Arquivo/Documents/legislacao/html/C2662015.html>. Acesso em: 18 mar. 2024.

VASCONCELOS, A. D. **Aracaju sob rodas**: Aspectos da mobilidade urbana no viés do transporte público. 2014. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/4089>

. Acesso em: 20 mar. 2024.

VASCONCELLOS, E. A.; DE CARVALHO, C. H. R.; PEREIRA, R. H. M.

Transporte e mobilidade urbana. Brasília: CEPAL; IPEA, 2011. (Texto para discussão n. 1552).

Disponível em:

<https://www.econstor.eu/handle/10419/91298>. Acesso em: 20 mar. 2024.







Comunicação e redes sociais

Autores: Ana Luíza Bezerra Modesto, Felype Cravo Nunes Oliveira, Guilherme Nascimento Lima, Ingrid Yasmim Lima dos Santos, Isabela Ferreira de Souza, João Paulo Feitosa de Souza Melo e Laisa de Oliveira Cruz Santos.

04



Os influenciadores digitais de Aracaju promovem o lazer na cidade?

Resumo:

Este artigo objetiva entender se os discursos dos influenciadores aracajuanos em suas redes sociais fomentam a promoção de direitos, especificamente o Direito ao Lazer na capital sergipana. Para isso, analisamos o comportamento dos criadores de conteúdo de Aracaju em suas redes sociais em períodos considerados festivos. O artigo busca também descrever o que são os influenciadores digitais, e compreender a sua relevância social sob a perspectiva teórica do Two-Step Flow e Multi-Step Flow of Communication.

Palavras-chave: Lazer. Cidade. Comunicação. Discurso. Influenciador digital.

Introdução

Com a ascensão das mídias digitais, os influenciadores digitais se tornaram bastante relevantes, demonstrando a magnitude dos líderes de opinião na sociedade. As redes sociais possibilitaram que discursos e estilos de vida fossem transmitidos em tempo real e com alto alcance quando comparados à relação interpessoal. Suas culinárias, dialetos, estilos musicais, modos de vestir e hábitos sociais são transmitidos através da rede social Instagram, configurando uma comunicação social ligada diretamente ao que essas influências evidenciam em suas comunidades virtuais.

Entendendo esses indivíduos como grandes porta-vozes de temáticas, buscamos compreender se o discurso dos influenciadores digitais aracajuanos promovem o lazer local. Objetivamos abordar o direito ao lazer no espaço físico da cidade de Aracaju e consideramos importante a realização da pesquisa para a Comunicação Social, pois buscamos analisar a forma como os influenciadores digitais estão utilizando seus espaços, enquanto líderes de opinião, assim, englobando a sua relevância social sob a perspectiva teórica Multi-Step Flow of Communication.

Direito à cidade sob a perspectiva do lazer

Precipuamente, é necessário entender como o lazer se relaciona com o direito à cidade. Conforme regido nos termos do art. 2º da Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001, a política urbana deve ordenar o desenvolvimento das funções sociais da cidade, garantindo o direito à uma cidade com lazer, para as presentes e futuras gerações. (BRASIL, 1990). Dessa forma, percebemos que: ter direito à cidade é, ao mesmo tempo, ter direito ao lazer. Sob esse viés, o autor Henri Lefebvre, no livro “O direito à cidade” (1968), afirma que o ser humano tem a necessidade de acumular energias e a necessidade de gastá-las. Podemos compreender, então, o lazer como uma ferramenta para suprir tais necessidades que cabem aos indivíduos pertencentes à sociedade.

O antropólogo José Guilherme Magnani (2015), diz o seguinte sobre a cidade: “para além das opções de entretenimento que possa abrigar e oferecer a seus moradores, é em si mesma um grande equipamento de lazer” (p.

17). Logo, a cidade deve oferecer espaços públicos para práticas de lazer, visando que esse direito seja garantido a todos.

Os influenciadores emergiram como líderes de opinião, com potencial para despertar interesses comuns em seus seguidores, através da partilha de experiências e locais, os quais capturam a atenção daqueles que os assistem. A partir do compartilhamento de vivências na cidade, com sua linguagem e comunicação com seus públicos, os influenciadores digitais podem gerar no usuário o sentimento de desejo de explorar a cidade de Aracaju e todas as possibilidades que ela tem a oferecer de lazer.

Essa conexão emocional entre o influenciador e o público acaba se tornando fundamental para o turismo local, pois através disso, os seus usuários aracajuanos podem ser motivados a vivenciarem a cidade e explorá-la. Quando os influenciadores experimentam atrações locais e compartilham suas próprias experiências, cria-se um ciclo de influência, divulgação — que pode ocorrer através de publicações patrocinadas — e atração, voltando a atenção dos cidadãos aracajuanos para sua cidade. Além disso, a autenticidade e a credibilidade dos influenciadores são elementos-chave nesse processo, pois ao confiarem e acreditarem em suas recomendações e vivências, seus

seguidores têm o olhar cada vez mais atraído para a cidade.

Influenciadores digitais e Multi-Step Flow of Communication

Para melhor entendimento acerca do tema, faz-se necessária uma breve contextualização do que são os influenciadores digitais e como eles conquistaram a sua relevância social atual. Utiliza-se o termo influenciadores digitais ou Influencers para caracterizar usuários de mídias sociais que abordam regularmente determinados tópicos, como por exemplo: moda, beleza, alimentação saudável e estilo de vida esportivo. Esses são alguns dos assuntos mais comuns utilizados pelos influenciadores, além disso, eles detêm um número expressivo de seguidores em suas redes sociais e interações frequentes com o público, interessado nas temáticas que estes abordam. A terminologia, portanto, não se refere necessariamente à quantidade de usuários que acompanham esses influenciadores, mas sim, à capacidade de se posicionarem como líderes de opinião referente aos nichos que abordam em suas redes.

Para Recuero (2008), a mídia social é a ferramenta que permite a emergência das redes sociais, ela tenta subverter os conceitos de mídia de massa, visto que na mídia social existe uma sociabilidade, característica de suma importância para a interação com outros atores sociais, de maneira individual e ao mesmo tempo em grande escala. É nessa interação que os influenciadores usam as plataformas digitais, a exemplo do Instagram e Facebook, para a anunciação do seu discurso.

As plataformas online são caracterizadas como os espaços digitais que dão palco para os influenciadores, pessoas que produzem e consomem conteúdo digital, podendo ter influência desde os produtos até comportamentos e opiniões. Seguindo a linha de raciocínio de Cruz (2011), o uso da internet deu às pessoas um significativo poder de verbalização dos seus ideais e valores, fazendo com que atingisse um maior número de indivíduos. Assim, os influenciadores se firmaram nesta nova era do digital e constroem, aos poucos, sua fama e credibilidade.

As teorias do Two-Step Flow (Paul Lazarsfeld) e Multi-Step Flow (Wilbur Schramm), colocam em pauta o papel dos meios de comunicação, dos líderes de opinião e dos receptores. A segunda teoria é resultado do aprimoramento do

pensamento da primeira, isto é, o Two-Step Flow afirma haver um fluxo de dois passos: o líder de opinião recebe informações dos meios de comunicação e as passa para os influenciados; já o Multi-Step Flow sublinha que os líderes de opinião não recebem necessariamente as suas informações diretamente dos meios de comunicação, mas também de outros líderes de opinião. Assim, tal embasamento destaca o conceito de influenciador como uma figura que detém não só conhecimento, mas o poder de propagá-lo de forma mais efetiva, atingindo seu público de forma a influenciar seus hábitos e opiniões.

Além disso, líderes e receptores podem trocar reciprocamente os seus papéis sociais. Dessa forma, o influenciador digital pode ser considerado o líder de opinião na sociedade contemporânea, assumindo um papel crucial na formação de opinião, abrangendo o estilo de vida e, principalmente, o consumo do usuário. O “influencer” é uma figura que detém credibilidade nas redes sociais digitais, construída a partir da melhor e maior absorção de informações, fato defendido por Lazarsfeld na teoria do duplo fluxo comunicacional (Two-Step Flow of Communication), assim, o compartilhamento dos

conhecimentos adquiridos por esses indivíduos os torna relevantes o suficiente para assumir o papel dos antigos meios de comunicação de massa (TV, jornal e rádio), se tornando cruciais para a promoção de direitos.

Faz-se claro, portanto, que ao compartilhar estilo de vida, hábitos de consumo e práticas sociais, o criador de conteúdo promove, dentre outros direitos, o lazer sob óticas diversas, podendo ter impacto positivo ou negativo no entendimento de quem pode usufruir desse direito. Assim, buscaremos analisar se influenciadores aracajuanos estão promovendo o direito ao lazer, isto é, como, em qual setor e com que posicionamento eles usam o poder da sua influência.

Análise de discurso através da rede social Instagram

Trata-se de pesquisa qualitativa de observação direta no aplicativo Instagram, das publicações dos perfis de 4 influenciadores digitais, avaliando as postagens feitas entre os meses de junho e julho de 2023 – época de festejos juninos e férias escolares – e em fevereiro de 2024.

Foram selecionadas como objeto de estudo quatro influenciadores digitais aracajuanos com mais de 20 mil seguidores em suas contas do Instagram e de diferentes nichos, a fim de obter uma análise com um público mais amplo, estes foram: Cazoy, Luiza Allan (Não Como Só Alface), Agamenon Filho e Marcos Pako (Já sei onde ir) . A análise não se concentra apenas na frequência das postagens, mas também em como podem promover o direito do cidadão ao lazer. Além disso, será analisado o objetivo dessas postagens, visando compreender como elas contribuem para a viabilização, divulgação e construção da cultura da cidade.

Para a análise dos conteúdos postados pelos influenciadores, buscamos publicações deles que respondessem às seguintes perguntas norteadoras:

- Como eles promovem o lazer em Aracaju?
- De que forma eles se comunicam?
- Como eles promovem o lazer em relação ao seu nicho?
- Como eles representam a cidade de Aracaju?

Inicialmente, foi feita na amostragem uma seleção de postagens que envolvessem a hashtag (#) “Aracaju”, ou que marcassem a cidade através da ferramenta de localização do aplicativo, fazendo uso deste espaço, sendo ele público ou privado, no período determinado anteriormente. Começamos a análise observando os perfis e suas publicações.

