

Novas apropriações da comunicação urbana: Intervenções de arte da rua para o Instagram

*New appropriations of urban communication:
interventions of street art for Instagram*

Renata Svizzero Fakhoury

Atualmente é Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP - Campus Bauru: linha de pesquisa em Produção de Sentido na Comunicação Midiática. Mestre em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP (Bauru - 2018): linha de pesquisa em Tecnologias Midiáticas. Possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Paulista - UNIP (2012). Professora Bolsista do Departamento de Comunicação Social (DCSO) da FAAC - UNESP Bauru desde 2018. Mediadora Presencial da Universidade Virtual do Estado de São Paulo - UNIVESP (2020-2022). Coordenadora de Mesa no Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies - MEISTUDIES. Pesquisadora vinculada ao GENEM (Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC - UNESP/Bauru).

Lívia Maria de Oliveira Furlan

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP, campus Bauru. Graduada em Jornalismo pela Universidade de Ribeirão Preto - UNAERP, (2015 - 2018). Bolsista de Mestrado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP (vigência 2021/2022, nº processo 2020/05870-7), com a pesquisa intitulada: "A Transformação do Repórter e o seu Encontro com a Natureza: a Diferença de Olhar do Sebastião Salgado em Êxodos e Gênesis".

Denise Guimarães-Guedes

Doutoranda em Comunicação no PPG-COM/Unesp. Mestre (2015) pelo Programa de Pós-Graduação em Design e Bacharel (1997) em Desenho Industrial - pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1997). Docente nas Faculdades Integradas de Bauru (FIB) nos cursos de Design, Publicidade e Propaganda, Tecnologia em Audiovisual e Arquitetura.

Denis Porto Renó

Jornalista, fotógrafo e documentarista, é livre-docente em Ecologia dos Meios e Narrativas Imagéticas pela Universidade Estadual Paulista - Unesp, Possui Mestrado (2006) e Doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2010) e graduação em Jornalismo pela Universidade do Vale do Paraíba (2003). Desenvolveu sua dissertação de Mestrado sobre Produção e

Exibição de Cinema Documentário na Internet (financiado pela CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), sob a orientação do prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes Squirra, e sua tese de Doutorado em Comunicação Social no programa de pós-graduação da Universidade Metodista de São Paulo, onde pesquisou sobre Linguagens para o Cinema Documentário Interativo (financiado pela CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), sob a orientação da profa Dra Elizabeth Moraes Gonçalves.. Desenvolveu sua pesquisa de pós-doutorado na Universidade Complutense de Madri (Espanha). Desenvolveu outra pesquisa de pós-doutorado a Universidade de Aveiro (Portugal). Desenvolveu uma terceira pesquisa de pós-doutorado na Universidade de Aveiro (Portugal).

RESUMO

O espaço urbano caracteriza-se, dentre outras coisas, pela profusão dos diferentes grupos que abriga. Tal diversidade é perceptível através dos conflitos existentes nos fluxos, na ocupação dos espaços e em hábitos culturais, manifestos em ações populares ou em intervenções urbanas permanentes. Com a exigência do isolamento e do distanciamento social motivados pela pandemia da covid-19, as interações entre as pessoas e a cultura das cidades foram profundamente modificadas. O fluxo de pessoas nas ruas, da mesma maneira, também foi alterado, de modo que até mesmo a percepção da arte urbana já não se dá pelos mesmos mecanismos. Nesse sentido, a fotografia tem sido um veículo de propagação da arte e da cultura urbana, revelando os conflitos presentes nas manifestações artísticas desenvolvidas no espaço urbano, principalmente através de redes sociais, como o *Instagram*. Este artigo analisa a fotografia como veículo de comunicação e ressignificação das cidades através das representações de intervenções artísticas urbanas.

PALAVRAS-CHAVE: *Fotografia; Comunicação; Arte Urbana; Cidades.*

ABSTRACT

The urban space is characterized, among other things, by the profusion of different groups it houses. Such diversity is noticeable through the conflicts existing in the flows, occupation of spaces and cultural habits, manifested in popular actions or permanent urban interventions. With the demand for isolation and social distancing motivated by the pandemic, the interactions between people and the culture of cities were profoundly modified. The flow of people in the streets, likewise, was also altered, so that even the perception of urban art no longer occurs through the same mechanisms. In this sense, photography has been a vehicle for the dissemination of art and urban culture, revealing the conflicts present in urban art, mainly through social networks such as Instagram. This article analyzes photography as a vehicle of communication and reinterpretation of cities through representations of urban artistic interventions.

