

#FAVELA: TRANSFORMAÇÃO SOCIAL E DISPUTAS DE VISIBILIDADE NO INSTAGRAM NA ERA DA CULTURA DIGITAL

Admilson Veloso da Silva

Introdução

O Brasil registrou 13.151 aglomerados subnormais espalhados por 734 municípios em 2019, com 5.127.747 famílias em vilas de baixa renda, favelas e conjuntos habitacionais populares. A classificação desses espaços urbanos é feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cujos dados mais recentes referem-se a um relatório de estimativas de 2019¹. De acordo com o órgão governamental, um aglomerado subnormal é definido como “uma forma de ocupação irregular de terrenos de propriedade alheia – públicos ou privados – para fins de habitação em áreas urbanas”. Esses espaços, na definição do IBGE, têm por característica “um padrão urbanístico irregular, carência de serviços públicos essenciais e localização em áreas com restrição à ocupação”.

Tradicionalmente associados pela mídia a violência, pobreza e criminalidade (Jaguaripe, 2004; Vaz et al, 2005; Rosas-Moreno e Straubhaar, 2015; Davis, 2015), o advento da tecnologia móvel e da cultura digital, alinhados com transformações socioeconômicas, permitem agora que os moradores da favela disputem o imaginário social usando narrativas contrastantes em redes sociais on-line (Castells et al, 2009; Cunha e Polivanov, 2017; Nemer, 2016; Almeida e Mota, 2019).

Neste capítulo, propomos uma breve recapitulação histórica sobre a formação das favelas no Brasil e, em seguida, realizamos uma análise de conteúdo (Krippendorff, 2004) com o apoio de técnicas netnográficas (Kozinets, 2014) sobre as disputas imaginárias em torno da #favela, a partir de uma perspectiva da cultura digital. Parte-se de duas questões centrais para a pesquisa: quais as perspectivas dos moradores da #favela nas disputas imaginárias travadas no contexto da cultura digital por meio da visibilidade no Instagram? Como as favelas são representadas por meio de imagens

¹ Os dados foram publicados em 2020 pelo IBGE no relatório intitulado “Aglomerados Subnormais: Classificação preliminar e informações de saúde para o enfrentamento à Covid-19”, que se encontra disponível como referência no final deste capítulo.

compartilhadas na rede social com a #favela? Todavia, para compreender as práticas e as disputas desse meio digital, primeiramente, é essencial traçar a trajetória de formação desses ambientes off-line, ou seja, as próprias favelas e seu contexto social.

Favelas: história e contexto de transformação social

A história das favelas está intrinsecamente ligada à própria história do Brasil, principalmente às transformações sociais pelas quais o país passou desde meados do século XIX. Segundo o IBGE, a maior aglomeração subnormal do Brasil é a Rocinha, no Rio de Janeiro, com 25.742 domicílios. No entanto, o fenômeno também pode ser observado em cidades pequenas. Na cidade de Vitória do Jari, no Amapá, que possui apenas 15,9 mil habitantes, 74% de seus domicílios estão em aglomerações subnormais.

No Rio de Janeiro, onde foi registrada a primeira favela do país, segundo Zaluar e Alvito (2004), esta formação deu-se com a expulsão daqueles que não se encaixavam no padrão da sociedade desejada para as periferias e morros, em uma tentativa de construir o sonho de uma cidade europeia, com a busca pelo embranquecimento da então capital. Junto a isso, fatos históricos a exemplo da forma como se realizou a abolição da escravidão, disputas territoriais, urbanização e migrações contribuíram para o estabelecimento dessas comunidades na capital da jovem República (Chaves de Mello, 2007) e em outros centros urbanos como São Paulo, Fortaleza e Belo Horizonte.

Em documentos encontrados no Arquivo Nacional, há a sugestão de um delegado, em 4 de novembro de 1900, para destruir o que viria a ser a primeira favela do país, o Morro da Providência, no Rio de Janeiro, segundo aponta Bretas (1997, *apud* Valladares, 2000). Nas cartas, o agente relata a precariedade do local, onde cabanas de madeira empilhadas sem nenhuma infraestrutura urbana funcionavam como um espaço de proliferação da violência. Contraditoriamente, a população desse morro era formada, em parte, por militares e seus familiares que retornaram ao Rio de Janeiro em 1897 após a chamada Guerra de Canudos, na Bahia (Ferreira e Delgado, 2003). Esse agrupamento buscou a recompensa do governo pela vitória na batalha, mas não ganhou a casa prometida e teve que procurar outro lugar para se estabelecer fora da área nobre da então capital.

O Morro da Providência passou a se chamar Morro da Favela em referência a uma planta comum na região de Canudos onde ocorreu a batalha, também chamada de favela (*Cnidoscolus quercifolius* - *sin.* *C. phyllacanthu*). Por volta de 1920, o termo começou a ser usado em referência a outras comunidades pobres do Brasil. Contudo, não foram apenas os vencedores de Canudos que influenciaram a formação dessa favela. O projeto de reforma urbana do prefeito e engenheiro Francisco Pereira Passos (1902-1906) impactou diretamente os cortiços, onde viviam trabalhadores de baixa renda e ex-escravos no centro do Rio de Janeiro. Com isso, tam-

bém foram obrigados a buscar outros espaços para se instalarem, contribuindo para as formações periféricas.

Quando se olha para o contexto nacional, o período pós-escravidão tem relação direta com a constituição dos espaços das favelas, como mostram outros autores (Carril, 2006; Gomes, 1990; Valladares, 2000). A Lei Áurea, assinada pela princesa Isabel em 1888, acabou simbolicamente com a escravidão no país após pressões internacionais. No entanto, a medida não trouxe garantias aos ex-escravos quanto à participação efetiva na sociedade, deixando-os à margem, sem poder econômico, moradia, terra ou qualquer perspectiva de ascensão social.

