

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS GEOGRÁFICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA  
MESTRADO EM GEOGRAFIA**

**JEOVANE DA SILVEIRA FIDELIS QUERINO**

**A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS NO INSTAGRAM: Construção Discursiva e  
Apropriação Simbólica da Praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE)**

**RECIFE  
2023**

**JEOVANE DA SILVEIRA FIDELIS QUERINO**

**A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS NO INSTAGRAM: Construção Discursiva e  
Apropriação Simbólica da Praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE)**

Dissertação referente ao Mestrado, apresentada como um dos requisitos para o cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco. Área de concentração: regionalização e análise regional.

Orientador: Caio Augusto Amorim Maciel

O Trabalho contou com o financiamento da CAPES/CNPq, que bancou a bolsa do pesquisador que escreveu este trabalho.

**RECIFE  
2023**

Catálogo na Fonte  
Bibliotecário: Rodrigo Leopoldino Cavalcanti I, CRB4-1855

Q4e Querino, Jeovane da Silveira Fidelis.  
A estetização das paisagens no Instagram : construção discursiva e apropriação simbólica da praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE) / Jeovane da Silveira Fidelis Querino. – 2023.  
186 f. : il. ; tab. ; 30 cm.

Orientador : Caio Augusto Amorim Maciel.  
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Recife, 2023.

Inclui referências e apêndices.

1. Geografia. 2. Praias. 3. Praia dos Carneiros (Pernambuco). 4. Guadalupe (Pernambuco). 5. Imagens - Instagram (Rede social on-line). 6. Paisagens instagramáveis. 7. Estetização. I. Maciel, Caio Augusto Amorim (Orientador). II. Título.

910 CDD (22.ed.)

UFPE (BCFCH2023-077)

JEOVANE DA SILVEIRA FIDELIS QUERINO

**A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS NO INSTAGRAM: Construção Discursiva e  
Apropriação Simbólica da Praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em geografia. Área de concentração: regionalização e análise regional.

Aprovada em: 27/02/2023.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Dr. Caio Augusto Amorim Maciel (Orientador – Examinador Interno)  
Universidade Federal da Pernambuco

Prof. Dr. David Tavares Barbosa (Examinador Externo)  
Universidade Estadual do Piauí

Profa. Dra. Priscila Batista Vasconcelos (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser o Senhor e Mestre da minha vida, fonte de toda sabedoria, dedico também ao meu pai e minha mãe que sempre me ensinaram a dedicação e o carinho com os estudos

Computadores fazem arte

Artistas fazem dinheiro

Computadores avançam

Artistas pegam carona

Cientistas criam o novo

Artistas levam a fama

QUATRO, 1994, Faixa 13.

## RESUMO

O Instagram é um aplicativo de compartilhamento de fotos, imagens e vídeos, que vem se tornando bastante utilizado pelos seus usuários, desde sua origem em 2010. Este Trabalho analisa a relação entre as imagens inseridas no Instagram e as suas geolocalizações, visando compreender as representações paisagísticas e as concepções psicopolíticas e simbólicas dadas pelas imagens exibidas no aplicativo, vistas sob a ótica da construção discursiva e da apropriação simbólica, que os usuários do Instagram fazem, retratando as atividades turísticas e imobiliárias, bem como a ação dos grupos sociais representados pelos usuários do Instagram e suas relações simbólicas com as Praias dos Carneiros e de Guadalupe (PE). Desta forma, utilizou-se para fins metodológicos: o conceito de paisagem segundo Denis Cosgrove e da análise do poder simbólico segundo Bourdieu, para desvelar as representações paisagísticas dos grupos sociais e das atividades turísticas e imobiliárias. Consequentemente, foram analisados os discursos fotográficos e a apropriação simbólica que os usuários do Instagram, criadores das imagens, exercem, desvelando as representações imagéticas e a estetização das paisagens feitas pelos usuários do Instagram que estão atrelados ao Turismo, Mercadorias, Drones, Fotografias de Paisagens, Disputas de Narrativas entre usuários, Patrimônios e as implicações psicopolíticas e algorítmicas disso. Com isso, mostra-se a importância da articulação de conceito geográfico de paisagem para explicar a relação entre o instagramável e o geográfico, bem como o poder simbólico na visibilidade das postagens do Instagram, visando apontar para a produção capitalista e simbólica das paisagens através do turismo e das atividades imobiliárias e as representações paisagísticas de alguns grupos sociais em relação às Praias dos Carneiros e de Guadalupe (PE).

**Palavras-chave:** praia; Carneiros e Guadalupe; imagens; paisagens instagramáveis; estetização.

## ABSTRACT

Instagram is an application for sharing photos, images and videos, which has become widely used by its users since its origin in 2010. This work analyses the relationship between the images inserted in Instagram and their geolocations, aiming to understand the representations landscapes and the psychopolitical and symbolic conceptions given by the images displayed in the application, seen from the perspective of discursive construction and symbolic appropriation, which Instagram users do, portraying tourist and real estate activities, as well as the action of social groups represented by users of Instagram and its symbolic relationships with the beaches of Carneiros and Guadalupe (PE). Thus, for methodological purposes: the concept of landscape according to Denis Cosgrove and the analysis of symbolic power according to Bourdieu, to reveal the landscape representations of social groups and tourist and real estate activities. Consequently, the photographic discourses and the symbolic appropriation that Instagram users, creators of the images, exert were analysed, revealing the imagery representations and the aestheticization of the landscapes made by the Instagram users that are linked to Tourism, Goods, Drones, Landscape Photography, Narrative disputes between users, Heritage and the psychopolitical and algorithmic implications of this. With this, the importance of articulating the geographical concept of landscape is shown to explain the relationship between the Instagrammable and the geographic, as well as the symbolic power in the visibility of Instagram posts, aiming to point to the capitalist and symbolic production of landscapes through the tourism and real estate activities and the landscape representations of some social groups in relation to Carneiros and Guadalupe Beaches (PE).

**Keywords:** beach; Carneiros and Guadalupe; images; Instagrammable landscapes; aestheticization.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Mapa 1 - Localização da Praia dos Carneiros e de Guadalupe.....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 1 - Prints de Telas (A e B) mostrando Exemplos de Ferramenta de geolocalização e Hashtags (#).....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 2 - Exemplo do que é uma Timeline.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 3 - Prints de Telas (A e B) mostrando a Ferramenta de Geolocalização do Instagram Pier e as Hashtags (#) referentes ao local.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 4 - Prints de Telas mostrando Imagens dos usuários @pousadadoscarneiros (A), @praiaodoscarneirosflat (B), @marinadoscarneiros (C), @carneirosbuggy (D), @aluguelcarneiros (E).....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 5 - Print de Tela mostrando Exemplos de imagens em mosaico da Ferramenta de Geolocalização do Empreendimento Carneiros Beach Resort.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 6 - Prints de Telas (A, B e C) mostrando Exemplos de Imagens das Ferramentas de Geolocalização: Praia De Carneiros – Pernambuco (A); Praia Dos Carneiros, Pernambuco, Brazil (B); Praia De Guadalupe Sirinhaém-Pe (C).....</b>	<b>72</b>
<b>Figura 7 - Exemplos de Imagens Aéreas dos Usuários: @mustakocarneiros (A e D); @serpernambuco (B); @descubririoformoso (C, E e F); @ninodrone (C), @jefferson_jhj (E); @hotelcarneiros (F).....</b>	<b>82</b>
<b>Figura 8 - Print de Tela mostrando a Hashtag de mobilização dos grupos sociais dos barqueiros (#gritamospelozatan).....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 9 - Prints (A e B) do Perfil de Usuário @sequilhoscarneiros.....</b>	<b>94</b>
<b>Figura 10 - Print do perfil @igrejinhadoscarneiros.....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 11 - Prints de Telas (A, B e C) mostrando Imagens da Igrejinha dos Carneiros com efeitos estéticos diferentes.....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 12 - Fila na frente da Igreja de São Benedito para tirar fotos.....</b>	<b>106</b>
<b>Figura 13 - Prints de Telas (A e B) mostrando a Ferramenta de Geolocalização da Igrejinha dos Carneiros.....</b>	<b>107</b>
<b>Figura 14 - Exemplo de Parada de uma embarcação para que as pessoas possam tirar fotos perto da Igreja de São Benedito.....</b>	<b>109</b>
<b>Mapa 2 - Área da APA de Guadalupe.....</b>	<b>110</b>
<b>Figura 15 - Print do perfil do Usuário @salve_guadalupe.....</b>	<b>115</b>
<b>Figura 16 - Prints de Telas (A e B) mostrando os perfis dos usuários @praiadeguadalupeoficial (Print: A) e @guadaloverr (Print: B).....</b>	<b>117</b>

<b>Figura 17 - Prints de Telas (A e B) mostrando Imagens em mosaico dos perfis dos usuários @praiadeguadalupeoficial (Print: A) e @guadaloverr (Print: B)..</b>	<b>119</b>
<b>Mapa 3 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários em quantidade de Publicações.....</b>	<b>132</b>
<b>Mapa 4 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários colocando a quantidade de Publicações em perspectiva.....</b>	<b>133</b>
<b>Mapa 5 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários em quantidade de Seguidores.....</b>	<b>134</b>
<b>Mapa 6 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários em quantidade de usuários Seguindo.....</b>	<b>135</b>
<b>Mapa 7 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos Maiores Perfis de Usuários em quantidade de publicações, seguidores e de usuários Seguindo, conforme a Tabela 5.....</b>	<b>137</b>
<b>Mapa 8 - Geolocalização dos Lugares Sedes de todos os Usuários envolvidos nas três tabelas.....</b>	<b>138</b>
<b>Figura 18 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @manguezal_ecoturismo.....</b>	<b>140</b>
<b>Figura 19 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @pontaldoscarneiros.....</b>	<b>142</b>
<b>Figura 20 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @pousadapraiadoscarneiros.....</b>	<b>144</b>
<b>Figura 21 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @paraisocarneiros.....</b>	<b>145</b>
<b>Figura 22 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @marinadoscarneiros.....</b>	<b>147</b>
<b>Figura 23 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @boraboracarneiros.....</b>	<b>148</b>
<b>Figura 24: Prints (A e B) do perfil de Usuário @ascoloridas.....</b>	<b>150</b>
<b>Figura 25: Print do perfil de Usuário @flatcarneirosresidence.....</b>	<b>151</b>
<b>Figura 26 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @pousadasitiodaprainha.....</b>	<b>152</b>
<b>Figura 27: Prints (A e B) do perfil de Usuário @reservadoscarneiros.....</b>	<b>154</b>
<b>Mapa 9 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 50 maiores perfis em a quantidade de Publicações.....</b>	<b>159</b>
<b>Mapa 10 - Rotas por Tipo de Embarcação e uso na Foz do rio Formoso.....</b>	<b>186</b>

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1 - Os Perfis de Usuário do Instagram, muitos deles geolocalizados no Google Maps.....</b>	<b>125</b>
<b>Tabela 2 - A quantidade de Publicações dos Perfis de Usuários (a) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>129</b>
<b>Tabela 3 - A quantidade de Seguidores dos Perfis de Usuários (b) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>129</b>
<b>Tabela 4 - A quantidade de Usuários Seguindo dos Perfis de Usuários (c) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>129</b>
<b>Tabela 5 - A quantidade de Publicações, Seguidores e Usuários Seguindo (Presentes ao mesmo tempo na tabela 2, 3 e 4) dos Perfis de Usuários (d) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>130</b>
<b>Tabela 6 - A quantidade de Publicações dos 50 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>156</b>
<b>Tabela 7 - A quantidade de Publicações dos 96 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>174</b>
<b>Tabela 8 - A quantidade de Seguidores dos 96 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>178</b>
<b>Tabela 9 - A quantidade de Usuários Seguindo dos 96 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente.....</b>	<b>182</b>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>PRÓLOGO.....</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
2.1	Metodologia.....	25
<b>3</b>	<b>O MECANISMO DO INSTAGRAM, A CONSTRUÇÃO DE DISCURSOS FOTOGRAFÍCOS E AS APROPRIAÇÕES SIMBÓLICAS DAS PAISAGENS.....</b>	<b>30</b>
3.1	Características do Aplicativo Instagram.....	30
3.2	O Instagram no Contexto do Panóptico Digital numa Sociedade da Transparência e Psicopolítica.....	31
3.3	Construção Discursiva e a Apropriação Simbólica: Formação das imagens nas Hashtags, Ferramentas de Geolocalização e nas postagens de fotos no Instagram.....	36
<b>4</b>	<b>A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS INSTAGRAMÁVEIS DA PRAIA DOS CARNEIROS E DE GUADALUPE: ENTRE PODER SÍMBÓLICO, QUADROS GEOGRÁFICOS, TURISMO E BALNEARIZAÇÃO.....</b>	<b>43</b>
4.1	Contexto Paisagístico das Praias dos Carneiros e de Guadalupe e sua inserção no Instagram.....	43
4.2	O Poder Simbólico nos Discursos Fotográficos do Instagram e as Concepções das Paisagens da Praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE).....	48
4.3	As fotografias do Instagram e a relação entre estética e política.....	54
4.4	Reflexão sobre os Quadros Geográficos e a Praia dos Carneiros e de Guadalupe.....	56
4.5	Reflexão sobre as Imagens da Sociedade do Espetáculo, das Mercadorias e do Turismo.....	61
4.6	Imagens dos Usuários Individuais no Instagram e o contexto de Belo Digital.....	68
4.7	O Conceito de Balnearização e suas Noções Estéticas e Políticas nas praias dos Carneiros e de Guadalupe.....	73
<b>5</b>	<b>A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS INSTAGRAMÁVEIS DA PRAIA DOS CARNEIROS E DE GUADALUPE: ENTRE IMAGENS AÉREAS, FOTOGRAFIAS DE PAISAGENS, DISPUTAS DE NARRATIVAS E PATRIMÔNIOS.....</b>	<b>79</b>
5.1	Imagens Aéreas: Entre a técnica e o desejo.....	79
5.2	Fotografias de Paisagens: Natureza e Cultura nas imagens.....	86
5.3	Disputas de Narrativas Paisagísticas: Grupos Sociais e a Mobilização de Hashtags (#)....	89
5.4	Relação entre o Instagram e os Patrimônios Culturais e Naturais das Paisagens da Praia dos Carneiros e de Guadalupe.....	97
5.5	Igreja de São Benedito: patrimônio cultural e sua relação com o Instagram.....	98

5.6 Igreja de São Benedito: Entre a fotografia e o ato de fotografar.....	104
5.7 APA e Praia de Guadalupe: patrimônios naturais.....	110
<b>6 DIÁLOGOS POSSÍVEIS ENTRE GEOLOCALIZAÇÃO, MAPA E PAISAGEM.</b>	<b>122</b>
6.1 As Ferramentas de Geolocalização, o Mapa, as Paisagens e os discursos fotográficos dos usuários do Instagram.....	122
6.2 Mapeamento dos Hotspots e sua Elaboração a partir das Geolocalizações.....	123
6.3 Mapeamento envolvendo os lugares sedes dos 5 perfis de Usuários com maior número de Publicações, Seguidores e Usuários Seguindo.....	125
6.4 Análise sobre os usuários mais mobilizados no Instagram com seus lugares sedes na praia dos Carneiros e proximidades.....	139
6.5 Mapeamento envolvendo os lugares sedes dos 50 perfis de Usuários com maior número de Publicações.....	155
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>164</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>167</b>
<b>APÊNDICE A - TABELA COM O NÚMERO DE PUBLICAÇÕES DE 96 USUÁRIOS.....</b>	<b>174</b>
<b>APÊNDICE B - TABELA COM O NÚMERO DE SEGUIDORES DE 96 USUÁRIOS .....</b>	<b>178</b>
<b>APÊNDICE C - TABELA COM O NÚMERO DE USUÁRIOS SEGUINDO DE 96 USUÁRIOS.....</b>	<b>182</b>
<b>APÊNDICE D – MAPA MOSTRANDO AS ROTAS POR TIPO DE EMBARCAÇÃO .....</b>	<b>186</b>

## 1 PRÓLOGO

A Praia dos Carneiros e de Guadalupe foi uma sugestão de objeto de estudo do meu professor e orientador Caio Maciel, que eu acatei como forma de me debruçar sobre o projeto de pesquisa desenvolvido pela Professora Priscila Vasconcelos, com o intuito de estudar com mais afinco e dedicação o processo de turistificação e especulação imobiliária que envolve conflitos socioambientais na área da APA de Guadalupe no litoral sul pernambucano.

O que me levou a estudar esta área foi justamente o impacto que minha pesquisa e análise supriria em relação à APA, onde trabalhos nas áreas ambientais já haviam sido feitos com a função de análise sobre o território protegido. Porém, este trabalho traz à tona a temática de como o Instagram, enquanto rede social, revela os agenciamentos, os olhares e relações das pessoas e grupos sociais com os lugares, apontando o papel das empresas imobiliárias e turísticas na representação da Praia dos Carneiros e de Guadalupe através do uso do Instagram. A interação entre Instagram e seus usuários delimita o contexto das Praias dos Carneiros e de Guadalupe, sendo isso influenciado pelas territorialidades e comportamentos dos sujeitos sociais, que são relevantes para a gestão da APA e nas atividades turísticas.

Mas, alguns me perguntam: por que você quer estudar duas praias através das postagens dos usuários do Instagram? Porque quero entender como se dão as geografias das praias através das postagens dos usuários com suas narrativas imagéticas, que em seus discursos fotográficos criam quadros geográficos e recortes do olhar sobre as praias. Isso coopera para formar as Geografias Instagramáveis, por isso, quero estudar como os usuários do aplicativo se apropriam das praias e divulgam as suas subjetividades em mosaicos de imagens. Os mosaicos são muitos deles ligados às atividades turísticas, imobiliárias, publicitárias, comerciais, ambientais e de grupos sociais, isso colabora para apresentar uma geografia levando em conta os usuários do Instagram, apontando este estudo como uma novidade para a ciência geográfica.

Tenho o contato com este aplicativo desde 2015, pois meus pais me deram um celular que tirava fotos, no começo ainda postava fotos de mim mesmo, logo após fui percebendo como as subjetividades das pessoas se inscreviam nas fotos, até então não tinha interesse em pesquisar sobre, mas no final de 2018, comecei a me cativar pela cultura visual do Instagram, seu ciberespaço e as inscrições subjetivas que ali estavam.

Com as eleições de 2018, fui percebendo cada vez mais o papel e o uso político e estético, que as redes sociais, principalmente o Instagram exerciam. Isso se deu ao ver este papel como um poder de influência nas pessoas, desta forma isto me tornou cada vez mais alerta para o que há de Cultura Visual no aplicativo, estimulando-me a pesquisar sobre como este aplicativo tem influenciado politicamente os usuários do Instagram.

O Professor Caio sempre me estimulou e me deu boas ideias, confiando no meu potencial de desenvolver este trabalho, fazendo com que eu pudesse enxergar possibilidades de trabalhar com o que estava cada vez mais visível em minha tela de celular. Com isso, eu me toquei, definitivamente, que precisava trabalhar com as imagens do Instagram que estivessem relacionadas com o rio que sempre esteve presente de modo sentimental e afetivo em minha vida, o Rio Timbó, estudado no meu TCC de Graduação (QUERINO, 2019).

Com o mestrado, veio a proposta de contemplar duas Praias do Litoral sul por meio de uma análise mais aprofundada em relação aos atores sociais envolvidos nas disputas de narrativas sobre a paisagem do litoral sul. Pois, esses atores sociais se utilizam das redes sociais como uma plataforma discursiva e política para promover estetizações e apropriações das praias. De modo que, vendo o meu TCC dedicado ao estudo do estuário do Rio Timbó, este trabalho se constitui como uma continuidade nos estudos de aprofundamento metodológico da minha relação com a natureza e as águas, deslocando meus olhares e pesquisas para as praias dos Carneiros e Guadalupe, que por coincidência estão numa área estuarina.

## 2 INTRODUÇÃO

A Praia dos Carneiros e de Guadalupe, que estão no Litoral Sul de Pernambuco (Brasil), apresentam um uso estético e turístico, que é anterior ao uso fotográfico que os usuários do Instagram fazem das praias. Com isso, propõe-se uma inovação na forma de se ver as praias dentro da perspectiva das redes sociais, especialmente o Instagram, a partir da ciência geográfica, inserindo ela no entendimento dos meios digitais e suas configurações geográficas, analisando as influências desses meios no espaço e nos seres humanos organizados numa sociedade globalizada e digitalizada.

Por isso, é necessário a compreensão sobre as formas simbólicas de expressões que os usuários do Instagram constroem através do uso do aplicativo instalado em seus celulares e equipamentos. Deste modo, esses usuários se inserem através de suas postagens *online*, fotos ou imagens<sup>1</sup> que constroem discursos, apontando maneiras de ver as praias dos Carneiros e de Guadalupe, e também, como essas concepções, geradas pelos discursos, apropriam-se das praias, desenvolvendo uma Geografia Instagramável (do Instagram), que se baseia nos estudos relativos às mídias digitais, principalmente estes ligados ao aplicativo em questão.

A relevância desta temática tem como chave, a compreensão de que numa sociedade globalizada, em que os meios digitais cada vez mais influenciam os acontecimentos e as características do espaço. Há uma inovação relacionada a exibição de imagens ou fotos de paisagens geradas e consumidas *online*, isso aponta para o estudo das relações entre redes digitais e o espaço, como forma de refletir as consequências dessas relações no contexto ecológico-político das praias dos Carneiros e de Guadalupe.

As Praias dos Carneiros e de Guadalupe estão localizadas próximas ao Estuário do rio Formoso (Mapa 1), entre os municípios de Sirinhaém, Rio Formoso e Tamandaré na região do Litoral Sul de Pernambuco. Essas Praias apresentam uma importância significativa para o turismo, isso torna estas praias mais suscetíveis a alguns impactos ambientais, o que colabora para o surgimento de políticas públicas que visam a conservação e a preservação ambiental das áreas correspondentes às praias e suas proximidades. Isso leva em conta que as praias estão próximas ao estuário do rio Formoso, que possui muitos usos, dentre eles podemos destacar: o turismo náutico com navegação de catamarãs, lanchas, *jet skis* e de barqueiros, bem como os usos turísticos, ecoturísticos e imobiliários das suas margens.

---

1 Os termos foto, imagem e fotografia neste trabalho e nos Dicionários são retratados como sinônimos.

Além disso, há a presença do ZATAN (Zoneamento Ambiental e Territorial de Atividades Náuticas) no mar, no estuário do rio Formoso e nos seus afluentes (CONSULTORIA ZATAN, 2018), dentre eles o rio Ariquindá. Há também a APA (Área de Proteção Ambiental) de Guadalupe, que abrange, também, uma presença significativa de Manguezais e Restingas na região onde estão as praias, bem como uso sustentável delas previsto em lei.

O ZATAN tem uma importância significativa para as praias de Guadalupe e Carneiros (Mapa 1), pois serve de ordenamento territorial para que equipamentos náuticos e embarcações sejam ordenadas e tenham o seu lugar. De forma que isso visa organizar o funcionamento das atividades náuticas, como constatado no Decreto Número 50.049, de 06 de Janeiro de 2021 que aprovou o ZATAN. Vale ressaltar ainda que a zona estuarina do rio Formoso, onde está o ZATAN, é circunscrita a duas praias principais como a praia dos Carneiros e a de Guadalupe, bem com outras menores, como a praia de pedra e da argila, sendo a área dessas a que abrange quase toda zona estuarina. A presença dessas praias torna o discurso fotográfico dos usuários do Instagram mais relacionado a praia, o mar e o sol.

Por serem praias turísticas e com uma série de políticas públicas relacionadas a conservação e preservação ambiental, as praias, ao mesmo tempo, têm se tornado alvos de interesses capitalistas, com a apropriação dos valores estéticos relativos a conscientização ambiental. Isso opera com o discurso publicitário, em que se ver os interesses da lógica de desenvolvimento econômico da região turística, que circunscribe o local onde as praias se localizam (Mapa 1), conhecida como região da Costa dos Arrecifes (CONDEPE/FIDEM, 2011). Isso aponta para a importância regional das praias em relação ao turismo como principal atividade econômica desenvolvida na região.

**Mapa 1 - Localização da Praia dos Carneiros e de Guadalupe<sup>2</sup>**



Fonte: O autor, 2023.