KEYWORDS: *Photography; Communication; Street Art; Cities.*

RESUMEN

El espacio urbano se caracteriza, entre otras cosas, por la profusión de diferentes grupos que alberga. Tal diversidad se nota a través de los conflictos existentes en los flujos, ocupación de espacios y hábitos culturales, manifestados en acciones populares o intervenciones urbanas permanentes. Con la demanda de aislamiento y distanciamiento social motivada por la pandemia, las interacciones entre las personas y la cultura de las ciudades se modificaron profundamente. Igualmente, también se alteró el flujo de personas en las calles, de modo que incluso la percepción del arte urbano ya no ocurre por los mismos mecanismos. En este sentido, la fotografía ha sido un vehículo de difusión del arte y la cultura urbana, revelando los conflictos presentes en el arte urbano, principalmente a través de redes sociales como Instagram. Este artículo analiza la fotografía como vehículo de comunicación y reinterpretación de las ciudades a través de representaciones de intervenciones artísticas urbanas en tiempos de pandemia.

PALABRAS CLAVE: *Fotografía; Comunicación; Arte Urbano; Ciudades.*

Submetido em 10 de Junho de 2021

Aceito em 29 de Setembro de 2021

Introdução

A cidade é uma construção no espaço, uma arte temporal, com cenários esperando para serem vistos e vivenciados com relação ao seu entorno. A sequência de elementos que conduzem uma cidade transpõe experiências na qual cada cidadão tem associações com uma imagem de significados de elementos móveis e fixos, pessoas que não apenas observam, mas fazem parte do espaço (Lynch, 2006).

A cidade de São Paulo é a maior metrópole da América Latina e, ao caminhar por suas ruas, logo se percebe que seus espaços são palco de constantes disputas. Caótica e desigual, tem suas forças hegemônicas desenhadas por seus percursos, becos e vielas. E é neste ponto que o capital tenta atuar: perpetuando a opressão sobre seus habitantes (Revista Móbile, 2014).

Vivida com contradição, tensão e conflitos, as intervenções dos espaços transformam lugares então ressignificados, que atraem as pessoas a conviverem em uma sociedade mais humana e resiliente. Um espaço público atribuído de

representatividade permite não só apresentar algo imagetivamente instituído materialmente, mas impacta também sobre o comportamento e vivência do indivíduo em relação ao seu contexto e sua realidade, produzindo novas narrativas entre as identidades e o espaço (Fakhoury; Renó, 2020a).

Cada vez mais frequentes, as intervenções urbanas ocupam as empenas dos prédios, muros e espaços de convivência e fluxo. A cidade está sempre se modificando em seus detalhes, uma contínua sucessão de fases, alteradas pelas percepções e intervenções que delimitam o espaço, reafirmam a identidade de um grupo, comunicam. O cotidiano imposto pela pandemia do coronavírus, em circulação no Brasil desde março de 2021, no entanto, institui novas formas de relacionamento entre as pessoas e as cidades, um afastamento necessário para o controle da contaminação. Nesse sentido, embora impedidos do convívio presencial, os cidadãos têm a possibilidade de permanecer em contato com o espaço urbano por meio de suas representações imagéticas, com intenso fluxo nos dispositivos digitais.

A circulação e adoção de novos gêneros, estilos e práticas de grafite e da arte de rua estão cada vez mais conectadas aos usos inovadores das mídias sociais, incluindo o *Instagram*. Enquanto os tipos de arte urbana ainda dependiam do cenário urbano e do imediato, no ambiente local, eles hoje são cada vez mais produzidos focando na audiência digital (Macdowall; Souza, 2018). Nesse sentido, este artigo propõe-se desenvolver uma investigação da relação entre a arte urbana, as cidades e a experiência entre elas, representadas por imagens de intervenções artísticas urbanas publicadas no *Instagram*. Para tanto, faz-se uma interpretação, complementar a abordagem teórica, de seis imagens selecionadas no perfil da Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo (@cooletivo) da rede social, que servirão de exemplos para salientar os questionamentos sobre o não lugar e a produção urbana, a partir da fotografia, abordados aqui nesse artigo.

Com mais de 1 bilhão de usuários, a rede social *Instagram* é atualmente uma das maiores redes sociais do mundo e a principal com foco em imagens. Diariamente, ao menos 200 milhões de pessoas acessam a rede, que já possui mais

de 50 milhões de fotografias e recebe outras 995 a cada segundo (Aslam, 2021). Os números superlativos demonstram a força do Instagram como difusor de imagens e ideias. O perfil escolhido possui mais de 2 mil publicações, cerca de 14 mil seguidores e surgiu com os objetivos de aproximar as pessoas da *street art* (arte urbana) e propor novos discursos sobre a arte contemporânea.