O fim do século XIX e início do século XX foi marcado no Brasil por outro fenômeno que influenciou a formação das favelas: a migração em massa de pessoas do campo e interior para as grandes cidades. Além dos ex-escravos, os trabalhadores de baixa renda buscavam melhores condições de vida nos principais centros urbanos, fugindo da pobreza, das condições climáticas desfavoráveis em certas regiões do país e da exploração laboral por grandes agricultores. Como os preços dos imóveis nas áreas planejadas das capitais eram inacessíveis, restou a essa parcela já marginalizada da população encontrar seu lugar nas periferias, contribuindo também para o crescimento das favelas.

A falta de ação do poder público para o planejamento urbano e a garantia de acesso aos serviços básicos, como água potável e saneamento, tornavam esses locais espaços de baixíssima qualidade de vida, marginalizando ainda mais seus moradores. Nas últimas décadas do século XX e primeiros anos do século XXI, governos municipais e estaduais passaram a intervir, com projetos de urbanização, substituição de assentamentos irregulares por edifícios verticais (Denaldi e Maricato, 2003), medidas de “pacificação” – com ocupação por forças militares – combatendo organizações criminosas sediadas em algumas dessas áreas (Fleury, 2012).

Outras duas mudanças ocorreram de forma mais sutil: a primeira refere-se à cobertura noticiosa de parte da mídia, rebatizando esses espaços de “comunidades” e não mais de “favelas” (Freire, 2008); e a segunda, com o fenômeno da comercialização turística das favelas, que se tornaram ponto de atração de turistas interessados em conhecer de perto o lugar da pobreza, em uma espécie de safári humano pelos aglomerados subnormais, especialmente no Rio de Janeiro, conforme discutido por Frisch (2012). Para a maioria das favelas e assentamentos no Brasil, a imagem que a mídia veicula é ainda na atualidade quase sempre negativa, geralmente relacionada à pobreza e à criminalidade, como discutiremos mais adiante.

Cultura Digital: visibilidade e disputas imagéticas

Com o desenvolvimento tecnológico das últimas décadas, a popularização dos dispositivos móveis, grande parte da população brasileira passou a ter acesso à Internet. Segundo levantamento (TIC Domicílios), em 2018, 70% da população tinha aces-

so à Internet, o equivalente a 126,9 milhões de pessoas. Nas classes mais pobres, denominadas D e E, muitas das quais vivem em favelas e na zona rural, o percentual é menor, de 48%. O principal meio de conexão é o celular e, em 2019, já havia 230 milhões de aparelhos móveis ativos no país, segundo relatório da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Para Manuel Castells (2008), essas transformações econômicas e tecnológicas desde os últimos anos do século XX representam uma importante mudança estrutural para as sociedades ao se analisar o cenário do capitalismo globalizado, pois “no espaço de aproximadamente dez anos, a telefonia móvel passou de tecnologia dos poucos privilegiados para uma tecnologia essencialmente popular” (2009, p. 7. Tradução nossa)².

O autor aponta a transição da economia mundial de base industrial para o capitalismo informacional como uma das características desse período, analisando o cenário de colapso da União Soviética. “Uma revolução tecnológica com base na informação transformou nosso modo de pensar, de produzir, de consumir, de negociar, de administrar, de comunicar, de viver, de morrer, de fazer guerra e de fazer amor.” (Castells, 2008, p. 20). A constituição de uma cultura digital, na qual a conectividade medeia vários aspectos da vida contemporânea, é um fator chave neste novo contexto de transformação social.

Uma cultura de virtualidade real, construída em torno de um universo audiovisual cada vez mais interativo, permeou a representação mental e a comunicação em todos os lugares, integrando a diversidade de culturas em um hipertexto eletrônico. O espaço e o tempo, bases materiais da experiência humana, foram transformados à medida que o espaço de fluxos passou a dominar o espaço de lugares, e o tempo intemporal passou a substituir o tempo cronológico da era industrial. (Castells, 2000, p. 20).

Segundo o antropólogo brasileiro André Lemos (2005), em uma perspectiva que dialoga com o pensamento de Castells, vivemos uma “Era da Conexão”. O autor lembra que o início do século XXI, com o advento dos smartphones e da conexão móvel, nos leva a uma nova fase da sociedade da informação. “Trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação”. (Lemos, 2005, p. 2).

Aspectos dessa cultura digital podem ser vistos ao observar o crescimento das redes sociais online e de outros negócios baseados na Internet. O Instagram, por exemplo, objeto deste estudo, tinha em junho de 2019 mais de 1 bilhão de usuários ativos mensais, segundo dados da própria empresa. O Brasil é o terceiro país no ranking com o maior número de Instagrammers, 72 milhões, atrás dos Estados Unidos (116 milhões) e Índia (73 milhões). Entre as características que marcam o Instagram estão

² “*Within the span of about ten years, mobile telephony has moved from being the technology of a privileged few to an essentially mainstream technology*” (Castells, 2009, p. 7).

o fato de ser uma rede com forte apelo visual, para compartilhamento de imagens, e ter sido desenvolvida inicialmente para uso por smartphones.

É nesse contexto de transformação social e cultura digital, com maior possibilidade de novas camadas da população se conectarem à internet pelos telefones móveis, que a visibilidade das favelas muda significativamente. Agora, não são apenas os agentes externos que delimitam e enquadram o que o resto da sociedade pode interpretar como uma favela. Os residentes desses aglomerados subnormais têm a oportunidade, por meio de mídias alternativas independentes (Davis, 2015) e redes sociais (Cunha e Polivanov, 2017), de oferecer novos aspectos de sua realidade para serem vistos.

A representação das favelas tem sido objeto de análises acadêmicas em várias perspectivas. Valladares (2009) observa que a própria nomenclatura utilizada para descrever esses espaços urbanos é objeto de controvérsia e que se deve ter cuidado na escolha das palavras devido ao seu significado semântico. Jaguaribe (2004) analisa aspectos estéticos da representação da favela no cinema e na literatura, indicando que há «conexões empáticas entre as experiências cotidianas dos centros urbanos» e suas representações artísticas. Rosas-Moreno e Straubhaar (2015) estudaram o enquadramento das favelas e seus habitantes (favelados) em reportagens, fotos e cenas de novela, concluindo que a novela pode apresentar uma versão mais progressiva, enquanto outras plataformas de mídia ainda mantêm uma visão hegemônica e retrógrada dessas pessoas e lugares.