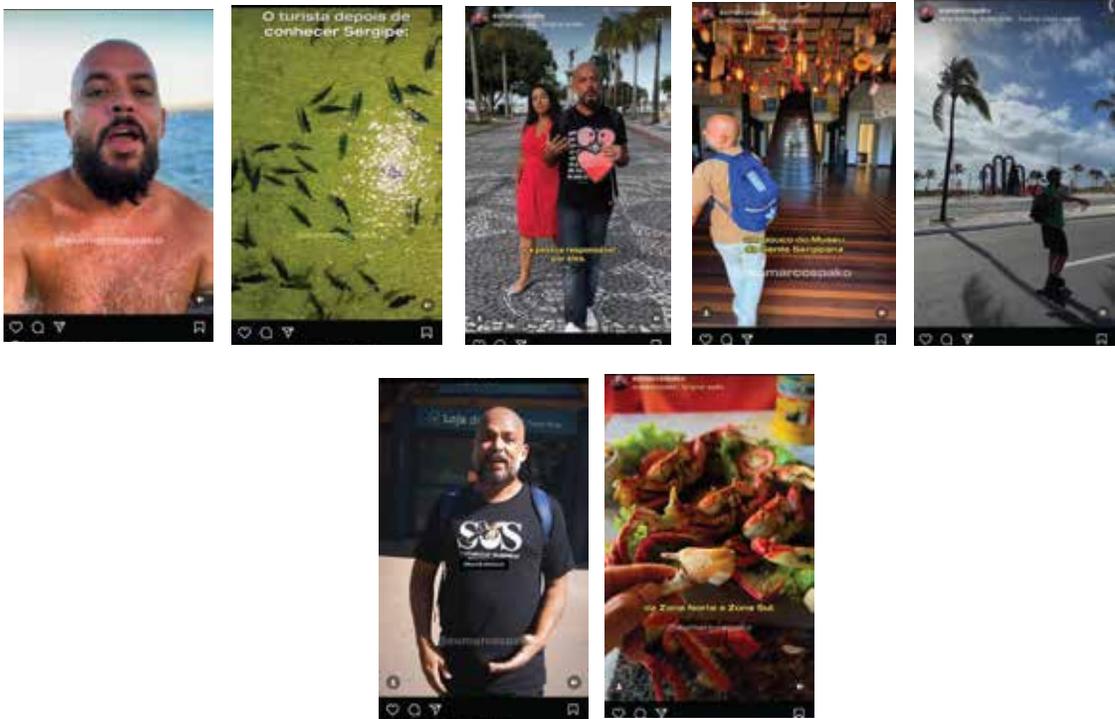
- Marcos Pako
(@soumarcospako):

Influencer digital sergipano, começou sua jornada no Instagram com o perfil “Já Sei Onde Ir” onde fazia avaliações de restaurantes e serviços situados na cidade de Aracaju. Foi o primeiro influenciador digital a ser analisado pois, com seu perfil de nome igual ao seu, promove o lazer em suas mais diversas formas, mas, principalmente com um foco em duas áreas que geralmente têm viés mercadológico: gastronomia e turismo.

Após uma análise acerca das publicações veiculadas em seu instagram, foram identificados, no geral, postagens que promovem a vivência na cidade com apelo emocional como nas figuras 1 e 2, com teor educativo como na figura 3, com os adesivos elaborados pela artista Maira Magno que muitas vezes passam despercebidos em meio aos espaços urbanos, e postagens mostrando espaços destinados ao lazer, mantidos pelo poder público como nas figuras 4 e 5. Todas as postagens mencionadas anteriormente fazem menção ao espaço público e compartilham vivências em comum entre o influenciador e seu público.

Ademais, Marcos encontra um equilíbrio ao balancear as postagens que promovem os espaços de lazer públicos com o lazer com viés mercadológico, como nas figuras 6 e 7.

¹Da esquerda para a direita, figuras de 1 a 7, respectivamente.



- Luiza Allan (@naocomosoalface):

A influenciadora em questão, possui 140 mil seguidores no Instagram (março, 2024) e em seu perfil mantém um conteúdo focado em gastronomia vegetarianana, humor e música. A influencer foi selecionada para a análise devido ao fato de referenciar bastante a cidade de Aracaju e promover o lazer, focado principalmente na gastronomia da cidade de Aracaju

Nas figuras 9 a 11, a influenciadora digital utiliza da cidade para fazer publicidade de empreendimentos voltados ao lazer (um spa de uma marca de cosméticos e um restaurante), sempre instigando o seguidor com sua linguagem persuasiva e fazendo referência ao local em que está o espaço divulgado, no

1

Figura 1: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C4WUOoQuew-/?igsh=MXYYOGUwcTluZHpscj>.

Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 2: Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C2CX5gAO_5E/?igsh=b3lkbmZ1OXg4dHJv. Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 3: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CvMzkCzgzK-/?igsh=Y21leXJ5ZHU5bzBx>. Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 4: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C2fFQm7O9WE/?igsh=MXdmdXUzamU4OHd5bw>. Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 5: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C0o6ewPOL08/?igsh=MWV2N2I4bjlpOTE3MA>. Acesso em: 10 mar. 2024

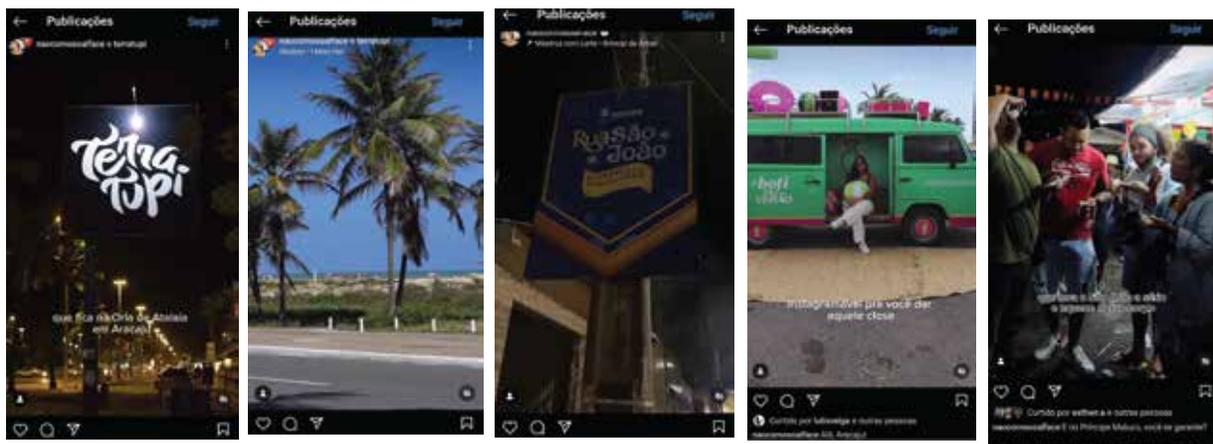
Figura 6: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C2Az29yuCLI/?igsh=MTI3NHMxankemU1bg>. Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 7: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C357aKix-aF/?igsh=NnBudZF3cm00a2t6>. Acesso em: 10 mar. 2024

caso dessas 3 publicações, a orla de Atalaia, a fim de despertar em quem esteja assistindo, o interesse de conhecer o lugar também.

Já nas imagens 8 e 12, a influencer divulga o lazer público, sendo respectivamente em questão, os festejos juninos e o Príncipe – bebida alcoólica típica da cidade – e como eles se relacionam com os costumes e tradições populares da cidade, trazendo a partir daí, um sentimento de valorização, pertencimento e identificação em seus seguidores que moram em Aracaju. Luiza também faz questão de externalizar a cultura local para os seguidores não residentes em sua cidade natal, através de suas legendas e frases nos vídeos como: “Vem cá aproveitar”.

²Da esquerda para a direita, figuras 8 a 12, respectivamente.



-- Pedro Cazoy (@cazoy):

O influenciador em questão possui 28 mil seguidores no Instagram (março, 2024), e em seu perfil, traz conteúdos relacionados ao humor, interação ao público e suas vivências, em suas postagens é possível ver o quanto a cidade Aracaju está presente, seja quando o influenciador menciona a cidade ou como plano de fundo para suas produções. Foi percebido que em seu conteúdo Aracaju é frequentemente vista em vários cenários, principalmente sob a perspectiva do lazer.

2

Figura 8: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CuHsHZuAHRs/?igsh=MXZyODNlbGVhNjJwZw>
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 9: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C2nZqO4OtUo/?igsh=OW1jNDM1eWU3cGtx>
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 10: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C241EwquJWN/?igsh=dDF2MmJqb3F6Zmth>
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 11: Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C3s_FC7u1kB/?igsh=dnc3Y2x4OWNsOTJu
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 12: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CtufFWKggV2/?igsh=MXdoYTFodDFhMXlzMg>
Acesso em: 10 mar. 2024

Na figura 12, ele traz em sua publicação, a divulgação de um evento gratuito de videogame que aconteceria em um dos shoppings da capital de Sergipe, valorizando um lazer acessível ao público, entretanto, promovido pela iniciativa privada. Já na publicação da figura 13, o influenciador faz a divulgação de uma escola de circo em Aracaju, utilizando uma linguagem cômica. Ainda que a escola seja uma instituição privada, a linguagem de Cazoy instiga um senso de pertencimento em quem acompanha seus conteúdos, exaltando e valorizando um empreendimento local voltado para o lazer. Logo,

conclui-se que Pedro, por mais que promova publicações patrocinadas de eventos e empreendimentos privados, não falha ao promover o lazer público e a cultura local, como visto na figura 14, onde ele e Luiza (Não como só alface) exploram a cultura popular da cidade ao trazer a história do apelido “Jacó” dado ao pão tradicionalmente feito nas padarias de Aracaju.



³ Figura 13: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C2D3jtYu1tt/?igsh=MXy5ejBjMTZ1amcxNw==>
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 14: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C38eJlCOpjw/?igsh=MTNuYmE5MDZiZzNqbA==>
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 15: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C4JOnCEushs/?igsh=b2F3YXhuNG9ldm5z#>
Acesso em: 10 mar. 2024

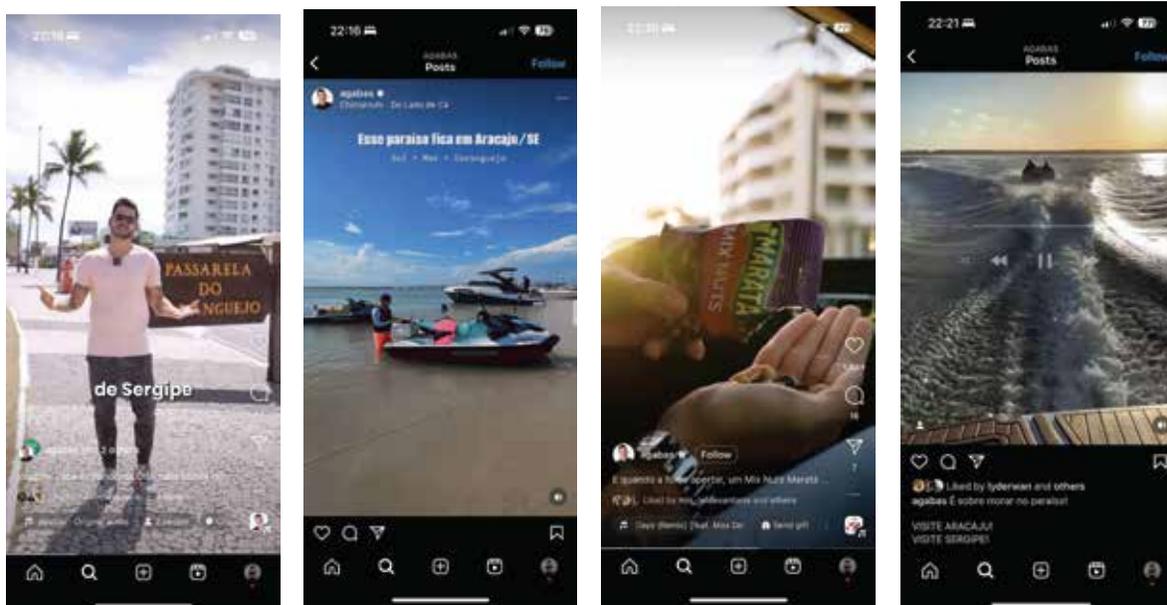
- Agamenon Filho (@agabas):

O influencer em questão possui 251 mil seguidores no Instagram (março, 2024), onde publica conteúdos de humor e vídeos da sua rotina em Aracaju. Após uma análise em suas postagens, mais especificamente nas imagens 16, 17 e 18, o influencer usa a cidade de Aracaju apenas como cenário para divulgar produtos. Nesse caso, a cidade é apenas um plano de fundo, onde não se ressalta o lazer da cidade.