A análise das imagens foi feita com o intuito de observar os temas retratados pelos grafites apresentados no perfil da plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo (@cooletivo), levantando as semelhanças e diferenças nas fotografias escolhidas. As imagens foram escolhidas por conterem mais de uma forma de comunicação, sendo imagem gráfica e texto. Neste momento, o aparato técnico, ou seja, de quais tecnologias ou formas de fotografia os exemplos são produzidos, em si não será relevante. Embora possa interferir nas possibilidades do fotógrafo em determinada captura, não há, nas postagens, referências sobre os equipamentos de captura utilizados.

1. Imagem da ou na cidade?

Lynch (2006) atribui o reconhecimento da cidade por meio da sua qualidade visual advinda do estudo da imagem mental que os habitantes dela fazem, ou em seu termo, a “legibilidade” da paisagem das cidades. Desse modo, é possível atribuir símbolos identificáveis que tornam reconhecíveis os espaços e suas características legíveis, não sendo necessariamente o único atributo a conceber beleza a uma cidade.

Identificar o ambiente, portanto, se torna uma tarefa adaptativa na qual as pessoas se norteiam baseadas na estrutura da identidade e do seu propósito de configuração no espaço. A cidade orienta, desse modo, o homem e sua formação de sentido no espaço através de um processo de reconhecimento da realidade e da transformação imagética do social. Porém, é importante salientar que a arte urbana não se trata de qualquer “pintura” ou arte exposta nos espaços públicos, nas ruas. A arte urbana inclui aqui a qualidade do espaço público a partir da qual

esta arte se envolve, derivando dos significados e das interações com as pessoas, com os contextos urbanos e com os fluxos e atividades do espaço público no qual está inserida.

Os autores da comunicação do espaço público geram um processo de significação, criando novos valores para o cidadão que utiliza a cidade e seus espaços, ocasionando inclusive, sensação de pertencimento e novas formas de convivência e interação social (Fakhoury; Renó, 2020b). Documentar a cidade vivida e habitável em tempos de pandemia, sem o caótico trânsito de automóveis ou a excessiva ocupação do espaço pelos cidadãos, é possível por sua formação que é composta por uma galeria de imagens que refletem as singularidades e diversidades que podem ser observadas em seu entorno. É possível assim mostrar a imagem dos lugares ocasionando um intercâmbio com o não-lugar, ao tocar a memória com a sua construção visual.

As diversas formas de representar a imagem do espaço através da comunicação estética, iconográfica, e das narrativas imagéticas atuam como veículos narrativos, estratégia de compromisso simbólico entre os espaços e os seus habitantes. Esses espaços são, então, utilizados como meios para as mensagens socioculturais, desenvolvendo diálogos, discussões, mas principalmente sendo porta-voz da identidade cidadã e de suas expressões.

Grafitiros e outros artistas de rua adotaram com entusiasmo o *Instagram* e incorporaram em sua prática cotidiana, tanto por seu apelo estético quanto como um meio de documentar, compartilhar e distribuir imagens de seu trabalho. O modo como a produção e o consumo de diferentes formas de arte de rua e grafite são cada vez mais moldados pela arquitetura e usos dessa plataforma de mídia social. Em particular, é possível observar uma grande relação entre a arte de rua e as tecnologias digitais, considerando principalmente a relevância do *Instagram* (Macdowall; Souza, 2018).

Muitos símbolos surgem durante as epidemias e, durante a pandemia da covid-19, essas narrativas imagéticas recuperam espaços e significados há muito esquecidos e ignorados (The New York Times, 2021). Lugares e estruturas muitas

vezes desconhecidos pela população, escondidos entre o emaranhado de prédios da cidade, ou detalhes que passavam despercebidos, encobertos pelos ônibus e apagados pela correria dos dias normais, são (re)descobertos.

Utilizando o meio como ambiente, a ecologia dos meios gera um elemento que afeta o cotidiano do sujeito que a utiliza, tornando possível a localização de esferas sociais e espaços virtuais. Sob esse aspecto é possível citar o conceito de não-lugar proposto por Marc Augé (2009), na qual o ambiente midiático permite estar onde não se pode. A narrativa imagética desse ambiente ecologicamente midiático (Postman, 2015; Manovich, 2017; Renó, 2020) impacta em sua estrutura, conteúdo e sobre as pessoas.