Embora as favelas tenham sido tradicionalmente associadas pela mídia a questões negativas, como violência, pobreza e criminalidade (Vaz et al, 2005), isso também está mudando lentamente. Nesse sentido, as formas pelas quais a população e os espaços dos aglomerados subnormais se tornam visíveis passam a ganhar novos atores. Os próprios locais podem operar mecanismos de visibilidade para mostrar sua realidade via Internet, conforme estudado por Holmes (2016), Nemer (2016) e Davis (2015).

O advento das tecnologias móveis e das redes sociais, como o Instagram, também se tornam elementos importantes nessa disputa imagética pelo imaginário das favelas, extrapolando os estereótipos a elas associados (Almeida e Mota, 2019). Assim, propomos uma avaliação netnográfica, com análise de conteúdo, sobre a representação desses espaços urbanos no Brasil a partir de imagens postadas no Instagram com a #favela.

Experiência da pesquisa: contribuições e considerações metodológicas

A pesquisa empírica para analisar a autorrepresentação online das favelas ocorreu em cinco etapas em 2019 e 2020: observação não participante e delimitação do corpus; busca e coleta de dados por #favela utilizando técnicas de netnografia (Kozinets, 2014); revisão da literatura sobre os principais termos referentes ao objeto empírico e teórico; análise qualitativa de conteúdo (Krippendorff, 2004) dos dados coletados na

segunda etapa, somando-se à netnografia como um conjunto combinado de métodos (Bauer e Gaskell, 2002); concluindo com a redação e revisão do material acadêmico.

A primeira etapa corresponde à observação não participante do pesquisador no Instagram, em busca de termos que correspondam ao objeto desde 2019. Nessa fase, percebeu-se que além de #favela, também foi possível observar a utilização de geolocalização com o nome do conjunto da favela, a exemplo de Rocinha, Aglomerado da Serra, Complexo do Alemão etc., como forma de demarcar a presença online.

Embora essa prática de geolocalização possa mostrar outras formas de disputas imagéticas e de territórios no contexto da cultura digital, esse não é o foco desta pesquisa. Portanto, optou-se por concentrar as buscas por #favela independentemente da geolocalização marcada, fazendo a posterior análise dos elementos que compõem as postagens com a hashtag. Assim, o foco do estudo está na hashtag, que na última data de coleta de dados (09 de julho de 2020), apresentava 1.049.016 imagens marcadas na plataforma.

A imersão no conteúdo publicado online e nas diversas pesquisas anteriores à coleta de dados, com testes para avaliar quais elementos e aspectos do objeto são mais evidentes, é um processo importante dentro da pesquisa netnográfica. Segundo Kozinets (2014), assim como na etnografia tradicional, a prática no ambiente digital também exige do pesquisador o uso de várias técnicas e um olhar atento aos detalhes do objeto de estudo, a fim de compreender os significados nele colocados.

A netnografia é uma pesquisa observacional participativa baseada em trabalho de campo online. Ela usa a comunicação mediada por computador como fonte de dados para chegar a uma compreensão e representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunitário. Portanto, assim como toda etnografia, ela se estenderá, quase natural e organicamente, de uma base de observação participante para incluir outros elementos como entrevistas, estatísticas descritivas, coleta de dados de arquivo, análise de caso histórico estendida, videografia, técnicas projetivas como colagens, semiótica e uma série de outras técnicas. (Kozinets, 2014, p. 61-62, tradução nossa)³.

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho, o pesquisador também interagiu com o conteúdo que trouxe a #favela, “curtindo” as fotos, fazendo comentários e também usando a mesma hashtag, além de acompanhar e conversar com as pessoas que postaram imagens com a hashtag. A aplicação de métodos e técnicas distintas também é preconizada por Martin W. Bauer e George Gaskell (2002) a fim de apreender a complexidade do objeto nas pesquisas qualitativas envolvendo texto, imagem e som.

3 Netnography is participatory observational research based on online fieldwork. It uses computer-mediated communication as a data source to arrive at an understanding and ethnographic representation of a cultural or communal phenomenon. Therefore, just like all ethnography, it will extend, almost naturally and organically, from a participant observation base to include other elements such as interviews, descriptive statistics, archival data collection, extended historical case analysis, videography, projective techniques such as collages, semiotic analysis and a host of other techniques (Kozinets, 2014, p. 61-62).

Além da coleta de dados em si, aqui está também uma breve descrição das características da rede social online e do percurso netnográfico. Quando alguém faz uma pesquisa no mecanismo de busca do Instagram, os resultados são organizados em duas categorias: Mais Relevantes e Recentes. Embora a empresa não torne totalmente transparentes os requisitos para uma classificação na categoria Mais Relevantes, alguns dos fatores de classificação são o número de interações que o conteúdo recebe (curtidas e comentários). Na categoria Recente, as imagens são organizadas cronologicamente a partir da data e hora da postagem.

A decisão de coletar em doze datas diferentes também possibilita avaliar a quantidade de conteúdo que a #favela recebeu ao longo do período. Houve um aumento de aproximadamente 100.000 imagens em pouco mais de três meses de observação. Como será elucidado a seguir neste capítulo, também existe uma disputa imagética constante pela representação do objeto de estudo nas imagens.

Visto que objetivo da pesquisa é apresentar uma análise qualitativa, e considerando as características que um estudo acadêmico possui, optou-se por fazer uma delimitação do corpus. Portanto, este foi composto inicialmente de 12 dias em três meses, em que foram selecionadas nove imagens (Mais Relevantes) em cada dia, totalizando 108 publicações. As 12 datas abrangem todos os dias da semana e foram selecionadas com um intervalo de no mínimo dois dias, permitindo que novas imagens aparecessem na categoria na página Explorer do Instagram. Este processo de coleta de dados incluiu screenshots de imagens e outras informações das postagens: geolocalização, nome de usuário, legenda, hashtags e link da postagem.