Já na imagem 15, o influencer faz uso de um espaço público de lazer

em Aracaju, porém o mesmo não cita informações acerca desse ambiente, tais como localização e como chegar, trazendo consigo apenas uma linguagem verbal sem apelo para que os seus seguidores se sintam instigados e mais interessados em conhecer o local. Pode-se concluir portanto, que Agamenon faz uso dos espaços públicos, mas não demonstra interesse em promover o lazer sem viés mercadológico, ressaltando o ideal de uma cidade gentrificada, onde apenas quem goza do direito ao lazer é o cidadão com mais condições financeiras.

⁵Da esquerda para a direita, figuras 15 a 18, respectivamente.



⁴ Termo usado para designar fenômenos urbanos de migração, gradual ou abrupta, de pessoas com condições de vida desfavoráveis de uma determinada área urbana para outra, para permitir a ocupação por pessoas com maior prestígio econômico e cultural. O primeiro registro desse termo data de 1964 pela socióloga Ruth Glass em sua obra **London: aspects of change**

⁵ Figura 15: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C1FLNI5uSHN/?igsh=MTZzMjgzNXpkN2M3aA>
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 16: Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C3dqM_bSdDW/?igsh=MjBhMzNwbDUzc2EY
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 17: Disponível em: https://www.instagram.com/reel/CvPvUL_gc61/?igsh=MXM2ajhrNnZvNGwzYw
Acesso em: 10 mar. 2024

Figura 18: Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CuwhQKOGtG/?igsh=MWNIZGg1MTc3cnEzdw>
Acesso em: 10 mar. 2024

Considerações finais

Através da coletânea de postagens do último semestre de 2023 até o início de 2024, foi possível concluir que a maneira com que os líderes de opinião atuam com sua relevância no mundo digital existe, em sua maioria, com um viés mercadológico atrelado à instituições privadas de consumo de lazer.

Quando, por sua vez, a cidade é tida como foco principal de divulgação, e não de forma indireta para fomentar algum restaurante, ou quaisquer atividade do setor privado, tal promoção ocorre na demonstração de pontos turísticos aclamados como a Orla de Atalaia, mas que por sua vez já são tidos como conteúdos repetitivos, que funcionam para reconhecimento da cidade por não residentes, entretanto, não são tão eficazes em aguçar o senso de pertencimento nos residentes da

cidade se não houver um contexto que envolve o usuário como visto na figura 8 e 9, promovidos pelo poder público e iniciativa privada, respectivamente.

Em meio aos interesses majoritariamente privados, a análise constatou que o lazer público também é difundido pelos influenciadores, porém em maior escala quando esse lazer é promovido pelo poder público. Em períodos festivos como São João, é nítido o aumento nas publicações voltadas para o lazer, com as festividades aparecendo como cenário ou como protagonista.

Ademais, é fulcral pontuar o empenho dos influenciadores Cazoy e Luíza Allan em suas publicações diretamente ligadas à cultura local, onde fazem questão de valorizar as tradições e costumes locais, fomentando a maneira com que seu discurso abrange a capital de Sergipe, valorizando o lazer público.

Frente ao estudo realizado conclui-se, portanto, que os discursos dos influenciadores aracajuanos em suas redes sociais fomentam o mercado interno da cidade, colocando em segundo plano - ou por vezes nem sequer considerando - a promoção do Direito ao Lazer na cidade. Dessa forma, a carência por conteúdos que reiterem a Cidade como espaço público de

manifestação, expressão e lazer, coloca em evidência a falta de senso de pertencimento dos aracajuanos à sua própria cidade.



Referências

- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. 496 p. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/l10257.htm. Acesso em: 07 de mar. 2024.
- CRUZ, M. A mídia e os formadores de opinião no processo democrático. **Ponto-e-Vírgula**. Revista de Ciências Sociais. [S.l.], n. 9, mar. 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/13918/10242>. Acesso em: 24 mar. 2024.
- DOS SANTOS, J. R. **O que é Comunicação**. 1. ed. Lisboa: Difusão Cultural, 1992. 134 p.
- ELIAS, N. **O Processo Civilizador**: Uma História dos Costumes. Tradução Ruy Jungmann. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, vol. 1, 1990.
- GLASS, R. **London**: aspects of change Londres. 1. ed. Londres: Centre for Urban Studies/MacGibbon e Kee, 1964. Disponível em: <https://hakka3.files.wordpress.com/2017/11/glass-aspects-of-change.pdf>. Acesso em 13 mar. 2024.
- LEFEBVRE, H. **O Direito à Cidade**. Tradução Rubens E. Frias. 5. ed. São Paulo: Centauro Editora, 2008. Disponível em: https://monoskop.org/images/f/fc/Lefebvre_Henri_O_direito_a_cidade.pdf. Acesso em: 29 fev. 2024.
- MAGNANI, J. G. C. O direito social ao lazer na cidade do nosso tempo. In: GOMES, C. L. et al. **O direito social ao lazer no Brasil**. Campinas: Editora Autores Associados, 2015. cap 1, p 7-22. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/236510/direito%20social%20-%20miolo%20-%20final.pdf?sequence=1#page=13>. Acesso em: 08 de mar. 2024.
- RECUERO, R. O que é mídia social? **Social Media [Raquel Recuero]**, Pelotas, 2 out. 2008.

Disponível em:
[http://www.raquelr
ecuero.com/arquiv
os/o_que_e_midia
_social.html](http://www.raquelr
ecuero.com/arquiv
os/o_que_e_midia
_social.html).
Acesso em: 10
mar. 2024.

SANTOS, I. G. F.
**O papel de
influenciadores
digitais para o
marketing de
destinos
turísticos.** 2020.
Monografia
(Bacharelado em
Turismo) -
Universidade
Federal de Ouro
Preto, Ouro Preto,
2020. Disponível
em:
[https://www.mono
grafias.ufop.br/bits
tream/35400000/2
804/1/MONOGRA
FIA_PapelInfluenc
iadoresDigitais.pdf](https://www.mono
grafias.ufop.br/bits
tream/35400000/2
804/1/MONOGRA
FIA_PapelInfluenc
iadoresDigitais.pdf)
. Acesso em: 10
mar. 2024.



PLENÁRIO VEREADOR

Comunicação e representação

Autores: Gabriel Carvalho de Castro, Joacir Rodrigues Maranhão de Oliveira, Lucas Daniel da Silva Ferreira, Maria Luísa Cabral Pizzi Teixeira, Maria Luiza Teles de Albuquerque, Ryan Edward Santos Oliveira, Sofia de Macêdo Moraes e Wivian Vitória Goes Santos.

05



A representação da cidade em meios digitais: uma análise de perfis do Instagram de vereadores de Aracaju

Resumo

Este estudo investiga como os perfis de Instagram de dois vereadores, Sônia Meire e Pastor Diego, apresentam representações da cidade de Aracaju, com base em publicações de setembro de 2023 a janeiro de 2024. A pesquisa utiliza análise qualitativa de conteúdo e teorias da comunicação política, cultura digital e direito à cidade. Os resultados revelam diferenças significativas na maneira como os vereadores utilizam suas plataformas digitais para representar a cidade e as suas posições políticas. Sônia Meire, alinhada com a esquerda, apresenta um engajamento mais ativo com questões sociais e urbanas, enquanto o Pastor Diego, representante da centro-direita, tem uma presença menos pronunciada nessas áreas. Essas descobertas destacam o papel crucial da comunicação na construção das imagens públicas destes vereadores, além da sua importância dentro da narrativa urbana e na política contemporânea, contribuindo para o entendimento da dinâmica entre política, cidade e mídias digitais.

Palavras-chave: Cidade. Cultura digital. Comunicação política. Vereadores. Instagram.

Introdução

De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral, o vereador é a principal representação da população para o governo, são eles que propõem e aprovam leis, assim como também são responsáveis por fiscalizar o poder executivo, analisar se o plano do governo está sendo realizado e se está dentro da lei. Visando a dimensão desse cargo e por ser o principal poder em contato com os cidadãos, é de extrema importância que a comunicação política seja um diálogo direto e rápido com a sociedade.

Com base em uma pesquisa realizada pelo DataSenado¹ em 2019, 79% dos entrevistados disseram utilizar as redes sociais para se informar, ou seja, os perfis em mídias sociais são de grande importância. Entendemos então, a partir dessa pesquisa, que considerando o campo da política, as redes sociais conseguem alavancar a gestão de imagem de políticos.

Cada representante da câmara tem seu próprio modo de comunicação, que é uma estratégia adotada para vender seus próprios feitos e garantir votos para futuros cargos políticos. Eles moldam sua imagem pública por meio da publicização das suas realizações na cidade gerida, de forma a destacar suas execuções, sobretudo utilizando as redes sociais como principal meio de comunicação. Nos perfis a serem analisados por esse

estudo, foram escolhidos o do vereador Pastor Diego e o da vereadora Professora Sônia Meire, ambos de espectro político diferentes, ela do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) que é definido como um partido de esquerda e ele do PP (Partido Progressista) que é definido como um partido de centro-direita. Além disso, um critério utilizado na escolha dos vereadores foi a quantidade semelhante de seguidores, ela possuindo 12,3 mil seguidores e ele 13 mil seguidores, ambos no perfil da rede escolhida para o estudo, o Instagram.

Nesse sentido, pretendemos observar como a cidade de Aracaju é representada em ambos os perfis, com o intuito de notar as diferenças e as similaridades postas por partidos políticos de princípios eminentemente opostos, e dessa maneira, notar como a imagem da capital de Sergipe é construída analogamente aos conceitos do direito à cidade.

Metodologia

Este artigo utiliza como método de pesquisa o estudo de caso, feito com base na análise qualitativa de postagens (publicações do perfil dos respectivos candidatos no Instagram) dentro do período estabelecido de 5

¹Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 26 fev. 2024.

meses (setembro de 2023 a janeiro de 2024), a fim de compreender a relação entre a gestão dos dois vereadores selecionados para esse estudo com a publicização de seus atos dentro do contexto da cidade e como se relacionam com ela.

Como critério para a seleção das peças escolhidas, foram incluídas aquelas publicações que incluam debates, questionamentos, menções sobre problemas e suas soluções. Em seguida, as peças foram categorizadas de acordo com seu tema, ou subtema dentro da gestão pública de qualidade (saúde, saneamento, educação, urbanização, entre outros) para serem então, comparadas entre si. Essas análises foram a base para identificar padrões e estratégias de posicionamento na comunicação dos vereadores, bem como o impacto destas na política da cidade.

O processo de realização da pesquisa se dá, em uma etapa inicial, a partir de uma pesquisa bibliográfica, na qual é constituído o referencial teórico. A partir de então, foram mapeados os perfis dos vereadores da cidade de Aracaju, para que fosse possível chegar a uma escolha de dois que estivessem em espectros diferentes da política e com um alcance similar. Por fim, a partir dessa seleção, partiu-se para a análise do teor das suas postagens. Na parte metodológica, a pesquisa faz uma relação entre as teorias da comunicação (Cultura Digital,

Comunicação Política), o Direito à Cidade e as postagens veiculadas por tais vereadores pela rede social Instagram.

Ao analisar o material, o artigo buscou compreender de forma aprofundada como as redes sociais podem ser usadas como ferramenta para a construção de uma imagem política, além de que maneira são utilizadas para reafirmar preceitos, na tentativa de moldar percepções sobre determinados assuntos e representantes em questão. Não é apenas, busca-se também a compreensão de como é garantida uma aproximação entre os eleitores e os que estão no poder.