2. Crônica imagética e o movimento *Street Photography*

As ruas são um cenário ideal para encontrar-se inspiradoras imagens fotográficas. Sempre foi, desde o surgimento da fotografia, em especial a partir do registro *Boulevard du Temple* (Figura 1), de Louis Daguerre. O registro fotográfico, ocorrido em 1839, é considerado o primeiro com pessoas circulando. Por causa do longo tempo do obturador, a imagem registra apenas uma pessoa engraxando sapatos e o engraxate. Entretanto, trata-se de uma avenida já movimentada à época. Através dela, Daguerre experimentou o registro do ecossistema urbano, assim como a apropriação e da remodelagem da cidade pela fotografia.

Figura 1: *Boulevard du Temple*



Fonte: Barcellos, 2021, p.160.

Daguerre, entretanto, foi apenas o responsável pela abertura da porta. Atrás dele, diversos fotógrafos transformaram as cidades como cenário. Henri Cartier-Bresson foi um dos mais célebres habitantes da arte que conecta a cidade com a fotografia e a comunicação. O francês, um dos fundadores da agência Magnum, realizou diversas reportagens fotográficas que envolveram a cidade. Podemos ver a sua conexão com o espaço urbano em registros famosos, como *Hyères* (Figura 2), registrada na França, em 1932. A fotografia transforma a cidade em um lugar comum e, simultaneamente, acolhedor.

Henri Cartier-Bresson era um aficcionado por fotografar pessoas e cidades, ou melhor, pessoas nas cidades. O próprio fotógrafo declarou, em uma das suas obras, o seu apreço pelo cenário composto por pessoas e concreto. Disse ele que, ao chegar em Moscou, em 1955:

Perguntaram-me o que eu queria ver. Expliquei que estava interessado sobretudo nas pessoas, que gostaria de vê-las na rua, nas lojas, no trabalho, durante suas horas de lazer, em todos os aspectos visíveis da vida, em todo lugar onde fosse possível aproximar-se a passos de lobo, sem perturbar os fotografados. (Cartier-Bresson, 2015, p. 54).

Figura 2: Hyeres



Fonte: Cartier-Bresson, 2017, p.37

Talvez tenha sido ele o precursor de um estilo, de um olhar repetido posteriormente por diversos fotógrafos, como Elliot Erwitt, Robert Frank, Martina Franck e, nos dias atuais, pela crescente corrente artística denominada Street Photography, que consta com diversos representantes, dentre eles o norte-americano Bruce Gilden.

Com o advento de tecnologias digitais contemporâneas, onde os dispositivos móveis e redes sociais, onde o *Instagram* é protagonista, o movimento *Street Photography* acabou sendo reforçado e, de certa forma, democratizado. Afinal, é mais barato fotografar com dispositivos móveis, e também menos invasivo. Nesse novo ecossistema, o Instagram acaba por assumir o papel de curador das fotografias dos usuários (Manovich, 2017), o que facilitou a disseminação das obras de diversos fotógrafos. Dentre os olhares dedicados à urbanidade, destacamos a italiana Viviana Peretti, que compartilha em sua conta no *Instagram* (@vivianaperetti_analogue) uma série de imagens que retratam a urbanidade da cidade de Bogotá, capital da Colômbia. Trata-se do registro de pessoas e lugares compartilhado por não pessoas e em não lugares, como debatido adiante.

3. O *Instagram* e o Não Lugar

Com o desenvolvimento dos dispositivos móveis, a indústria fotográfica uniu-se de maneira definitiva a esse novo ambiente midiático, proporcionando ao usuário a possibilidade de ter e compartilhar diversas imagens em diferentes locais (Renó, 2014), na qual uma nova linguagem, uma nova proposta de comunicação aporta às imagens seu principal veículo diário.

O *Instagram* não é usado aqui apenas como suporte, mas como uma galeria de fotos no ciberespaço que está ao alcance de todos (Manovich, 2017), exercendo sua atuação principal como plataforma de compartilhamento de manifestações audiovisuais. O principal disto tudo é que não se é mais necessário um texto ou uma explicação que acompanhe essas imagens. A imagem se relaciona hoje de forma direta com o usuário, e no caso abordado aqui, entre o usuário e a rua, as imagens da rua.

Com os problemas de mobilidade, distanciamento social e, até em algumas cidades a proibição do mover-se, estar em um lugar por meio de registros fotográficos se torna uma opção segura. Cria-se então uma nova forma de se relacionar com a cidade e com seus espaços, uma nova forma de documentá-la, que poderá perdurar após o término da pandemia atual, por suas possibilidades atemporais.

A tecnologia vem para expandir a experiência tida no espaço físico com a arte de rua. Expandem o público e o intercâmbio de informações entre eles. E de acordo com Macdowall e Souza (2018), o *Instagram* é fundamental para remodelar as práticas, a estética e o consumo da arte de rua, modificando principalmente o que se destaca neste artigo: que a transformação da rua pelo digital modifica não só as experiências e interações, mas principalmente, a relação com espaços urbanos em uma era específica, não só da mídia, como de pandemia.