2 Cada ponto do Mapa acima tem um símbolo e um significado correspondentes, foi utilizado a localização das praias referentes ao Google Maps e Earth, localizações que são referências para os usuários do Instagram. Os símbolos dos rios e praias são baseados na convenção feita pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) em seu Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2011). O uso dos símbolos para os rios se deu com o intuito de diferenciá-los das águas oceânicas. A cor rosa é em referência ao Instagram e o resto dos outros símbolos são convenções cartográficas nacionais e internacionais já consolidadas.

O Turismo e as atividades imobiliárias desenvolvidas na região onde as praias dos Carneiros e de Guadalupe se localizam condiciona a um fluxo de pessoas na região que estão muito atrelados a estas atividades econômicas, aumentando o número de visitantes, veranistas e turistas ao longo do ano. Isso se dar proporcionalmente dentro de um contexto de uma sociedade globalizada e digitalizada, caracterizada pelo uso das redes sociais. De modo que, os registros fotográficos de momentos com as praias e a publicidade turística e imobiliária das atividades desenvolvidas na região vão sendo representadas pelos usuários no aplicativo Instagram.

Tendo em vista, esse contexto da área das referidas praias, os Usuários do Instagram se inserem, muitas vezes, representando fotograficamente as características da área, sendo eles produtores de imagens para um aplicativo de compartilhamento de fotos e vídeos, que na atualidade vem exercendo um poder simbólico de visibilidade sobre as fotos (BIANCHI, 2017) de rios e paisagens (SALAZAR, 2017). Isto se deve ao uso que o aplicativo faz em relação à estética dos espaços e objetos (SALAZAR, 2017). Além disso, com publicações de imagens dos usuários do Instagram, colocam-se em pauta as fotos dos usuários acessíveis e abertas a serem visualizadas pelo público em geral que acessa o aplicativo.

No mundo, cada vez mais, intensifica-se a produção e consumo de fotos<sup>3</sup>, inseridas no aplicativo através de aparelhos de celulares, *smartsphones*, *iphones* e dentre outros equipamentos, colaborando para uma produção imagética em relação às praias. Desta forma, tornou-se cada mais fácil, a captura de fotos e visibilidade de imagens *online*, ao mesmo tempo em que, as praias dos Carneiros e de Guadalupe vem passando por um intenso processo de mobilização da visibilidade no Instagram. Sendo essas praias, um espaço turístico de uso e apropriação da natureza e cultura, devido aos artifícios que simbolizam os elementos naturais e culturais apropriados. Isto se dar com intuito de favorecer o discurso e prática da preservação e conservação ambiental e a inserção das praias no mercado de turismo, bem como o apontamento dos impactos gerados pelo Turismo nas áreas das praias e suas proximidades.

---

3 Nesse Trabalho se considerou para a análise apenas as fotos ou imagens inseridas no Instagram e no espaço do feed, não se considerou para análise, a produção imagética nos stories, nos vídeos dos reels e os Gifs, que são outras possibilidades de produção imagética que o aplicativo Instagram oferece aos usuários. Porém, isto revela uma diversidade de usos do Instagram, impactando na diversidade de registros fotográficos do feed, que são considerados nesse trabalho para fins analíticos.

Desta maneira, o processo de construção discursiva e apropriação simbólica que as imagens dos usuários do aplicativo Instagram fazem em relação às praias dos Carneiros e de Guadalupe, tem o intuito de visibilizar as praias. Isso coloca em pauta a estetização das paisagens, sendo este um fenômeno estético-político dentro e fora da lógica capitalista, que, segundo Lipovestsky e Serroy (2015), o Capitalismo está na sua fase Artista e Estético como forma de apropriação da paisagem pelo Capitalismo. Há, também, uma mobilização estética e política das Paisagens, que os usuários do aplicativo constroem simbolicamente a partir destas praias. Isso enaltece a importância simbólica e as disputas de narrativas relacionadas a estas praias para a manutenção dos discursos fotográficos. Enquanto o turismo coloca a praia como recurso ser utilizado por essa atividade econômica e pela publicidade turística, os usuários turistas ou visitantes veem a praia como meio para o entretenimento. Já para muitos usuários correspondentes aos grupos sociais locais, a praia é vista como meio de vida e de trabalho.

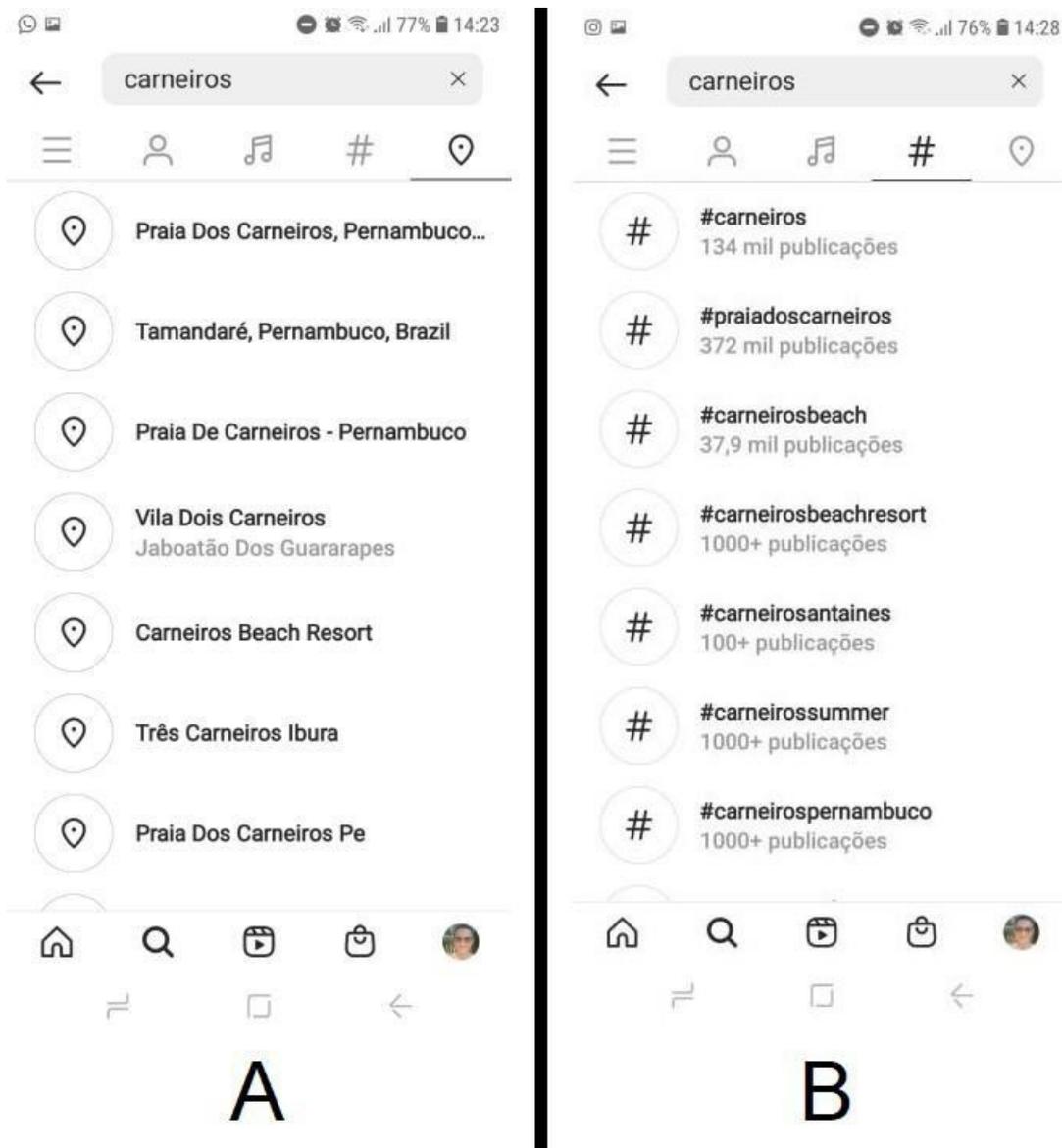
A estetização das paisagens é entendida dentro de um contexto de produção imagética que reflete situações no Capitalismo Artista e Estético e fora dele. Investigando isso, propõe-se analisar esse fenômeno que atinge as praias dos Carneiros e de Guadalupe através das produções imagéticas representativas das atividades turísticas, imobiliárias e de grupos sociais, sendo estes últimos, os que denunciam os impactos ambientais nas praias e reafirmam suas existências. Dessa forma, o aplicativo Instagram visibiliza os conflitos ambientais já vivenciados na área pelos interesses dos barqueiros e das grandes empresas ligadas ao setor turístico, hoteleiro e imobiliário.

O modo de produção capitalista ligado ao turismo e ao capital imobiliário mantém ativo o desejo de consumo nas pessoas para que elas utilizem lanchas e jetskis, mantendo também uma especulação imobiliária nas praias. Este setor imobiliário atua no avanço das construções de seus empreendimentos, os quais impactam ambientalmente as praias. Desta forma, o desejo de consumo é utilizado pelos empreendimentos imobiliários e turísticos para atrair mais pessoas visitarem a praia, movimentando o turismo e os interesses imobiliários e hoteleiros. Porém, este desejo de consumo mobiliza a estetização das paisagens visando os interesses do capitalismo artista e estético, utilizando-se de muitas publicações no aplicativo Instagram para a promoção de seus interesses.

Com isso, o processo de estetização das paisagens leva em conta, as construções discursivas e as apropriações simbólicas que as imagens dos perfis individuais e turísticos

fazem em relação as praias dos Carneiros e de Guadalupe. As fotos estão inseridas nas *hashtags* (#) e nas *ferramentas de Geolocalização* (Figura 1), que se estruturam através de algumas fotografias do aplicativo Instagram. As fotos geram os discursos fotográficos, que possuem suas apropriações simbólicas, sendo isso importante para compreensão de como se dar o uso turístico, imobiliário e ecológico-político das praias, a partir dos discursos fotográficos.

**Figura 1 - Prints de Telas (A e B) mostrando Exemplos de Ferramenta de geolocalização e Hashtags (#)**



Fonte: Instagram, pesquisa de 24 de agosto de 2021

Foi escolhido os perfis individuais e turísticos, porque estes são representativos em relação as atividades desenvolvidas na área das praias dos Carneiros e de Guadalupe, pois eles divulgam postagens com teor discursivo que é:

- Turístico: promotor das atividades turísticas do ponto de vista mercadológico;
- Estético: promotor da visibilidade, o embelezamento e o encantamento com as pessoas, patrimônios, paisagens, lugares e mercadorias;
- Publicitário: promotor das atividades imobiliárias e comerciais para atrair mais visitantes e moradores para o consumo nas praias;
- Ecológico-político: promotor da conservação e preservação ambiental nas áreas das praias, denunciando os impactos ambientais, para promover o patrimônio natural da APA de Guadalupe e o ZATAN, revela-se através das disputas de narrativas sobre as paisagens).

Esses discursos estão presentes nas publicações de imagens geolocalizadas na área das praias, conforme será detalhado na metodologia e nos próximos capítulos, que versam também, como foram feitos os recortes e as classificações das imagens que foram analisados. Lembrando que, foi feita uma análise levando em conta uma amostra de imagens que pudesse representar as atividades turísticas, imobiliárias e os grupos sociais locais através dos perfis de usuários do Instagram.

A partir disso, foi feita uma Geografia Política da paisagem (MACIEL, 2012), que reside no uso político da paisagem, com seus símbolos e linguagens, os quais atravessam os grupos e agentes sociais para fins de mobilização e construção discursiva, ajudando a refletir sobre a criação de esteriótipos, símbolos e narrativas relativas as Praias dos Carneiros e de Guadalupe dentro do contexto de uso da ferramenta digital Instagram. Essa ferramenta funciona como suporte para detectar as paisagens representadas, com isso vale resgatar a reflexão de Denis Cosgrove (2004) que afirma ser a Paisagem, uma maneira de ver, a qual serve de base para compreender a Paisagem através das relações sociais, políticas e culturais, relacionando isso com a estética da paisagem (BARROS, 2006).

Vale salientar que, a questão de representação estética dos usuários, imprime nas paisagens representadas, a produção e consumo de imagens, que vem a ser primordial na

compreensão da política da paisagem das Praias dos Carneiros e de Guadalupe conduzida pelas atividades turísticas, imobiliárias e de grupos sociais locais inseridos na praia e no Instagram. A inserção disso no meio digital auxilia na análise das relações de poder que se inscreve na utilização das imagens nas relações que os usuários estabelecem com elas, impactando na pesquisa sobre as representações das paisagens locais.

As fotos e seus discursos fotográficos no aplicativo Instagram se inserem nas relações de poder simbólico, que é o “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo” (BOURDIEU, 2001, p. 14). Essa concepção de poder simbólico proporciona o surgimento da estetização das paisagens, a partir das postagens e publicações que são visibilizados através das imagens online, estando relacionadas aos usos das praias pelas atividades turísticas, náuticas e pela conservação e preservação ambiental das Praias, as quais ao serem fotografadas pelos usuários do aplicativo são colocadas em visibilidade.

Desta forma, isso colocou em pauta como a estetização das paisagens se dar entre os usos imagéticos que se faz em relação às praias, utilizadas pela estética paisagística, de modo que esses usos estão inseridos simbolicamente no aplicativo, com suas fotos atravessadas pelas relações político-culturais com as praias. Um exemplo disso são as imagens com publicidade turística que tem slogans chamativos e atrativos, proporcionando um consumo de imagens ao curtir e ao sugerir a ida às praias, bem como a própria visita de turistas, usuários do Insta (como o aplicativo é popularmente conhecido).

A partir da leitura de estudos sobre a rede social Instagram e sua relação com os conceitos geográficos, partiu-se da dissertação de mestrado de Ana Clara Bianchi (2017) que aponta para os discursos fotográficos do aplicativo e seus usuários. Ela caracteriza a fotografia “não é apenas instrumento que retrata a realidade, mas que a produz. É um instrumento de poder simbólico”. (BIANCHI, 2017, p.120), isso liga as ideias dela ao conceito de poder simbólico, aprofundando a discussão da relação entre fotografia e poder simbólico através das ideias de Pierre Bourdieu (2001). Isso forneceu a base para discussões e desdobramentos em relação ao uso social das fotografias e dos materiais inseridos no Instagram.

Também, partiu-se de Manuela Salazar (2017), que em sua dissertação discute a questão da estetização do cotidiano pelo Instagram, aperfeiçoando a discussão com

contribuições de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) sobre a estetização como um processo de formação e manifestação do capitalismo artista e estético no mundo.

Desta forma, ao apontar a estetização, esse trabalho visa discutir um processo de produção capitalista que se apropria das formas estéticas construídas por fotos e materiais no Instagram, servindo de base para indicar os desdobramentos sobre o uso do aplicativo, que está relacionado aos usuários que se utilizam do mesmo para visualizar suas atividades, sejam elas turísticas, hoteleiras, comerciais e ecológico-políticas que visem a conservação e preservação ambiental, a visibilidade de modos de vida relacionados às praias e as disputas de narrativas que caracterizam os conflitos ambientais.

Além disso, situou o conceito geográfico de Paisagem na perspectiva das praias dos Carneiros e de Guadalupe, fazendo uma leitura sobre o caráter discursivo da paisagem com Caio Maciel (2012) e a sua geografia política da paisagem. Desta maneira, no intuito de estudar e separar os recortes de paisagens do Instagram, buscou-se integrar a noção do estudo sobre a cartografia de paisagens de Lucas Cavalcanti (2018), de forma a fornecer subsídios teóricos para propor um mapeamento de paisagens a partir do Instagram e o uso das fotos desse aplicativo na Geografia.

O estudo da geografia política da paisagem coloca em discussão os discursos fotográficos, inserindo-os no desdobramento do contexto de apropriação político-cultural das praias, sendo os discursos fotográficos formadores de uma geografia político-cultural da paisagem das praias. Desta forma, a apropriação da paisagem se torna imprescindível para o entendimento de como as praias vem sendo apropriadas pelos usuários do Instagram e utilizadas como forma de divulgar as praias e suas vidas por meio da rede social.

Os discursos fotográficos são condicionados pelas atividades desenvolvidas nas praias, isso aponta para a apropriação dos discursos e da praia por parte das atividades, revelando uma retroalimentação entre ambos. Nesse sentido, as imagens dos usuários exibem os usos que as praias possuem, mas sugerem aos outros usuários a verem as praias como paisagem utilizada por meio daqueles usos sugeridos nas imagens dos usuários do Instagram. Desta forma, os usuários do insta ao irem visitar, tem como referência a utilização da paisagem daquele mesmo jeito que é sugerido nas imagens.

Vale ressaltar que existem ações e intervenções nas praias que sugerem como se dar a produção de imagens, refletindo as formas de ver essas praias e suas paisagens, exemplos disso são: a parada do catamarã, as molduras alugadas e os fotógrafos profissionais na frente

da igreja de São Benedito na Praia dos Carneiros. Ou seja, o processo de produção de imagens dos usuários do Instagram atua nas instalações de equipamentos e pessoas nos lugares que alteram as dinâmicas de observação da paisagem, condicionando o consumo turístico na praia e o consumo de imagens através de curtidas online no Instagram.

O processo de convencimento dos usuários se dar através da psicopolítica (HAN, 2020) gerada pelas imagens veiculadas no Instagram. Esta política convence através das imagens, colocando em questão a relação social e comportamental estabelecida com as imagens, mobilizada pelo desejo de ir visitar as praias e consumir nelas, que pode ser mobilizado por outras mídias e formas de comunicação. Mas, no caso em questão, são os usuários do Instagram, que são mobilizadores da produção e consumo de imagens no aplicativo. Pois, isto mobiliza as representações das paisagens que atuam na estetização das paisagens pelo uso estético-político que se faz em relação as imagens e colaborando com a promoção do turismo e do capital imobiliário.

Já a noção de cartografia de paisagem (CAVALCANTI, 2018) será uma ferramenta utilizada neste trabalho, porém será adaptada, inserindo a questão da fotografia e dos materiais construídos pelos usuários do aplicativo, bem como a inserção e adaptação dessa cartografia de paisagem para a geografia cultural, de forma a favorecer, um caminho metodológico, com a análise e separação das tipologias de fotografias inseridas no Instagram. A noção de cartografia de paisagem auxilia, também, na apresentação e interpretação de materiais postados no aplicativo pelos seus usuários.

A pesquisa tem como objetivo geral, investigar nas imagens visualizadas no Instagram, a construção de discursos e a apropriação simbólica, por parte dos usuários do aplicativo, para a estetização das paisagens nas Praias dos Carneiros e de Guadalupe.

Como objetivos específicos, este trabalho visa, primeiro, analisar as fotos dos perfis de usuários individuais e turísticos que estão no Instagram por tipologia de imagens que retratem as mercadorias (por exemplo, placas de aluguel de veículos e casas, divulgação de resorts e hotéis), segundo, analisar as fotos de alguns perfis individuais e turísticos que estão no aplicativo por tipologia de imagens que retratem fotos aéreas e fotografias de paisagens, compreendendo os patrimônios, as disputas de narrativas e de paisagem entre diferentes grupos sociais com perfis online, e, terceiro, mapear os principais hotspots (pontos quentes) na praia dos Carneiros, que se baseie nos lugares sedes dos maiores perfis de usuários em

quantidade de publicações, seguidores e usuários seguindo, que estão ligados, principalmente, ao turismo e ao setor imobiliário.

## 2.1 Metodologia

Analisou-se as fotos na *ferramenta de geolocalização* e nas *hashtags* (#) que estão relacionadas com a APA de Guadalupe, a praia dos Carneiros e a praia de Guadalupe. Buscou-se selecionar, quais são as fotos que promovem discursos fotográficos, publicitários e turísticos. Desta forma, foram analisados esses discursos e as suas intenções visuais com estas praias, sendo algumas destas intenções amparadas na sedução estética promovida no âmbito do capitalismo artista e transestético (LIPOVETSKY; SERROY, 2015), principalmente, quando se trata das atividades turísticas e imobiliárias que usam o Instagram para se promoverem.

Com isso, analisou-se as relações de poder simbólico nos agenciamentos sociais realizados nas relações entre os usuários do Insta e as praias. Os agenciamentos constroem discursos fotográficos do Instagram, que se utilizam da paisagem (COSGROVE, 1998, 2004). Para analisar as relações de poder, mostrou-se como os usuários do Instagram ao se utilizarem de meios estéticos, podem agir politicamente para construção e ressignificação de uma subjetividade que estetiza partes das praias dos Carneiros e de Guadalupe. Desta forma, foram analisadas as atividades turísticas, imobiliárias, dos visitantes e dos grupos sociais nessas praias, relacionou-se essas atividades com a estética da paisagem (BARROS, 2006) e com a política da paisagem, que refletem na estetização das paisagens dentro das relações de poder envolvendo os enunciadores dos discursos fotográficos, os usuários do Instagram.

Além disso, foi feita uma análise estética das representações das paisagens construídas em perfis individuais com intuito de detectar as fotos de paisagens que os usuários do Instagram inserem nas *hashtags* (#) e nas *ferramentas de geolocalização*, com o intuito de diferenciar do discurso publicitário e turístico, os discursos fotográficos que estão num lado contra-hegemônico nas redes sociais. Foi estudado como os discursos se relacionam e por vezes conflitam entre si, disputando narrativas sobre as praias dos Carneiros e de Guadalupe, que envolvem interesses econômicos, sociais e políticos, que são investigados a partir da análise dos discursos fotográficos dos usuários do Instagram.

Com isso, detectando a estetização das paisagens das Praias dos Carneiros e de Guadalupe, discutiu-se um pouco como a produção e o consumo de imagens no Instagram são

capazes de ressignificar a noção de como se ver e se percebe as praias e estimular o consumo turístico e imobiliário. De forma que se analisa as praias nas suas dinâmicas paisagísticas, vistas a partir das postagens de fotos no aplicativo, que geram impactos na percepção dos usuários do Instagram sobre as paisagens das praias, trabalhando o conceito de paisagem aliado ao processo de estetização.

Além de investigar a estetização das paisagens através dos perfis e de suas fotos no Instagram que promovem o turismo e o capital imobiliário. Buscou-se ver as perspectivas de fotos dos perfis individuais que utilizam as *hashtags* (#) e as *ferramentas de geolocalização*, pois eles fornecem subsídios para falar dos grupos sociais que possuem relações estéticas com as paisagens. Os grupos sociais possuem perfis individuais no Instagram para visibilizar as questões socioambientais que as praias enfrentam.

Com o conceito de estetização da paisagem se analisou como a dinâmica paisagística das praias se tornou formadora de uma representação estética a partir do Instagram. Foi adotada a visão de que a paisagem é estrutura e estruturada pelo poder simbólico, sendo ela capaz de ser construída simbolicamente pela estética das paisagens (COSGROVE, 1998). Foi estabelecido também uma relação entre a demarcação pelo poder simbólico e a construção simbólica de paisagens demarcadas por esse poder.

Desta maneira, utilizando a paisagem como maneira de ver (COSGROVE, 2004), foi colocado em discussão a construção simbólica a partir de fotos de paisagens que estão inseridas no Instagram. As fotos de paisagens foram contextualizadas no âmbito do capitalismo artista e da produção de uma visão mercadológica das praias dos Carneiros e de Guadalupe. Com isso, investigou-se as maneiras de ver as praias, por diferentes grupos sociais, pessoas, mercadorias, tipos de fotos e pela estética paisagística empregada pelos usuários do aplicativo.

Foi realizado um trabalho de campo na praia dos Carneiros e de Guadalupe nos dias 27, 28 e 29 de Abril de 2022, com ele se procurou ver os conceitos geográficos e sua aplicabilidade, fazer um reconhecimento da área, além da observação das dinâmicas urbanas, turísticas e imobiliárias. Examinou-se in loco, os usos turísticos das paisagens através da fotografia de instagram e uso social que esta faz em relação as praias através dos usuários do aplicativo, analisando na prática o comportamento destes, principalmente, com a produção de

fotografias pelos turistas ou visitantes, que usam o Insta, nas praias em estudo. Contou-se com a colaboração da equipe do LECgeo (Laboratório de Espaço, Cultura e Política) para a produção de imagens dos lugares.

Buscou-se logo após o trabalho de campo, mapear os pontos de mais visibilidade das praias no Instagram, fazendo um pequeno diálogo com a cartografia de paisagens (CAVALCANTI, 2018), a partir das postagens de fotos dos usuários do aplicativo. Detectou-se os recortes de paisagens e seus usos estéticos, bem como a importância destes para caracterizar o discurso fotográfico sobre as praias, chamando atenção para o uso político e estético desses recortes.