Para a análise final dos dados em julho de 2020, sete imagens que foram selecionadas e posteriormente excluídas da plataforma também foram retiradas do processo de codificação (geotags, representação e gênero), sendo mantidas apenas suas hashtags para o estudo. Com o objetivo de preservar a identidade e a privacidade dos usuários, apenas as páginas que foram classificadas como figuras públicas ou que autorizaram seu uso de dados serão reveladas no capítulo. O restante do conteúdo foi estudado e classificado, mas as contas não serão mencionadas diretamente.

Na próxima seção, inicialmente, apresentamos mais alguns dados de nossa amostra, com foco em hashtags, geolocalização, gênero e representações. Em seguida, também realizamos uma análise semântica, conforme sugerido por Kozinets (2014) para uma netnografia, enfocando aspectos que se destacam nas imagens selecionadas, mas sem a descrição individual de cada uma. Não se pretende aqui saturar a análise ou oferecer uma descrição detalhada de cada imagem, mas sim apontar elementos que são utilizados na narrativa com o uso da hashtag #favela.

Análise: uma tentativa netnográfica da #favela

As favelas geralmente são regiões densamente povoadas, como mencionado anteriormente, de riqueza cultural e social e de uma complexidade arquitetônica que

esta análise por si só não pode compreender totalmente. Entende-se aqui que esta pesquisa é humildemente uma tentativa de analisar aspectos das disputas imagéticas e da visibilidade permitida pela cultura digital por meio da netnografia.

O número de imagens no Instagram marcadas com a #favela aumentou significativamente desde nossa primeira coleta de dados oficial até a última data. Inicialmente, em maio de 2020, eram aproximadamente 957 mil postagens, e em meados de julho de 2020 já eram contabilizadas 1.055.960 imagens, indicando uma grande apropriação do termo para descrever conteúdos na plataforma. #Favelas não foi usada individualmente e muitos outros termos também estão associados a ela no material analisado.

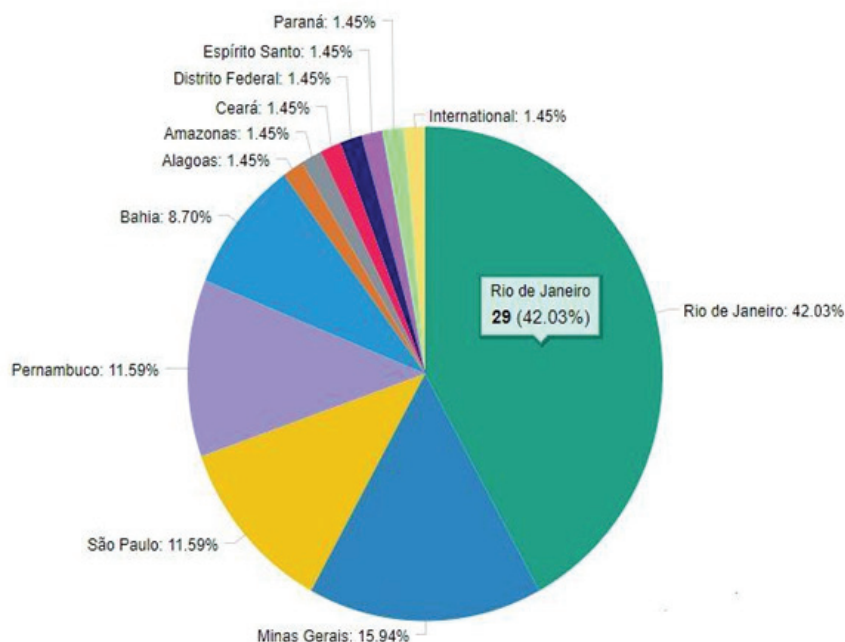
Ao verificar a frequência da hashtag em todas as 108 postagens, constatou-se que um total de 2.161 termos foram empregados. Embora a #favela tenha sido a mais frequente, aparecendo 110 vezes, indicando que alguns conteúdos a aplicaram duas vezes, outras cinco hashtags também foram encontradas mais de 20 vezes: #riodejaneiro (31); #love (26); #favelavenceu (22); #brasil (21); e #funk (21). Vamos analisar o significado e discutir esses tópicos na sequência.

Do total de 2.161 hashtags, 92 foram utilizadas mais de cinco vezes, totalizando 913. Das 1.248 restantes, as que foram utilizadas apenas uma vez ao longo dos dados correspondem a 514 hashtags. Esses dados mostram que apesar de adotar hashtags populares para associar suas postagens a outros tópicos populares da plataforma, buscando assim mais visibilidade e pertencimento à comunidade, muitos usuários ainda escrevem termos singulares para descrever suas imagens.

Essas estratégias indicam, por um lado, certo de profissionalização na prática de compartilhamento nas redes sociais, incluindo o uso de grupos específicos de hashtags para se referir a temas recorrentes. Com isso, o usuário não apenas se pode tornar uma referência nas imagens relacionadas aqueles assuntos já populares, mas também constrói seus próprios termos e contribui para definir a temática à qual as imagens da favela estão associadas. Por outro lado, é perceptível que parcela dos usuários do Instagram mantêm uma prática mais espontânea e amadora, sem se apropriar de uma estratégia mais estruturada em seus conteúdos.

Na nuvem de palavras a seguir (Imagem 1), ficam evidentes as hashtags mais frequentes entre as 2.161. Nota-se que há no material até mesmo termos em inglês, como #photooftheday, uma hashtag popular em todo o mundo e geralmente utilizada para marcar imagens do cotidiano, à qual estavam associadas mais de 836 milhões de postagens até agosto de 2020. Para melhor visualização das informações referentes às hashtags da pesquisa, a imagem foi composta com termos que apareceram pelo menos cinco vezes.