Em relação a escolha do objeto, foram mapeados diversos perfis, entretanto, nem todos utilizavam deste meio de comunicação para expor seus atos em gestão ou publicizá-los, havendo então uma lacuna que dificultava uma análise aprofundada de caso. Apesar disso, após uma busca coletiva, foram encontrados dois perfis que estão em diferentes espectros políticos e que são constantemente atualizados, possuindo uma presença digital ativa. Como já citados anteriormente, os

perfis são o da vereadora Professora Sônia Meire (alinhada com a esquerda), e do vereador Pastor Diego (alinhado com a centro-direita), tornando viável uma coleta deste material para estudo.

Referencial Teórico

O direito à cidade é uma concepção que engloba a participação democrática na vida urbana e a garantia de uma cidade inclusiva e sustentável para todos os seus habitantes. No contexto digital, os

vereadores desempenham um papel crucial ao mostrar a cidade nas redes sociais, nesse artigo, sendo analisada na plataforma digital Instagram. Podendo utilizar esses canais digitais para divulgar informações sobre projetos urbanos, promover debates sobre políticas públicas e compartilhar iniciativas que visem a melhoria da qualidade de vida. Fazendo isso, os vereadores contribuem para a transparência, a prestação de contas e o fortalecimento da participação cidadã na gestão e no desenvolvimento da cidade.

Segundo José Murilo Carvalho Junior (Savazoni; Cohn, 2009, p 12): “[...] existe uma real carência de representação conceitual para os fenômenos surgidos no âmbito da cultura digital.” O conceito de cultura digital pode ser definido como a expansão do uso de meios digitais de informação e comunicação em todos os setores da sociedade, integrando inovações por meio das tecnologias digitais e garantindo novas formas de comunicação e novos ambientes socioculturais.

Trazendo a cultura digital para o âmbito político, é notório que o uso das mídias digitais melhorou a comunicação entre políticos e a população, estabelecendo uma relação e servindo de vitrine para expor os seus feitos durante o período em que está eleito.

As mídias digitais têm emergido como espaços públicos virtuais de



grande importância, nos quais as discussões sobre os problemas e soluções urbanas ganham destaque. Dessa forma, considerando que a cultura digital examina como a tecnologia influencia e é influenciada pela cultura, incluindo mudanças nas formas de comunicação, práticas sociais, identidade e poder, torna-se relevante compreender como os vereadores Sônia Meire e Pastor Diego utilizam esses espaços para representar a cidade e como essa análise pode colaborar para, em conjunto com outros trabalhos, uma compreensão mais abrangente da dinâmica da esfera pública digital. Além disso, a influência da cultura digital se manifesta de maneira significativa na construção de identidades e narrativas, tanto em nível individual quanto coletivo. Além disso, é crucial reconhecer que figuras políticas, incluindo os vereadores, têm a capacidade de moldar e disseminar narrativas específicas sobre a cidade por meio de suas presenças digitais. As postagens de Instagram dos vereadores podem influenciar a maneira como a cidade é percebida e representada online, podendo destacar aspectos da cidade, como eventos culturais, projetos de desenvolvimento urbano e iniciativas comunitárias, construindo uma narrativa sobre o local. O Instagram é uma plataforma visual, e as postagens dos vereadores podem

influenciar a maneira como a cidade é representada visualmente ao compartilhar fotos e vídeos que destacam diferentes aspectos da vida urbana. Assim, ao analisar as postagens deles por meio da teoria da cultura digital, é possível examinar como as práticas digitais estão moldando a política local e a representação da cidade.

Outra área que nos dá base para compreender o fenômeno observado é a Comunicação Política, que surge como uma necessidade de aproximação entre políticos, governos, autoridades e eleitores, a qual envolve a interação entre estes por meio de variadas formas de comunicação, de modo que, seja possível influenciar e moldar percepções a partir da criação estratégica de uma mensagem por meio das suas mídias sociais, que seja como uma dupla via de comunicação, em que temos governantes e eleitores em um diálogo com enfoque nos principais interesses da população.

Podem existir também, como em campanhas eleitorais, por exemplo, o frequente meio comunicação de uma só direção, ao apenas ser levada em conta a mensagem que o emissor quer transmitir, não necessariamente levando em consideração as opiniões do receptor, tendo a intenção de persuadir, usando técnicas que se inspiram principalmente na publicidade comercial em vez do uso da informação (DEMARTINI, 2001) ².

Essa comunicação não se limita a englobar apenas as campanhas eleitorais como também o processo de criação da imagem de um representante, o seu branding e como é abordada uma gestão de crise, é envolvida inclusive, a transparência de políticos e suas ações.

A comunicação política e o direito à cidade estão intrinsecamente ligados, pois a forma como os políticos se comunicam reflete suas políticas urbanas e como essas políticas impactam a vida dos cidadãos. Em um mundo onde a urbanização é cada vez mais predominante, a maneira como as cidades são planejadas, desenvolvidas e gerenciadas tem um impacto direto na qualidade de vida de seus habitantes. Nesse contexto, a comunicação política desempenha um papel fundamental, pois influencia não apenas a percepção pública das políticas urbanas, mas também a própria implementação dessas políticas.

Cada representante da câmara tem seu próprio modo de comunicação, que é uma estratégia adotada para vender seus próprios feitos e garantir

votos para futuros cargos políticos. Eles moldam sua imagem pública por meio de demonstrações de suas realizações na cidade gerida, de forma a destacar os resultados positivos, sobretudo, via redes sociais como principal meio de comunicação. Nos perfis que foram analisados nesse estudo, do vereador Pastor Diego e da vereadora Sônia Meire, os perfis foram selecionados com base em métricas específicas para garantir que haja parâmetros equilibrados de comparação entre os dois perfis, como o número de seguidores, por exemplo. Além do número de seguidores, outra métrica crucial para a seleção dos perfis foi a sua atividade e capacidade de retratar fielmente a vida na cidade e seus problemas.

Análise de Caso

O estudo tem como objetivo examinar como a comunicação dos vereadores Sônia Meire e Pastor Diego se relacionam com o direito à cidade e a comunicação política.

Levando em consideração que segundo uma pesquisa do DataSenado³, 79% dos entrevistados utilizam as redes sociais para se informar, trazendo para um âmbito político, entende-se que a maior parte dos vereadores se expõe em seus perfis para transmitir uma imagem

² Disponível em:

https://books.google.com.br/books?id=o_zOa49SIgYC&lpg=PA9&ots=XwJHvVufmg&dq=publicidade%20pol%C3%ADtica&lr&hl=pt-BR&pg=PA3#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 03 mar. 2024.

positiva aos seus seguidores, mostrando a garantia de direitos básicos aos cidadãos.

Entretanto, ao pensarmos nessa relação dentro da vivência num mundo digital, em que existem muitos perfis políticos com propostas similares, é necessário mostrar propostas diferenciais e que chamem atenção do receptor, com o objetivo de garantir a sua imagem. Por isso, os dois vereadores escolhidos mostram a representação da cidade em dois pontos de vista diferentes.

Em função disso, é necessário uma análise comparativa entre as publicações dos dois vereadores, visando entender como eles representam a cidade, e como isso ajuda na construção de suas imagens políticas em seus perfis do Instagram.

Para observação do objeto, foi analisada a primeira postagem mensal entre os meses de setembro de 2023 e janeiro de 2024, no Instagram da Vereadora Sonia Meire (@professorasoniameire), e do Vereador Pastor Diego (@_pastordiego).

Setembro 2023



via Instagram



³ Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 02 mar. 2024.

Na postagem, a vereadora Sônia Meire faz um carrossel que busca informar os resultados de uma pesquisa sobre a saúde mental das mulheres. É um post que demonstra seu apoio pelo setembro amarelo e revela claramente seu posicionamento político e social. Ao longo das ilustrações postadas nesse carrossel, ela evidencia que mulheres brasileiras sofrem com transtorno de ansiedade e que a pandemia foi um fator agravante para essa situação.

Já o post do vereador Pastor Diego mostra, em um carrossel, um resumo de seus feitos e suas conquistas, mostrando resultados de obras e emendas, e no final convida o público a acompanhar seu mandato e disponibiliza um contato para o WhatsApp. Por meio da legenda, chama a população para mandar sugestões e demonstra apoio à população, dizendo estar aqui para servir com verdade.

Os posts possuem linguagens e assuntos diferentes, o de Sônia é mais informativo e detalhado, apresentando dados estatísticos sobre a prevalência de transtornos de ansiedade entre as mulheres brasileiras, além de destacar a importância de medidas de segurança pública. Ela demonstra um posicionamento político claro e busca conscientizar sobre a necessidade de melhorias na qualidade de vida deste grupo. A postagem em questão, pode ser relacionada ao direito à cidade por mostrar que a cidade falha em providenciar soluções para as

questões de saúde mental das mulheres, que sofrem com a ansiedade e a sobrecarga. Ao demonstrar os resultados de pesquisa, Sônia Meire sugere que o Brasil melhore suas medidas de saúde pública, tanto para sua própria cidade e estado, como também para seu país.

Já o post de Pastor Diego apresenta de forma resumida os projetos bem sucedidos feitos em seu mandato. Com este post dedicado aos seus trabalhos, ele revela explicitamente um posicionamento político ou social específico, mostrando os resultados positivos em seu mandato, o que gera uma melhora de sua imagem. Ele demonstra uma relação direta com o direito à cidade e com questões relacionadas à qualidade de vida.

Outubro 2023



via instagram

via instagram



O direito à cidade é um direito difuso e coletivo, de natureza indivisível, de que são titulares todos os habitantes da cidade, das gerações presentes e futuras. Direito de habitar, usar e participar da produção de cidades justas, inclusivas, democráticas e sustentáveis. A interpretação do direito à cidade deve ocorrer à luz da garantia e da promoção dos direitos humanos, compreendendo os direitos civis, políticos, sociais, econômicos e culturais reconhecidos internacionalmente a todos. (Amanajás, 2018, p.29)

No dia 1 de Outubro, a vereadora Sônia Meire produziu um reels intitulado como "balanço da semana", onde ela faz um compilado de pequenos vídeos mostrando o que ela fez durante o período de 7 dias. Na legenda, são citadas mais explicitamente todas as atividades na qual ela participou, como a reunião com a juíza dra Jumara Pinheiro pela luta ao direito da mulher, a reivindicação pela existência de intérprete em libras nas escolas públicas, a participação na vigília contra a privatização da saúde e a realização do cine debate, visando mostrar em seu post, uma imagem de uma vereadora que está lutando pelo direito das minorias e pela igualdade

Nesse post realizado pela vereadora, se vê claramente uma ligação com o direito à cidade, de modo próximo ao que argumenta Amanajás (2018).

No que diz o autor, podemos compreender que ela consegue trazer no vídeo e na legenda, a representação de Aracaju pela ótica de uma cidade que visa mudanças e que tem representantes que lutam por um lugar mais igualitário. Ainda na mesma descrição, a vereadora usa suas redes sociais para mostrar aos seus seguidores ser contra o marco temporal, que é um projeto de lei que segundo a Câmara de Deputados⁴ diz que os povos indígenas apenas têm direito de estar nas terras que já ocupavam em 1988, a vereadora mostra sua insatisfação sobre esse projeto de lei, e pede pelo veto dela ao presidente Lula no final da sua legenda. Embora essa lei não seja específica da capital de Sergipe, ela mostrar ser contra publicamente, também é uma luta pelo direito à cidade, já que o projeto de lei visa diminuir os direitos garantidos aos indígenas.