Os recortes de paisagens foram feitos a partir de uma análise prévia dos pontos quentes (*hotspots*), que foram identificados a partir dos lugares sedes de usuários com maior quantidade de publicações, seguidores e usuários seguindo, e, por isso mais mobilizados sob o ponto de vista visual. Baseou-se na identificação desses hotspots, principalmente, os pontos de paradas que os catamarãs fazem, levando os turistas ou visitantes nos passeios. Com isso, investigou-se o porquê da visibilidade desses pontos, fornecendo embasamentos para um mapeamento de paisagens, a partir do uso de fotos. Desta forma, mapeando estes usuários e seus lugares sedes, tornou-se possível uma análise da estetização das paisagens das Praias dos Carneiros e de Guadalupe.

Mapeou-se, primeiramente, as atividades (que refletem os usos da praia) localizadas na praia dos Carneiros a partir do Google Maps. Com isso, logo em seguida, pesquisou-se cada uma dessas atividades no Instagram, de forma a organizar em tabelas os perfis de usuários, ao todo 96, sendo uma tabela de acordo com o número de publicações, outra com o número de seguidores e uma terceira com a quantidade de usuários seguindo (Tabelas 7, 8 e 9 do Apêndice).

Nesse sentido, a partir dessas tabelas, tornou-se possível a formulação de uma tabela para cada grupo de dados, que são os de publicações, seguidores e seguindo (essas tabelas estão no Apêndice deste trabalho, devido ao tamanho). Todas elas levaram em consideração a ordem decrescente dos dados, e, a partir disso foi feito uma série de mapeamentos, utilizando o Google Earth, levando em conta esses dados das tabelas. Foi feito um mapeamento para cada grupo de dados, considerando a quantidade de usuários e seus lugares sede, ou seja,

foram feitos mapas, sendo dois sobre dados de publicações (um feito em Google Earth e outro em QGis), outro sobre seguidores (Google Earth) e um sobre usuários seguindo (Google Earth), sendo estes 3 mapas abarcando os cinco maiores perfis de usuários em quantidade dados em ordem decrescente. Um outro mapa com dados concomitantes nos 3 mapas anteriores foi feito através do Google Earth.

Cada a mapa feito no Google Earth foi feito utilizando a ferramenta de demarcação de pontos, pesquisou-se cada nome correspondente a cada lugar sede de usuário do Instagram. Foi feito de forma minuciosa a procura de nomes dos usuários do Instagram na ferramenta de busca do Google Earth e demarcou-se cada ponto correspondente ao lugar sede.

Com isso, colocou-se em discussão e em análise os perfis de usuários e suas maneiras de ver, bem como o alcance da quantidade perfis de usuários com seus lugares sedes geolocalizados no mapa e devidamente demarcados, servindo de base para a formulação dos *hotspots*. Levou-se em conta, a quantidade dados de publicações, seguidores e de usuários seguindo, de forma a detectar o engajamento e os enquadramentos das imagens (pelos dados de publicações, analisando a produção imagética de alguns perfis). A compreensão disso se deu através dos dados veiculados pelo Instagram e sua relação com a praia dos Carneiros, que mobiliza paisagens e colabora para as atividades turísticas e imobiliárias, bem como os prováveis conflitos ambientais que se refletem na praia dos Carneiros e suas proximidades.

Logo em seguida, baseou-se na quantidade de publicações de 50 maiores perfis de usuários, inscritos em tabela, para ser feito o mapa de Geolocalização dos lugares sedes dos 50 perfis de usuários utilizando a plataforma QGIS para isso. Este mapa tem função de localizar os lugares sedes dos perfis de acordo com a quantidade das publicações, relacionando os lugares sedes dos perfis, com a quantidade de representações imagéticas de diversos lugares e paisagens possíveis que eles podem ter inseridos em seus perfis.

Foi levado em conta apenas os dados quantitativos, pois através do número de publicações e com a geolocalização dos lugares sedes dos perfis de usuários é possível analisar a capacidade de apropriação que cada perfil exerce em relação às imagens. Porém, levou-se em consideração a geolocalização dos lugares sedes dos perfis, como algo que impacta ambientalmente a praia dos Carneiros e arredores, devido a grande parte dos lugares

sedes dos perfis de usuários estarem ligados as atividades turísticas e imobiliárias, que são responsáveis por grande parte dos impactos ambientais na área.

O mapa foi feito utilizando o QGIS, mas também contou com o transporte dos pontos demarcados no Google Earth (Dados KML) para a plataforma do QGIS, auxiliando na feitura do mapa. Utilizou de dados dos lugares sedes de usuários que possuem uma grande quantidade de publicações, visando apontar uma relação entre dados coletados no Instagram e dados do Google Maps e Earth. De forma que isso favoreceu o surgimento do mapa dos 50 lugares sedes de perfis de usuários que tem as grandes quantidades de publicações e do Mapa de 5 usuários do Instagram e seus lugares sedes feito no QGIS também. Boa parte desse mapas representam a geolocalização de atividades turísticas na região da praia dos Carneiros e proximidades.

O uso do QGIS para esse trabalho se deu de forma atenta em minuciosa, principalmente, na conversão de dados KML provenientes do Google Earth para o QGIS, pois ao serem convertidos eles apontaram a geolocalização de dados de 50 lugares sedes de perfis. Trabalhar com essa quantidade de dados não permitiu a identificação de cada ponto do mapa, pois cada ponto se relaciona com a geolocalização. Desta forma, muitos pontos ficaram muito perto do outro não permitindo uma diferenciação plena do que cada ponto representa, mas apenas permitiu a sua distribuição e geolocalização no mapa de 50 perfis de usuários.

### 3 O MECANISMO DO INSTAGRAM, A CONSTRUÇÃO DE DISCURSOS FOTOGRÁFICOS E AS APROPRIAÇÕES SIMBÓLICAS DAS PAISAGENS

O Instagram é um aplicativo de compartilhamento de imagens *online* que se notabilizou ao longo desses anos, isso se deu desde 2010, quando se iniciaram as veiculações de imagens em rede, em formato quadrangular, que também tinham o intuito meramente de mostrar imagens relativas ao cotidiano de seus utilizadores. No entanto, a ferramenta tornou-se um fenômeno mais amplo ainda em 2015 quando o Facebook compra esta rede social.

O aplicativo surge no ensejo de colocar em visibilidade as fotos dos seus usuários de forma rápida e instantânea, de forma que o Instagram enaltece justamente as postagens dos perfis dos adeptos em forma quadrangular, isso os estimulou muito no início do aplicativo a representar paisagens de lugares, fazendo surgir ferramentas de geolocalização, em que os usuários colocam a localização em tempo real das fotos tiradas e postadas *online* no aplicativo.

#### 3.1 Características do Aplicativo Instagram

O Instagram é uma rede social que ao longo dos anos vem crescendo em uso, ao redor do mundo inteiro; a origem do seu nome se deve a junção dos verbetes em inglês, *instant* (instantâneo) e *telegram* (telegrama, do grego *tele-*, “longe”, mais *gramma*, “letra do alfabeto”, “mensagem”, “informação”), sendo criado em outubro de 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, surgiu com a função de compartilhamento de fotos e vídeos online, no intuito de promover a junção das funções da fotografia e da instantaneidade das redes, atuando no entrelaçamento de duas mídias, a fotografia e o telegrama (SILVEIRA, 2017).

Esta rede social *online* chegou à marca de 29 milhões de usuários no Brasil em 2015<sup>4</sup> (SILVEIRA, 2017), contando com a publicação de postagens de fotos e vídeos instantâneos sobre coisas e espaços (SALAZAR, 2017). Sendo popularizada bastante no Brasil, o Instagram tem se apropriado das paisagens, sendo isto, originado por:

[...] uma verdadeira economia estética e de uma estetização da vida cotidiana: em toda parte o real se constrói como uma imagem, integrando nesta uma dimensão estético-emocional que se tornou central na concorrência que as marcas travam entre si. É o que chamamos de capitalismo artista ou criativo transestético, que se caracteriza pelo peso crescente dos mercados da sensibilidade e do “design process”, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos lugares mercantis, de integração generalizada da arte, do “look” e do afeto no universo consumista. Criando uma paisagem econômica mundial caótica, ao mesmo tempo que estiliza o universo do

---

4 Segundo dados recentes da Revista Exame (2019), o Brasil, em 2019, tem mais de 66 milhões de Usuários do Instagram, sendo o segundo país com maior número de Usuários, ficando atrás apenas dos EUA, que tem mais de 110 milhões.

cotidiano, o capitalismo é muito menos um ogro que devora seus próprios filhos do que um Jano de duas faces. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 14)

Com isso, segundo a citação acima, é possível afirmar que a estetização das paisagens é um fenômeno mundial que vem se construindo pelas imagens e pelas realidades materiais que elas refletem e representam o cotidiano e o efêmero, sendo algumas postagens de fotos no Instagram, como se verá ao longo deste trabalho, influenciadas pela atual fase do Capitalismo. Tal fase pode ser caracterizada por ser artista ou criativa transtestética, relacionando-se ao conceito de território e paisagem, pois esta reflete toda a produção de imagens que o Instagram produz para o consumo de imagens, criando paisagens econômicas, mundiais e mercantis, como a citação acima aponta e conforme se mostrará visualmente neste trabalho.

Atualmente, as imagens do aplicativo em estudo estão inseridas no “excesso na fotografia vernacular digital, a partir da ideia de que os dispositivos fotográficos contemporâneos e os mecanismos de compartilhamento [criaram] um espaço de hiperconsumo de imagens no Instagram, alavancado pelas lógicas do consumismo na sociedade” (SALAZAR, 2017, p. 14). Isto conduz à reflexão que, juntamente com Lipovetsky e Serroy (2015), pode-se classificar o Instagram como uma ferramenta *online* de consumo de imagens postadas, curtidas, incentivadas pela publicidade e que divulgam paisagens de hiperconsumo, estetizando-as.

Na divulgação de imagens se formam verdadeiros mosaicos, quando são utilizadas as *hashtags* (#) e as ferramentas de geolocalização nas fotos no aplicativo, estimulando a divulgação e o consumo das imagens, formando discursos fotográficos das vivências das pessoas com os lugares e paisagens, divulgando-os no aplicativo.

### **3.2 O Instagram no Contexto do Panóptico Digital numa Sociedade da Transparência e Psicopolítica**

A ideia de Panóptico pode ser refletida a partir do seguinte trecho:

A sociedade de vigilância digital apresenta uma estrutura especial panóptica. O panóptico de Bentham consiste de células isoladas umas das outras. Os prisioneiros não podem se comunicar uns com os outros. As divisórias cuidam para que eles não possam ver uns aos outros. Tendo por finalidade o melhoramento, eles são expostos à solidão. Os habitantes do panóptico digital, em contrapartida, se conectam e se comunicam intensamente uns com os outros. Não o isolamento espacial e comunicativo, mas sim a conexão e a hipercomunicação que tornam o controle total possível. Os habitantes do panóptico digital não são prisioneiros. Eles vivem na ilusão da liberdade. Eles abastecem o panóptico digital com informações que eles emitem e expõem voluntariamente. A autoexposição é mais eficiente do que a exposição por meio de outro. Aí reside um paralelo com a autoexploração. A autoexploração é mais eficiente do que a exploração por outro porque ela é

acompanhada do sentimento de liberdade. Na autoexposição a exibição pornográfica e o controle panóptico coincidem. (HAN, 2018, p. 122 e 123)

Nesse sentido a ideia de Panóptico de Bentham, que tem o sentido mais restritivo, próprio de prisões, favorecendo uma arquitetura de vigilância e controle, a qual Foucault (1987) se dedicou ao estudo de forma a detectar o controle dos corpos e microfísica do poder, principalmente em prisões, já no Panóptico digital há uma ilusão de liberdade nos usuários de internet e de aplicativos, como, por exemplo, o Instagram. Nesse sentido, a ideia de panóptico digital está atrelada a vigilância e controle digital, de forma que isso se dar em cima da emissão e exposição que os usuários fazem voluntariamente em relação aos seus dados e fotos veiculados online, numa autoexploração, mediada pela exibição e controle, como se os usuários fossem prisioneiros na conexão e hipercomunicação, submetidos aos ditames do controle digital que as redes sociais exercem, influenciando os usuários a publicarem e se conectarem. No panóptico de Bentham existia uma restrição da liberdade, no panóptico digital há uma ilusão de liberdade, fazendo os usuários da internet e dos aplicativos terem a impressão que se é livre para publicar e consumir publicações, mas isso se limita a apenas publicações que pessoa curte, restringindo as pessoas que usam os aplicativos da internet a serem presos a dados que elas curtem e compartilham, determinando bolhas de conteúdos, restando apenas um sentimento de liberdade, aprisionando as pessoas em relação a bolha.

Nesse contexto, o Instagram é um aplicativo que não só veicula imagens, veicula o conteúdo contido nas imagens de forma *online*, vale ressaltar que na sociedade atual, onde as redes sociais se tornaram a maneira de se relacionar com as pessoas e os objetos, totalmente diferente, basta ver que, cada vez mais se compartilha e se curte imagens, isso alimenta o Big data<sup>5</sup> do aplicativo e os seus algoritmos, que atua para estimular cada vez mais o consumo de conteúdos e sua produção baseada nos conteúdos já veiculados nas redes, como bem apresenta o documentário O Dilema das Redes (2020).

O Big data e os algoritmos das redes sociais em especial o Instagram funcionam como uma espécie de “torre de comando” das imagens visibilizadas no aplicativo, é um sistema de dados numérico-simbólico que comanda as ações do aplicativo, justamente na visibilidade das imagens e na mobilização das imagens para angariarem curtidas e serem consumidas. Já que a

---

5 Big Data é como um conjunto de dados, que coletados, publicados e trocados, são usados para monitoramento e vigilância de conjuntos de dados grandes (macrodados), por parte das corporações que controlam a veiculação de dados online. O termo surgiu em meados da década de 1990 sendo utilizado para nomear uma grande quantidade de dados veiculados online, que atuam, na atualidade, como um registro total da vida (HAN, 2020).

produção de imagens do aplicativo depende da vontade intersubjetiva do usuário do aplicativo de postar e curtir, os algoritmos atuam no sentido a estimular a produção de imagens através do consumo de imagens já esperadas, num efeito espiral, estimulando o comportamento dos usuários para que eles postem e curtam imagens sobre determinados temas. Isto se relaciona com um tipo de macrodados chamado Social data: informações comportamentais coletadas de redes sociais onde há frenética interação entre usuários, de modo que acaba induzindo/reforçando certos padrões de ação de determinados grupos com características similares<sup>6</sup>. Outro tipo básico de macrodados que influenciam o Instagram chama-se Personal data, que, como o próprio nome diz, consiste em informações pessoais obtidas por vários aparelhos de uso individual ou coletivo, tais como *smartphones* ou quaisquer objetos interconectados em rede (internet das coisas). Neste caso obtêm-se preferências pessoais de indivíduos mediante estudo de padrões comportamentais, preferências estéticas e de consumo, etc. com ampla repercussão no próprio tipo de dados gerados subsequentemente<sup>7</sup>.

Porém, o Big data e os algoritmos atuam muito mais no estímulo ao consumo de imagens do que armazenamento de imagens *online*, isso sem dúvidas gera um impacto social, psicológico, político e geográfico, sendo esse último impacto o que este trabalho quer se debruçar indo ao encontro de uma das áreas mais turistificadas na praia dos Carneiros e Guadalupe que estão no litoral sul pernambucano e perto do estuário do rio Formoso.

Apesar de toda essa produção e consumo de imagens o Instagram não é ileso de críticas da sociedade que o atravessa. O filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2017) caracteriza essa sociedade como uma sociedade psicopolítica da transparência e do controle digital, que seria justamente aquela em que a política é praticada nas redes sociais sob a chancela das políticas das empresas proprietárias das redes sociais, que no caso do Instagram é o Facebook (que mudou seu nome recentemente para Meta), uma das maiores empresas de veiculação de dados pessoais no mundo.

A psicopolítica “é a técnica de dominação que estabiliza e mantém o sistema dominante através da programação e do controle psicológicos” (HAN, 2020, p. 107), nesse sentido as corporações que controlam as redes sociais e detêm a propriedade dessas e de muitos dados veiculados nelas, auxilia no controle do comportamento das pessoas, através da digitalização da sociedade, que se dar a partir do uso da programação de dados online.

---

6 *Idem.*

7 *Idem.*

Nesse quesito, a psicopolítica nada mais é do que a mobilização de comportamentos políticos para influenciar na psique humana, atuando no controle digital dos comportamentos humanos e mobilizando esses para uma intencionalidade política, por meio das redes sociais. Isso gera uma série de impactos não só na psique humana, mas sociais e geográficos, pois a dinâmica como vai se construindo os lugares também se altera na medida em que os comportamentos das pessoas em sociedade vão se transformando, frente às redes sociais e os aparatos tecnológicos que esta mobiliza a partir de suas postagens e curtidas, que movimentam os algoritmos.

O controle digital exercido pelas redes sociais, a partir das corporações que criaram as plataformas dos aplicativos, incluindo o Instagram, em que as pessoas que são usuários do Insta colocam e divulgam seus dados e imagens no aplicativo, e este se apropria disso para oferecer produtos e as pessoas divulgarem suas vidas numa espécie de servidão voluntária em que o Big Brother (Grande Irmão), que, segundo Han (2020), na atual sociedade, isso se transforma no Big data, o qual estaria a um clique de suas mãos. Isso coloca em discussão o patamar da digitalização da sociedade, gerando problemas sociais, mas também gerando redes de comunicação que muitas vezes freiam a força dos algoritmos com variadas *Hashtags* (#). Mas, vale salientar que o controle digital é exercido como uma vigilância por parte das empresas sob os conteúdos veiculados nas redes sociais, vindo à tona a discussão sobre ponóptico digital, que Han chama de um avançado modo como o capitalismo neoliberal vem adotando para vigiar as pessoas por meio das redes sociais, comercializando objetivos e sobretudo imagens. Mecanismos do Instagram, como explica Lopes:

[...] permitem inferências a partir do tempo de tela permanecido em cada publicação, dos padrões de curtidas e de outros comportamentos de uso. As técnicas remetem ao neuromarketing, explicado pelo dinamarquês Martin Lindstrom em *A Lógica do Consumo*, de 2008. No livro, o autor relata diferentes experiências que submeteram voluntários a determinadas imagens e registraram suas atividades neuronais durante a exposição. Os registros serviam para antecipar reações do público a campanhas publicitárias e lançamento de novos produtos, por exemplo. Em lógica semelhante, o Instagram exhibe para os usuários imagens com alto potencial de despertar engajamento [...] capaz de prever nossas próximas ações em seu ambiente (LOPES 2019).

A vigilância digital da vida das pessoas em sociedade tem sido alvo de muitas discussões sobre o direito à privacidade e aos dados digitais inseridos *online*, pois as informações sobre o controle de uma empresa como a Meta proporcionam modificar dinâmicas políticas e geográficas em relação aos contextos dos lugares em que as redes se

inserem, isso sem falar no poder de manipulação através das imagens de forma a visibilizar determinados contextos e formar discursos sobre os lugares que o Instagram mobiliza.

Essa manipulação das imagens coloca em discussão a espetacularização proporcionada pelas imagens e antecipada por Guy Debord ainda nos anos sessenta do século passado. No livro *A Sociedade do Espetáculo*, publicado em 1967, esse autor realizou uma crítica à sociedade capitalista, caracterizando-a como um sistema social e de produção no qual a vida transforma-se numa permanente acumulação de espetáculos. Para psicanalistas como Nicole Padilha, levando em consideração as ideias de Debord, “pode-se pensar que vivemos hoje, com as redes sociais, uma **reatualização da sociedade do espetáculo**, onde as pessoas relacionam-se a partir de postagens, de selfies e de imagens ideais, construindo um pseudomundo à parte” (PADILHA, 2017, p.104, grifo meu), em busca de felicidade manipulada.

Já o sociólogo Cláudio Novaes Pinto Coelho adverte para a necessidade de melhor compreender o conceito proposto por Debord uma vez que “a própria expressão ‘sociedade do espetáculo’ pode dar margem a interpretações equivocadas, se for entendida como o poder que as imagens exercem na sociedade contemporânea”. Para Coelho, é acertado que Guy Debord tenha definido o espetáculo como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens. Entretanto,

[...] ele também deixou claro que é impossível a separação entre essas relações sociais e as relações de produção e consumo de mercadorias. A sociedade do espetáculo corresponde a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens. O papel desempenhado pelo marketing, sua onipresença, ilustra perfeitamente bem o que Debord quis dizer: das relações interpessoais à política, passando pelas manifestações religiosas, tudo está mercantilizado e envolvido por imagens. Mas, se a sociedade do espetáculo só pode ser compreendida dentro do contexto da sociedade capitalista, isso não quer dizer que só nessa forma de vida social ocorre a produção de espetáculos (COELHO, 2011, p.59-60).

Como quer que seja, nesta reatualização da sociedade do espetáculo na era digital em que vivemos, a imagem pode alcançar patamares de influência muito forte sobre os destinos da sociedade, uma vez que o Capital se apropria da imagem, servindo-se disso como forma de construção estético-política para determinar como a sociedade vai se comportar e reagir; ou seja, vivemos na era em que a vigilância se dá muito pelas imagens e onde o Big Data das redes se apropria das imagens, influenciando em sua própria produção e reprodução.

### 3.3 Construção Discursiva e a Apropriação Simbólica: Formação das imagens nas Hashtags, Ferramentas de Geolocalização e nas postagens de fotos no Instagram

Pensando no fluxo de informações e dados veiculados no aplicativo Instagram, temos que, quando há postagens de imagens no aplicativo por parte dos seus usuários, conhecidos como Instagramers, veiculam-se imagens que constroem discursos fotográficos, baseados no padrão estético apresentado pelo aplicativo, como imagens de forma quadrada e que formam verdadeiros mosaicos quando junto a outras imagens de outros usuários do aplicativo.

Os mosaicos de imagens são caracterizados por uma diversidade de coisas e espaços que aparecem, conforme Manuela Salazar (2017) salienta. Isso caracteriza o fluxo de imagens em mosaicos, com mundos mosaicos, mas vale salientar que na inserção dessas imagens em tela altera a noção de fotografia, pois o que se tinha até então antes da invenção do Instagram e da fotografia digital, era a noção de fotografia muito atrelada, por exemplo, ao álbum de família, com o sentido de memória e lembrança. Com a fotografia digital, há uma alteração de sentido, como María Belén Ballesteros (2020) fala, o paradigma pós-fotográfico se caracteriza por ter as fotos veiculadas num aplicativo de internet, constituindo imagens codificadas pelos algoritmos da internet, formulando fotos com sentido comercial, propagandístico e de impacto, pois a foto é curtida e visualizada na internet.

O fato é que, a fotografia inserida no Instagram adquire uma função social e política que é totalmente diferente daquela própria de álbuns de família, há uma publicização de imagens e com isso uma massificação de imagens com diferentes graus de *feedback* ou engajamento de outros usuários; isso gera quase que uma banalização do visualizado, sobretudo quando se encontra uma diversidade de imagens veiculadas em tela dos mais diferentes usuários, tornando o simples ato de inserir uma foto no aplicativo, uma inserção social e política, colocando em discussão o grau de controle social que as redes sociais chegaram, quase que dizendo inconscientemente, para as pessoas existirem elas precisam ter um perfil de usuário no Instagram. Assim, tornou-se um modo de viver em pleno século XXI o ser, existir e estar neste aplicativo.<sup>8</sup>

Contudo, isso aumenta a noção de como as imagens *online* além de serem renovadoras, no quesito ao estilo e a forma com que são veiculadas e vistas, também renovam as formas com que lidamos e vemos as imagens, pois cada vez mais se aumentam as possibilidades de inserção de imagens no aplicativo retratando espaços e coisas diferentes e

---

<sup>8</sup> Claro que questões análogas acontecem em outras plataformas e aplicativos como Tik Tok, Kwai, BeReal ou Pinterest, porém o debate extrapolaria o foco da presente dissertação.

diversificadas, mas que apresentam tipologias diferenciadas pelas suas características e pela forma de como o algoritmo do aplicativo visibiliza e mobiliza essas imagens a partir da produção e consumo destas.