Gráfico 1 - Recorrência de geolocalização associada à #favela por estados



Como ficou claro pela análise das hashtags, o estado do Rio de Janeiro é amplamente representado pelo conteúdo publicado no Instagram e associado à #favela. Uma análise das 69 geotags aplicadas nos 108 posts revela que apenas 11 dos 26 estados e o Distrito Federal são marcados geograficamente, sendo uma das localizações utilizadas fora do Brasil (Atenas, Grécia). Mais do que isso, seis estados foram marcados apenas uma vez (Alagoas, Amazonas, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Paraná).

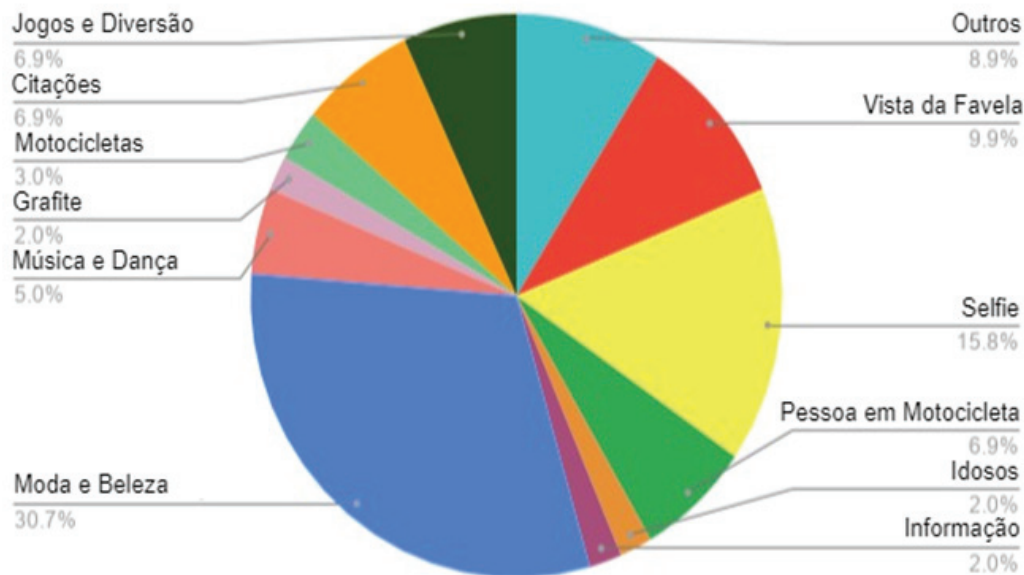
Enquanto os dados do IBGE apontam São Paulo como o estado com maior número de residências em aglomerados (1,06 milhão), em nossa análise ele divide o terceiro lugar com Pernambuco na recorrência de geotags entre as imagens Mais Relevantes analisadas. O Rio de Janeiro, segundo lugar na lista do IBGE em número de residências em favelas (717,3 mil), ocupa o topo do ranking na marcação geográfica do Instagram. Minas Gerais, que nas estimativas do IBGE aparece apenas em nono lugar, ocupa a segunda posição do conteúdo do Instagram.

Esse resultado pode ser devido a vários fatores além do número de moradores nas favelas, como mais pessoas desses estados usando hashtags e se associando a #favelas; mais usuários do Instagram nessas regiões fazendo postagens com apropriação do recurso técnico (geotag); bem como interferências algorítmicas que colocam este conteúdo como Mais Relevantes no Instagram.

Ao avaliar a representatividade por gênero, o masculino prevalece nas postagens, com 44 conteúdos, seguido de 24 imagens em que não há pessoas em primeiro plano, geralmente paisagens (Indefinido), com o feminino ocupado por 21 conteúdos e 5 nas quais há ambos os gêneros. Esses números contrastam com os dados do IBGE sobre o percentual de gênero nacional que é 51,8% feminino e 48,2% mascu-

lino. Também podem indicar que 1) os homens postam mais imagens no Instagram em que aparecem, 2) usam mais a hashtag #favela para descrever suas postagens, associando-se às favelas, 3) a plataforma categoriza mais conteúdos com imagens masculinas como Mais Relevantes.

Gráfico 2 - Representações visuais da #favela nas postagens mais relevantes



Para as categorias retratadas nas imagens, foram identificadas 12 principais, sendo mantidas aquelas com prevalência superior a 2% e classificadas como “Outras” menos de 2%. Percebe-se que há uma variedade e diversidade de temas abordados nas imagens, que vão desde o conteúdo textual (como “Citações”) ao informativo. As categorias relacionadas a pessoas (“Moda e Beleza” e “Selfie”) são as mais representativas, seguidas de “Vista da Favela”.

Uma observação da categorização dos temas marcados com #favela mostra como os moradores estão no centro da representatividade, como estratégia de dar rosto ao local. Além de imagens em que os moradores posam, mostrando atributos de beleza como roupas, acessórios e penteados, há também aquelas postagens em que a pessoa se registra, por meio de uma selfie, exibindo sua imagem como principal elemento da favela, em uma espécie de testemunho pessoal sobre seu espaço. A compreensão de “Moda e Beleza” aqui adotada vai além dos conceitos representados na mídia e na indústria da moda. Por exemplo, uma foto que mostra um novo corte de cabelo, independentemente do estilo, é classificada nessa categoria.

As imagens do “Grafite” retratam a arte urbana representando o cotidiano ou uma forma de protesto visual, como em uma foto de um muro em que havia uma citação contra a violência policial sendo desenhada por um negro (por meio da metalinguagem de um grafite representando a ação de grafitar). “Motocicleta” e “Pessoa em Motocicleta” estão relacionadas a um meio de transporte comum nas favelas e à aqui-

sição/posse de um bem material. Apenas uma postagem continha violência direta e foi categorizada como “Outro”: um vídeo tutorial de maquiagem em que uma garota loira ouve sons de tiros e aparentemente tenta se esconder deles. Não contém localização específica, apenas a geolocalização “Rio de Janeiro”.