No mesmo dia, o vereador Pastor Diego compartilhou em seu instagram, um reels com um compilado de vídeos



abrangente e pública. Contudo, seu post possui relação com o direito garantido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, abrangem diversas áreas, como infraestrutura urbana, saúde, educação, esporte e segurança pública, demonstrando o engajamento do vereador em questões relevantes para o desenvolvimento e bem-estar da cidade.

Neste post veiculado pelo Instagram,

Dezembro 2023



via instagram



via instagram

Sônia fala em vídeo acerca da votação de um Projeto de Lei que visa garantir a transferência de mais recursos públicos para as empresas privadas que cuidam do transporte público da cidade de Aracaju, deixando claro que não votou favoravelmente a este projeto e justifica seu voto ao dizer que notou inconsistências nas planilhas de custos, e em como pouco seria favorável à população e sim às empresas em questão. Além disso, declara seu apoio aos funcionários rodoviários, e defende os direitos de mobilidade urbana da população aracajuana. Na legenda, também fica explícita a sua indignação com a aprovação do projeto, e a justificativa de seu voto contrário. Estas questões podem ser claramente relacionadas ao direito à cidade, visto que ao justificar suas motivações de voto, ela demonstra seu apoio a classe rodoviária e a população que utiliza do meio de

⁴ Disponível

em: <https://www.camara.leg.br/noticias/966618-o-que-e-marco-temporal-e-quais-os-argumentos-favoraveis-e-contrarios/#:~:text=Marco%20temporal%20%C3%A9%20uma%20tese,data%20de%20promulga%C3%A7%C3%A3o%20da%20Constitui%C3%A7%C3%A3o..> Acesso em: 26 fev. 2024.

transporte público para se locomover pelo município, uma forma também de fortalecer sua imagem por meio da rede social, publicizando seu trabalho, ideais políticos alinhados com a esquerda e demonstrando uma certa preocupação com o modo que o dinheiro público é utilizado pela gestão pública, moldando uma representação de uma política que zela pelo interesse público e a transparência.

Observando o primeiro post veiculado em dezembro pelo Instagram do Pastor Diego, a postagem apresenta um curto vídeo em que o vereador profere suas crenças e em tom religioso, reafirma a sua fé, na legenda, a mensagem do conteúdo é reforçada. Nesta publicação, não é possível identificar uma relação direta com a questão do direito à cidade, visto que nela, o político apenas traz a pauta religiosa como assunto central, com uma comunicação direta e objetiva. É possível enxergar este vídeo como uma forma de aproximação entre o pastor, seus seguidores e possíveis novos espectadores do perfil, por meio da identificação e compartilhamento das mesmas crenças, desse modo, deixando claro a imagem que o mesmo pretende transmitir e atingir um específico público.

Janeiro 2024



via Instagram



via Instagram

Em janeiro do ano de 2024, o perfil do Instagram da vereadora Sônia Meire inicia com uma postagem expondo uma tragédia que ocorreu na Av. João Ribeiro em Aracaju. Durante o vídeo, Sônia relata a explosão de um botijão de gás que acarretou em três mortes e mais de quinze feridos, dentre eles crianças e uma mulher grávida. A vereadora demonstra estar mantendo o contato com os órgãos públicos

como o Corpo de Bombeiros, a SAMU e a Defesa Civil, a fim de garantir que as vítimas sejam acolhidas e que tenham seus direitos garantidos. O post deixa claro, implicitamente, a preocupação da vereadora com questões de justiça social e direitos humanos. Além disso, o post traz questões pertinentes sobre direito à cidade, expondo a necessidade de uma ajuda pública para realocar as pessoas que perderam a moradia na tragédia. Com essa postagem, Sônia mostra uma imagem política positiva para os seus seguidores.

Em contrapartida à postagem informativa e expositora de Sônia, o vereador Pastor Diego inicia o mês de janeiro com uma foto de estúdio comemorando o lançamento de um vídeo contendo o resumo dos últimos três anos do seu mandato, mostrando seus feitos e garantindo a transmissão de uma imagem positiva, essa imagem positiva do vereador pode contribuir para construir uma visibilidade política e uma influência dentro da comunidade.

Com isso, vemos que ambos os candidatos possuem uma comunicação política, já que os dois apresentam redes sociais bem movimentadas. Em alguns posts, é perceptível que eles falam diretamente com o receptor que está do outro lado da tela, assim criando

um vínculo e conseguindo um diálogo com a população. Além disso, é perceptível que ambos possuem uma imagem forte no Instagram, entretanto, percebe-se através do conteúdo que eles disponibilizam em suas redes, que mesmo possuindo a função igual, os eleitos possuem uma leve discrepância na forma como eles moldam sua imagem. Assim, percebe-se que os posts do Pastor Diego possuem caráter expositor em contrapartida aos de Sônia, que possuem um caráter mais informativo e instigante.



Considerações Finais

Portanto, as redes sociais, incluindo o Instagram, são ferramentas que se fazem cada vez mais presentes na sociedade contemporânea dentro do contexto de comunicação política, o que implica diretamente na forma como a cidade é representada, visto que a mesma pode aparecer nessas mídias. Assim, figuras políticas estabelecem uma comunicação com o público através dessas plataformas, sendo capazes de criar narrativas digitais e apresentar aspectos municipais de várias maneiras em seus perfis.

Este estudo observou como dois vereadores locais, Sônia Meire e Pastor Diego, fazem uso da cidade para a construção de suas imagens políticas em seus perfis do Instagram. A análise focalizou a presença de conteúdo político nos posts desses perfis, considerando uma abordagem comparativa entre ambos, buscando entender como a cidade de Aracaju é mostrada no Instagram dessas figuras políticas.

A análise revelou discrepâncias na forma como Sônia Meire e Pastor Diego utilizam suas plataformas digitais para representar a cidade e suas respectivas posições políticas. Enquanto o perfil de Sônia Meire apresentou uma presença mais marcante de conteúdo político, muitas vezes destacando ações

governamentais e questões urbanas, o perfil do Pastor Diego, apesar de se mostrar presente dentro da política local ao compartilhar conteúdo sobre a cidade de Aracaju, o vereador também parece se preocupar em reforçar uma imagem religiosa que já é atrelada a ele, visto que Pastor Diego também se mostra se importar em postar conteúdo religioso.

Ao longo de cinco meses de postagens, iniciando em setembro de 2023 e indo até janeiro de 2024, foram observados padrões consistentes de postagens que refletiam as prioridades e agendas políticas de cada vereador. Sônia Meire, alinhada com uma perspectiva de esquerda, demonstrou um engajamento mais ativo com questões sociais e urbanas, enquanto Pastor Diego, representante da centro-direita, mostrou uma presença menos pronunciada nessas áreas, estando mais ligado a engajar com seus seguidores utilizando mais proximidade em sua linguagem e expressão nos posts, além de postagens de caráter religioso.

Essas descobertas são discutidas à luz de referenciais teóricos como cultura digital e comunicação política, dentro de uma perspectiva de direito à cidade. A análise revela como as mídias digitais, especificamente o Instagram, tornaram-se espaços significativos

para a construção e negociação de identidades políticas e visões urbanas. Além disso, destaca-se o papel fundamental dos vereadores como atores-chave na representação da cidade. Considerando o atual contexto político e digital, a análise comparativa entre os perfis de Sônia Meire e Pastor Diego lança luz sobre dinâmicas importantes na comunicação política contemporânea.

Em suma, este estudo contribui para o entendimento em evolução da dinâmica entre política, cidade e mídias digitais, destacando a importância de considerar o papel dos atores políticos na construção da narrativa urbana.

Referências

ANDRADE, T. A. **Direitos e cidadania**: reflexões sobre o direito à cidade. São Paulo: Universidade Estadual de Campinas, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/jwkcWk7tfGHXfHLR85fKPCl/#>. Acesso em: 22 mar. 2024.

AURELIO, M. A.; FAVARÃO, C. B. Governança e Políticas Nacionais Urbanas: capacidade e desenvolvimento institucional.

A nova agenda urbana e o

Brasil: Insumos para sua construção e desafios a sua implementação. Brasília: Ipea, 2018. 133 p. Disponível em:

<https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/images/stories/P-D->

[Fs/livros/livros/180529_a_nova_agenda_urbana_e_o_brasil.pdf#page=29](https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/images/stories/P-D-Fs/livros/livros/180529_a_nova_agenda_urbana_e_o_brasil.pdf#page=29). Acesso em: 27 fev. 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001.** Estabelece diretrizes gerais da política urbana. Distrito Federal: Diário Oficial da União, 2001. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/l10257.htm.

Acesso em: 17 mar. 2024.

CANAVILHAS, J. **A comunicação política na era da internet.** 14 f. Artigo de Conferência

- Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/-canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>.

Acesso em: 3 mar. 2024.

CULTURA DIGITAL. *In: Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de Educação a Distância*. Campinas: Papyrus, 2018. Disponível em: https://www.academia.edu/43844286/Verbe-te_CULTURA_DIGITAL#:~:text=O%20termo%20Digital%2C%20integrado%20%20%3%A0,todos%20os%20setores%20da%20sociedade. Acesso em: 27 fev. 2024.

GOMES, N. D. **Formas persuasivas de comunicação política**: Propaganda política e publicidade eleitoral. 3. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2004. 136 p. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=o_zOa49SlgYC&lpg=PA9&ots=XwJHvVufmg&dq=publicidade%20política&lr&hl=pt-BR&pg=PA3#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 03 mar. 2024.

RODRIGUES C.; SANTOS, N. **Usos da publicidade política nas plataformas da Meta durante as eleições 2022**: da busca dire-

cionada por votos ao financiamento da desinformação. Fortaleza: Compolítica, 2023. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT06_rodrigues_santos-Carla-Rodrigues.pdf. Acesso em: 03 mar. 2024.

SAMPAIO, R. C.; et al. **Instagram e eleições**: os stories dos presidentiáveis do Brasil em 2018. Rio Grande do Sul: Animus - Revista Interamericana de Comunicação Midiática, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/41358/pdf>. Acesso em: 28 fev. 2024.