A forma de se veicular imagens anda atrelada ao registro de uma conta no aplicativo Instagram e também ao fazer perfis de usuário, sendo a veiculação de imagens em verdadeiros mosaicos para depois serem curtidas em formato de coração pelos usuários. Nisso as curtidas a essas imagens estão atreladas às pessoas (usuários do Insta) que seguem o perfil do usuário, as *hashtags* que o usuário segue e usa e as ferramentas de geolocalização que o usuário curte e coloca em evidencia como vai se transformando uma série de dados veiculados no aplicativo que sugere imagens para o usuário curtir, baseado nas opções de curtidas e visualizações que os usuários fazem nas publicações no aplicativo.

Com isso, os usuários vão formando mosaicos de imagens bastante diversificados nas Hashtags e Ferramentas de Geolocalização e nas ferramentas de busca de imagens no aplicativo, já que o mesmo oferece a ferramenta de exibição de imagens em miscelânea para que os instagramers possam curtir, isso é chamado de *timeline* (como se vê na Figura 2).

**Figura 2 - Exemplo do que é uma Timeline**



Fonte: Instagram, pesquisa de 28 de dezembro de 2022

Desta forma os usuários vão consumindo e produzindo imagens para o aplicativo, visando a publicação nos seus *feeds*, ou seja, seus mosaicos de imagens de seus perfis em suas contas de usuários do aplicativo.

Claro que existem múltiplas modalidades além de veiculação de imagens, como vídeos, *stories* e vídeos instantâneos diversos com ou sem som, que interferem de certa forma em como as imagens são veiculadas, pois o Instagram, além de oferecer mosaicos de imagens, oferece o movimento das imagens na tela, mas também o movimento das imagens em vídeos instantâneos atrai esteticamente.

As imagens em tela no aplicativo Instagram dão a nós que vemos, a impressão de que elas se movimentam, sensação essa sentida por meio da flutuação de imagens na *timeline* e na forma que os dedos se movimentam para passar para outra imagem e curtir em forma de coração, tudo isso carrega sentidos e signos que combinados aproximam o usuário da imagem, dando a impressão de que tocando na imagem estou mais próximo do que ela representa, isso carrega um sentido intersubjetivo, mas, ao mesmo tempo, populariza as imagens curtidas.

Todo esse processo de veiculação de imagens tem o intuito de favorecer a visibilidade, construindo discursos fotográficos que se apropriam dos lugares e paisagens, principalmente, com o intuito de se apropriar simbolicamente destes para a visibilidade *online* com direito a curtidas, que nada mais são do que o consumo de imagens, quanto mais curtidas a imagem tiver maior o consumo de imagens e maior o alcance delas de acordo com o algoritmo do aplicativo, isso influencia no comportamento das pessoas, na forma como as pessoas veiculam e produzem mais imagens com o intuito de angariar mais curtidas. Tudo isto pode ter relação, por exemplo, com técnicas de marketing e comunicação para a produção de imagens espetaculares de lugares turísticos, como os aqui estudados.

Nesse sentido vale refletir sobre a ideia de imagem-máquina<sup>9</sup>, formulação bastante interessante do livro organizado por André Parente (1993), quando nem mesmo existia o Instagram, pois essa noção já apontava para as imagens e suas relações com o virtual tecnológico podiam dar origem às representações virtuais dos lugares que poderiam acarretar consequências psicológicas devido ao consumo de imagens virtuais, como o texto de Philippe Quéau (1993), contido no referido livro, deixa claro.

Nisso as imagens virtuais evidenciam que o papel psicossocial e político que elas exercem é de influência nos espaços e coisas, categorias usadas por Manuela Salazar (*Op. cit.*) para caracterizar a mediação entre a rede social Instagram e sua capacidade de produção e consumo de imagens pelos seus usuários que de certa forma geram construções discursivas e apropriações simbólicas sobre o mundo, atuando na estetização do mundo (LIPOVESTKY; SERROY, 2015), mas sobretudo das paisagens e dos lugares.

---

9 O Conceito de Imagem-máquina aqui é apenas citado com finalidade de exemplificar os processos que envolvem a produção de imagens, pois esse conceito foi formulado quando ainda não existia o aplicativo Instagram. A formulação é problemática, pois não considera o papel ativo dos usuários do Instagram na produção imagética. O Instagram apesar de toda manipulação de imagens na Timeline através dos algoritmos, depende da produção imagética dos usuários.

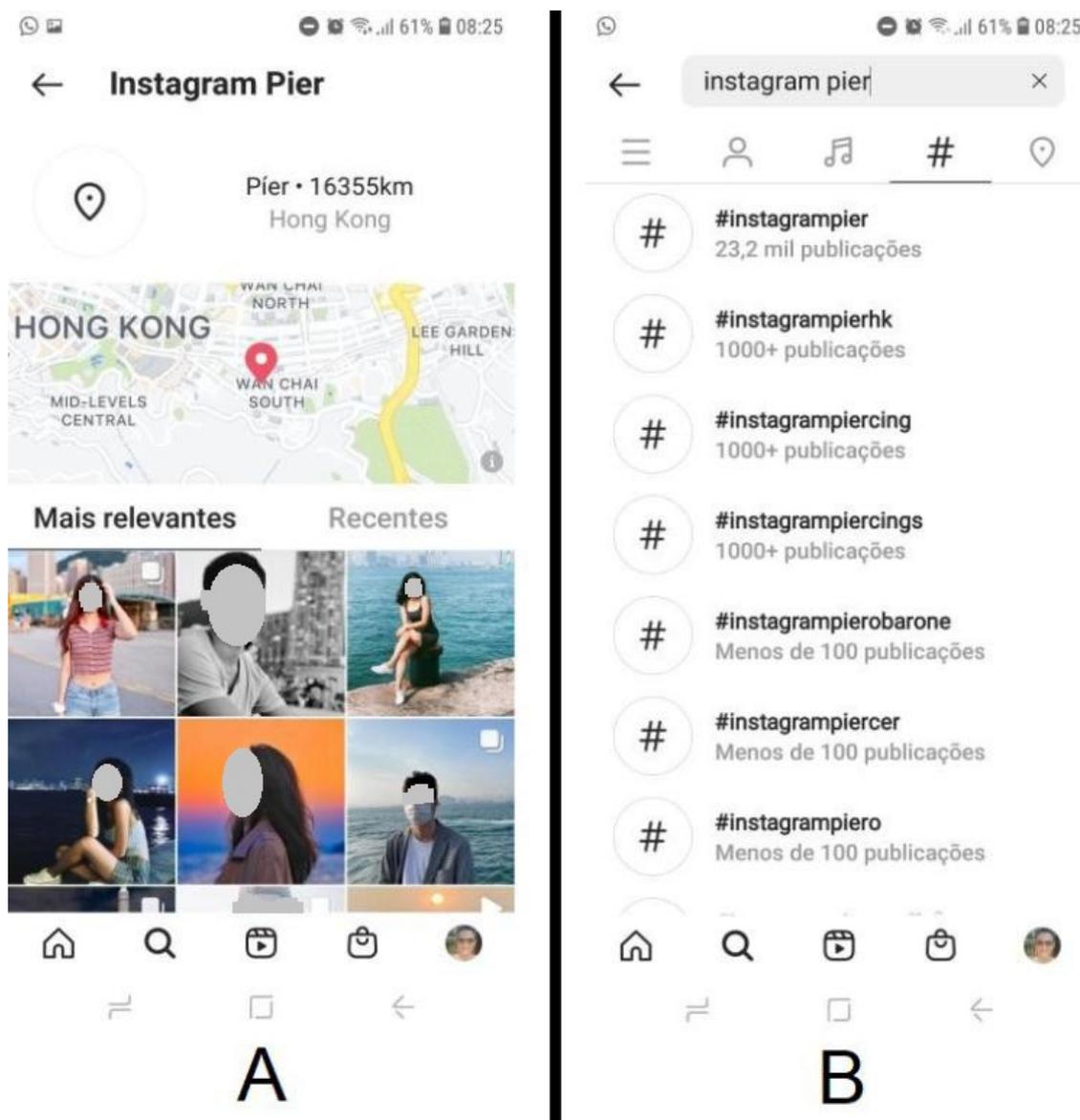
Além de estarmos numa sociedade psicopolítica da transparência e do controle digital, vale salientar a inserção do contexto do Capitalismo Artista e Estético em que se situa o aplicativo Instagram, pois além disso, nossa sociedade atual mobiliza as imagens com intuito de relacionar a estética com a política; com isso, o conceito de paisagem ganha uma importância maior nesse trabalho, pois a estética das paisagens está sendo substancialmente colocada em jogo de disputas políticas de narrativas e ações de gestão de territórios.

O Instagram é justamente o depositário das mais variadas narrativas e discursos sobre as paisagens e desta forma ele mobiliza visões e pensamentos diferentes de mundo e até por vezes gera relações conflituosas sobre uso e apropriação das paisagens, ao mesmo tempo em que as imagens são veiculadas num aplicativo de produção e consumo específico.

Desta forma, a construção discursiva dos usuários do Instagram se dá a partir das imagens veiculadas em postagens no aplicativo, que, colaborando para construir discursos fotográficos que atuam apropriando simbolicamente das paisagens dos lugares mais variados, constroem assim maneiras de ver as paisagens que são diferenciadas na medida em que há uma diferenciação de tipos de perfis, como individuais, governamentais, turísticos, empresariais e até de grupos sociais.

Os usuários do Instagram, nesse sentido, vem atuando de forma a contribuir não só na divulgação de discursos fotográficos, mas na construção de narrativas mediadas por imagens sobre os lugares, chegando até a alterar a toponímia de alguns lugares, como, por exemplo, é o caso do Instagram Pier (Figura 3) de Hong Kong na China (NATGEO, 2017). Além disso, toda construção discursiva dos usuários do Instagram que atua na criação de lugares pensados para estimular paisagens instagramáveis, como, por exemplo, o balanço na beira do rio Capibaribe, murais e enquadramentos em várias cidades (como, por exemplo, em Olinda) e o caranguejo na frente do Ginásio Pernambucano na rua da Aurora no Recife, modificando a dinâmica dos lugares, tornando-os fotografáveis e inseridos no instagram, ou seja, ajuda a definir as paisagens instagramáveis.

**Figura 3 - Prints<sup>10</sup> de Telas (A e B) mostrando a Ferramenta de Geolocalização do Instagram Pier e as Hashtags (#) referentes ao local**



Fonte: Instagram, pesquisa de 25 de agosto de 2021

A Área de Trabalho de Carga Pública do Distrito Ocidental, em Hong Kong na China, tornou-se conhecido como Instagram Pier devido à quantidade de pessoas que iam a esse cais no delta do rio das Pérolas (Zhu jiang), uma zona estuarina, na localidade de Sai Wan, em Hong Kong. A alteração ou modificação da toponímia para “Instagram Pier”, de fato comprova que a influência do aplicativo Instagram, dentro de um contexto maior de sociedade

<sup>10</sup> Print é uma captura de tela feita por aparelhos celulares ou smartphones, é uma foto do que se visualiza na própria tela do aparelho e Prints é o plural de Print.

da imagem, ressignifica e constrói discursivamente as paisagens, através das imagens, apropriando-se simbolicamente dos lugares, representando paisagens em mais variados ângulos, como se verá ao longo deste trabalho. Mais banal é a instalação de equipamentos urbanos ao longo de várias cidades e localidades mundo afora que convidam para um olhar, um enquadramento e uma captura em foto de paisagens já “marcadas”, ou de registro, quando não, obrigatório, pelo menos desejável, para se provar que realmente o usuário esteve naquele lugar.

Porém, este trabalho tem o intuito de investigar especificamente como o Instagram como rede social e digital pode justamente atuar na construção e apropriação simbólica das praias dos Carneiros e Guadalupe, que estão perto do estuário do rio Formoso, para justamente analisar como os discursos fotográficos atuam na construção discursiva e apropriação simbólica das paisagens e como elas se inserem dentro de uma sociedade psicopolítica da transparência e do espetáculo, bem como no contexto do Capitalismo Artista e Estético, gerando disputas de narrativas em torno desses enquadramentos imagéticos que são veiculados online.

Esses enquadramentos imagéticos ganham uma importância dentro do contexto da sociedade da imagem, que ao se utilizar do instagram ressignifica o uso das imagens e as funções das fotografias, coloca em questão o uso das imagens pelo aplicativo Instagram, sendo este uso determinado ao conteúdo das imagens. Por isso, é imprescindível analisar os discursos fotográficos como forma de deslindar como se estabelecem as relações entre imagens, paisagens e sujeitos, usuários do Insta.

## **4 A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS INSTAGRAMÁVEIS DA PRAIA DOS CARNEIROS E DE GUADALUPE: ENTRE PODER SÍMBÓLICO, QUADROS GEOGRÁFICOS, TURISMO E BALNEARIZAÇÃO**

### **4.1 Contexto Paisagístico das Praias dos Carneiros e de Guadalupe e sua inserção no Instagram**

A Praia dos Carneiros e de Guadalupe estão circunscritas ao Estuário do rio Formoso que abrange a área dos municípios de Tamandaré, Rio Formoso e Serinhaém. Os espelhos d'água desse estuário são visíveis nas publicações no Instagram, sendo que estes espelhos se notabilizam por abranger as proximidades da Praia dos Carneiros, em Tamandaré (PE), da Praia de Guadalupe, em Serinhaém (PE) e das outras praias menores perto da zona estuarina.

Além dessas características geográficas, há uma presença grande de uma vegetação relativa ao ecossistema manguezal, bem como partes de uma restinga e resquícios de mata atlântica. Isto forma uma paisagem natural exuberante, misturada aos coqueiros, residências, restaurantes e hotéis ao longo de suas margens. Contudo, a zona estuarina é integrada à APA (Área de Proteção Ambiental) de Guadalupe, criada no Decreto Estadual no. 19.635/97, que propõe áreas para uso sustentável e outras para a conservação. Isso proporciona a implantação de uma série de políticas ambientais e ligadas ao patrimônio natural na região e outras políticas que tem como alvo de interesses econômicos e sociais, ligados ao turismo, à população local, aos órgãos do governo do estado de Pernambuco e às prefeituras dos municípios de Tamandaré, Rio Formoso e Serinhaém.

A APA de Guadalupe tem o intuito de ordenar parte da orla marítima, associando a exploração turística com a manutenção dos ecossistemas costeiros. A unidade está presente nas terras dos municípios de Sirinhaém (19,5 % da superfície da APA), Tamandaré, Rio Formoso e Barreiros, totalizando 44.255 ha. A APA é dividida em 31.591 ha. de área continental e 12.664 ha. de área marítima (CORDEIRO, 2007).

Todavia, há toda uma série de transformações urbanas na cidade de Tamandaré, onde está localizada a Praia dos Carneiros. Isso proporciona o surgimento de uma grande atração de investimentos econômicos que colaboram para a implantação de empreendimentos turísticos e imobiliários na região. Nesse sentido, há um crescimento da presença do setor hoteleiro na região e a ampliação da PE-072 com acesso ao município de Tamandaré passando pela Praia dos Carneiros. Isso facilita o fluxo de pessoas para a praia dos Carneiros e, conseqüentemente,

para a praia de Guadalupe, que é próxima a Carneiros, pois as duas praias estão nas rotas turísticas criadas.

Tudo isso apontado anteriormente gera um aumento da influência dos empreendimentos capitalistas na modificação da configuração espacial da praia dos Carneiros. Pois, esse espaço, que era tido como isolado, como praia cercada, praia dos “donos de engenho”, com a expansão imobiliária e implantação do turismo na região se torna um destino turístico para hospedagem e entretenimento das pessoas. Isso impacta ambientalmente no lugar, gerando conflitos ambientais, que tornam Tamandaré, cidade onde está a praia, uma cidade com um processo de urbanização ocasionada pelo turismo e pelas imobiliárias.

Com isso, há um processo de produção capitalista nesse espaço da praia dos Carneiros que gera impactos ambientais. Contudo, ao mesmo tempo, esse processo se apropria do discurso ambiental para vender uma imagem da praia dos Carneiros e de Guadalupe como uma praia ligada à natureza e ao ecoturismo de aventura. Esse processo capitalista ressalta as características subjetivas de vivência com a praia para vendê-la. O uso da prática de contemplação da natureza e o ideal de lugar de descanso é vendido pelo turismo e pelas imobiliárias, criando uma ideia de praia dos Carneiros, que é estereotipada pelo turismo. Isso impacta a configuração espacial da praia de Guadalupe, pois o turismo e o capital imobiliário se implanta nesta praia gerando conflitos ambientais nessa praia também.

Apesar de toda construção de uma ideia de praia dos Carneiros idealizada pelo turismo e pelo capital imobiliário. Vale ressaltar que, além de ser cercada pela APA de Guadalupe, a praia dos Carneiros está inserida nas proximidades de uma APA Marinha denominada de Costa dos Corais. Esta APA Marinha visa a conservação marinha, principalmente, da espécie de peixe denominado Mero. Por sua vez a existência da APA Marinha, faz com que haja a presença do CEPENE (Centro de Pesquisa e Conservação da Biodiversidade Marinha do Nordeste). Este Centro é ligado às entidades do Governo Federal como ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade) e IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis) que são vinculados ao Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima.

Há ainda a presença do ZATAN (Zoneamento Ambiental e Territorial de Atividades Náuticas) que abrange boa parte das áreas das águas estuarinas próximas da Praia dos

Carneiros e de Guadalupe. O ZATAN serve para subsidiar o regramento e a fiscalização da circulação de lanchas, jet-skis, catamarans, barcos e quaisquer outras embarcações e equipamentos de atividades náuticas neste estuário. Isso funciona como uma delimitação política (constando num Decreto sancionado pelo Governo do Estado de Pernambuco) fruto de um amplo acordo social firmado entre todas as organizações de barqueiros e os demais agentes envolvidos (donos de Marinas, por exemplo).

Nesse sentido, o ZATAN é um zoneamento em implantação na área da APA de Guadalupe, pois por ser recente a sanção do decreto, ainda há conflitos ambientais em torno do regramento. O ZATAN mostra a necessidade de organização da territorialidade dos veículos náuticos e dos equipamentos ligados ao turismo nas águas desse estuário. Este zoneamento é de suma importância para o planejamento territorial da área estuarina que abrange o rio Formoso, Arinquiná e partes do mar que banham às praias dos Carneiros, Guadalupe e Campas, principalmente.

Toda a implantação dessa política do ZATAN ainda está em andamento no Estuário do Rio Formoso e coloca em questão os conflitos de interesses ligados ao uso da praia, do estuário e de parte área marinha que banham as praias. Isso colabora para disputas de narrativas sobre a paisagem e articulação desta para auxiliar a implantação de políticas ligadas à circulação de pessoas nas águas do estuário e nas praias dos Carneiros e de Guadalupe. De modo que isso serve de base para compreender a dinâmicas do turismo, comércio e da expansão imobiliária, com as quais esta zona estuarina está sendo impactada, auxiliando no mapeamento e delimitação das formas de ser, agir e estar na paisagem que a Consultoria ZATAN (2018) faz.

Claro que, além do ZATAN, há patrimônios culturais na zona estuarina e que estão nas proximidades, como a Igreja de São Benedito, conhecida como um cartão-postal da praia dos Carneiros. Essa igreja está num jogo de imagens que atrela muito sua imagem com a praia, conforme se aprofundará mais a frente. Há, também, a presença do Forte de Santo Inácio de Loyola, que tem toda uma história e arquitetura ligadas ao século XVII no contexto de invasões dos holandeses ao Brasil, como verificado numa visita a este forte em trabalho de campo. A igreja e o forte são construções de alto interesse sob o ponto de vista patrimonial, mas também do ponto de vista turístico e instagramável, já que atraí turistas e pessoas para tirarem fotos em suas proximidades.

A Igreja de São Benedito tem uma grande importância simbólica, pois é um espaço de parada e tiragem de fotos por todos aqueles que passam pela praia dos Carneiros. A história dessa igreja está atrelada ao antigo engenho local, que com sua decadência, teve suas terras vendidas aos empreendimentos turísticos e imobiliários. Com isso, houve uma preservação da igreja que é conhecida como Igrejinha dos Carneiros pela população local, localizando-se às margens do estuário do rio Formoso e na praia dos Carneiros, sendo considerada Patrimônio Histórico e Arquitetônico de Tamandaré (CASA DE PRAIA, 2021).

O espaço da praia dos Carneiros e proximidades se caracteriza por está ligado historicamente a um tsunami que aconteceu no século XVIII, em que o Forte Santo Inácio serviu de refúgio para a população, além de ser este mesmo Forte, palco de batalhas na época das invasões dos holandeses. Nesse sentido a praia dos Carneiros e suas proximidades foi alterando sua função social ao longo do tempo, indo desde uma praia isolada e fechada dentro das dependências de um engenho, passando a ser uma praia turística bastante visitada na atualidade.

Este espaço da praia dos Carneiros e de Guadalupe por vezes se revela como na conjuntura que o caracteriza por ser um território de conflitos e interesses, que se mostram através dos empreendimentos ainda presentes na atualidade. Um exemplo disso, é a parte sul da praia de Guadalupe que era pertencente uma casa grande de um engenho e agora uma parte dessas terras está sendo realizado a construção de um empreendimento turístico e imobiliário do Grupo JCPM. Outro exemplo de empreendimento ao redor das praias é a Usina Trapiche que tem plantações de cana presentes no município de Serinhaém, sendo esta usina próxima das praias dos Carneiros e de Guadalupe. Ainda vale ressaltar a existência do território do quilombo Engenho Siqueira no município de Rio Formoso e seu reconhecimento enquanto território (ARAÚJO, 2011).

Nesse sentido, as praias se cercam de conflitos e interesses, porém sempre há uma relação conflituosa com os empreendimentos, devido as consequências que eles trazem para as praias dos Carneiros e de Guadalupe, com disputas territoriais e de ressignificação dos espaços. Transformam-se estes espaços para que eles atendam aos interesses do grande Capital, colocando em prática um turismo de massa que afeta as relações entre as pessoas que circulam nas praias. Com o aumento da quantidade de pessoas que circulam nas praias, aumentam-se os problemas relacionados a circulação de embarcações e aos impactos

ambientais. Exemplos de impactos são: o desmatamento dos manguezais e restingas e o aumento da quantidade de lixo nas praias nas ruas de acesso a elas.

O Acesso à praia dos Carneiros acaba sendo comprometido pela presença de muitos empreendimentos turísticos, comerciais e imobiliários na praia, estreitando os acessos à praia e privatizando partes significativas desta. Com a presença de estacionamentos privados e restaurantes, que por estarem próximos da praia, suas dependências são acessadas através do pagamento de taxas, privatizando partes da praia. Além disso, há todo um esquema em que o acesso público a praia dos Carneiros fica restito à paciência de quem quer curtir a praia de forma gratuita, com uma fila enorme de carros e pessoas para acessarem a praia. Há muitas ilegalidades na restrição do acesso à praia, pois segundo Lei 7.661/88 no seu Artigo 10, a praia é um espaço público de uso comum.

Na praia de Guadalupe, por estar mais próxima ao manguezal e à restinga da APA de Guadalupe, há uma garantia de uma proteção ambiental significativa, com atividades ecoturistas se desenvolvendo no local. Apesar disso, já há uma série de impactos ambientais gerados pela construção de uma estrada que dar acesso ao empreendimento do Grupo JCPM (João Carlos Paes Mendonça). Essa estrada é uma parte do empreendimento e dar acesso a este. O empreendimento se localiza no município de Serinhaém, está próximo da praia de Guadalupe, sendo esta praia parecendo ser menos turistificada do que a praia dos Carneiros. Houve essa percepção, pois no trabalho de Campo foi percebido caráter expansionista do turismo de Carneiros e sua influência na implantação do turismo em Guadalupe, com rotas turísticas que vão de Carneiros para Guadalupe.

A praia dos Carneiros, segundo dados do TripAdvisor e divulgados pelo G1 (2021), é considerada a 12ª melhor praia do mundo, 2ª melhor da América do Sul e do Brasil, perdendo somente para Baía do Sancho em Fernando de Noronha. Embora tais classificações sejam muito questionáveis, a presença da praia nas listas traz à tona como ela está sendo visada pelo Turismo e passa a se tornar, a partir da capacidade e visibilidade do Instagram, alvo de produção e consumo de imagens por parte dos usuários (potenciais clientes) e das empresas turísticas que se utilizam do aplicativo.