Levando em consideração as categorias “Jogos e Diversão”, “Música e Dança”, “Idosos”, e na categoria “Outros” algumas cenas infantis em destaque – além das mencionadas anteriormente “Moda e Beleza” e “Selfie –, é perceptível como o conteúdo reforça o tom humano desses espaços urbanos, com a adaptação dessas áreas para o lazer e a convivência social. Essa percepção também está presente nas hashtags, conforme analisado anteriormente, com as palavras “favelado”, “favela venceu” e “amor” entre as mais frequentes, denotando orgulho de pertencer ao local da favela.

Um olhar mais direcionado às contas do Instagram mostra que alguns são usuários frequentes, postando regularmente com a hashtag e sendo destacados várias vezes entre as postagens Mais Relevantes. Durante a pesquisa, entramos em contato e conversamos com alguns usuários, dos quais incluímos imagens neste capítulo. Optamos por apresentar imagens que não retratam nenhuma pessoa identificável diretamente, exceto o proprietário da conta que nos concedeu esse direito, para preservar a privacidade e a confidencialidade.

A imagem a seguir (Imagem 2) retrata a “Vista da Favela” e é do fotógrafo Bruno Itan (@brunoitan), que se autodenomina “apaixonado por documentar o cotidiano das favelas do Rio” e na época tinha mais de 24.000 seguidores. Além de ter uma conta popular, Bruno também teve quatro imagens mostradas entre os principais posts da página de buscas do Instagram em datas diferentes.

Imagem 2 - Vista do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro



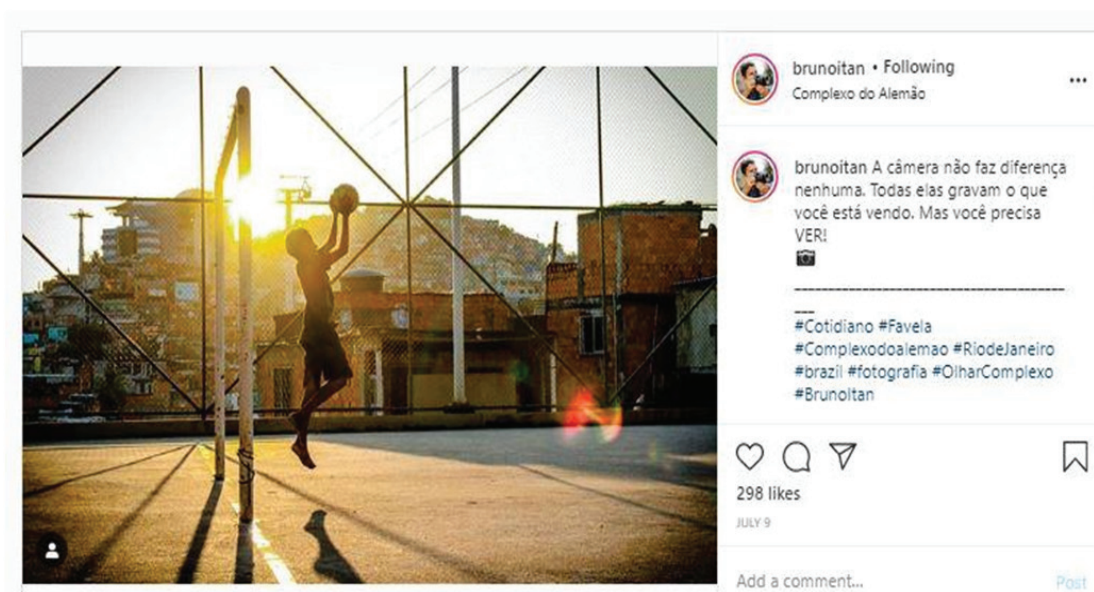
Fonte: Crédito de Bruno Itan/Instagram/Reprodução.

► Narrativas Midiáticas Contemporâneas: epistemologias dissidentes ◄

O conteúdo está marcado no Rio de Janeiro e mostra uma encosta ocupada por casas típicas de favelas no Complexo do Alemão, um dos principais aglomerados do país. Como legenda, o usuário adiciona uma citação motivacional dizendo que “não importa o que aconteça, nossas vidas sempre será (*sic*) um grande show”. A postagem conta com um carrossel de duas imagens que compõem uma fotografia dividida ao meio (panorâmica transformada em sequência de quadros). Nas hashtags, o usuário se apropria de alguns dos termos mais populares (#Cotidiano #Favela #Complexo-doAlemao #RiodeJaneiro #Brazil #OlharComplexo #Brunoitan), adotando seu próprio nome como marcação do material.

O tom das mensagens otimistas utilizada na postagem mencionada acima (Imagem 2) também é comum na categoria “Citações”, reforçando o sentimento de orgulho e positividade associado à favela no conteúdo do Instagram que analisamos. Embora a mesma imagem possa ser interpretada de diferentes perspectivas, por exemplo, focando na falta de uma melhor infraestrutura habitacional (estereótipo de pobreza), parece que esta não é uma visão adotada pelos moradores locais.

Imagem 3 – Criança jogando basquete em uma favela



Fonte: Crédito de Buno Itan/Instagram/Reprodução.

A segunda fotografia (Imagem 3) também contém uma vista do Complexo do Alemão, porém, tem em primeiro plano uma criança jogando basquete em uma quadra. Atrás do morro da favela, o sol está no horizonte (se pondo ou nascendo, o que não é totalmente claro). Este conteúdo retrata mais uma atividade cotidiana, uma forma de seus jovens moradores passarem o tempo livre, portanto foi classificado como “Jogos e Diversão”.

Como legenda, o fotógrafo reflete sobre seu trabalho e chama o espectador para ver além do que é evidente, dizendo: “A câmera não faz diferença nenhuma. Todos elas registram o que você está vendo. Mas você precisa VER! 📷”. Nas hashtags ele repete a maioria dos mesmos termos adotados em outras publicações de sua conta, reforçando sua disputa pela representação visual daqueles assuntos.

Duas outras informações podem ser vistas na postagem e gostaríamos de destacar como elas são apropriadas neste contexto online. Primeiro, um emoji de uma câmera, que é um elemento visual para reforçar a mensagem que o usuário deseja transmitir. Em algumas outras postagens, nenhum elemento textual além das hashtags foi usado, com emojis sendo a informação predominante para descrever o conteúdo.