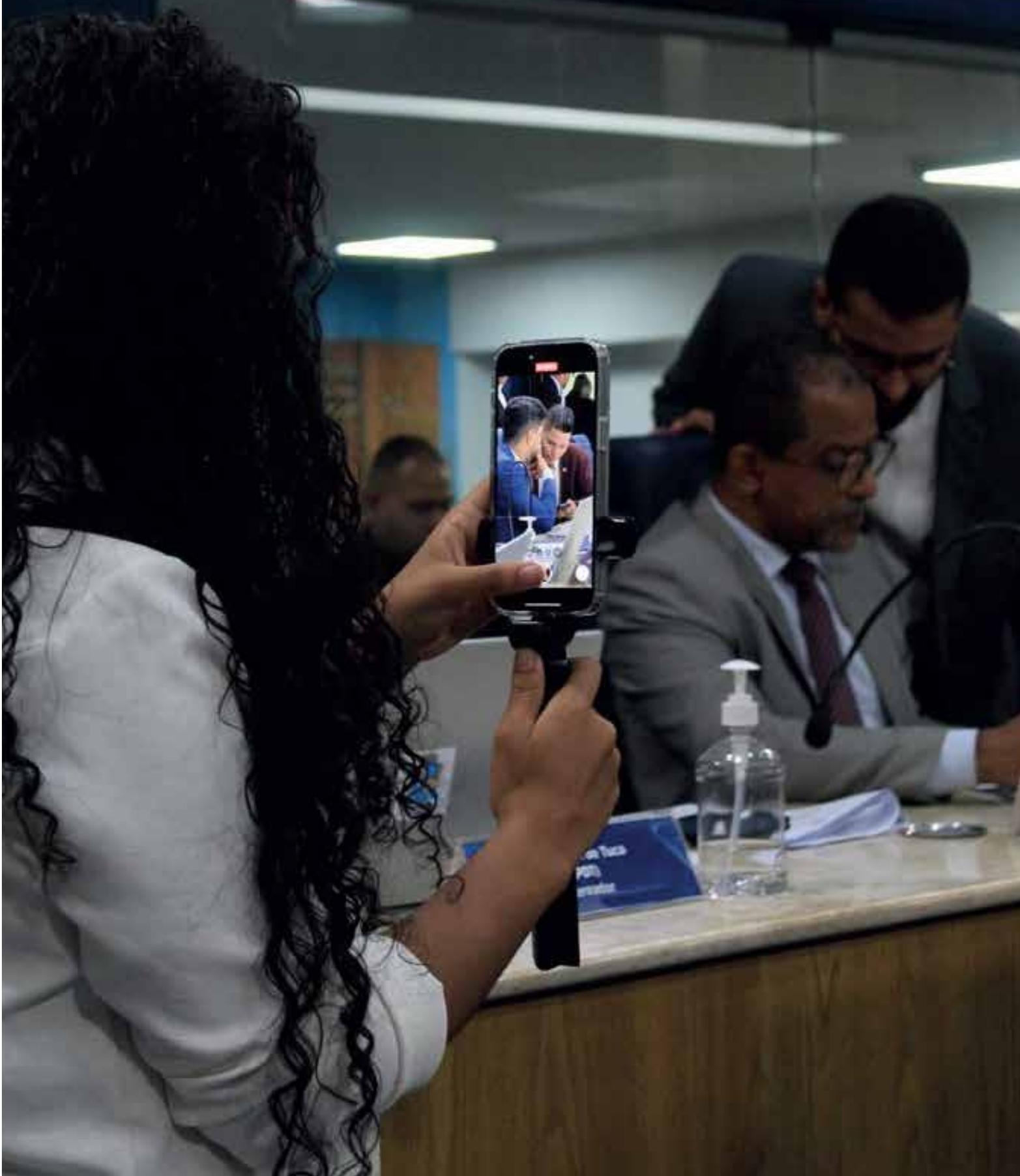
SAVAZONI, R.; COHN, S. **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2009. 315 p. Disponível em: <https://www.procomum.org/wp-content/uploads/2018/01/cultura-digital-br.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2024.

SANCHES, J. R. **O direito à cidade**. Londrina: Revista do Direito Público, 2017. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/view/28602>. Acesso em: 03 mar. 2024.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Vereador: conheça o papel e as funções desse representante político. **Tribunal Superior Eleitoral**, 2016. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2016/Setembro/vereador-conheca-o-papel-e-as-funcoes-desse-representante-politico>. Acesso em: 03 mar. 2024.



PLENÁRIO VEREADOR

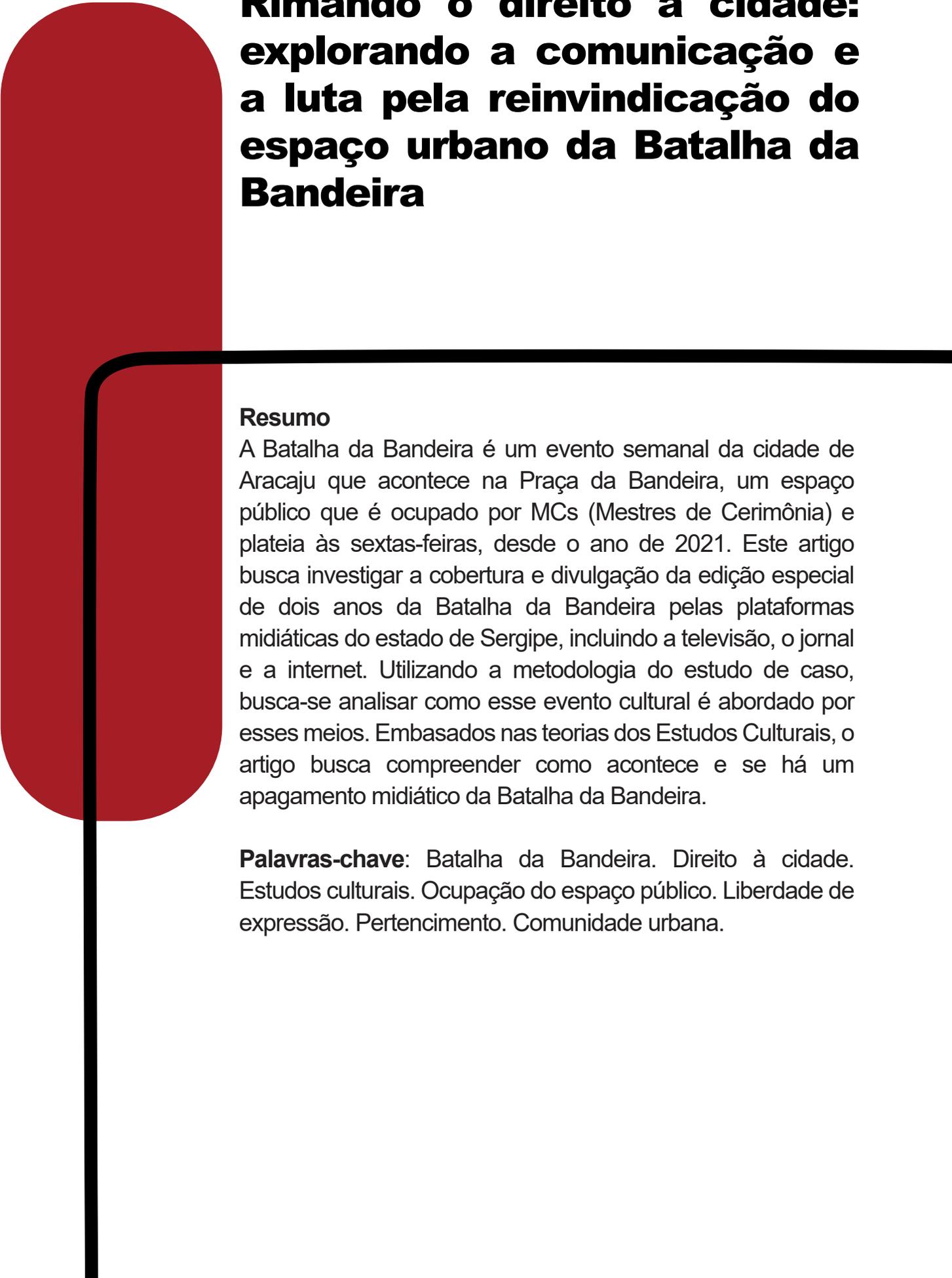


Comunicação e cultura

Autores: Isafas Santos Melo, Maria Clara Silva de Alcântara, Maria Eduarda Campos Leal, Maria Eduarda Prado de Jesus, Maria Vitória Melo e Silva Santos, Ryan de Jesus Silva e Sâmia do Valle de Oliveira.

06





Rimando o direito à cidade: explorando a comunicação e a luta pela reivindicação do espaço urbano da Batalha da Bandeira

Resumo

A Batalha da Bandeira é um evento semanal da cidade de Aracaju que acontece na Praça da Bandeira, um espaço público que é ocupado por MCs (Mestres de Cerimônia) e plateia às sextas-feiras, desde o ano de 2021. Este artigo busca investigar a cobertura e divulgação da edição especial de dois anos da Batalha da Bandeira pelas plataformas midiáticas do estado de Sergipe, incluindo a televisão, o jornal e a internet. Utilizando a metodologia do estudo de caso, busca-se analisar como esse evento cultural é abordado por esses meios. Embasados nas teorias dos Estudos Culturais, o artigo busca compreender como acontece e se há um apagamento midiático da Batalha da Bandeira.

Palavras-chave: Batalha da Bandeira. Direito à cidade. Estudos culturais. Ocupação do espaço público. Liberdade de expressão. Pertencimento. Comunidade urbana.

Introdução

O conceito do direito à cidade foi originado em 1968, quando Henri Lefebvre o introduziu, trazendo uma nova perspectiva sobre a vida urbana. Como traduzido por Harvey David (2008), o direito à cidade vai além da mera liberdade individual de acessar os recursos urbanos; é, na verdade, o direito de influenciar e transformar a cidade em si. Em outras palavras, é um direito universal que envolve a participação e ocupação igualitárias do espaço urbano.

Embora o termo "habitar" frequentemente evoque a ideia de moradia com infraestrutura adequada, o conceito abrange muito mais do que isso. Habitar o espaço urbano significa reivindicar e ocupar um lugar que é seu por direito, incluindo o acesso a saneamento básico, transporte público de qualidade e, principalmente, a liberdade de expressão artística e cultural nos espaços públicos.

Este artigo tem como objetivo central investigar especificamente a divulgação da edição de dois anos de um dos maiores eventos de rima do estado de Sergipe, a Batalha da Bandeira, realizada na Praça da Bandeira, em Aracaju, e sua influência no exercício do direito de ocupação na cidade, já que é uma forma de revitalizar culturalmente os locais em que ocorre e de proporcionar liberdade de expressão para quem participa. Os

aniversários do evento são suas edições mais grandiosas, incluindo seletivas para determinar os participantes no grande dia. Utilizando a metodologia de estudo de caso, foram realizadas análises dos meios de comunicação do estado de Sergipe, como televisão, jornais e internet, no dia anterior, no dia do evento e no dia seguinte, para compreender se esse encontro cultural conta com o apoio e divulgação dessas grandes mídias, ou se há uma falta de incentivo.

A importância desta pesquisa consiste na análise do que a edição de dois anos da Batalha da Bandeira representa culturalmente para os principais meios de comunicação do estado de Sergipe e por que



essa forma de ocupação da cidade não recebe a mesma visibilidade que outras, conforme observado nesta pesquisa. Em resumo, busca-se compreender como esse evento culturalmente relevante afeta as pessoas envolvidas e a comunidade local, e por que sua repercussão nem sempre reflete sua real importância no exercício do direito à cidade em Aracaju.

Cultura e Rima: a importância do Comum no cotidiano

A compreensão de um conceito requer, muitas vezes, uma análise aprofundada de suas aplicações no cotidiano de uma sociedade. Segundo Raymond Williams (1958), “Toda sociedade humana tem sua própria forma, seus próprios propósitos, seus

próprios significados [...]”. No ensaio “Culture is Ordinary” (1958), Williams reflete sobre sua própria vida e experiência, examinando, a partir da observação, como a cultura se permeia no dia-a-dia da sociedade. O autor ressalta a importância de reconhecer e valorizar práticas que ajudam na construção diária do modo de fazer cultura que permeia uma comunidade, em contraste de uma visão elitista que limita a cultura a formas artísticas consideradas por ele tradicionais.

Williams propôs uma forma de definir cultura que modifica a forma como ela é vista nos modos tradicionais, desdobrando-se em dois sentidos que estão interligados. Quando se fala sobre a cultura, o autor de “On Culture and Society” disserta que a palavra em si possui dois sentidos: o primeiro, que retrata que a cultura diária de uma sociedade está inserida nos significados comuns, e outra, para entender que ela está, também, incorporada nas artes e no aprendizado. (Williams, 1958). Essa dicotomia de definições é o que o autor considera essencial para o desenvolvimento de uma sociedade e sua forma de expressão cultural. Williams entende, num primeiro momento, que as reflexões e os aprendizados individuais irão construir a base do pensamento e da formação de estruturas de poder, ou seja, ela não é dependente das relações econômicas, mas sofre



influência delas (Escosteguy, 2000). Para entender um dos motivos pelo qual as batalhas de rima são consideradas eventos marginais, é necessário saber sobre sua origem.