O turismo na zona estuarina é uma das expressões políticas e culturais mais presentes nas publicações do aplicativo Instagram. Já que, nas praias, há uma presença de interesses

econômicos ligados aos serviços e comércios locais que estão cada vez mais se servindo da retroalimentação de imagens nos algoritmos no Instagram. Com isso, há toda uma produção e consumo de imagens instagramáveis sobre a região das praias, acabando por atrair mais turistas. Desta forma, há uma movimentação da economia do lugar, vindo pessoas de outros lugares do mundo e do Brasil, que se utilizam da rede social Instagram para divulgar a região e todos seus equipamentos turísticos e lugares disponíveis para visita e uso, num permanente e difuso movimento de causa e consequência.

Com isso, acaba-se gerando uma economia de trocas simbólicas (BOURDIEU. 2001) gerida pelo poder simbólico das postagens de imagens no Instagram. Isso se acopla bastante ao controle digital da corporação proprietária do Instagram sobre o que se publica na rede social, e, principalmente, sobre o que se vivencia nas praias dos Carneiros e de Guadalupe. Assim, as formas estéticas, produzidas sobre as paisagens dos lugares, são sensações e desejos de felicidade, que circulam entre os usuários subordinados a uma sedução estética, cujo o intuito é seduzir as pessoas para uma cultura de consumo de imagens instagramáveis. Essa cultura de consumo está intimamente relacionada ao turismo e o capital imobiliário da região, conforme mais a frente será deslindado.

#### **4.2 O Poder Simbólico nos Discursos Fotográficos do Instagram e as Concepções das Paisagens da Praia dos Carneiros e de Guadalupe (PE)**

Os Usuários do Instagram delimitam simbolicamente, de modo virtual, por meio da apropriação simbólica das praias, construindo discursivamente, as concepções da praia dos Carneiros e de Guadalupe. A construção discursiva se dá através dos conteúdos contidos nas fotos, estas são aliadas à apropriação simbólica, que estes discursos fotográficos no Instagram se utilizando das paisagens, representando-as através de imagens inseridas online.

A paisagem, como um conceito geográfico, “é estrutura e é estruturada pelo poder simbólico” (COSGROVE, 1998, p. 22), porém é importante, apontar para a capilaridade que este conceito possui em seu desdobramento na análise de relações de poder simbólico que envolve as praias em seus sentidos políticos e culturais, pois este lugar e suas paisagens são construídos através de códigos e linguagens imagéticas visibilizados no aplicativo Instagram.

Desta forma, o conceito de paisagem pode ser aprimorado, de modo que é salutar na análise do poder simbólico e sua relação com a água, praia, sol, mar e o turismo, pois a

compreensão da construção das formas estéticas se dá na visibilidade das fotos. Estas formas estão situadas no contexto histórico e cultural do costume de ir as praias, com isso possuem um simbolismo, enquanto fenômeno que se dar a partir da construção discursiva e da apropriação simbólico-cultural das paisagens. Isso se dar através de como esse costume de ir às praias se desenvolveu, apontando como na atualidade, esse costume se insere nas vidas das pessoas por meio das representações em tela, que os usuários do Instagram mobilizam. Um exemplo dessas representações se dar geralmente com aquelas que estão ligadas às praias dos Carneiros e de Guadalupe com as publicações de imagens no aplicativo Instagram.

Em cima da realidade das praias, a construção discursiva desse espaço como de lazer e de turismo que se dar historicamente, já que as praias são espaços onde há formas de manifestações do desejo pelos espaços na beira-mar, servindo de base para a organização do veraneio que contribuiu para a (re)organização da natureza litorânea e dos usos do espaço litorâneos ao longo da história (CORBIN, 1989). Vale ressaltar que a praia historicamente vai se transformando de um espaço denominado Território do Vazio (CORBIN, 1989), que é um espaço tido como abandonado e onde as pessoas não querem ir, por ser um espaço de medo e da repulsa, para se tornar um espaço onde vai se constituindo como de circulação de pessoas e banhistas. Isso se dar a partir do momento em que a medicina aconselha as pessoas irem nesses espaços, em meados do século XIX, criando valores que residem no bem estar e na saúde.

Com isso, foi se caracterizando a praia como lugar de consumo e para fins medicinais já no século XIX. Porém, indo para o Século XX, já se começa uma urbanização nas praias, com a construção de aparatos técnicos que tornam possível a circulação de pessoas e a criação de uma cultura de ir a praia e de tomar banho, que se liga muito ao entretenimento e ao lazer. Desta maneira, passam a surgir a moda praia, as estradas de acesso às praias, casas de veraneio, hotéis e todo o aparato de marketing, que visam o convencimento de ir à praia. Deste modo, vai se desvinculando um pouco, não totalmente, os valores da bem estar e saúde de ida à praia e vai transformando esse costume, para que ele comporte a finalidade de lazer e entretenimento, que já na atualidade atua em auxílio ao processo de urbanização das praias (VIDAL E CHRYSOSTOMO, 2021).

Essa urbanização das praias coloca estas como espaços públicos, principalmente no Brasil, com a legislação vigente. Porém, há uma aceitação das praias como locais de

habitação, entretenimento e lazer, de forma que aquele Território do Vazio, na atualidade se transforma, com a dinâmica urbana, num Território cheio de gente disputando, com vários interesses, principalmente capitalistas, que se apropriam do simbolismo e da significação que este espaço denominado praia tem. Isso também é visível no contexto local da praia dos Carneiros e de Guadalupe, pois o processo de simbolização e significação deste espaço, vai desde de como ele é concebido, um espaço abandonado, que vai se transformando num espaço de disputas de interesses.

Nesse contexto geral e atual das praias se insere a relação entre o poder simbólico, a paisagem e o contexto local da praia dos Carneiros e de Guadalupe, pois este local de lazer, entretenimento e moradia para muitas pessoas, vai se tornando alvo da utilização das redes sociais, como o Instagram. Isso se dar através dos agentes urbanos inseridos na praia, que vão simbolizando esse lugar, construindo as praias como historicamente e geograficamente espaços de lazer e entretenimento. Porém, para além de valores meramente simbólicos vão se implantando processos capitalistas de expansão urbana, imobiliária e turística nas praias baseados nos valores simbólicos dados às praias. Este fenômeno expansionista ganha visibilidade nas redes sociais a partir do momento em que usuários ligados esta expansão investem em publicidade através das redes sociais.

Desta forma, a paisagem que possui uma relação com o poder simbólico que se constrói discursivamente, vai se tornando moldada através das representações das fotos instagramáveis da praia dos Carneiros e de Guadalupe, que representam um dado contexto espacial e temporal das praias. Estas tem agentes urbanos que vão se adaptando e visibilizando esse contexto local das praias através dos ditames do aplicativo, visibilizando a subjetividade envolvida nos seus discursos fotográficos (BIANCHI, 2017) e na apropriação simbólica feita pelos usuários e pelo próprio aplicativo com representações das paisagens em variados ângulos. Como exemplo, podemos citar, a visualização da igrejinha dos Carneiros, pois esta é apropriada simbolicamente por estar presente na praia, visando construir discursos fotográficos que favorecem a tiragem de fotos de pessoas em sua frente, por exemplo.

Com isso, a construção discursiva e apropriação simbólica das paisagens é definida pela relação com as subjetividades que a representam (valores de entretenimento e lazer, principalmente), mas também pelas relações de poder simbólico, que é o “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do

mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo” (BOURDIEU, 2001, p. 14). Na praia dos Carneiros e de Guadalupe se visualiza essa construção discursiva com as placas dos Resorts e Hotéis ao longa da Estrada para Tamandaré e Carneiros, bem como o uso de Hashtags e perfis de usuários que com suas postagens de fotos constroem discursos sobre a praia, apropriando-se dela para a promoção do turismo, conforme será aprofundado nos próximos capítulos.

Desta forma, o poder simbólico se constrói, a partir das subjetividades intrínsecas à paisagem, representando-a através dos discursos fotográficos dos usuários do Instagram, que são dados pela enunciação, ou seja, pela postagem, visibilidade no aplicativo e apropriação simbólica, sendo estas partes constituintes da enunciação dos discursos fotográficos, que atuam através do compartilhamento de fotos, transformando a visão sobre a praia dos Carneiros e de Guadalupe através da inserção da fotografia digital no Instagram.

As imagens inseridas no aplicativo podem influenciar outros sujeitos a quererem visitar as paisagens representadas em tela, a isto se deve à (ao mesmo tempo em que reforça) forte atratividade turística da Praia dos Carneiros, valendo destacar o papel da rede hoteleira e de turismo náutico como atividades constituintes do discurso fotográfico, mas também como atividades econômicas que viabilizam o desenvolvimento capitalista do local, as quais são vistas com bastante evidência nas fotos do Instagram referentes à praia dos Carneiros e de Guadalupe, que mais adiante, neste trabalho, serão mais explicados.

As paisagens se configuram através do uso que se faz da praia dos Carneiros e de Guadalupe que circundam o estuário do rio Formoso, vistos sob a ótica dos usuários do Instagram. Os usos são basicamente feitos pelo turismo náutico, hoteleiro, empreendimentos imobiliários, barqueiros, marinas e pessoas que andam de lanchas, que são visíveis em fotos postadas no aplicativo em questão.

A Apropriação simbólica das praias se dá a partir do momento em que os usuários do Instagram postam fotos das coisas e espaços (SALAZAR, 2017) que estão inseridas ao contexto paisagístico daquelas praias, apropriando-se das paisagens, colocando-as em visibilidade no aplicativo. Desta maneira, as fotos postadas deixam de ser meras fotos banais e passam a ser imagens que constituem verdadeiros mosaicos de coisas, pessoas e espaços encontrados na praia dos Carneiros e de Guadalupe. As imagens se tornam formas de se fazer

apropriações simbólicas que mobilizam símbolos, patrimônios, lugares, objetos e características históricas, naturais e culturais que estão nas praias e nas paisagens.

De forma que, isso constitui o conteúdo das imagens veiculadas no aplicativo e fazem parte do enredo discursivo próprio das imagens produzidas pelos usuários do insta. Com isso, é estabelecida uma relação entre forma e conteúdo, que é própria das paisagens locais com o contexto de veiculação de imagens representativas do local, como imagens da igreja dos Carneiros, dos restaurantes e resorts ao redor, por exemplo.

Manuela Salazar (2017) categoriza as imagens do Instagram dentro de grandes grupos denominados de coisas, espaços e corpos, sendo as subcategorias, classificadas assim:

- Coisas: objetos cotidianos, botânica, comidas e bebidas;
- Espaços: decoração, paisagem, cidade, arquitetura;
- Corpos: fragmentos, selfies, retratos, grupos e pessoas.

Conseqüentemente, estas categorias são apontadas, como constituintes de mundos mosaicos no Instagram, apropriando-se principalmente dos espaços, onde os usuários do formulam visões sobre a natureza, sendo estas concepções sobre os espaços as que estão intrínsecas nas relações entre as pessoas e as paisagens através das fotografias, das comidas e das bebidas de marca que se usam e divulgam, através de propagandas do verde e o azul inseridos nas fotos e nas postagens dos designs das casas nas proximidades da praia que tem suas fotos inseridas no aplicativo.

Nesse sentido, as formulações, que dizem a respeito às fotografias, são apropriadas pelos usuários do Instagram com o intuito de divulgar publicidade turística e imobiliária, mas também divulgam momentos de suas vidas individuais. Isso visa uma construção de mosaicos que retratem o cotidiano e o efêmero, inseridos na fluidez do carácter das fotos que estão no aplicativo. Essa situação condiciona pausa para curtir as fotos e movimento para ver a instantaneidade com que as imagens vão sendo visualizadas na tela do celular e do computador.

O poder simbólico das fotos inseridas no Instagram influencia quem realmente as vê, pois se delega poder à fotografia, com isso, o ato de fotografar consiste em “apropriar-se da

coisa fotografada. Significa pôr a si mesmo em determinada relação com o mundo, semelhante ao conhecimento – e, portanto, ao poder” (SONTAG, 2004, p. 14). Nisso, a fotografia do Instagram em sua relação com o mundo, exerce o poder de visibilidade, ao se apropriar do que é fotografado e postado.

Desta maneira, o poder simbólico atua formulando concepções sobre a praia dos Carneiros e de Guadalupe, com os usuários do Instagram atuando no sentido de se apropriar do que é fotografado, representando simbolicamente as paisagens, a partir das concepções que os usuários do Instagram possuem sobre as referidas praias, daí a construção de discursos fotográficos desses usuários, que visa uma representação simbólica de modos de ver as paisagens por meio de postagens de fotos que apresentam o cotidiano e o efêmero em relação às praias aqui estudadas.

As concepções, que os usuários do Instagram têm com a praia dos Carneiros e de Guadalupe, são em relação a suas vivências efêmeras e cotidianas com estas praias, sendo estas as duas formas de concepções discursivas, pois, temos pessoas que possuem uma vivência temporária e outras que possuem uma vivência cotidiana; a exemplo disso temos, respectivamente, os turistas e os sujeitos locais que sobrevivem do turismo, sendo os locais os que tem mais vivência com as paisagens, sejam elas convencionais ou não convencionais para postagens no Insta.

Apesar de toda as experiências por parte dos turistas, existem as vivências daqueles que trabalham e sobrevivem do turismo, ecoturismo e marinas, pois, apesar de nem tudo ser apresentado no aplicativo, porque há vivências para além do que é apresentado no instagram, as vivências de alguns usuários do insta são demarcadas simbolicamente no aplicativo, formando mosaicos geolocalizados de imagens da praia dos Carneiros e de Guadalupe, que são fontes de discursos fotográficos do Instagram.

Os discursos fotográficos desvelam como as praias são vistas pelos usuários do Instagram, a apropriação simbólica das praias se dá ao mesmo tempo, pois as fotografias inseridas *online* constroem discursos, que apontam os roteiros percorridos pelos usuários nas praias, indicando os pontos mais visitados pelos instagramers<sup>11</sup> (LUZ, 2015).

---

11 Este é Outro nome que pode ser dado aos Usuários do Instagram.

### 4.3 As fotografias do Instagram e a relação entre estética e política

As fotografias do Instagram envolvem as relações de poder simbólico e a estetização do cotidiano (SALAZAR, 2017) e do efêmero<sup>12</sup> (LIPOVETSKY, 2009), coadunando para uma compreensão da apropriação simbólica e da construção de discursos fotográficos pelo aplicativo, vinculada à relação entre estética e política, a qual sobre isto, Jacques Rancière (2005) afirma que:

Existe, portanto, na base da política, uma “estética” [...], pode-se entendê-la [...] como o sistema das formas a priori determinando o que se dá a sentir. É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência. A política ocupa-se do que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo (RANCIÈRE, 2005, p.16 e 17).

Este trecho acima caracteriza que a política tem em sua base uma estética, que determina o visível e o invisível, de forma que, nas experiências cotidianas, a política acaba por determinar o que pode ser visível e invisível, e quem pode ver e ser visibilizado pela política. A política seleciona quem pode estar no jogo de imagens e de visibilidades, sendo isto determinante para desvelar, qual espaço está nesse jogo de visibilidade, pois quem está visível neste espaço carrega em si a valorização estética, dado que a política a determina no jogo de quem visibiliza e de quem torna visível.

Desta forma, é importante compreender que, o jogo de visibilidades – empregado pelos usuários do Instagram, que ansia de compartilhar fotos, tornadas imagens – funciona como uma ferramenta política, pois Rancière (2005) caracteriza a política como determinada pela partícula do sensível, sendo esse sensível, a própria visibilidade. No Instagram isso entra em sinergia com a geolocalização dos espaços. Assim, quanto mais espaços geolocalizados, mais as possibilidades de mobilização política e estética destes, como forma de promoção do turismo e de disputas de narrativas entre os usuários do insta. As funções do aplicativo demarcam simbolicamente as fotografias que representando qualquer espaço, são determinantes na representação das paisagens das fotos *online*. Isso estabelece a relação entre estética e política, que é visibilizada através do ato de postar fotos no aplicativo. As relações de poder simbólico atuam no sentido de visibilizar certos espaços em detrimento de outros,

12 O aplicativo Instagram possui, como já afirmado, os denominados “*stories*”, que retratam experiências mais efêmeras ainda com relação ao mundo que os cerca, porém os stories são foram um foco deste trabalho, mas sim as fotografias do *feed*, que formam mosaicos de imagens compartilhadas no aplicativo, que ao contrário dos stories, permanecem no aplicativo por bem mais tempo, proporcionando curtidas, comentários e uma estetização mais intensa das imagens.

construindo imagens de praias idealizadas, estereotipadas e raras sob o ponto de vista de visibilidade, porque estão no plano da idealização.

Esta Idealização passa pelo plano da imaginação, da edição de fotos e de todo o aparato técnico para a criação do belo, o qual é matéria-prima na criação de imagens da praia que levam em conta o embelezamento das fotos por um aplicativo. O desejo de idealização vai diretamente se relacionando com as imagens atingidas por meio de um aparato técnico. Este permite ao ser humano, criar e enxergar imagens que possuem características estéticas atraentes sob o ponto de vista persuasivo. Isso insere as postagens no âmbito da sedução estética que busca a construção discursos fotográficos convincentes, levando em conta as convenções sociais de beleza que assim se impõem na sociedade. As postagens e sua persuasão criam e recriam as convenções do que é belo e do que pode ser tornar visível e curtido, isso sendo fruto de uma psicopolítica que mobiliza o poder simbólico para tal.

A Capacidade de persuasão e de mobilização do desejo de ir às praias atuam no convencimento dos usuários do Instagram, utilizando de convenções de beleza que são socialmente determinadas, mas que moldam olhar de quem utiliza o Instagram. Há um adestramento do olhar para que este olhar seja apenas aquilo que se ver nas publicações dos usuários que recebem mais curtidas e visualizações, mobilizando certas imagens em detrimento de outras. Nesse caso, o jogo de visibilidade é muito ligado a mobilização das hashtags, das ferramentas de geolocalização, bem como o número de seguidores que seguem determinados perfis de usuário, determinando quem pode ter mais alcance e visibilidade.

Isto proporciona o uso político da estética das fotos da praia dos Carneiros e de Guadalupe postadas no aplicativo, pois algumas destas imagens estão atreladas ao uso das paisagens, por parte dos representantes das marinas, resorts e hotéis, por exemplo. Esses representantes se apropriam simbolicamente, amparados nos discursos fotográficos dos usuários do Instagram que viabilizam a estetização das praias, elegendo e valorizando certas paisagens (e, no limite, apenas certos focos de visibilidade em relação a outros locais).

Com isso, a sedução estética vai elegendo e valorizando certas paisagens, a eleição destas é através de como os usuários do instagram curtem e visualizam as imagens que representam as paisagens simbolicamente. Estas representações são baseadas na valorização que se dar de modo subjetivo a estas paisagens, essa subjetividade é determinada pelo desejo

de ir a aquele lugar da praia e tirar foto. Isso gera o ideal relacionado ao status de exibir essa imagem online e receber curtidas e se tornar visível no instagram, de forma a transparecer que “estou na praia”. Porém, essa transparência é ligada ao comportamento de postar fotos e construir discursos fotográficos numa produção imagética que reproduz a vigilância de si mesmo e dos outros sobre a vida de quem posta.

A vida da pessoa que posta fotos tiradas nas praias é vigiada pelos outros usuários do instagram que seguem essa pessoa no Insta, proporcionando um contexto que a estética das fotografias do instagram que persuadem as pessoas a irem as praias no contexto de sociedade da transparência psicopolítica (HAN, 2018). Esse contexto se liga a sedução estética dentro do Capitalismo Artista e Estético.

Conseqüentemente, a praia dos Carneiros e de Guadalupe, ao serem apropriadas simbolicamente, têm suas paisagens utilizadas pelos instagramers, que criam discursos fotográficos, visibilizando o turismo e o comércio nas praias, sendo isso observado de forma mais detalhada nos próximos capítulos. Desta maneira, o Instagram se torna um instrumento poderoso nas mãos dos seus utilizadores ou usuários, que tornam visível as praias, sendo os usuários aqueles que exercem um poder simbólico nas suas postagens de fotos, propondo qual rio/praiia/objeto construído pode ser visto no aplicativo de compartilhamento de fotos ou imagens.

#### **4.4 Reflexão sobre os Quadros Geográficos e a Praia dos Carneiros e de Guadalupe**

Quadros geográficos estão atrelados à geografia como uma forma de pensar, estruturam um pensamento geográfico que serve para tornar elementar a descrição sobre o mundo que estes quadros representam. A ideia de quadros geográficos visa resgatar da geografia o *grafar*, como desenho, marca, inscrição e registro, que se caracteriza por representar o mundo, denominando esse termo em sua polissemia, a partir de uma análise de figuras, gráficos ou grandes diagnósticos, enquadrando um número variado de informações (GOMES, 2017)

Toda a estruturação de informações serve aos quadros geográficos, pois eles são significativos na compreensão das coisas em conjunto, sendo os dados contidos em sua composição fruto de uma reflexão e enquadramento que transita sobre as “cenas da vida” (*Idem*, p. 96), mas, sobretudo, coloca esses e sua relação com as imagens enquadradas como

“técnica de poder e instrumento de saber” (*Idem*, p. 97), abrangendo as informações geográficas depositadas sobre ele.

Nesse sentido, propõe-se refletir como os usuários do Instagram, representando algumas partes da praia dos Carneiros, podem construir quadros geográficos que são seletivos quanto a praia. Analisa-se, com isso, como se dá o enquadramento de imagens, que são seletivas em seu recorte, problematizando o contexto espacial e digital que as origina, bem como o que pode “ser visibilizado” ou “não visibilizado”, a partir da análise dos discursos fotográficos. Desta maneira, enquadrar imagens é um artifício de poder simbólico que no meio digital, especialmente Instagram, vem consolidando uma cultura visual que vem caracterizando esse aplicativo a partir de uma perspectiva transformadora da compreensão de como lidamos com a praia e a imagem em si. Em alguns casos, a produção imagética dos usuários do Instagram, denominada de pós-fotografia que se caracteriza como “um conjunto categórico mais amplo, na qual se inscrevem fenômenos recentes de reprodução cibernética e mídia de massa da imagem analógica” (BALLESTEROS, 2020, p. 17, Tradução Livre).

Toda a transformação cibernética sofrida pela fotografia impacta em como percebermos o mundo e como representamos ele a partir de imagens. A fotografia digital inserida no instagram coloca em questão os papéis sociais, culturais, econômicos e psicopolíticos das imagens. Isso vai desde a manipulação dos algoritmos do aplicativo Instagram (pelos usuários e pela corporação proprietária do Insta) até o usuário do aplicativo com seus perfis que atua na postagem de imagens, que reproduzem as fotos no aplicativo e agem nas repercussões dessas fotografias através de curtidas e compartilhamentos.

Aqui vale ressaltar que quando se fala de fotografia, é importante frisar que a ela caracteriza como os usuários do Instagram atuam na produção de fotos. As imagens, quando visualizadas pelos usuários do aplicativo, são consumidas através de curtidas, compartilhamentos, visualizações e comentários. As imagens produzem uma ampla gama de possibilidades que se tornou visível e palpável, caracterizando o fenômeno do uso das imagens para fins diversos, mas dentro de uma dinâmica algorítmica de manipulação dessas imagens para o seu consumo.

Assim, como técnica de poder os usuários do Instagram atuam nessa dimensão de manipulação do algoritmo, alimentando a plataforma de dados, sendo o Insta, um instrumento técnico de disseminação de saberes que são veiculados aos produtores de imagens, os usuários do instagram. Atualmente, os instagramers exercem profissões derivadas dessa prática de

postagens de fotos no aplicativo, como os produtores de conteúdos e os digital influencers, por exemplo.

Nessa dinâmica de produção e consumo de imagens, os quadros geográficos se tornam seletivos e determinados, pois são mobilizados pelo poder simbólico dos usuários. De forma que os usuários, como no caso da praia dos Carneiros, mobilizam suas postagens sob o ponto de vista da visibilidade turística, hoteleira e imobiliária. Nesse sentido, há uma lógica capitalista, a qual muitos estão submetidos, seja por meio do consumo de imagens e na praia propriamente dita ou se o usuário for pertencente um dos empreendimentos presentes na praia.

A praia de Guadalupe é vista por muitos usuários do Insta como lugar deserto e perigoso e de entretenimento ligado muito a passar argila no corpo ou um contato maior com a natureza. Na praia dos Carneiros se vê mais cenas da vida de visitantes correspondentes aos usuários do Instagram em suas postagens de fotos, que vão se multiplicando em quantidade, devido ao maior fluxo de pessoas à praia. Isso proporciona o surgimento da situação, em que há propagandas de perfis turísticos e o uso das imagens de drones. Com isso, há uma mobilização imagética da praia de Guadalupe que é determinada pela questão paisagística de patrimônio natural e dos grupos sociais dos barqueiros e de pessoas ligadas a APA, conforme será explicado mais a frente no Capítulo 5.