Desse modo, é possível utilizar as fotografias como uma nova maneira de diálogo em um espaço considerado como um não lugar (Augé, 1994). Aqui o não lugar não estaria em oposição ao lugar como descreve o autor, não sendo apenas um lugar imaginário ou utópico, mas sim considerado como um complemento ao espaço físico, mantendo em si o seu “princípio de sentido para aqueles que o

habitam e princípio de inteligibilidade para quem o observa.” (1994, p. 51).

O não lugar se confunde aqui com o lugar concreto, representado pela fotografia, na qual o espaço físico se transforma em um meio que possibilita a interação e o sentimento de estar, porém, viabilizado pelo espaço virtual. Torna-se possível, então, que as pessoas e os lugares se relacionem a partir das mensagens expostas nas imagens, possibilitando assim, o transitar pelos espaços da cidade não apenas visualmente, mas também com a sensação espacial de pertencimento.

4. Fotografias e espaços urbanos

Desde sua invenção, a fotografia passa continuamente por transformações tecnológicas, de usos e suportes. Em quase dois séculos de existência, um incontável número de fotografias preserva a memória de quase tudo o que pode ser visto na história. Nos últimos anos, especialmente, a produção de imagens fotográficas tem sido ainda mais intensa, através dos novos dispositivos como câmeras digitais e celulares.

Quando nos referimos à fotografia da arte urbana, é possível identificar diferentes temas e manifestações. Heidelberg (2018) afirma que a fotografia em tal estilo atende a quatro propósitos. No primeiro, as fotografias servem de inspiração para outros artistas, visto que muitos buscam referências para seu próprio trabalho. Enquanto isso, no segundo propósito a fotografia é uma forma de documentação. Nesse caso, a fotografia também eterniza obras que, por sua própria natureza, são efêmeras, já que muitas estão expostas às intempéries do clima, à vandalização ou até mesmo à uma camada de tinta do proprietário do espaço. O registro fotográfico, nesse caso, torna as obras mais acessíveis no tempo e no espaço, além de conferir autenticidade ao trabalho, nos casos em que o processo de desenvolvimento é documentado, como na Figura 1, de @binho3m. A documentação da obra permite ainda que a obra de arte urbana passe para o domínio particular através de sua imagem: ela pode ser armazenada, revista e analisada por qualquer um.

Em um terceiro propósito, Heidelberg (2018) afirma que, a fotografia apresenta uma interpretação do trabalho artístico. O fotógrafo faz inúmeras escolhas determinando equipamento a ser utilizado, configurações técnicas, ângulo, enquadramento, o melhor horário do dia (e conseqüentemente luzes e sombras, temperatura de cor), além dos elementos em cena. É importante considerar as variáveis existentes no processo fotográfico. A imagem representa um instante dentre uma infinidade de possibilidades técnicas e conceituais adotadas pelo fotógrafo. Como afirma Sontag (2004, p. 17), “ao preferir uma exposição a outra, os fotógrafos sempre impõem padrões a seus temas [...], as fotos são uma interpretação do mundo tanto quanto as pinturas e os desenhos”.

Por fim, o autor traz a ideia de que a fotografia é a interpretação de uma obra, mas também uma obra em si, ao afirmar que “cada fotografia de uma obra de arte de rua é, ao mesmo tempo, a própria obra e uma interpretação individual dela mesma.”¹ (Heidelberg, 2018, p. 25, tradução nossa). Há, portanto, uma sobreposição de camadas em que uma arte inicial, do artista de rua, está contida em uma outra obra, do fotógrafo, que pode ou não ressignificar a primeira a partir de sua interpretação do mundo. O que pode ser o caso da série “Graffiti”, de Brassã (1899 - 1984), em que as expressões gravadas nas paredes passaram a compor um acervo de fotografias surrealistas como “a expressão do inconsciente da metrópole” (Centre Pompidou, 2016) ou, mais apropriadamente, nas fotografias de Henry Chalfant (1940 - a atual), na série de fotografias da *street art* na cidade de Nova Iorque. As fotografias de Chalfant, tiradas por mais de uma década nos metrô da cidade, levaram a arte urbana em sua primeira expressão - o grafite - a grandes museus e galerias de arte. Dessa forma, deram visibilidade a grupos e artistas de rua, e levantaram a discussão sobre a descriminalização do estilo (Harder, 2014).