As batalhas de rima possuem suas raízes no movimento do Hip Hop, que nos anos 70 se popularizou no bairro do Bronx, em Nova York. Desde então, essa manifestação cultural se espalhou pelas periferias dos Estados Unidos e se estendeu pelo mundo, transcendendo fronteiras e chegando ao Brasil a partir da década de 1980 (Trindade, 2023). Por meio do Hip Hop, o RAP desempenha um papel fundamental, juntando ritmo à poesia, formando a estrutura essencial das batalhas de rima.

Talvez seja pela influência da cultura oral africana e das brincadeiras de rua dos Estados Unidos que o movimento Hip-Hop tenha o RAP improvisado como parte essencial de sua gênese. Quando surge nos anos 1970 e ainda está constituindo suas bases, ao invés da figura do emcee, o Hip-Hop possui o deejay como protagonista. [...] Assim, o RAP improvisado integra o Hip-Hop desde suas primeiras reuniões. Está associado ao nascimento do gênero como expressão musical e demarcou o tom de muitas das festas iniciais que articulavam a manifestação. Em outras palavras, o RAP nasceu em freestyling. Seus primeiros grandes eventos já contavam com o improviso rimado, assentando as raízes das batalhas de rima. (Da Silva, 2018, p. 3 e 4)

Ao longo desta pesquisa, discorre-se sobre o entendimento de que as batalhas de rima ocupam um espaço marginal desde seu surgimento, entretanto, nunca foi abandonada por seus participantes. A cultura do Hip Hop é um movimento de ocupação (Trindade, 2023), que assim como a Batalha da Bandeira, ocupa espaços públicos e os reivindica como locais onde a socialização e a troca de experiência entre indivíduos, principalmente jovens, é valorizada e suas diferenças tendem a ser destacadas de uma forma positiva. Essas interações são peças chaves para a afirmação de identidades socioculturais contra-hegemônicas e que, a partir de sua relação com o espaço físico da cidade, pode reafirmar sua conexão com a cultura que emerge desse ambiente urbano.

Vinculo da disseminação da Batalha da Bandeira com a cidade

Com a deliberação sendo aberta publicamente nessas alocações, transcorre acesso entre indivíduos, proporcionando relações diversas, promovendo um espaço com pessoas de diferentes

3, 2, 1,

e expressões de liberdade. A liberdade de expressão permite a disseminação de ideias com conceitos sociais, econômicos e culturais desiguais, assim que com esses eventos ocorre o enriquecimento da diversidade de vozes e experiências, não distribuindo só entretenimento, como também a valorização da pluralidade cultural, quebrando estereótipos e personificando um papel imprescindível na promoção aos valores não padronizados.

Por conseguinte, decorre um senso coesão social, logo que as batalhas de rimas frequentemente agrupam pessoas de diferentes origens e bairros. Com a colaboração das pessoas presentes, projeta por meio de expressões artísticas, trocas de ideias e posicionamento social, prosperando entendimento mútuo e fortalecendo os laços entre os habitantes da cidade.

Segundo a Constituição Federal brasileira, no art. 215, “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.” (BRASIL, 1988, p. 126). A cultura desempenha um papel vital no contexto urbano. O direito à cidade tem como objetivo estabelecer o bem coletivo, não só em segurança e na regulação da propriedade urbana, como também no direito à cultura, assim



RIMA

que os estudos culturais vão estabelecer um princípio, logo que o conceito de cultura era o tema central da pesquisa. Focado nos direitos de demonstrar pertencimento no local habitado, foi-se exigido e demonstrando com esta pesquisa o direito à cultura, diante do atual cenário de locações de batalhas de rima, sendo em sua maioria em locais mais periféricos e de maior desprezo a vigilância, assim mostrando uma precarização e marginalização a preservação cultural. Desta forma, é preciso entender como as Batalhas de Rima atraem jovens negros/as, por exemplo, para dentro da cultura Hip Hop e, conseqüentemente, para dentro desses ambientes de politização.

De acordo com esse trecho:

“[...] é preciso pensar e entender essas batalhas enquanto um espaço/momento de sociabilidade que se constitui também como um lugar de associativismo negro, onde existe uma expressiva rede de solidariedades e organização sociopolítica entre tais pessoas marginalizadas nos espaços urbanos embranquecidos.” (Trindade, 2023, s. p.).

Assim, o papel desempenhado pela batalha de rima em relação com o direito da cidade é a inclusão social, expressão de identidade, apropriação de espaço público e o fortalecimento da comunidade. Com a deliberação sendo aberta publicamente nessas alocações, transcorre acesso entre indivíduos, proporcionando relações diversas, promovendo um espaço com pessoas de diferentes perspectivas e expressões de liberdade. A liberdade de expressão permite a disseminação de ideias com conceitos sociais, econômicos e culturais desiguais, assim que com esses eventos ocorre o enriquecimento da diversidade de vozes e experiências, não distribuindo só entretenimento, como também a valorização da pluralidade cultural, quebrando estereótipos e personificando um papel imprescindível na promoção aos valores não padronizados.

Por conseguinte, decorre um senso coesão social, logo que as batalhas de rimas frequentemente agrupam pessoas de diferentes origens e bairros. Com a colaboração das pessoas presentes, projeta por meio de expressões artísticas, trocas de ideias e posicionamento social, prosperando entendimento mútuo e fortalecendo os laços entre os habitantes da cidade.

A apropriação do espaço público através das batalhas de rima, é um recurso para exigir o direito à cidade,

abrindo-se uma discussão pautada ao poder público incitando-se a ocupação da cidade, ocorrendo o ato de exercer o direito de posse local para executar suas atividades de expressão, obtendo-se vínculos como pontos de encontro, tal como a utilização de praças, parques ou calçadas para suas apresentações, transformando-os nos transportadores de suas mensagens por meio da arte, proporcionando uma atividade comunitária, democratizando a arte e debates educacionais trazidos a rua, portando assim a acessibilidade a todos.

A apropriação do espaço público através das batalhas de rima, é um recurso para exigir o direito à cidade, abrindo-se uma discussão pautada ao poder público incitando-se a ocupação da cidade, ocorrendo o ato de exercer o direito de posse local para executar suas atividades de expressão, obtendo-se vínculos como pontos de encontro, tal como a utilização de praças, parques ou calçadas para suas apresentações, transformando-os nos transportadores de suas mensagens por meio da arte, proporcionando uma atividade comunitária, democratizando a arte e debates educacionais trazidos a rua, portando assim a acessibilidade a todos.

Aspectos estruturais que também o acontecimento da Batalha. Desse modo, cabe abrir a discussão sobre o poder público municipal tentar, mesmo que de forma involuntária, impedir que a Batalha aconteça de forma “legal”. Observar as batalhas como uma manifestação marginal talvez seja a melhor explicação de porque que há resiliência por parte dela, haja vista que a ocupação desses espaços por parte dos Mc’s e de espectadores/as mostra que mesmo com todas as dificuldades as batalhas acontecem. (Trindade, 2023, s. p.)

Um papel desempenhado pelas batalhas é o poder de ressignificar o local, as locações habitadas pelas batalhas de rimas são geralmente em áreas urbanas marginalizadas, representando por um tecido social excluído pela sociedade; ao decorrer de sua ocupação de espaço, induz a essa trajetória desenrola-se a mudança de identidade local, atribuindo sua presença e contribuição para a vida urbana. Conforme vão ganhando mais destaque, ocorre um impacto não apenas na percepção do ambiente, mas também no fortalecimento do sentimento de pertencimento e da inclusão social em comunidades urbanas. Além dessa atuação de transformação modificar a paisagem física, ela também influencia as interações sociais e culturais, revitalizando áreas que anteriormente eram negligenciadas e ressaltando a importância do espaço público

como um local de expressão, convivência e resistência.

De acordo com Stuart Hall (1997), todo diálogo, relacionamento e interação praticadas por meio da comunicação é importante tanto para quem comunica como para quem observa, assim utilizando de significados para constituir suas ações diante a outros, possibilitando a interpretação de práticas de terceiros; cooperando dessa forma para certificar-se que toda atividade social é cultural, empregando assim o termo "práticas de significação". Posto isso, as batalhas de rima apresentam um exemplo eficaz de práticas de significação na comunicação, a comunidade reunida para personifica-las está em função da interação resultante da cultura; dessa maneira, mesmo em contradição com os conceitos hegemônicos, trazendo seus significados restridentes a cultura popular, obtendo como verdade a superioridade de uma cultura sobre as outras; é mostrado como válida outras formas culturais em prática de outras teorias, mostrando este conceito de superioridade como uma noção errônea.

Portanto, a apropriação do espaço público por meio das batalhas de rima, é um desempenho imprescindível para a resistência e revolução ao direito à cultura, concedendo inclusão social, desmarginalização

linguística, acessibilidade a um grupo que possibilita o pertencimento, constituindo dessa forma um ambiente sociocultural, com pensamentos críticos diversos, transmitindo uma segurança ao local onde se pode ter discussões artística-políticas, portando de uma resistência a favor do seus direitos, transformando ativamente o ambiente urbano, contribuindo para a construção de espaços mais vibrantes, diversos e democráticos para todo, criando conexões significativas e afirmando sua dignidade e valor perante ao corpo social essa sociabilidade dirigente ao local presente funda-se das personalidades criadas ao longo dessa aliança produzida por eles.

Guilherme Varella em resposta da entrevista para a Gama Revista (2024) afirma que:

A gente coloca o direito à folia dentro do rol dos direitos culturais. Ou seja, é uma categoria autônoma dentro da Constituição, no mesmo patamar de direitos como educação, trabalho e moradia. O exercício desse direito garante uma cidadania cultural. O Carnaval é uma manifestação popular relacionada às matrizes da nossa formação identitária, um patrimônio imaterial de diversas dimensões no Brasil, um conjunto de linguagens artísticas. Então está ligado à preservação da nossa identidade. Mas o Carnaval vai além disso, é uma liberdade. Quando existe um direito social, o Estado tem que criar condições e colocar o time em campo para garanti-lo. Quando falamos em liberdade, é hora de tirar o time de campo para que a expressão individual





ou coletiva seja exercida de forma plena. Não pode colocar força policial, fiscalização indevida ou obstáculo administrativo para coibir. O Carnaval de rua é uma liberdade de expressão artística e cultural, garantida pela Constituição.

No reconhecimento da importância do direito à folia, a qual é retratada pelo carnaval, como um direito cultural, faz-se imperiosa a busca pela cidadania cultural. Em paralelo, a expressão apresentada pelas batalhas de rima podem ser identificadas como uma expansão cultural, uma

exibição similar ao carnaval, diante da sua importância, é essencial que seja visto da mesmo aspecto pelo poder público, como algo respeitável e que deve ser um direito a ser exercido de forma íntegra, onde ocorre uma representação de liberdade da expressão artística; essa que é essencial na formação identitária; é demonstrada através das manifestações atuantes no carnaval, a relevância deste no direito tanto do lazer quanto da cultura, relacionando-se com as batalhas de rima, de modo que constituem da mesma luta pela

legalização e reconhecimento do seu poder social. Correlacionando-se com o carnaval, as batalhas de rimas viabilizam a democratização do acesso à cultura, assim como o carnaval recebe todas as pessoas independente das suas origens.