O segundo elemento é uma marcação de conta que pode ser vista no canto inferior esquerdo da foto, na qual Bruno Itan marcou outra conta do Instagram. Essa estratégia foi adotada por 60 usuários que marcaram ao todo 266 perfis diretamente na imagem ou na legenda. Uma marcação pode ser aplicada para aumentar a audiência da postagem, para fazer conexões com outras contas semelhantes que poderiam eventualmente compartilhá-la, e para creditar os proprietários de conteúdo, entre outros objetivos de visibilidade.

Considerando nossa análise até aqui, é possível inferir que há um contraste, ou uma disputa imagética, entre os conteúdos que apareceram como Mais Relevantes no Instagram com a perspectiva convencional retratada pela mídia tradicional, corroborando com o que Cunha e Polivanov (2017) e Almeida e Mota (2019) verificaram em seus estudos. Enquanto esta última representação é de um agente externo (mídia) e reforça estereótipos recorrentes de violência, a primeira é um agente interno (morador) e traz uma visão de um cotidiano pacífico na favela. Em entrevista ao autor das duas fotos apresentadas anteriormente, Bruno Itan, ele esclarece que o propósito de suas postagens é justamente mostrar “a outra realidade”:

O objetivo é que quando as pessoas pesquisem sobre as favelas, encontrem uma perspectiva diferente, uma visão mais poética e sensível. Elas podem ver que favela não é só violência, tem gente boa, tem lugares incríveis e maravilhosos, como em qualquer lugar do mundo. Na favela tem gente que trabalha duro. Se não formos nós, de dentro, mostrando um aspecto bom e positivo, ninguém o fará. (Bruno Itan, 2020, entrevista concedida a Admilson Veloso.)

Em relação às cenas retratadas, prevalecem os perfis das pessoas e as imagens panorâmicas dos aglomerados, mostrando as casas empilhadas no morro. O primeiro formato, com a presença de pessoas posando e em selfies, dá identidade ao aglomerado, com os rostos de quem ali mora ou transita. Essa é uma estratégia importante na disputa imagética, pois promove uma humanização dos espaços. O segundo formato também ajuda a aproximar pessoas que não conhecem uma favela de sua

realidade estética urbana. Em um período de urbanização para criar unicidade com a identidade das cidades, reforçar a imagem do morro com suas casas também pode significar uma estratégia de resistência pela visibilidade.

Legendas e hashtags estavam presentes em todas as principais postagens, mesmo que apenas com emojis. Geralmente, os elementos textuais carregam mensagens de otimismo ou uma breve descrição da cena representada. Diferentes conteúdos compartilhados pelo mesmo perfil costumam usar a mesma legenda e hashtags (em todas as publicações) ou têm pouca variação entre elas. Isso indica uma tentativa de competir por essa narrativa; reforçar sua presença em relação a temas específicos, como #favela; ou tornar a publicação mais prática e automática.

Quatro outros detalhes chamam atenção nas publicações Mais Relevantes analisadas: a presença da favela em panorama ou como pano de fundo, imponente, mostrando sua arquitetura característica; o uso de fotos aparentemente profissionais com apelo estético geradas pelo tratamento de filtro via software ou diretamente na plataforma; a presença de perfis comerciais e profissionais se apropriando da hashtag para comercializar produtos, serviços e conteúdo; e o uso extensivo de hashtags como forma de dar mais visibilidade às imagens

Considerações finais

Com base na pesquisa empírica realizada utilizando netnografia e análise de conteúdo, a descrição do objeto e o percurso teórico da cultura digital, pode-se inferir que as favelas estão participando ativamente, por meio de moradores, visitantes ou observadores, das disputas imagéticas por visibilidade no Instagram. A plataforma online permite que estes espaços se tornem mais visíveis e sejam associados a um imaginário coletivo e mais positivo, diferente do tradicional retratado pela mídia, reforçando estudos anteriores de Cunha e Polivanov (2017) e Almeida e Mota (2019). Para além das próprias imagens, isso pode ser visto também pelo uso de hashtags frequentes associadas à analisada, por exemplo #favelavenceu.

Duas perspectivas principais são identificadas e relacionadas às favelas nos conteúdos estudados: 1) agentes internos atuando para retratar a rotina das favelas “de dentro”; 2) agentes externos menos prevalentes disputando a representação desses espaços e, eventualmente, reforçando estereótipos de violência e crime. Também podem ser identificados alguns agentes digitais, internos ou externos, mais ativos atuando nessas disputas - principalmente algoritmos e perfis especializados (ativistas, profissionais de fotografia; contas de empresas locais etc.). Considerando o território nacional, poucos estados estão constantemente representados entre na geolocalização das imagens Mais Relevantes, sendo o Rio de Janeiro o mais recorrente.

Também é possível afirmar, a partir da análise aqui realizada, que a representação de favelas por meio de imagens compartilhadas no Instagram com a #favela não é

uma estrutura rígida e imutável, mas sim uma prática diversificada, flexível e crescente em constante transformação. Embora existam padrões, temas e locais que podem ser classificados e categorizados entre os conteúdos digitais, a ação dos agentes (externos e internos) altera continuamente as imagens classificadas como Mais Relevantes, proporcionando assim a possibilidade de modificar o imaginário associado às favelas na rede social.

Além da categorização do conteúdo, a representação visual por meio da #favela no Instagram reforça questões que também estão presentes fora do ambiente digital, como violência policial, infraestrutura habitacional e a pandemia do Coronavírus. É notável que elementos de comportamento social estão sendo transportados para a plataforma, mas agora com a população local dos aglomerados tendo a oportunidade de participar das discussões e influenciar o que o resto da sociedade entende sobre sua imagem.

Por fim, é necessário destacar que esta pesquisa é um trabalho experimental, uma tentativa de netnografia das favelas, e existem vários aspectos latentes nas redes sociais online que exigem análises novas e contínuas quando se trata de sua utilização pela população de aglomerados. Dessa forma, incentivamos pesquisadores de áreas como semiótica, sociologia, linguística e retórica visual, entre outros campos de estudo, a se dedicarem à análise do contexto da cultura digital e da representação das favelas.