Além das quatro proposições de Heidelberg (2018) para a fotografia de arte urbana, uma outra hipótese, a partir das publicações das imagens em redes sociais, coloca a fotografia como elo entre cidade e cidadãos, em que as intervenções

¹ Every photograph of a street-art-work is both the work itself and an individual interpretation of the work.

artísticas urbanas e o espaço das cidades é transportado para o espaço digital, possibilitando novas formas de interações. Vale ressaltar que as imagens fotográficas, embora atemporais, carregam em si os elementos que caracterizam determinado período e dialogam diretamente com cenários reais. De acordo com Kossoy (1999, p. 26), o espaço e o tempo contidos na fotografia sugerem um contexto histórico determinado, com segmentações no campo social, político, cultural e ideológico. O autor resalta que há sempre “uma motivação interior ou exterior para a criação de uma fotografia” e que esta deve ser compreendida como um processo e não como produto final.

5. Os conflitos apresentados pelo perfil @cooletivo

Para se ter um panorama dos temas trazidos pelas intervenções nos espaços urbanos, foram selecionadas seis fotos do perfil da Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo (@cooletivo), na rede social *Instagram*. Uma montagem com as postagens foi feita, de forma a auxiliar na compreensão dos assuntos expostos, bem como no entendimento da relação entre as pessoas e a cidade de São Paulo, local onde o coletivo atua.

O primeiro ponto a se considerar sobre a interação entre a cidade e as pessoas é transformar um local comum em uma forma de protesto. A segunda questão interessante é notar que, além de existir o primeiro diálogo de intervenção urbana, existe a produção de conteúdo do usuário da rede social *Instagram*. Não considerando os méritos de equipamentos fotográficos, é válido trazer que, além de consumidor de conteúdo, os usuários do *Instagram* também podem atuar como produtores e organizadores de tal objeto, o que gera uma cultura participativa e coletiva (Tiburi Soares Pires, 2013).

Ou seja, as interações entre as pessoas e a cidade, aqui representadas pelas fotografias de intervenções artísticas urbanas publicadas no *Instagram*, são as da intervenção em si; do produtor de conteúdo para a rede social; e o consumidor de tal conteúdo.

Figuras 3 e 4: Seleção de postagens selecionadas do perfil @cooletivo, no *Instagram*. Na esquerda, *Em processo*, publicado em 16 fev. 2021 (@binho3m). Na direita, *Tem muita família na rua!*, publicado em 23 abr. 2021 (@osgemeos).



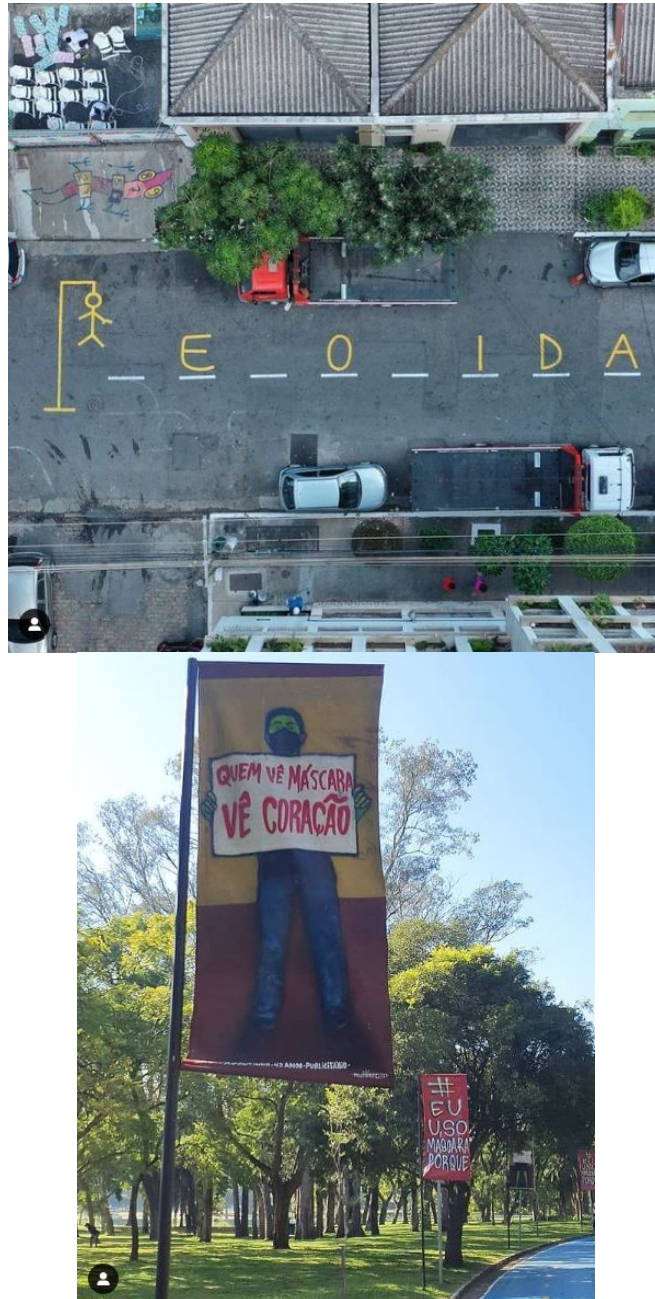
Fonte: Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo (@cooletivo), 2021.