A realidade é que determina o conteúdo das imagens das praias, mas há uma seletividade no conteúdo determinado pelos usuários do aplicativo Instagram, pois o status atribuído às postagens determina se ela se tornará mais visibilizada. Isso pode ser por meio de compra de likes, propaganda turística e marketing, que dão visibilidade aos conteúdos mais engajados no Instagram, sintoma de uma sociedade de consumo digital que não visibiliza alguns processos sociais com mesma potência do que o turismo. Um exemplo disso são os impactos ambientais na APA de Guadalupe, pois para o algoritmo do aplicativo é mais lucrativo enaltecer o turismo presente nas praias, atraindo os usuários ao mercado de consumo turístico, do que mostrar como a APA de Guadalupe sua população local sofre com os impactos ambientais gerados pelo turismo. Isso também é reflexo de um contexto local em que há conflitos socioambientais vivenciados entre a população local e os empreendimentos imobiliários e turísticos.

A Cotidianidade e a Efemeridade da vida se misturam para formar mosaicos de imagens, algumas geolocalizáveis, para caracterizar um estilo de vida dentro de uma vivência

que passa por aquele que ver as imagens e curte, sobretudo pelo alto grau de informações e dados que elas carregam ao serem veiculadas na internet, pois quando postadas no Instagram, elas atuam no direcionamento do consumo e na invenção de bolhas ou grupos de públicos voltados a isso, sendo uma ferramenta de geomarketing<sup>13</sup> bastante importante para as empresas, especialmente, as turísticas, lidando com a mercantilização das paisagens.

Claro que as postagens inseridas no Instagram lida com subjetividade do mundo vivido, como ir a um lugar preferido, postar fotos do que chamou atenção, vivenciar com aquele lugar sensações e momentos, registrando esses, enquadrando eles, como se estivesse inserindo num álbum de fotos publico em que os usuários interagem entre si no aplicativo, colocando em questão o papel das imagens na comunicação entre as pessoas, sendo que as imagens online funcionam como mediadoras de suas relações com o mundo, criando formas de pensar o mundo e os lugares, passando pela paisagem e pelos quadros geográficos constituídos através das representações e implicações das paisagens a partir das imagens veiculadas pelos usuários no instagram.

As Imagens do Instagram carregam em si as subjetividades inseridas nas suas formas e estilos, pois se movem da necessidade de imaginar aquilo que se constitui como belo digital, colocando em evidencia a virtualidade da fotografia, isso gera uma necessidade de aprovação nos usuários, de forma que a afetividade é colocada como meio de obtenção de curtidas, sendo estas, visíveis através de símbolos, como, por exemplo, o coração gerado em cima das postagens através de curtidas.

Existe assim, a percepção de que imaginários geográficos no instagram são constituídos pelas aprovações promovidas pelas curtidas, compartilhamentos e visualizações que os usuários esperam ao postar suas fotos, transformando estas em imagens ao serem inseridas no aplicativo, essa promoção se torna pré-requisito para postagens serem aceitas pelos algoritmos do aplicativo. Logo, os usuários tentam construir imagens baseadas em padrões aceitos e com estilos que angariam curtidas, por parte de quem o segue, o algoritmo vai comandando como as imagens vão sendo conhecidas e vai direcionando elas na tela do dispositivo para que o usuário tenha a interação a partir do celular ou computador.

A Base para a construção dos imaginários são as aprovações, logo, as construções imagéticas inseridas no aplicativo vão revelar as imagens mais ideais e mais idealizadas

---

13 “Geomarketing pode ser definido como a área que estuda as relações entre as estratégias e políticas de negócios e o território ou espaço onde a empresa, seus clientes, consumidores, fornecedores e pontos de distribuição se localizam”. (GEOFUSION, 2023)

possíveis, a estetização do belo digital imprime nas imagens suas características que possam revelar a beleza estética envolvida no âmbito da representação das paisagens do lugar.

A Estetização da vida conduz os usuários a imprimir características padronizadas de estilos de fotos e formas de se portar nessas fotos, que condicionam as paisagens a partir da aceitação social que elas podem obter por meio de curtidas no instagram.

Desta forma, o conjunto de imagens da praia dos Carneiros, por exemplo, ilustra, como as pessoas vão querer ir a determinado lugar para tirar fotos e postar no aplicativo, condicionando o consumo turístico da praia para tirar fotos, colocando a subjetividade desses atos inseridas na construção dos imaginários geográficos construídos pelos Usuários do instagram, colocando a ideia de que a praia em as formas estéticas, pode se tornar apresentável no instagram, pondo em evidencia a igreja dos carneiros como principal atrativo, os bangalôs, as hospedarias e os passeios turísticos vão construindo um imaginário geográfico de uma praia ideal, bonita e paradisíaca, evidenciando o que se pode fazer e se consumir na praia.

Esse imaginário geográfico tem uma tonalidade política, pois condiciona os visitantes a irem em locais específicos da praia para tirar foto e postar no Instagram, gerando uma cultura visual ligada a afetividade pela praia que é condicionada pela veiculação de suas imagens no Instagram, gerando cenários sugestivos de beleza para o consumo, que podem ser alimentados de forma justa e até plausível pela afetividade em relação ao lugar e em relação à aprovação que os usuários possuem em relação as suas postagens representativas das paisagens da praia.

Claro que existem dinâmicas subjetivas de imaginários que não giram em torno do consumo puro e simples de imagens, mas existe uma predominância na produção imagética em relação ao concionamento que elas vão direcionando, afinal de contas, existem lugares preferidos pelas pessoas e pelo turismo de forma predominante.

Como se pode ver as afetividades em relação ao lugar e se dar em relação as aprovações promovidas pelas curtidas no instagram, estando estas associadas a produção de imaginários geográficos de praia ideal, bonita e paradisíaca. Porém, existem formas de pensar o imaginário geográfico da praia dos Carneiros, que são associadas às afetividades em relação ao lugar, pois, isto é condicionado pela vivência desenvolvida por alguns usuários que não buscam única e exclusivamente as aprovações por curtidas como critério para ir ao lugar,

geralmente essas postagens não tem um tão grande alcance como outras, nem tampouco se interessam unicamente pela aprovação social que as suas postagens possam exercer.

Diferentemente das aprovações pelas curtidas, compartilhamentos e visualizações, outros usuários, como aqueles veiculados a hashtag #somostodoszatan, ao usuário @sequilhoscarneiros e dentre outros (conforme mais a frente será demonstrado no Capítulo 5), interessam mais em mostrar suas vivências subjetivas, para reafirmar suas vidas e existências, do que a aprovação social em relação a suas postagens, desta forma, revelam que o instagram, apesar de manipular os algoritmos e padronizar suas postagens, permite que outras visões tenham visibilidade, apesar de não terem tantas curtidas como em outras postagens de outros usuários.

#### **4.5 Reflexão sobre as Imagens da Sociedade do Espetáculo, das Mercadorias e do Turismo**

Baseado em Salazar (2017), Lipovetsky e Serroy (2015), a Estetização é um termo desenvolvido justamente para descrever como a estética mobilizada pela política pode colocar em discussão a construção discursiva e apropriação simbólica que, no caso específico do Instagram, colaboram para representação estético-política das paisagens.

Quando se trata da praia dos Carneiros e de Guadalupe, há que se deixar bastante claro que, devido a turistificação deste local e da mobilização imagética que o Instagram e seus usuários empregam, há múltiplas perspectivas sobre o mesmo lugar, por isso vale ressaltar a classificação de Manuela Salazar (2017) para justamente colocar em discussão as variadas formas de representação das paisagens que os usuários do Instagram empregam. Desta maneira, vale ressaltar que não se pretende esgotar as visibilidades de todos os usuários e suas fotos, mas tornar visível as principais formas de representação das paisagens a partir das suas tipologias, que são divididas em coisas, pessoas e espaços.

Pensando nisso, busca-se refletir sobre as formas de representações diferenciadas por tipologias, sendo elas visíveis em as coisas, objetos e mercadorias visibilizados no Instagram, colocando em pauta as imagens de visibilidade das pessoas e a construção dos discursos a partir das selfies, analisando posteriormente as fotos aéreas de drones e as imagens que não são de drones, mas que constroem discursos fotográficos sobre a fotografia de paisagens nas quais as pessoas não são visibilizadas diretamente.

Dentro desse contexto de postagens de fotos, que visibilizam as praias dos Carneiros e de Guadalupe, temos que, no contexto da Sociedade atual, caracterizada por Guy Debord

(1997), como sociedade do espetáculo, “que modela tudo o que a cerca [construindo] uma técnica especial para agir sobre o que dar sustentação a essas tarefas: o próprio território”. (p. 112), é possível perceber, sua relação íntima com o domínio da técnica fotográfica exposta no Instagram, que se exerce na construção discursiva das paisagens das praias dos Carneiros e de Guadalupe.

Desta maneira, o espetáculo, produzido pela exibição das imagens do Instagram sobre as praias dos Carneiros e de Guadalupe, atrela-se ao discurso publicitário e turístico de alguns Usuários do Instagram, acabando por ser caracterizado pelo: “momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social”. (DEBORD, 1997, p. 30), pois o Instagram, como Ferramenta, pode ser capaz de mercantilizar certas Paisagens, por meio dos discursos fotográficos instagramáveis e através da apropriação das imagens destas Paisagens (LIPOVETSKY; SERROY, 2015; SALAZAR, 2017).

Tendo em vista o contexto em que se possa encontrar algumas imagens do Instagram, é possível dizer que nem todos os Usuários do Aplicativo mercantilizam este espaço das praias, mas que algumas marinas e hotéis se utilizam do rio e de algumas fotos deste curso de água, estetizando o rio, para prover o espetáculo de publicidades que: “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). Desta forma, é produzido o espetáculo de publicidades por alguns Usuários do Instagram.

O Espetáculo de Publicidades se utiliza das imagens no Instagram, fazendo a mediação entre essas imagens e a construção de uma mercantilização das praias dos carneiros de Guadalupe para atividades atreladas ao comércio turístico.

As mercadorias sempre se constituíram um fascínio na história humana, mas também mobilizam contradições sociais até a atualidade, apesar de estarmos numa sociedade digitalizada, onde a prevalência do digital muitas vezes sobrepõe a outras características singulares dos fenômenos mais localizados, o fenômeno do Instagram e seus usuários mobiliza as imagens, de modo similar a aquilo que Guy Debord já afirmava em épocas em que existia a imagem televisionada, que é diferente da imagem digital atual, sendo esta última determinada pelo contexto histórico e pela formulação número-simbólica que se constitui no arcabouço de construção das imagens visíveis nas telas dos celulares e computadores.

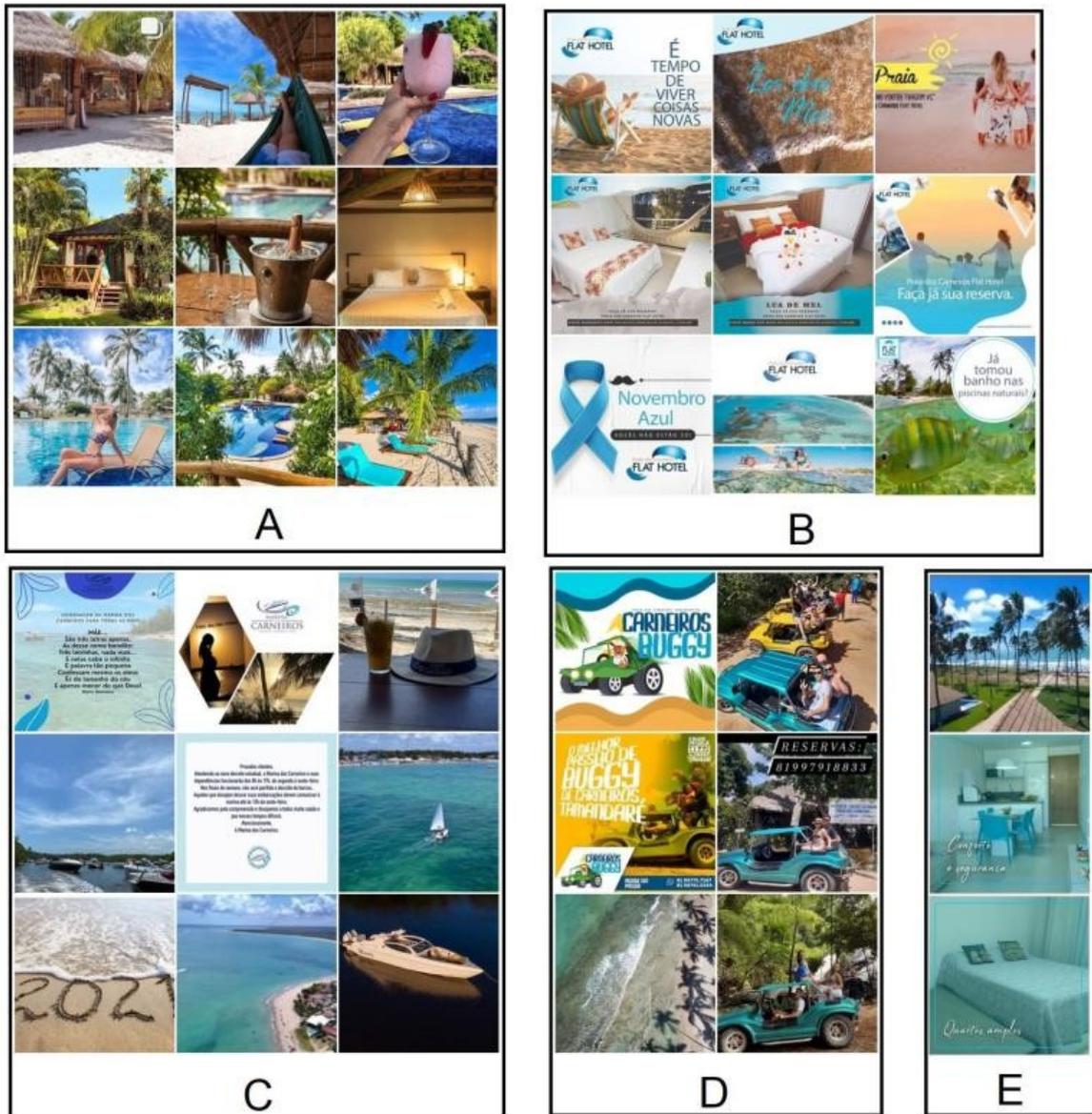
Porém, a ideia de espetáculo anda presente devido a constante mobilização das imagens, que mediam a relação entre o Capital e as imagens, inserindo-se na própria

construção da mercadoria enquanto objeto, a ideia de espetáculo das mercadorias, que constitui como fato primordial na inserção do Instagram como aplicativo mobilizador de imagens através dos seus usuários, mobilizando formas de se ver e fazer imagens heterogêneas e homogêneas no conteúdo.

No Instagram, por ser uma rede social de produção e sobretudo consumo de imagens, há uma massificação das propagandas de mercadorias, que beira a homogeneidade no conteúdo, vai sendo deslocada para essa rede social já que o número de usuários aumentam e formam, constantemente, uma grande quantidade de postagens de fotos ou publicações de imagens, de forma que veiculam propagandas, as quais os algoritmos comandam a visibilidade do espetáculo das mercadorias em que se tornaram algumas imagens.

As praias dos Carneiros e de Guadalupe são predominantemente visibilizados através da geolocalização atreladas a estas praias, bem como a presença de anúncios publicitários no Instagram é bem diversificada, pois aponta para o uso das paisagens, que são direcionadas aos interesses dos usuários em hospedagens nas pousadas, flats, resorts, bangalôs, hotéis e similares, bem como nos restaurantes, passeios de buggys, lanchas, catamarãs, shows e alugueis de residências (conforme se exemplifica na figura abaixo).

**Figura 4 - Prints de Telas mostrando Imagens dos usuários @pousadadoscarneiros (A), @praiaodoscarneirosflat (B), @marinadoscarneiros (C), @carneirosbuggy (D), @aluguelcarneiros (E)**



Fonte: Instagram, pesquisa de 25 de Agosto de 2021

As Imagens anteriormente afixadas poderiam ser de qualquer lugar, qualquer balneário ou resort, mas estão nos perfis de usuários ligados a praia dos Carneiros. Com isso, conforme se ver nas imagens do bloco A, há uma presença significativa de piscinas e suas águas quase cristalinas, mulheres exibindo-se a si mesmos na beira das piscinas e cabanas com telhados de palha. Tudo isso para enaltecer a característica tropical e exótica da praia, bem como lembra muito o padrão estético construído como modelo de canchicização das praias (SOUZA, 2007) apregoado pelo turismo de massa nas praias no âmbito do capitalismo mundial.

Já as imagens do bloco B enaltecem mais as camas e quartos do flat, colocando em evidência a vista da praia para o mar, com uma série de slogans e uma publicidade turística que visa atrair os usuários do instagram para se hospedarem nas praias. Nas imagens do bloco C, há uma presença significativa de espelhos d'água, lanchas e outras embarcações, bem como anúncios publicitários e turísticos que visam colocar fotos da praia e do mar ao fundo com intuito de chamar a atenção para o azul dos espelhos d'água. Isso visa construir um discurso de uso sobre a praia, o estuário e o mar que priorize a marina, atuando para atrair turistas que usam o instagram a irem para essa marina.

As imagens do bloco D se caracterizam por colocar em evidência buggys utilizados para a passeio na praia e das áreas ecológicas, colocando em evidência o ecoturismo na APA de Guadalupe, que será discutido mais a frente no Capítulo 5. Nas imagens do bloco podemos ver as camas, o interior das casas oferecidas para alugar e a vista para a praia e o mar, sendo esta vista, uma característica evidente como fator de atração turística mais forte para alugar uma casa na praia dos Carneiros.

A grande quantidade dos tipos de imagens relativos às mercadorias mobilizam o grau de mercantilização da paisagem, de forma que, cada vez mais as imagens visibilizadas enaltecem a glamourização<sup>14</sup> em relação a que aparece nas imagens e a estetização das paisagens, indo de encontro com o que Meneses (2002) chama de paisagem-mercadoria, ou seja, as imagens sendo utilizadas para a mercantilização das paisagens.

Quando se tratam especificamente das praias dos Carneiros e de Guadalupe a mercantilização é grande a ponto de formar mosaicos de imagens como verdadeiros

14 O processo de Glamourização é relativo ao encantamento subjetivo gerado pela atratividade que se atribui aos equipamentos, pessoas, corpos, objetos e espaços que se insere na paisagem, o processo de estetização das paisagens se utiliza disso, para se afirmar como fenômeno político-estético, pois mobiliza as paisagens com o intuito de se utilizar da estética atribuída a elas, levando em conta o Glamour, a forma como é representada e mobilizada, evidenciando quem mobiliza e representa. No caso desse Capítulo, os usuários do Instagram, que são ligados ao Turismo, são quem mobilizam e representam, nos próximos capítulos se verá que a estetização das paisagens se estende a outros grupos sociais que mobilizam as paisagens inseridas no Instagram.

emaranhados de postagens e hashtags diversas, que mobilizam o consumo da paisagem mediado digitalmente não só pelas curtidas, mas também pela observação pelo aumento da atratividade turística sobre o local, sendo isto, salutar na organização de atividades diversificadas de consumo que aceleram a produção imagética no Instagram e suas imagens, formando um espetáculo de mercadorias com a paisagem como suporte.

O Consumo de paisagens mediado pelo consumo de imagens no Instagram, pode condicionar a um:

olhar turístico que em toda parte só vê paisagens a admirar e a fotografar, como se fossem cenários ou pinturas. Com o incremento do consumo, somos testemunhas de uma vasta estetização da percepção, da sensibilidade paisagística, de uma espécie de fetichismo e de voyeurismo estético generalizado. Enquanto o *Homo aestheticus* está hoje amplamente despojado das referências da sua própria cultura, o consumo estético-turístico do mundo não cessa de se propagar (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 31-32)

Com isso, pode-se refletir que as imagens turísticas veiculadas no Instagram refletem, uma apropriação da sensibilidade paisagística aliada a estetização das paisagens com o intuito de cooperar política e esteticamente para a promoção do fetichismo das mercadorias veiculadas no Instagram, como os equipamentos e pacotes turísticos veiculados às imagens que se apropriam de uma cultura visual, envolvendo o Voyeurismo e o Hedonismo no curtir e compartilhar de imagens, que pode mobilizar as formas de representar e mercantilizar as paisagens no Capitalismo Artista e Estético.

Desta forma, percebe-se que, quanto mais se acelera a produção de imagens turísticas para fins mercadológicos em relação as paisagens das praias dos Carneiros e de Guadalupe, mais se mobiliza e se acelera as atividades de serviços, aumentando o número de pessoas que vão fazer turismo nas praias, porque o objetivo dessas postagens é atrair mais turistas às praias, para que eles possam postar fotos online no aplicativo instagram e acelerar a produção imagética do aplicativo e aumentando, conseqüentemente, a atratividade turística nas praias.

A Valoração da imagem também é mediada por aqueles que postam e consomem as imagens no aplicativo, se pegarmos exemplos de perfis, como o Carneiros Beach Resort com 168 postagens e 16,1 mil seguidores, Pousada Praia dos Carneiros 1.505 postagens e 48,9 mil seguidores e Pontal dos Carneiros 1.385 postagens e 141 mil seguidores (vistos no dia 25/08/2021). Percebemos, com isso, o alcance, só através desses exemplos, em relação a quantidade de usuários e de imagens postadas que estimulam a mercantilização das paisagens, apropriando-se da subjetividade intrínseca as paisagens e suas formas de ser representadas no aplicativo, para estimular por meio dessa subjetividade a turistificação das referidas praias.

Carneiros se torna no instagram quase que um lugar atrativo turístico, por conta da visibilidade das paisagens-mercadorias, desta forma a atratividade turística vai sendo construída com o intuito de visibilizar os grupos com uma maior quantidade de postagens de fotos no aplicativo. Isso leva a atração das pessoas através de uma glamourização dos objetos que aparecem nas paisagens e pela estetização das paisagens, com questão da construção do belo digital, ou seja, a estética do belo digital é aplicada para atrair turistas que usam o instagram. Com isso, há um estímulo às percepções estéticas e formulando padrões estéticos que colaborem para a mercantilização da paisagem.

Essa forma de produção imagética, que veicula as paisagens como mercadorias, coloca anúncios publicitários sobre as paisagens gerando a partir daquelas imagens fabricadas e criadas sobre aquelas paisagens, percepções e construções de uma beleza para o consumo daquelas paisagens construídas a partir das imagens.

Muitas vezes o sentido empregado pelas imagens é conectado a utilização de técnicas de filtro e estilização de imagens, fabricando uma paisagem visibilizada no aplicativo. A fabricação de imagens de paisagens se dar através da criação visual da beleza do sol – que naquele instante da imagem passa ser mais diferenciada do que outros momentos ao longo do dia – o verde, o marrom e o azul bastante enaltecidos pelos filtros e pelos estilos do aplicativo instagram.

A Fabricação das imagens de paisagens constitui como modelo para se construir o ideal de beleza da paisagem, que se destaca como forma primordial para se estetizar as paisagens, sugerindo o consumo delas através de curtidas no Instagram e pela atratividade turística. Desta maneira, o turismo pode atuar, enquanto atividade econômica, para viabilizar as visitas a alguns locais, visando desfrutar das paisagens. Com isso, é gerado um fluxo de pessoas, as quais vão aproveitar da proximidade com os lugares e vão desfrutar deles para postagens fotos online.

Esse fenômeno de postagens de fotos online visa angariar curtidas, gerando nas pessoas o ato de toque na imagem para curtir. Desta forma, isso origina uma produção de sentido que coloca o ideal de proximidade com o usuário do Insta e com o lugar curtido em evidencia. Isso produz a sensação de se sentir próximo, deixando-se afetar pela sedução estética naquele instante de curtida, e dá um sentido simbólico o ato de tocar na imagem. Este ato proporciona uma atração nas pessoas em relação ao lugar, pois elas vendo as imagens, vão querer ir as praias e visitar.