The present publication is the outcome of the project “From Talent to Young Researcher project aimed at activities supporting the research career model in higher education”, identifier EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 co-supported by the European Union, Hungary and the European Social Fund.

Referências

- ALMEIDA, P. H. S.; MOTA, C. **Rocinha: a representação no Instagram da maior favela do Brasil**. Niterói, Brasil: Revista Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 2, 2019. DOI: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v13i2.28692>
- ALVITO, M.; ZALUAR, A. (orgs). **Um Século de Favela** (3a ed). Rio de Janeiro, Brasil: FGV, 2003.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Qualitative Researching with Text, Image and Sound: a practical handbook for social research**. London, UK: SAGE, 2002.
- CARRIL, L. **Quilombo, Favela e Periferia: a longa busca da cidadania**. São Paulo, Brasil: Annablume; Fapesp, 2006.
- CASTELLS, M. **Fim de milênio**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.3). Tradução Klauss B. Gerhardt e Roneide V. Majer. 2.ed. São Paulo, Brasil: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, M.; FERNANDEZ-ARDEVOL, M.; LINCHUAN QIU, J.; SEY, A. **Mobile Communication and Society: a global perspective**. MIT Press, 2009.

CHAVES DE MELLO, M. T. A **República Consentida**. Rio de Janeiro, Brasil: Editora FGV, EDUR, 2007.

COSTA, D. B. e AZEVEDO, U.C. **Das senzalas às favelas: por onde vive a população negra brasileira**. Aracati, Brasil. Revista Socializando Nº 3 Vol. 1, 2016.

CUNHA, S.; POLIVANOV, B. **Retratos da periferia em construções identitárias de It Girls das favelas cariocas no Instagram**. RuMoRes, v. 11, n. 21, p. 171-190, 13 jul. 2017.

DAVIS, S. **Citizens' Media in the Favelas: finding a place for community-based digital media production in social change processes**. Communication Theory, Volume 25, Issue 2, May 2015, Pages 230–243.

DENALDI, R.; MARICATO, E. **Políticas de urbanização de favelas: evolução e impasses**. São Paulo, Brasil: Universidade de São Paulo, 2003.

FERREIRA, J.; DELGADO, L. (orgs). Brasil Republicano (vol I). **O tempo do liberalismo excludente**. Da proclamação da república a 1930. Rio de Janeiro, Brasil: Civilização Brasileira, 2003.

FLEURY, S. **Militarização do social como estratégia de integração - o caso da UPP do Santa Marta**. Porto Alegre, Brasil: Sociologias, vol. 14, núm. 30, 2012.

FREIRE, L. L. **Favela, bairro ou comunidade?** Quando uma política urbana torna-se uma política de significados. Rio de Janeiro, Brasil: Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social, v. 1, p. 95-114, 2008.

FRISH, T. **Glimpses of Another World: the favela as a tourist attraction, tourism**. Geographies, 14:2, 320-338, 2012. DOI: 10.1080/14616688.2011.609999

GOMES, M. A. A. F. **Escravidão e cidade: notas sobre a ocupação da periferia de salvador no século XIX**. Salvador, Brasil: Revista de Urbanismo e Arquitetura, v. 3, n. 1, 1990.

HOLMES, T. **Reframing the Favela, Remapping the City: territorial embeddedness and (trans) locality in 'framing content' on Brazilian favela blogs**. Journal of Latin American Cultural Studies, 25:2, 297-319, 2016.

JAGUARIBE, B. **Favelas and the aesthetics of realism: representations in film and literature**. Journal of Latin American Cultural Studies, 13:3, 327-342, 2004.

KOZINETS, R. V. (2014). **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre, Brasil: Penso.

KRIPPENDORF, K. **Content Analysis**. An Introduction to Its Methodology (2ND ed). California, CA: Sage Publications, 2004.

LE MOS, A. (2005). **Cibercultura e mobilidade: A era da conexão**. Rio de Janeiro, Brasil: Intercom, 2005.

NEMER, D. (2016) **Online Favela: the use of social media by the marginalized in Brazil**. Information Technology for Development, 22:3, 364-379, 2016.

ROSAS-MORENO, T. C.; STRAUBHAAR, J. D. **When the marginalized enter the national spotlight: the framing of Brazilian favelas and favelados**. Global Media and Communication, 11(1), 61–80; 2015.

VALLADARES, L. **A gênese da favela carioca - A produção anterior às ciências sociais**. Rio de Janeiro, Brasil: Revista Brasileira de Ciências Sociais. vol. 15. n.44, 2000.

VALLADARES, L. **Social sciences representations of favelas in Rio de Janeiro: a historical perspective**. LILAS Visiting Resource Professor Papers, 1- 31, 2009.

VAZ, P.; CAVALCANTI, M.; SÁ-CARVALHO, C.; OLIVEIRA, L.J. **Pobreza e risco: a imagem da favela no noticiário do crime**. Revista Fronteiras, São Leopoldo, v. 7, n. 2, p. 95-103, 2005.

IBGE. **Aglomerados subnormais 2019: classificação preliminar e informações de saúde para o enfrentamento à COVID-19: notas técnicas**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101717> Acessado em 10 de agosto de 2020.

IBGE. **Quase dois terços das favelas estão a menos de dois quilômetros de hospitais**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27728-quase-dois-tercos-das-favelas-estao-a-menos-de-dois-quilometros-de-hospitais> Acessado em 15 de maio de 2020.

IBGE. **Conheça o Brasil - População**. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> Acessado em 17 de junho de 2020.

NIC.BR; CETIC.BR. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2018**. São Paulo, Brasil: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/12225320191028-tic_dom_2018_livro_eletronico.pdf Acessado em 13 de junho de 2020.

FGV-SP. **Pesquisa Anual do Uso de TI**, 2019. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/ensinoeconhecimento/centros/cia/pesquisa> Acessado em 07 de junho de 2020.