Figuras 5 e 6: na esquerda, publicação de 13 maio 2021 (@cranioartes; @kobrastreetart). Na direita, publicação de 24 abr. 2021 (@guilhermelicurgo; @andremogle; @drone.birdun).



Fontes: Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo (@cooletivo), 2021.

Figuras 7 e 8: na esquerda, *Complete a palavra* (@tecfase; @drone.birdun), Rua Camaragibe, São Paulo, publicado em 30 maio 2021. Na direita, *Participando do projeto do @mundano_sp sobre o uso de máscaras no combate à propagação da COVID-19. Em exposição no Parque Ibirapuera, ao redor do lago, entre os portões 9 e 10*, publicado em 01 jun. 2021.



Fontes: Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo (@cooletivo), 2021.

No cenário geral das fotografias apresentadas, os temas retratados são recorrentes aos problemas sociais brasileiros. Temos três imagens que remetem à pandemia da covid-19 – figuras 3, 7 e 9. As demais, as postagens apontam para questões ligadas à pobreza, como a figura 4, aos problemas indígenas, como a figura 5, e aos problemas do preconceito e resistência à política do governo brasileiro, como a figura 6.

Dossiê Apropriações e ressignificações na arte e no pensamento – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>
 ISSN 2175-8689 – v. 24, n. 3, 2021
 DOI: 10.29146/ecopos.v24i3.27714

Todas as intervenções e fotografias foram feitas em 2021, segundo ano de pandemia. Formas de protestos diante do cenário econômico caótico, de mortes relacionadas à covid-19, de guerras políticas entre apoiadores e não apoiadores do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro.

Além dos temas retratados, ligados à sociedade brasileira, as manifestações trabalham misturando cores quentes e frias em tons fortes. Nota-se bastante o uso das cores amarela, vermelha e azul. Os locais onde foram desenhadas as figuras têm fundos neutros em tons de branco ou preto. Dessa forma, o contraste entre a tela e a intervenção é nítido, conferido maior destaque aos desenhos. Quase todas as imagens, exceto a Figura 5, têm o elemento da escrita. Os autores dos grafites são diferentes, porém, as obras acabam se conversando pelos temas e cores.

Considerando o contexto que estamos vivendo, as imagens não requerem de textos explicativos para ter significados. Além disso, elas poderiam compor uma galeria de arte (assim como compõem o perfil da Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo - @cooletivo no *Instagram*), onde a exposição poderia ser relacionada aos últimos acontecimentos mundiais e nacionais. O diálogo das obras com a cidade gera reflexão em quem as aprecia. Talvez essa seja a principal interação entre as intervenções urbanas e as pessoas que consomem tais artes.

Considerações finais

As características do espaço que possibilitam formar uma identidade, orientada pelo sentido por meio das representações comunicacionais urbanas, agregadas pelo simbólico, organizam as pessoas na sociedade e na cidade, estruturando espaços de orientação e moldam novas interações e composições. Essa orientação e sua análise por meio da arte urbana e das expressões artísticas da sociedade, permitem compreender como o ser humano se localiza em um determinado espaço através da identificação com esses espaços, de um lugar.

Tratando-se da temática não lugar, a fotografia tem desmaterializado e rematerializado os lugares desde Daguerre. A desmaterialização ocorre com o

congelamento imagético do espaço e do tempo. Por sua vez, o lugar desmaterializado (ou não lugar) se rematerializa na impressão da fotografia. Mesmo quando se trata de imagem digital, a pixelização é uma materialização da imagem, da lembrança. E isso ocorre no *Instagram*, que é um lugar não lugar, tomando como base filosófica as ideias de Augé (1994), ainda que à época o autor pensasse em outros lugares, contextos e ecossistemas.

O *Instagram*, nos casos relatados nesse artigo, também funciona como uma rede extra de informações, além da comunicação e das ideias já proporcionadas experienciadas pela arte de rua no espaço físico. Devido a sua localização, muitos exemplos de arte são propiciados por uma vida útil maior, assim como um público maior, ao estarem locados no plano digital. Pode-se dizer então que as experiências proporcionadas pelas fotografias das artes de rua estão cada vez mais presentes nas plataformas digitais que as proliferam. São espaços não apenas secundários, mas novos espaços que permitem novos e maiores públicos experienciados por meio da mídia digital.