O sentido de proximidade chega ao ponto de tornar mais próxima as comunicações entre os usuários do Instagram através de mensagens no direct e comentários nas publicações. Isso faz com que nessas interações, haja uma intermediação para haver o consumo turístico nas praias. Com isso, os usuários do Insta, sejam eles empreendimentos e turistas, fazem acordos comerciais para a visita e a estadia nas praias, aproximando os usuários. Desta forma, há uma obtenção de uma fidelização dos clientes na rede hoteleira e na rede de marinas, isso, por exemplo, proporciona uma maior atratividade turística e uma maior movimentação comercial desta atividade, com a circulação de dinheiro nas praias e nas redes sociais.

Não é toa que usuários recebem dinheiro para curtir fotos e elas ficarem mais mobilizadas pelos algoritmos. Isso se dá através de negociações via direct, onde as pessoas, que tem seus perfis de usuários individuais, negociam com outros perfis ligados ao turismo, os quais permitem e proporcionam as pessoas curtirem fotos e compartilharem de promoções em troca de dinheiro.

Além disso, o embelezamento das publicações no formato digital com todos os aparatos técnicos proporciona mais curtidas, gerando um fenômeno em que publicações mais curtidas e perfis mais seguidos são as áreas das praias mais atrativas. Essa maior atratividade está nos lugares onde mais pessoas frequentam, gerando uma pressão sobre essas áreas, a ponto de colaborar com os impactos ambientais. O próprio relatório do ZATAN (2018) já visibiliza esses impactos, que são provocados pelo alto fluxo de pessoas utilizando embarcações para fazer turismo náutico, bem como a multiplicação do número de lanchas, que ocupam muitos espaços na alta temporada do turismo na praia dos Carneiros, gerando conflitos ambientais.

#### **4.6 Imagens dos Usuários Individuais no Instagram e o contexto de Belo Digital**

Quando falamos de imagens dos Usuários Individuais no Instagram, falamos necessariamente de imagens veiculadas por um aplicativo de celular, que mobiliza imagens, a partir das percepções individuais que os usuários vão representando no aplicativo e gerando novos dados e algoritmos, produzindo mais imagens, para um consumo de imagens, e, conseqüentemente, o consumo das representações das paisagens.

Atualmente consumir representações de paisagens se tornou bastante facilitado, quando se trata de redes sociais, como o Instagram, que possibilita em suas telas o toque subjetivo e cibernético na paisagem só por um clique, armazenando essa curtida no Big data

do aplicativo, que apresenta como respostas a capacidade de curtir mais imagens baseada naquelas que se curtiu.

Quando se trata de selfies e imagens das pessoas, a corporação proprietária do Instagram se apropria dos desejos mais intersubjetivos e profundos que é o de ver as pessoas, tudo isso aliado a uma técnica de tiragem de fotos, com photoshops ou efeitos presentes na configuração do aplicativo, que embelezam as imagens produzindo percepções e desejos de curtir sobre elas.

Desta forma, a estética das imagens do Instagram está ligada a ideia de estética na era digital, que, conforme Byung-Chul Han (2019) coloca, esta lida com Estética do Liso, mas sobretudo pela higienização das imagens, tirando todo e qualquer obstáculo de não beleza para exibição online, fazendo surgir a tática de criação de imagens massificadas no instagram, para uma promoção, proporcionando o comportamento nas pessoas, que se baseia em querer exibir o que foi construído socialmente como ideal de beleza. Nisso, esse ideal de beleza se torna uma construção social na perspectiva dos usuários do aplicativo, situando-os numa sociedade psicopolítica da transparência e do controle digital, que afeta como as pessoas se percebem em sociedade, sendo a beleza, um sinônimo de status e de visualidade.

Com isso, o Belo digital (HAN, 2019) é parte do processo da estetização do mundo na medida em que o incremento técnico para embelezar as fotos do instagram, constitui numa ação psicopolítica do Capital por meio dos algoritmos do aplicativo, com o intuito de comandar o que pode ser curtido e visibilizado no aplicativo, assim os perfis turísticos se apropriam das fotos das pessoas com o intuito de fazer publicidade turística, mas também para acelerar e favorecer o consumo e produção de imagens no aplicativo instagram, na apropriação das subjetividades veiculadas no aplicativo.

Isso quer dizer as imagens instagramáveis lidam com a criação do ideal de beleza, que pelos algoritmos vai ser formando, levando esses a propor comportamentos aos usuários, para que exibam e estetizem o Belo e a paisagem, criando a sensação de glamourização das paisagens. Com isso, há uma apropriação simbólica e uma ação psicopolítica em relação às imagens das pessoas, para que essas possam funcionar como promotoras do Turismo. As imagens são colocadas como atreladas às atividades desenvolvidas pelas pessoas em suas visitas às praias, pois isso visa associar elas ao turismo das pousadas, hotéis, resorts e de circulação das pessoas na praia e em embarcações ao longo das proximidades da praia dos Carneiros, como exemplificado na Figura 5 que retrata o Carneiros Beach Resort.

**Figura 5 - Print de Tela mostrando Exemplos de imagens em mosaico da Ferramenta de Geolocalização do Empreendimento Carneiros Beach Resort**



Fonte: Instagram, pesquisa de 26 de Agosto de 2021

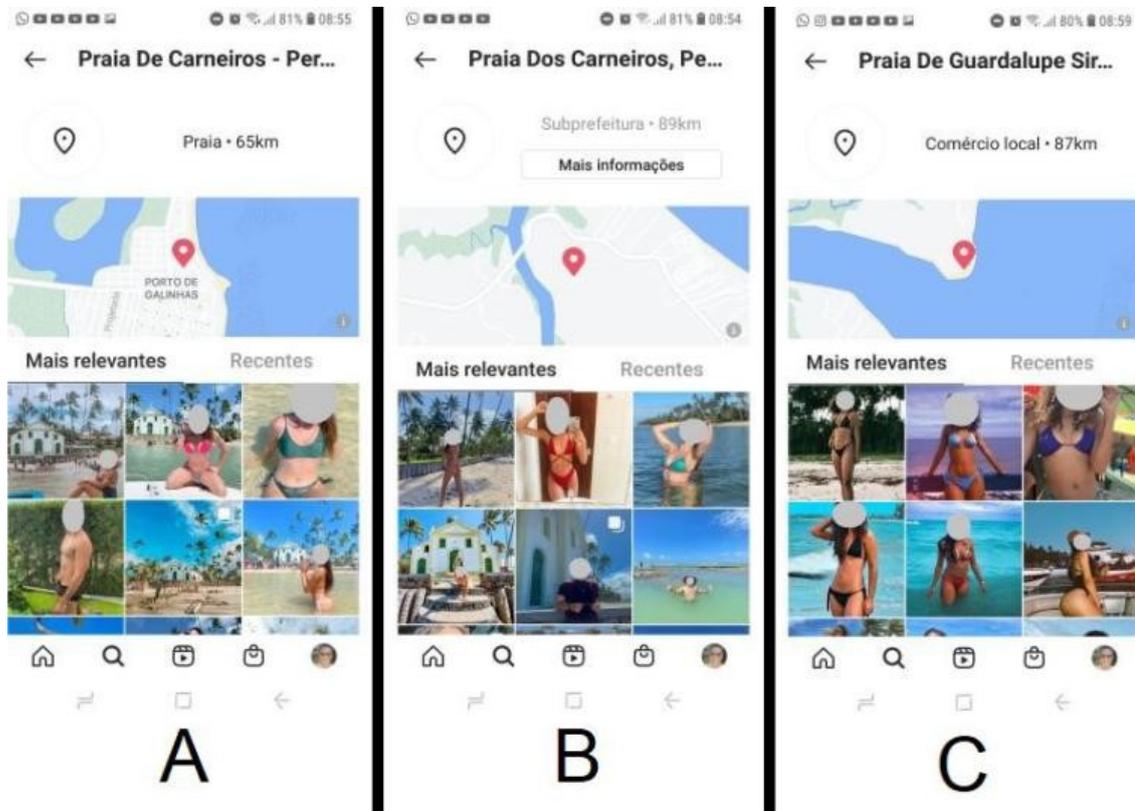
Claro que o Instagram embeleza as paisagens e aliado a isso, temos as pessoas. Isso tem uma intencionalidade meramente mercadológica na questão das curtidas das imagens e na promoção do Turismo na praia dos Carneiros. Porém, isso não tira a intenção principal dos que tiram fotos, pois em muitos casos há uma ligação com o desejo dos usuários do Insta de quererem ser exibidos online e terem suas fotos compartilhadas. Registram-se aqueles

momentos com as pessoas amadas, com a praia e a igrejinha (Figura 5), exibindo isso nas imagens com o intuito de proporcionar a interação online com outros usuários do Instagram, que podem ser amigos, seguidores e pessoas que curtem as postagens de fotos.

Porém, é de suma importância ressaltar que o desejo puramente humano de postar fotos, é rodeado pela técnica de fabricação das imagens, que pode se dar em formato quadrangular, com o uso dos filtros e de modelações, que o próprio aplicativo oferece para embelezar as imagens, sendo essas, tiradas quando a luz é favorável para a exibição de pessoas. Os pixels das fotos serem tecnicamente trabalhados para a exibição de imagens são detalhes fabricados pela técnica de exibição de imagens, proporcionando a visibilidade.

Toda essa técnica que rodeia o clique para as postagens de imagens está por trás do enredo que as imagens apresentam, com os mais variados tipos de estilo, contudo, nem sempre todas as imagens têm um fim meramente mercadológico (conforme as imagens da Figura 6 exibem), mas são exibidas num aplicativo que lida constantemente com o consumo e produção de imagens. Mas, vale salientar que, como as imagens são publicadas no aplicativo, elas se tornam publicizadas e colaboram indiretamente com a atratividade turística por meio da produção de sentimentos de querer ir a praia, que podem servir ao Capitalismo Artista e Estético, mas também podem servir ao desejo de compartilhar momentos com amigos usuários do Instagram.

**Figura 6 - Prints de Telas (A, B e C) mostrando Exemplos de Imagens das Ferramentas de Geolocalização: Praia De Carneiros – Pernambuco (A); Praia Dos Carneiros, Pernambuco, Brazil (B); Praia De Guadalupe Sirinhaém-Pe (C)**



Fonte: Instagram, pesquisa de 26 de Agosto de 2021

As imagens acima exemplificam bem, como a subjetividade exibida online pode ser apropriada simbolicamente, mas também viabilizam como ela pode ser capaz de construir narrativas diferentes em relação ao discurso publicitário e turístico. As fotos exibidas acima são publicadas no Instagram e não há restrições de acesso a elas (nem por parte do usuário nem por parte de quem modera a política de exibição de imagens no Instagram), por isso, elas estão aqui. No caso das narrativas que elas evocam, em relação as paisagens da praia dos Carneiros e de Guadalupe, há uma diversificação de subjetividades narrativas exibidas online através dos algoritmos do Instagram.

Dentre muitas narrativas e discursos, podemos observar que os usuários do Instagram criam imagens que representam a praia dos Carneiros e a praia de Guadalupe. Isso se deve, pois as imagens em si explicitam discursos e narrativas atreladas ao entretenimento, o lazer e o uso turístico das praias, que são costumes construídos historicamente e geograficamente no

local. Esses costumes são ligados aos simples atos de tomar banho de sol, banho nas águas estuarinas, banhos de mar, banhos de argila, selfies em espelhos de hotéis ou similares, imagens de pessoas na areia das praias e coqueiros ao fundo da Igrejinha dos Carneiros, sendo esta última considerada patrimônio pelo Município de Tamandaré. Isso coloca na imagem de Carneiros, como aquela praia ligada às imagens de pessoas semi-desnudas ao redor da igrejinha.

Na praia de Guadalupe se destacam bastante as imagens de mulheres e homens que se exibem forma semi-desnuda. Porém, apesar da predominância de mulheres, homens também se exibem. Vale ressaltar que, tanto em Carneiros, como em Guadalupe, as imagens se utilizam da luminosidade solar, pois esta bate e reflete nos espelhos d'água, criando imagens que representam a estetização do Belo nas paisagens. Isso se dá, sobretudo, pela evidencia do caráter de excepcionalidade e da intencionalidade da exposição, de forma a enaltecer o valor artístico contido nas imagens.

Nesse sentido, a produção dessas imagens traz a tona a percepção sobre a velocidade com que são produzidas em grande quantidade pelos seus usuários. Ao mesmo tempo, essas imagens representam a estabilidade do olhar que residem em parar, observar, curtir e passar para outra. Isso é mediado pelo encantamento que a beleza pode trazer, mas também pelo enredo construído que se narra por imagens. O encontro entre aquelas pessoas, os espelhos d'água e as areias das praias, num dia de sol, que reflete suas imagens nas águas e nas câmeras vai se construindo como enredo narrativo de vivência das pessoas com as praias, a partir dos discursos fotográficos. As imagens vão narrando os sentidos de vida atribuídos ao ser e estar na praia, justamente, naqueles momentos registrados e veiculados no Instagram.

#### **4.7 O Conceito de Balnearização e suas Noções Estéticas e Políticas nas praias dos Carneiros e de Guadalupe**

Balnearização vem da palavra francesa balnerizacion, que evidencia como se dar o uso dos espaços balneários, destinados ao uso pelos banhistas, que geralmente usam praias, sendo estas caracterizadas sob um contexto geo-histórico, o qual coloca em visibilidade o papel social que as praias exercem. As praias são espaços públicos garantidos pela constituição federal, em que há formas desses espaços se tornarem balneários. Na atualidade, isso se deve a constituição estética e política com que esses espaços vão sendo apropriados simbolicamente no contexto das mídias digitais, especialmente, os usuários do instagram.

Como Laurent Vidal e Maria Isabel de Jesus Chrysostomo (2021) a seguir afirmam que a Balnearização das cidades se desenvolveu:

Ao longo dos tempos industriais, o desenvolvimento das cidades litorâneas é marcado pelo reencontro da cidade com o mar – após o tempo dos portos, se abre o tempo das praias. Quando se instaura como prática moderna o lazer, a sociedade transforma a orla em cenário privilegiado para exposição da vida burguesa e de seus valores. Como mais uma frente da expansão pioneira do espaço urbano, as fronteiras redefinem a urbe e os seus papéis. Multiplicam-se formas de acesso e uso das áreas litorâneas: a cidade é redesenhada. De arroubos individuais a projetos de planejamento urbano, o espaço praia passa a ser local no qual se instalam dispositivos terapêuticos ou de lazer (VIDAL; CHRYSOSTOMO, 2021, p. 2).

Conforme se ver acima, um novo modo de vida é constituído a partir do reencontro da cidade e do mar, o tempo das praias. Nisso se situa a balnearização, a orla marítima vai sendo redesenhada e junto com ela a cidade em que está, valendo ressaltar as atividades de lazer que se situam nesse espaço praia. A balnearização é o fenômeno que torna as áreas litorâneas das cidades, lugares bastante atrativos do ponto de vista turístico e imobiliário, visando uma expansão do espaço urbano sobre a natureza.

Nesse ensejo, há o emprego uma cultura balneária que se aproveita de indivíduos e agentes sociais que tem seus sentimentos, costumes, maquinarias (ou artefatos), que estão ligados à natureza (VIDAL; CHRYSOSTOMO, 2021). Isso proporciona um modo diferente de ver as praias, imprimindo sentidos e significações que colocam o espaço público da praia dentro da estética e política de produção e reprodução dos espaços urbanos. Nesse sentido, há um desenvolvimento geo-histórico, que insere o papel social da praia, enquanto espaço público, no contexto da sociedade psicopolítica da transparência (HAN, 2017), com controle digital por parte da corporação proprietária do aplicativo Instagram.

Desta forma, vale salientar que, na atualidade, os usuários do Instagram andam atravessados pelo contexto de Capitalismo artista e estético (LIPOVETSKY; SERROY, 2015), o qual estimula esteticamente e politicamente os usuários do Instagram a atuarem no impulsionamento da divulgação e visualização das praias no aplicativo. Com isso, há uma criação de Fronteiras culturais, nas quais se imprimem novos padrões estéticos, favorecendo a expansão de negócios imobiliários e turísticos no espaço da praia. De forma que, isso se torna reflexo na cidade, no contexto local seria Tamandaré, que serve para reproduzir a balnearização, entendida sobre o ponto de vista cultural, político e urbano, nos mais variados locais da cidade (VIDAL; CHRYSOSTOMO, 2021).

Nesse sentido, podemos compreender que a praia dos Carneiros ao longo de 20 anos foi sofrendo uma modificação urbana e turística que colocou em evidencia um processo de

turistificação. Na atualidade, isso está transformando essa praia num espaço bastante visado pelos empreendimentos turísticos e imobiliários, provocando alterações ambientais e urbanas. Dessa forma, o contexto local vai sendo atravessado por modificações históricas nas características do espaço da praia. No passado a praia era isolada e pertencente a Donos de Engenho, já na atualidade passa a ser um espaço público, mas com locais privados, com serviços de que giram em torno do lazer, comércio, turismo e atividades imobiliárias na lógica do Capitalismo Artista.

A Praia dos Carneiros era um lugar afastado da zona urbana de Tamandaré em mais de 20 anos atrás, com suas terras pertencentes a antigos engenhos. Pouquíssimas pessoas frequentavam a praia, somente com a permissão do proprietário das terras é que se podia adentrar a praia. Com a fundação da EMPETUR (Empresa Pernambucana de Turismo), em meados da década de 80, houve um planejamento turístico para a área, incluindo a previsão de construção da estrada PE-072 que dar acesso direto a Praia dos Carneiros, sem adentrar no município de Tamandaré. De forma que, isso veio a impulsionar o desenvolvimento econômico na região, trazendo empresas turísticas, como Marinas, Resorts e Hotéis para a praia dos Carneiros e de Guadalupe, que seriam bastante beneficiadas com essas políticas.

A praia de Guadalupe ainda apresenta características na paisagem que remontam a um passado semelhante a Carneiros, pois a mesma ainda apresenta uma casa grande e uma propriedade privada no trecho próximo das margens das águas estuarinas do rio Formoso. Fazendo com que seja uma área visada por empreendimentos turísticos e imobiliários, impactando na APA de Guadalupe. Proprietários desta área, localizada no lado apostado a praia dos Carneiros não permitem que pessoas adentrem a propriedade.

Nessa propriedade, na atualidade, há uma proposta de construção de um resort do grupo JCPM (João Carlos Paes Mendonça) com uma estrada recém-construída e se caracteriza por ser uma obra atravessada pelo contexto histórico do processo de turistificação de Carneiros e de Guadalupe. A praia dos Carneiros por ter pertencido a terras de engenhos, já vive uma grande “boom imobiliário” com placas de “vende-se” e “aluga-se” por toda parte e com a presença significativa de atrativos turísticos e estéticos bastante peculiares.

Os atrativos giram em torno do turismo náutico, a estética das embarcações e glamour de se estar numa praia tropical. Chama atenção a ampla distribuição de atrativos ao longo da praia dos Carneiros, com um turismo de massa muito significativo. Já em Guadalupe existem iniciativas de turismo que estão sendo desenvolvidas, porém por se tratar de uma área de

APA, há muitos impactos ambientais em Guadalupe (SILVA, 2011), existem partes não exploradas pelo turismo de massa, mas pelo ecoturismo. Guadalupe pode se parecer com Carneiros em alguns anos, devido a expansão imobiliária e turística de cunho capitalista (CORDEIRO, 2007)

Todas essas atividades imobiliárias e turísticas tem transformado esse espaço e inserido ele no contexto de expansão das atividades capitalistas nas duas praias, Carneiros e Guadalupe. Na pesquisa de Campo, pode-se observar em loco que há uma influência estética e turística em Carneiros e Guadalupe, ligando as duas praias, com, por exemplo, embarcações com trajetos entre as duas praias. O processo capitalista de produção do espaço das praias próximas foram estudados na Dissertação de Mestrado de Itamar Cordeiro (2007) e, na atualidade, encontra-se em expansão na praia dos Carneiros e de Guadalupe.

O Desenvolvimento capitalista de caráter turístico, imobiliário, urbano e econômico foi condicionando as praias dos Carneiros e de Guadalupe a serem foco dessas atividades turísticas e imobiliárias em expansão. Isso serve, atualmente, para atrair um maior fluxo de pessoas para aquela área das praias, aumentando o número de embarcações e pessoas presentes naquele espaço, principalmente, nas altas temporadas, que ocorre, geralmente, no Verão. Porém, Carneiros teve e tem, inicialmente, mais projetos de empreendimentos turísticos do que Guadalupe, que apresenta projetos a serem executados e serem expandidos, impactando ambientalmente na área desta praia. Isso proporciona, atualmente, uma preservação do manguezal em Guadalupe, apesar da quantidade lixo presente na área da vegetação de mangue e dos conflitos e ameaças que esse ecossistema sofre na área.

Analisando o processo de balnearização, percebe-se que, com o turismo, as duas praias vão aumentando o fluxo de pessoas ao longo do ano. Principalmente nos verões, há um aumento de circulação de embarcações e pessoas, sendo as altas temporadas presentes nos meses de setembro, outubro, novembro, dezembro e janeiro. Isso proporciona que, mais usuários do Instagram estejam na área das referidas praias, postando fotos e movimentando o algoritmo no Instagram.

Grande parte da atividade turística da praia dos Carneiros é gerada num processo de balnearização que vai transformando essa praia na mais visada, assim, mais pessoas vão para essa praia e postam fotos nas suas redes. Isso atrai mais pessoas, que por sua vez postam e atraem mais, num processo de retroalimentação da produção e consumo de imagens, Nesse sentido, há uma que colaboração por parte dos usuários do Instagram, visitantes da praia, para

o turismo de massa na praia. Aumenta-se então a visibilidade de Hoteis, Resorts, Condomínios Fechados, Restaurantes, bem como o Comércio Formal e Informal.

A Balnearização nas praias dos Carneiros e de Guadalupe é primeiramente motivada por iniciativas políticas de desenvolvimento capitalista do turismo nas referidas praias. Na atualidade, esse desenvolvimento passa a ser influenciado, também, pelos usuários do Instagram (ligados aos empreendimentos e aos visitantes) que atuam através de postagens e movimentações. Isso ocasiona a Balnearização que exerce uma relação capitalista e estética na área correspondente às praias, transformando estas num espaço de conflitos ambientais, mas também torna este espaço alvo dos usuários do Instagram e da corporação proprietária do aplicativo.

A Atratividade turística que motiva as postagens dos usuários do Instagram, induz aos usuários a quererem frequentar e ir a praia, colocando a publicidade turística como aliada aos algoritmos do aplicativo, comandados pela corporação proprietária do Instagram. Com isso, os interesses atrelados às técnicas de poder e ao meio técnico científico e informacional colocam em questão o turismo de hotéis, resorts e marinas, que se utilizam do Instagram. A produção de conteúdo nas redes sociais, em especial o Instagram, movimenta a publicidade turística em relação às praias dos Carneiros e de Guadalupe. Isso ocasiona a apropriação simbólica das praias, como forma de manifestação das atividades turísticas, motivando às postagens de fotos e produção imagética no aplicativo.

A condição de balnearidade com que se insere as fotos dos usuários do Instagram, colocam enredos discursivos que atuam produzindo subjetividades que são comercializáveis, como o desejo de consumo turístico da paisagem. Esse desejo é responsável por agenciar uma maior divulgação das atividades turísticas, pois ele captura o desejo de consumo, de viajar e de conhecer a praia dos Carneiros. Isso é aproveitado para a visibilidade do status atribuído ao consumo de pacotes turísticos através de postagens que mostram às prováveis vivências que se pode ter nas praias dos Carneiros e de Guadalupe.

Nesse sentido, a construção discursiva e apropriação simbólica das praias dos Carneiros e de Guadalupe chegam a um grau de produção imagética que proporcionam o uso dos algoritmos do Instagram, por parte da corporação proprietária do aplicativo e pelos empreendimentos turísticos e imobiliários. Com isso, há uma indução dos usuários a irem a esses espaços, tirarem fotos, postarem e retroalimentarem a produção imagética representativa daquele espaço. Há, também, uma movimentação da economia turística do local, fazendo com

que os usuários do Instagram atuem como coparticipantes na produção imagética, pois eles consomem bens e serviços presentes na praia e atuam no consumo de imagens.

Assim, o Turismo motiva e por vezes impulsiona a produção imagética, mas os usuários motivam essa produção, a partir da retroalimentação dos algoritmos do Instagram. Isso proporciona uma atratividade turística maior na praia dos Carneiros, havendo o ciclo de produção e consumo de imagens atrelado as atividades turísticas, de lazer, relaxamento e de comércio formal e informal na praia. Desta forma, os usuários do instagram atuam na representação de como se dar vivência turística das pessoas que transitam na praia e quais bens e serviços disponíveis para o consumo na mesma praia.