Em busca da abertura de um espaço a expressão livre, a batalha de rima também oferta um ambiente de confortabilidade para a apresentação de suas experiências de aspecto coletivo e acolhedora ao torna-se uma forma de compartilhamento igualitário de ideias, em decorrência de sua ambientação e socialização ali cometida pela diversidade, atravessando os obstáculos a favor da arte da rima.

Indicações de Metodos e procedimentos de coleta

Os argumentos utilizados para este estudo de caso visam compreender como a grande mídia publicizou o aniversário de 2 anos da Batalha da Bandeira. Para a análise, utilizamos o método de estudo de caso, que terá como objetivo principal a compreensão abrangente do caso em seu contexto natural. A estruturação baseia-se nas fases de identificação do caso, contextualização, coleta de dados,

descrição do caso, análise, interpretação e discussão, e, por fim, apresentação dos resultados.

Primeiramente analisamos as primeiras postagens da Batalha da Bandeira referentes ao aniversário de dois anos deste movimento cultural no Instagram, (@batalhadabandeira79), com o objetivo de compreender como a batalha se publiciza para seu público. A escolha dessa rede social deu-se pela ausência de informações sobre o evento nas outras redes sociais da Batalha, como o TikTok (@batalhadabandeira) e o YouTube (BDB Batalha da Bandeira). A divulgação começou no dia 17 de novembro de 2023, por meio de uma publicação no perfil oficial da Batalha da Bandeira, contendo informações sobre uma edição tradicional que ocorre semanalmente, porém, neste caso, valendo vaga para o evento "mais aguardado do ano", como a própria organização descreveu na publicação, que ocorreria no dia 16 de dezembro deste mesmo ano. Primeiramente, procuramos entender quais outros meios seriam analisados para estimular o estudo. Sendo assim, focamos a pesquisa em três meios de comunicação da grande mídia, sendo eles: Televisão, Jornal e Internet. Inicialmente, avaliamos o programa combinado da TV Atalaia. A escolha recaiu sobre este programa por ir ao ar um dia após a Batalha da Bandeira, ou seja, todo sábado, e por ter como parte de

seu conteúdo a apresentação e divulgação do trabalho de artistas locais. Porém, não foi divulgada nenhuma informação sobre a comemoração do evento em questão. Após isso, analisamos o G1 Sergipe, portal de notícias online, por ser um canal bastante relevante em termos de audiência e que costuma divulgar eventos com frequência, como por exemplo o Projeto Verão, que ocorre uma vez por ano. Porém, também não encontramos nenhuma informação sobre o evento em questão. O último canal que optamos por selecionar nessa primeira parte da pesquisa foi o perfil do Instagram da Funcaju (@funcaju). A seleção desta fundação se deve ao fato dos seus trabalhos culturais recorrentes no estado de Sergipe. Na descrição do seu perfil no Instagram (@funcaju) está escrito “cuidamos da cidade com cultura”, no entanto, não foi divulgada nenhuma informação sobre a comemoração do aniversário de 2 anos da Batalha da Bandeira, que é um evento cultural presente na cidade.

Após essa coleta de dados, voltamos a analisar os mesmos passos descritos anteriormente, porém, no dia 16 de dezembro de 2023, o dia do aniversário de 2 anos da Batalha da Bandeira. Neste dia, a Batalha fez um total de 3 publicações no seu perfil oficial do Instagram (@batalhadabandeira79), descrevendo o local onde ocorreria a batalha, horário de início e atrações confirmadas. Após essa análise, entramos novamente no portal do G1 Sergipe na sexta-feira (16/12/2023),

buscando informações sobre o evento cultural, porém, mais uma vez não colhemos nenhuma divulgação. O outro canal mais uma vez analisado foi o perfil do Instagram da Funcaju (@funcaju), e o que percebemos foi a ausência de publicações no seu perfil oficial sobre este evento cultural.

A partir desses dados, pretendíamos ter material suficiente para observar a forma como a grande mídia do Estado de Sergipe publicizou o maior evento de batalhas de rima do ano, o aniversário de 2 anos da Batalha da Bandeira, a fim de promover a visibilidade do movimento cultural. Com o estudo de caso, pode ser observada a ausência de informações sobre a comemoração do evento em questão nos principais meios de comunicação. Diante deste cenário, é possível observar uma autonomia relativa da Batalha da Bandeira para que o aniversário em questão seja publicizado.

A partir desses resultados, é possível relacionar o descaso da mídia com as batalhas às análises feitas pelos Estudos Culturais, que refletem as consequências da falta de visibilidade para a marginalização de tal cultura. De acordo com essa linha de pensamento, a mídia é vista como construtora ativa de discursos que moldam a compreensão cultural e social. A partir do momento que a mídia não veicula esse movimento da mesma forma que publiciza outros do segmento artístico, o evento continua sendo excluído do cenário cultural e



consequentemente contribuindo para a sua marginalização social.

Entretanto, a marginalização da batalha, além de ser uma das consequências do descaso midiático, é também uma das causas para esse fenômeno. As batalhas de rima nasceram de maneira marginalizada, quando surgiram no Bronx aos anos

70 sem auxílio de aparatos econômicos e mantêm-se dessa maneira até hoje, como é o exemplo da analisada neste artigo. É tida como uma cultura periférica, marginal, sempre realizada nos espaços públicos e do povo para o povo, não sendo de interesse da elite.



Como resultado disso, as batalhas tornaram-se um espaço de resistência, onde pessoas excluídas do ambiente urbano usam a sua voz como arte para representar a sua cultura. Apesar da tentativa indireta de silenciamento pelos meios de massa, que não mostram eventos independentes como parte da cultura local, as batalhas seguem enfrentando as dificuldades de serem vistas e ouvidas na manutenção do seu movimento e reivindicando através da sua arte, o seu local na cidade.

Não apenas, o movimento reafirma o seu caráter de resistência ao divulgar-se de maneira autônoma desvinculada da grande mídia. Através do seu Instagram, a batalha da bandeira reúne atualmente mais de 2.500 seguidores para a divulgação das suas programações, com uma produção independente realizada pelo próprio idealizador da batalha, Alex Will, o evento assume um caráter visual e comunicacional único.

Sem o auxílio da grande mídia, o aniversário de 2 anos da batalha foi divulgado no Instagram através de diversas postagens. Inicialmente, divulgando as seletivas para os MCs que iriam se apresentar no dia e logo após apresentando os selecionados e outras atrações que foram escolhidas para compor o evento, como poetas e cantores. Além disso, também foram apresentados os jurados e no final, o ganhador do grande prêmio.

Apesar de não possuir visibilidade nos





meios de massa, a Batalha da Bandeira é um exemplo de resistência cultural, ao se posicionar nas redes sociais como um evento autônomo e publicizar-se de forma independente, sendo um grande marco para as batalhas de rima no cenário local.

Considerações finais

Em suma, as batalhas de rimas, desde sua origem no Bronx, representam uma forma de reivindicação do direito à cidade através da expressão cultural e ocupação dos espaços públicos, especialmente por parte da população marginalizada, que as utiliza para expressar seus pensamentos e insatisfações por meio das rimas. Sendo assim, a Batalha da Bandeira em Aracaju, Sergipe, um dos maiores eventos do gênero no estado, desempenha esse papel na cidade.

No entanto, o estudo de caso feito sobre a divulgação do aniversário de dois anos da Batalha da Bandeira revelou uma falta significativa de visibilidade para esse evento cultural nos principais meios de comunicação do estado de Sergipe, já que não houve divulgação prévia, no dia do evento ou posteriormente, e nenhuma matéria ou entrevista foi encontrada sobre o assunto. Assim, essa invisibilidade, fez com que a Batalha da Bandeira tivesse que criar uma autonomia para realizar sua própria publicização e resistir como forma de ocupação da cidade.

Por meio dos conceitos de hegemonia cultural, essa falta de cobertura midiática traz à tona questões importantes sobre como esse conceito está presente na cidade de Aracaju, influenciando na visibilidade e valorização de certas manifestações culturais e “apagando” midiaticamente outras consideradas, principalmente, marginalizadas. A ausência do apoio midiático sugere, dessa maneira, uma marginalização das batalhas de rima e subestimação de sua importância como evento cultural regional.

Analisando por meio dos Estudos Culturais, é possível compreender como os meios midiáticos possuem um papel crucial na

construção de discursos culturais dominantes, moldando a compreensão coletiva do que é considerado relevante e legítimo na sociedade. A falta de visibilidade dada às batalhas de rima demonstra a necessidade de repensar a forma que as manifestações culturais são representadas e promovidas pelos meios de comunicação.

As batalhas de rima não são apenas eventos culturais, mas também espaços de resistência e expressão para grupos marginalizados. Ao ocuparem o espaço público e promoverem a liberdade de expressão artística, essas batalhas revitalizam áreas urbanas negligenciadas, fortalecem os laços comunitários e promovem a inclusão social. Além disso, com a ocupação de espaços públicos, as batalhas de rima não só



proporcionam comissões artísticas, como verdadeiros eventos com poder de mudar o contexto social de várias pessoas, promovendo uma interação social e construção de redes comunitárias.

Portanto, é imprescindível reconhecer a importância das batalhas de rima e outras formas de expressão cultural marginalizadas na criação de uma cidade mais diversificada e democrática. Promover maior visibilidade e valorização desses eventos culturalmente relevantes é fundamental para garantir o direito à cidade para todos que a habitam e um ambiente cultural mais inclusivo e representativo.



Referências

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. 496 p. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf. Acesso em: 3 mar. 2024.

DA SILVA, S. M. **Cultura e Educação: uma reflexão com base em Raymond Williams**. Disponível em: Microsoft Word - t0315.rtf (anped.org.br). Acesso em: 20 mar. 2024.

ESCOSTEGUY, A. C. **Estudos Culturais**: uma introdução. In: DA SILVA, T.T. (Org.) O que é, afinal, Estudos Culturais? 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7532764/mod_resource/content/2/Aula%2012b_SILVA_ESCOSTEGUY_O%20que%20e%20afinal%20Estudos%20Culturais.pdf. Acesso em: 1 mar. 2024.

ESCOSTEGUY, A. C. **Os Estudos Culturais**. Cartografias. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3363368/mod_resource/content/1/e

studos_culturais_ana.pdf. Acesso em: 21 mar. 2024.

HOGGART, R. **As utilizações da cultura**: aspectos da vida cultural da classe trabalhadora. Lisboa: Editorial Presença, 1973. (v. 2). Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4036273/mod_resource/content/2/HOGGART_Mola%20deslassadas.pdf. Acesso em: 3 mar. 2024.

INSTITUTO PÓLIS. "O que é direito à cidade?". **Instituto Pólis**, 2020. Disponível em: <https://polis.org.br/direito-a-cidade/o-que-e-direito-a-cidade/>. Acesso em: 1 mar. 2024.

VARELLA, G. **Carnaval**: poder público e política pública. Gama Revista, 2023. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/semana/vai-pular-carnaval/guilherme-varella-carnaval-poder-publico-politica-publica/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

WILLIAMS, R. **A cultura é de Todos** (Culture is Ordinary). 1958. Disponível em: A Cultura é Ordinária (weebly.com). Acesso em: 20 mar. 2024.

ZIVIANI, P. Comunicação e cultura no campo dos estudos culturais. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 39, n. 2, p. 7-31, 2017. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/c>

s.v39n2p7-31. Disponível em:
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/File/5288/5947#:~:text=A%20contribu%C3%A7%C3%A3o%20dos%20Estudos%20Culturais, massa%20no%20contexto%20da%20cultura. Acesso em: 3 mar. 2024.>