Isso torna a propagação da arte algo democrático, ainda mais quando se considera que o público do *Instagram* é ao mesmo tempo consumidor e produtor de conteúdo. Trabalhar temas sociais e políticos nas intervenções pode gerar reflexão na população, incentivando a conscientização por parte das pessoas. Tal é a importância dessas intervenções e das redes sociais.

Referências bibliográficas

ASLAM, Salman. *Instagram by numbers: stats, demographics & fun facts*, 2021. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/instagramstatistics/#:~:text=Instagram%20Demographics&text=130%20million%20Instagram%20users%20are,between%2025%20and%2034%20years>. Acesso em: 04 jun. 2021.

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da modernidade*. Lisboa: Bertrand Editora, 1994.

AUGÉ, Marc. *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa, 2009.

BARCELLOS, Jefferson. *Fotografia no bolso: a prática da fotografia de rua intermediada por smartphones*. In: RENÓ, Denis; CARDOSO, Fátima Lopes; FREIXA, Pere. *Poéticas Fotográficas*. Aveiro: Ria Editorial, 2021. p.159-178.

CARTIER-BRESSON, Henri. *Henri Cartier-Bresson: Fotógrafo*. São Paulo: SESI-SP, 2017.

CARTIER-BRESSON, Henri. *O imaginário segundo a natureza*. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

CENTRE POMPIDOU. Exhibition / Museum -- Brassai – Graffiti. Disponível em: <https://www.centrepompidou.fr/en/program/calendar/event/cg5MXrA>. Acesso em: 09 set. 2021.

COOLETIVO. *Plataforma coletiva de conteúdo de Arte Urbana de São Paulo*. Instagram: @cooletivo. Disponível em: <https://www.instagram.com/cooletivo/>. Acesso em: 04 jun. 2021.

FAKHOURY, Renata S.; RENÓ, Denis P. *A transformação estética do espaço público: o urbanismo tático e a paseo bandera em Santiago, Chile*. In: MARTINS, Alice; RIBEIRO, Regilene A. S.; FAKHOURY, Renata S.; PONCE, Wendy M. (Orgs.). *Os signos na arte, na comunicação e nas cidades*. Aveiro: Ria Editorial, p. 248-263, 2020a.

FAKHOURY, Renata S.; RENÓ, Denis P. *O que nos une? A comunicação estética do espaço e a agenda 2030*. In: *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 11, 109-116, 2020b.

HARDER, Jeff. *Por dentro das guerras de estilo do Graffiti Doc dos anos 80*. 2014. Disponível em: <https://www.esquire.com/entertainment/movies/a30605/style-wars-revisited/>. Acesso em: 09 set. 2021.

HEIDELBERG, Ulrich Blanché. *Street art and photography: documentation, representation, interpretation*. *Nuart Journal*, v. 1, n. 1. p. 23-29, 2018.

KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MANOVICH, Lev. *Instagram and the contemporary image*. Nova York: CUNY, 2017.

MACDOWALL, Lachlan John; SOUZA, Poppy de. *'I'd Double Tap That!!': street art, graffiti, and Instagram research*. *Media, Culture & Society*, v. 40, n. 1, p. 3– 22, 2018.

TIBURI SOARES PIRES, G. *Fotografia através de dispositivos móveis: estudo de caso sobre o Instagram*. In: *Revista da Graduação*, v. 6, n. 1, 2013.

POSTMAN, Neil. *El humanismo de la ecología de los medios*. In: *SCOLARI, Carlos*. *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa, p. 97-108, 2015.

RENÓ, Denis P. *A pós-fotorreportagem e os paradigmas estéticos do ecossistema midiático contemporâneo*. In: BARROS, Laan M.; MARQUES, José C.; MÉDOLA, Ana S. *Produção de*

sentido na cultura midiaticizada. Belo Horizonte: PPGCOM - UFMG, Fafich, p. 243-260, 2020.

RENÓ, Denis P. *Pesquisa aplicada em comunicação: uma tendência necessária*. Comunicação & Sociedade, v. 36, n. 1, p. 7-30, 2014.

REVISTA MÓBILE. *Metrópoles: O que nos une?* In: *Cidades*. São Paulo: CAU. v. 1, p. 6, 2014.

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

THE NEW YORK TIMES. *How Plagues Shape the Landscape*, 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/02/23/travel/epidemics-landmarks.html>. Acesso em: 15 mar. 2021.