



## #TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM<sup>1</sup>

#TERRADOSPRESIDENTES: *A creative narrative about the city of São Borja, RS, on Instagram.*

### PUJOL, Francine da Silva

Mestranda em Comunicação e Indústria Criativa; Universidade Federal do Pampa (Unipampa)  
franpujol@gmail.com

### RENATA, Patrícia Corrêa Coutinho

Doutora; Universidade Federal do Pampa (Unipampa)  
renatacoutho@unipampa.edu.br

## RESUMO

A presente pesquisa explorou a cidade de São Borja, localizada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, considerada uma das mais antigas do estado e berço de importantes eventos históricos e culturais. A facilidade de publicação e compartilhamento de conteúdo e o desenvolvimento de novas tecnologias têm afetado a maneira de contar histórias, fazendo com que narrativas que antes eram contadas através de textos e imagens, hoje sejam contadas nas redes sociais, principalmente no *Instagram*, através de recursos audiovisuais como fotos e vídeos. A partir disso, partimos do pressuposto de que a utilização de postagens publicadas em perfis pessoais ou empresariais públicos, no *Instagram*, poderia se apresentar como uma forma para compreendermos como a cidade de São Borja tem sua história contada. Nessa perspectiva, considerou-se que narrativas podiam ser desenvolvidas sobre a cidade de São Borja/RS a partir da análise de

<sup>1</sup> Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação stricto sensu em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação e Indústria Criativa.

postagens públicas disponíveis no *Instagram*. A partir disso, chegamos à questão norteadora desta pesquisa: quais os sentidos em circulação sobre São Borja “terra dos presidentes” nos perfis públicos do *Instagram* na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade? O objetivo geral do estudo foi o de conhecer os sentidos em circulação sobre a cidade na criação de uma narrativa criativa, enquanto os objetivos específicos incluíram a discussão do conceito de narrativa criativa, o mapeamento dos sentidos presentes nas publicações disponíveis em perfis públicos com a hashtag #terradospresidentes e a identificação das potencialidades oferecidas pelo *Instagram* para essa construção narrativa. A produção desse trabalho se justifica pela relevância de contribuir para o campo científico-teórico, enriquecendo os estudos de comunicação e indústria criativa. Além disso, oferece uma abordagem prática ao analisar postagens no *Instagram*, promovendo a compreensão das potencialidades das mídias sociais. No âmbito social, destaca a importância de valorizar o espaço geográfico da cidade e a perspectiva dos atores sociais que nela habitam. O estudo é uma pesquisa qualitativa, que não busca obter quantificação de valores ou trocas simbólicas, desenvolvido a partir de uma pesquisa básica, bibliográfica e documental, onde os documentos considerados são as postagens retiradas de perfis públicos no *Instagram*. Além disso, o trabalho seguiu uma metodologia que incluiu a análise de conteúdo de Bardin (2011), com foco na análise de 100 postagens públicas com a hashtag #terradospresidentes no *Instagram*. Os resultados revelaram que a narrativa criativa de São Borja transcende o título oficial da cidade e abrange uma série de sentidos e significados, proporcionando uma compreensão mais profunda do seu espaço. Para além disso, também mostraram refletir a presença e a contribuição das Indústrias Criativas na cidade, impulsionando o desenvolvimento econômico e cultural local. Afinal, embora não fosse

nosso objetivo, a análise dos dados nos conduziu a perceber uma identificação entre os sentidos em circulação nas postagens e os setores criativos vinculados à Indústria Criativa, conforme a UNCTAD, 2010. Por fim, entendemos que as publicações analisadas eram fragmentos que, interconectados pela *hashtag*, podem ser lidos como uma narrativa sobre a cidade, promovendo uma leitura que destaca atributos aos setores criativos.

**Palavras-chave:** Narrativa Criativa; São Borja; Instagram.

## Referências

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**G1. Primeira foto publicada no Instagram faz quatro anos.**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: ed. 34, 1999. LYNCH, Kevin. **The image of the city**. Cambridge: The M.I.T. Press, 1960.

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

LOPES, H. E. N. **Web City Marketing**: análise aos websites das cidades médias portuguesas. Covilha: Universidade da Beira

Interior, 2012. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Dissertação de Mestrado. Disponível em: [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3106/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o\\_City%20Marketing.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3106/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o_City%20Marketing.pdf). Acesso em: 01 jun. 2023.

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

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

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

MOSCOVICI, Serge. Onsocial representations. In: FORGAS, J. P. (org.) **Social Cognition: perspectives oneverdayunderstanding.** Londres: Academic Press, 1981.

MONTARDO, Sandra. **Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa.** Galáxia (São Paulo), São Paulo, n. 41, p. 169- 182, ago. 2019. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1982-25532019000200169&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532019000200169&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 18 mai. 2023.

MOREIRA, P.H.V.M. **Gestão de Marcas Cidade: o caso da marca Porto Turismo.** Porto: Universidade do Porto, 2010. Facul-

dade de Economia, Dissertação de Mestrado. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/56172/2/Gesto%20de%20%20marcas%20cidade.pdf> . Acesso em: 14 de mai. 2023.

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

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

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

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

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

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

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

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

PINTO, M. “**Primeiro dos Sete Povos das Missões**” a “**Terra dos Presidentes**”: uma análise das políticas e das representações do patrimônio na cidade natal de Getúlio Vargas. *Patrimônio e Memória (UNESP)* , v. 6, p. 261-286, 2010.

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

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

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

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede.** Porto Alegre: Sulina, 2012. RECUERO, Raquel. **As redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

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

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

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

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

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

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

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

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

SASTRE, A. O city marketing e a experiência transmídia da Prefeitura de Curitiba. In: BERETTA, R. C. S.; SASTRE, A. (Org.) **Olhares para o território: perspectivas e experiências**. Bebedouro: Instituto Municipal de Ensino Superior: Clube dos autores, 2016. Disponível em: [https://www.academia.edu/37044818/O\\_city\\_marketing\\_e\\_a\\_experiencia\\_transmidia\\_da\\_Prefeitura\\_de\\_Curitiba](https://www.academia.edu/37044818/O_city_marketing_e_a_experiencia_transmidia_da_Prefeitura_de_Curitiba). Acesso em: 01 jun. 2023.

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

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

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

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

SIMON, Herbert A. **Designing organizations for an information-rich world**: computers, communication, and the public interest. Baltimore, 1971. p. 40-41.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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