## **5 A ESTETIZAÇÃO DAS PAISAGENS INSTAGRAMÁVEIS DA PRAIA DOS CARNEIROS E DE GUADALUPE: ENTRE IMAGENS AÉREAS, FOTOGRAFIAS DE PAISAGENS, DISPUTAS DE NARRATIVAS E PATRIMÔNIOS**

As imagens instagramáveis colocam em questão sempre variadas perspectivas de diferentes escalas do olhar, que reúne interesses de uso, apropriação e agenciamentos da paisagem num mesmo aplicativo. De modo que isso forma mosaicos imagéticos, os quais se avistam os variados discursos fotográficos que miram o horizonte, exibindo panoramas, sobretudo, porque colocam em questão a ampla tecnicidade para feitura das fotos. Isso mistura o desejo de consumo de paisagens com a mediação através das curtidas de imagens, tudo isso aliado às representações estéticas hegemônicas e contra-hegemônicas diversificadas que os grupos sociais fazem das paisagens.

Este capítulo mostra como a Estetização das paisagens pode ser vista a partir das imagens aéreas, das fotografias de paisagens que não são tiradas a partir de técnicas aéreas. Isso contribui para um debate sobre as paisagens e suas perspectivas de visões que o instagram apresenta, para depois discutir como as disputas de narrativas de paisagens se dão online e no lugar propriamente dito. Para isso, é tomado, para fins analíticos, as Hashtags (#) e as postagens de imagens, vistas como expressões das perspectivas representativas das paisagens. Logo em seguida, é feita uma análise das disputas de narrativas e de como elas se revelam como expressões da vivência dos barqueiros e vendedores da praia, principalmente.

Essas disputas de narrativas, além de se darem online no Insta, são dadas pelas situações locais que se inserem. Estas situações, por exemplo, se dão nos resorts que conseguem se instalar em lugares com grande expansão imobiliária, na escolha pela localização dos seus outdoors e na mobilização dos geossímbolos para compor os produtos (caso do biscoito de polvilho e da Igrejinha dos Carneiros), sendo este último, explicado mais adiante nesse capítulo.

### **5.1 Imagens Aéreas: Entre a técnica e o desejo**

Toda imagem aérea nem sempre esteve atrelada ao ideal de Domínio sobre o Espaço, mas foi com a Segunda Guerra Mundial, a Guerra Fria e após estes conflitos de proporções mundiais, é que, foi se fortalecendo esse ideal. Além disso, atualmente nas redes sociais, há um forte aparato técnico para feitura dessas imagens, com a presença de uma forma bastante curiosa de veiculação e popularização dessas imagens no Instagram, para justamente serem curtidas, compartilhadas e transformadas para o consumo de imagens.

Besse (2014) discute que as imagens aéreas são como voos de pássaros, significando sempre uma tentativa do ser humano de querer exercer sua habitabilidade na superfície terrestre, através de uma noção de vista ligada ao voo de pássaro. Desta forma, a paisagem ganha um sentido de estar relacionada ao resultado do encontro entre humanos e natureza, sendo uma expressão da condição humana e de uma capacidade de expressão da humanidade, a fotografia aérea.

Desta maneira, para além do aspecto técnico há de se refletir que o ser humano quis imitar os pássaros e pensou até em querer ver como os pássaros veem, daí surge todo um aparato técnico de domínio sobre espaço terrestre sempre ligado a noção de imagens aéreas, que não a toa, sempre indicou uma ideia de vigilância sobre o espaço. Os drones, apesar de serem equipamentos técnicos bastante utilizados, sempre tiveram essa característica que é muito ligada ao sentido tecnológico que representa um avanço nas comunicações, as redes sociais atuais.

O desejo de ter a vista panorâmica e do alto, claro que carrega a ideia de domínio, mas sobretudo nos geógrafos anda muito presente, como se o voo de pássaro fosse justamente onde se pode ter uma visão de totalidade analítica sobre o espaço, visão esta que coloca em questão a paisagem em sua noção mais íntima.

Claro que a paisagem não se resume a só ver, mas reúne elementos constituídos de sensibilidade espacial, sendo este senso espacial ligado aos sentidos, que, sobretudo possuem uma dinâmica social, política e cultural.

Sempre as imagens aéreas carregaram um sentido, também, semelhantes aos cartões-postais, com o intuito de visibilizar uma paisagem que é enviesada e simbólica, caracterizando por se basear em técnicas de embelezamento das imagens, aliado o sentido político de disseminação de uma atratividade turística e estética para visualizar as paisagens, que o próprio Yves Lacoste (2017) problematiza ao afirmar: “As cartas turísticas indicam quais são as belas vistas e é nesses lugares ‘privilegiados’ que a especulação imobiliária se desenvolve” (p. 117). Nesse sentido, Lacoste enaltece o papel do turismo e na criação de belas vistas e consequentemente, belas paisagens.

As visões do Alto, conhecidas na atualidade como imagens aéreas, são apontadas por Yves Lacoste (2017) dentro do contexto em que há:

“desenvolvimento do valor de mercado das paisagens, tanto na especulação fundiária quanto nas políticas de turismo, relaciona-se com o crescente espaço que a comunicação de massa atribuem às paisagens; é, ao mesmo tempo, a causa e o

efeito. As agências de publicidade ‘fazem’ cada vez mais a fotografia da paisagem, seja natural ou urbana, para vender não apenas férias, viagens de avião, automóveis, mas também revestimentos de solo, loções capilares, bebidas, cigarros, roupas de banho, etc” (p. 117).

Com isso, imagens aéreas tiveram historicamente um uso pelos meios de comunicação, acima ele afirmava os meios de comunicação de massa, atualmente há o advento das redes sociais. Com isso, as paisagens têm sido apropriadas por empreendimentos turísticos que tem seus perfis de usuários no Instagram para a postagem de imagens do lugar onde se localizam.

Há uma fabricação de uma bela vista que, conseqüentemente, adota as representações de belas paisagens com o intuito de dotar as paisagens de valores, que muitas vezes servem a uma lógica mercadológica, como já apontado a produção e consumo de imagens representativas de paisagens. A seguir, há exemplos de imagens aéreas de usuários ligados ao turismo como se ver abaixo na Figura 7.

**Figura 7 - Exemplos de Imagens Aéreas dos Usuários: @mustakocarneiros (A e D); @serpernambuco (B); @descubrirarioformoso (C, E e F); @ninodrone (C), @jefferson\_jhj (E); @hotelcarneiros (F)**



Fonte: Instagram, pesquisa de 26 de Agosto de 2021

As imagens da Figura 7 caracterizam maneiras diferentes de ver as paisagens das praias dos Carneiros e de Guadalupe, colocando em questão como é representada esteticamente a praia dos Carneiros como se ver nas imagens A e D, mas também a praia de Guadalupe (Imagem B), praia da Pedra (Imagens C e E) e o Hotel Carneiros (Imagem: F). Isso também coloca em questão que essas representações estéticas, também são tentativas de posicionamentos estético-políticos que os usuários querem visibilizar, construindo belas vistas que representam belas paisagens, com o intuito de estabelecer a atratividade turística com relação a esses lugares onde estão os empreendimentos turísticos.

Com essas fotos se percebe que elementos estéticos como Beleza, as cores Verde, Azul, Amarelo e Marrom são predominantes. Além disso, isso se junta a intencionalidade de algumas fotos como A e D, que são meramente imagens para a finalidade de promoção da publicidade turística. Isso demonstra que a Praia dos Carneiros tem uma relevância maior em comparação com outras praias, enaltecendo ela como a melhor através do uso de elementos que circundam o rio Formoso como os Coqueiros e a Igrejinha dos Carneiros. Esta Igreja é

considerada um geossímbolo bastante visível nas representações de paisagens, pois a Igrejinha é apropriada pelos discursos publicitários e turísticos. Estes discursos são criados por usuários do Instagram, que atuam por meio de Agenciamentos Coletivos de Enunciações (GUATTARI, 1992), visando uma atratividade turística maior para a praia dos Carneiros.

A Imagem D retrata a Capela de São Benedito, conhecida como Igrejinha dos Carneiros às margens do estuário do rio Formoso e na praia dos Carneiros, é considerada Patrimônio Histórico e Arquitetônico de Tamandaré (CASA DE PRAIA, 2021). Já a Imagem A compara a praia dos Carneiros com as Maldivas, com o intuito de comparar padrões estéticos para intensificar a atratividade turística através da publicidade no Instagram.

Os agentes promotores do turismo mobilizam mais as paisagens da praia dos Carneiros, mas a estetização, com fins turísticos, vai se espalhando às outras praias vizinhas. Na medida em que os agenciamentos maquínicos atuam mobilizando imagens das praias locais, há uma ação política e estética dos usuários do Instagram ligados ao turismo e ao setor imobiliário que vão se apropriando dessas praias. Isso gera o armazenamento de imagens em ferramentas de geolocalização, com a possibilidade de curtidas nas fotos que aceleram o consumo de imagens.

A inserção das imagens das praias próximas a Carneiros também tem todo um contexto espacial em que são formadas devido a relação forte com o mercado turístico e imobiliário. Contudo, vale ressaltar o papel insurgente da população local que cria uma estética do lugar, pois isso se dar através dos barqueiros e trabalhadores do turismo que se organizam para além das grandes empresas exploradoras do turismo na região. Os grupos sociais de trabalhadores do turismo apresentam uma apropriação estética e um discurso paisagístico sobre o lugar, mas não necessariamente esses grupos são a expressão de uma ação do mercado. Os grupos definem outras formas de estetização das paisagens baseado em suas vidas, militâncias e causas, conforme se verá mais adiante.

O olhar de Vigilância das imagens turísticas inseridas no Instagram é bastante latente nas imagens aéreas, já que essa é intenção subjacente desde o início do uso dessa tipologia de imagens, que foram bastante usadas pelos humanos num contexto de entre guerras mundiais. Conseqüentemente, o uso dessas imagens se acelera cada vez com o Instagram devido ao desejo que consumir paisagens através das imagens, servindo-se como uma espécie de geomarketing dos agentes do Turismo, como o exemplo do Hotel Carneiros (Imagem F). Este Hotel apresenta um perfil no Instagram próprio e uma geolocalização própria também.

Essa situação explica, porque é estratégico para os agentes turísticos, uma disputa econômica com outros agentes para ver quem pode atrair mais turistas e curtidas no Instagram. Isso se deve a construção discursiva e apropriação simbólica do lugar em que estão localizados os empreendimentos turísticos e a disputa em torno da paisagem fotografada nesses lugares.

Esta Vigilância, anteriormente afirmada, lembra bastante as palavras de Byung-Chul Han (2020) quando este caracteriza o mundo das redes sociais como Ponóptico Digital. Ou seja, o ciberespaço das redes se torna um espaço de vigilância, onde a corporação proprietária do Instagram, que é o Grupo Meta, exerce um poder de influência e visibilidade através da manipulação dos dados e até o domínio dos dados. Isso se relaciona com a intencionalidade das imagens aéreas, deixando claro, que para além do que se possa chamar de “divertido” de se ver, as imagens carregam intencionalidades dadas pelos usuários que as insere online. As intencionalidades residem no domínio sobre aquela paisagem representada nas fotos, carregando suas características simbólicas, que representam suas condições naturais e culturais. Isso tudo servindo a agenda de promoção do turismo no local e o consumo de imagens através das curtidas.

As imagens aéreas formam quadros geográficos que colocam em questão o uso político e cultural das imagens. É a partir dos quadros geográficos, que se caracteriza uma natureza e uma sociedade, vistas em conjunto naquela referida paisagem de sobrevoo, utilizando-se de técnicas e desejos humanos ligados ao ver a paisagem do alto. Isso é proporcionado através da tiragem de fotos aéreas e sua exibição pública, utilizando, inclusive as redes sociais, que tornam possível ao ser humano se apropriar de certas paisagens, sendo este processo, forjado historicamente, mas acelerado com o advento das redes sociais.

Porém, antes das redes sociais já existia a espetacularização das imagens, pois Guy Debord (1997) já problematizava sobre o papel de exibição das imagens e sua apropriação pelo Capital. Ver as paisagens dentro da dinâmica do Instagram, é aprender a lidar com o consumo das representações de paisagens, é, sobretudo, entender a junção de elementos naturais e sociais que caracterizam o fenômeno da veiculação de imagens aéreas representativas de paisagens estetizadas.

Algumas representações paisagísticas através das imagens do Instagram se dão pelas postagens de fotos aéreas retiradas de câmeras em drones (do inglês significa zangão, que é um Veículo Aéreo Não Tripulado, que é comandado a distância por seres humanos), que ao serem comandados são utilizados através de um certo domínio de técnicas para retirar fotos

aéreas, este domínio tecnológico por um certo comando relaciona: “a técnica e a tecnologia que, a partir da lógica moderna, forjam uma experiência com o mundo pautada nos anseios de domínio da natureza pelo homem” (BIANCHI, 2017, p. 27)

Desta forma, fica cada vez mais claro que a tecnologia que envolve as fotos de drones são dotadas de poder simbólico, que constitui a enunciação e o domínio sobre o mundo, especialmente pela praia dos Carneiros e de Guadalupe, pautando-se no anseio de domínio, e, logo esse domínio é ligado ao poder que constrói discursivamente um contexto paisagístico de determinado lugar através dos Usuários do Insta, divulgando virtualmente estas fotos, visibilizando as paisagens através das fotografias do Instagram.

A partir disto, podemos dizer que as fotos aéreas e de drones trazem em si a ideia de domínio da técnica e do comando da tecnologia por parte do ser humano dotado de alguns recursos tecnológicos, sendo que nem todas as pessoas podem adquirir equipamentos sofisticados para isso. Apesar da popularização da tecnologia, o uso de drones e a tiragem de fotos aéreas ainda é uma atividade custosa sob o ponto de vista financeiro. Mas a ideia de domínio não reside somente no financeiro, mas na representação aérea comandada por um ser humano tecnologizado que deseja ver do alto os lugares, avistando panoramas dos lugares. No Instagram isso é ilustrado por algumas fotos tiradas de drones, que por sinal são fotos panorâmicas, onde se vê grande parte da praia dos Carneiros e de Guadalupe.

Desta forma, são formados com essas imagens de drones, as demais narrativas visuais, sendo eles verdadeiros quadros geográficos, os quais seriam aquilo que, Paulo César da Costa Gomes (2017) afirma, serem capazes de auxiliar à imaginação geográfica, compreendida pelo: “uso inteligente das imagens, aquilo que chamamos de quadro geográfico. Esses quadros são sistemas de informações geográficas que se apresentam sob variadas formas gráficas, e no limite, até sob a forma de texto” (GOMES, 2017, p. 140).

Esta reflexão de Gomes auxilia a compreender as imagens do Instagram, em seus discursos fotográficos, como portadoras da ideia de quadros geográficos que são utilizadas pela técnica e pelo uso inteligente delas em conjunto com a ideia de domínio, representando as paisagens e apropriando-se delas, para fomentar a imaginação geográfica sobre a praia dos Carneiros e de Guadalupe.

As fotos aéreas reforçam o uso estético e político das fotos para legitimar seu poder simbólico, reforçando o seu poder de visibilidade. Porém, vale salientar que há uma sofisticação técnica, a qual nem todos possuem o acesso, tampouco o poder aquisitivo para

tirar e obter fotos de drones. Com isso, há o exercício do poder de visibilidade através do uso das fotografias e dos lugares fotografados, apropriando-se da coisa fotografada, a qual está localizada nas praias dos Carneiros e de Guadalupe.

Estas praias são partes constituintes das representações estéticas que formam maneiras de ver a área, de modo que os usuários do Instagram ao mobilizarem fotos em direção ao oceano Atlântico, estetizam as praias. Desta maneira, apropriando-se das praias, nem todos os usuários do aplicativo podem fazer fotos no interior dos hotéis e resorts mais caros ou dos passeios de lancha mais ostentatórios e assim por diante. Isso leva a muitos usuários recorrerem à visualização de fotos aéreas, com suas curtidas online, que geram modos de se relacionar com a fotografia diferentes, pois a relação com a foto se dar com olhar de sobrevoos, atuando na gestão de modos de se aproximar das paisagens através das postagens de fotos dos usuários do Instagram.

## **5.2 Fotografias de Paisagens: Natureza e Cultura nas imagens**

As imagens veiculadas no Insta são construções tecnológicas advindas do desenvolvimento técnico na feitura de imagens produzidas pela relação entre humano e máquina, que colabora para que os seres humanos atuem como agentes produtores de imagens. Com isso, a construção de imagens exibidas online pode vir acompanhado de uma automação da percepção e da industrialização da visão, que como Paul Virilio (1993) afirma, isso influencia nos comportamentos, no controle, na vigilância, nas representações mentais e na percepção do ambiente entre o animado, o sujeito vivo, o inanimado, o objeto e a máquina de visão.

Essa automação da percepção força as pessoas a quererem tirar fotos dentro do padrão estético estabelecido pelos Usuários do Instagram. Há uma criação de molduras móveis e imóveis na praia para isso, e também lugares turísticos se tornam pontos para tiragem de fotos. Aqui vale salientar que há um papel ativo dos sujeitos que possuem perfis de usuários no Instagram que podem desafiar esse padrão, estabelecendo suas estéticas insurgentes e contra-hegemônicas. Porém, isso é dependente da relação que as pessoas estabelecem com as redes sociais e com o lugar, enquanto alguns usuários são dependentes do padrão estético estabelecido para tiragem de fotos. Nada disso retira a autonomia dos usuários de fazerem surgir estéticas alternativas e fotos que mostrem outras narrativas do lugar.

Não se pode anular o papel criativo dos sujeitos no processo de criação das imagens, pois isso depende de quem enuncia o discurso fotográfico, atuando na criação de maneiras de

ver diferentes as paisagens. Existe também a questão da inibição das pessoas em tirar fotos, alguns tem mais vergonha do que outros, vale salientar também o papel ousado dos turistas, que em espontaneidade e autonomia legítimas, determinam quais os discursos fotográficos enunciados. Enquanto há um padrão estabelecido, há a autonomia dos usuários em postarem imagens que quiserem, desde que não violem as políticas do aplicativo, que reside em não exibir conteúdos relacionados a cirurgia plástica, locais que proíbem da fotografia, venda de armas, tabaco e cigarros eletrônicos, desenhos e fotos de automutilação, o terrorismo, crime organizado, propagação do ódio, nudez, ofertas de serviços sexuais e venda de produtos ilegais (TECNOBLOG, 2023; TECHTUDO, 2023).

Já a automação percepção do ambiente é muito atrelada ao padrão estético estabelecido pelos usuários do Instagram e o Turismo, isso impacta como as imagens turísticas são constituídas. Dessa forma se mobiliza a cultura e a natureza em prol do condicionamento da implantação do mercado de percepção estética, influenciado pelo movimento de curtidas e compartilhamento de imagens transformadas em dados online pelo aplicativo Instagram. Essas imagens são condicionadas por um padrão estético que captura os agenciamentos coletivos de enunciação de seus usuários em sua diversidade, mercantilizando as paisagens a partir da plataforma de rede social Instagram. Há também a mobilização dos agenciamentos maquínicos da corporação proprietária do aplicativo, pois isso visa comercializar, a partir das apropriações das imagens de paisagens, as representações feitas pelos usuários e promoção do turismo local e das atividades imobiliárias.

As fotografias de paisagens que estão atreladas a automação da percepção fabricada pelo padrão estético estabelecido pelos usuários do Instagram, ligados ao turismo e ao capital imobiliário, mobilizam instâncias de elaboração de imagens que são próprias do modo de produção da subjetividade capitalística (GUATTARI, 1992). Isso coloca em questão as relações de dominação e de poder nos campos técnico-científicos e estéticos, incluindo assim, o banco de dados de um computador como instância altamente influenciadora das imagens para serem curtidas e consumidas, sendo este banco administrado e desenvolvido pela corporação proprietária do Instagram, atualmente pertencente ao grupo Meta Platforms, Inc.

Na praia dos Carneiros, por exemplo, o turismo ganha uma forma de mobilização de imagens que é política e econômica. Isso se dá, sobretudo, nas imagens veiculadas na rede social Instagram que constroem discursivamente a relação estabelecida pelos usuários ligados ao capital turístico e imobiliário com as fotografias de paisagens, que levam em conta as

percepções e vivências subjetivas dos outros usuários, como, por exemplo, o ato de tomar um simples banho de praia e de rio ou tirar foto na frente da igreja dos Carneiros. Essas fatos e cenários muitas vezes fotografados levam em consideração o status atribuído pelas pessoas e o envolvimento das relações subjetivas entre as pessoas, usuários do instagram e as paisagens representadas.

Nas Imagens que mostram Pessoas<sup>15</sup>, geralmente, em algumas delas é construído um discurso fotográfico no Instagram, que se baseia em flashes de fotos e em recortes de paisagens, retratando a igreja dos Carneiros, cujo o nome é Igreja de São Benedito, valendo-se desse Patrimônio Histórico e Arquitetônico de Tamandaré (CASA DE PRAIA, 2021). Isso coloca em visibilidade no Instagram este Patrimônio, com o intuito de promover a veiculação dessas imagens por meio de curtidas e compartilhamentos, com o intuito de aumentar a atratividade turística em relação a praia dos Carneiros.

As Subjetividades inseridas nas imagens estão inseridas no contexto de vivência que as pessoas têm com as praias dos Carneiros e de Guadalupe, indo desde um banho de sol e nas águas da zona estuarina a passeios em lanchas, catamarans ou similares. Isso proporciona a visibilidade de comportamentos fotográficos, que estão muito atrelados às posições para tirar as fotografias, mexendo com a subjetividade de quem ver e de quem constrói os discursos fotográficos em suas postagens. Desta forma, há uma atração dos usuários do Instagram a irem para praia dos Carneiros e tirem fotos similares as que são visibilizadas online pelo aplicativo.

Nas imagens das Pessoas e Selfies geralmente se retratam a afetividade e os costumes, como, por exemplo, o beijo de duas pessoas em uma lancha ou similar, mulheres quase seminuas de biquíni e homens de sunga banhando-se na praia. Todas essas representações de costumes e afetividades com a paisagem ao fundo, alia-se a mobilização de sentimentos, comportamentos e sentidos subjetivos que são atribuídos à paisagem, visibilizando vivência que podem ser experienciadas numa visita a esta paisagem, pois isto coloca os costumes dos usuários do Instagram representados em fotos, como formas de se vivenciar esse espaço da praia. Isso se deve aos agenciamentos promovidos pelos usuários do aplicativo, que alcançam a visibilidade de seus costumes e ações fotográficas na praia, pois os usuários têm o objetivo de terem suas fotos curtidas. Muito disso se torna base para padronizar o estilo de fotos feitas,

---

15 Evitou-se nesse subcapítulo a exibição de fotos ou imagens, pois muitas dessas produções imagéticas exibem os rostos das pessoas. Assim, não se exibiram imagens, para que haja uma preservação da privacidade das pessoas.

visando a visualização das imagens e sua multiplicação, incrementando a atratividade turística em relação a praia dos Carneiros, sugerindo costumes ações fotográficas de vivência aos visitantes.

Os costumes subjetivos visibilizados nas fotos dos Usuários colocam em questão até que ponto nossa privacidade no Instagram anda sendo vigiada e transformada de acordo com a produção e o consumo de imagens. Até que ponto os Usuários se tornam influenciáveis pelas publicações do Instagram? Será que essas imagens postadas visam seduzir os usuários, cooperando com o turismo de massa da praia dos Carneiros?

Há de convir que cada vez mais a mobilização de imagens vem colaborando para dar um valor subjetivo as relações entre os Usuários do Instagram, o aplicativo, as imagens e as paisagens, é de extrema importância entender isso. De forma que o Capitalismo Artista e Estético e seus representantes se aproveitam disso para construir, a partir de discursos fotográficos e apropriações simbólicas das paisagens, narrativas sobre a praia dos Carneiros que constroem um ideal de beleza baseado nas curtidas e compartilhamentos de imagens. Isso ocasiona a mobilização das imagens através das curtidas, que condiciona o consumo turístico da praia dos Carneiros através das curtidas realizadas pelos usuários.

O Instagram se torna na atualidade uma das ferramentas online de aceleração de consumo e produção de imagens, auxiliando os usuários na construção de narrativas sobre suas vidas e sugerindo aos usuários costumes subjetivos praticáveis nos lugares turísticos. Esses costumes se baseiam na sedução estética proporcionada pela relação entre estética e política que o aplicativo pode exercer nas vidas humanas e na relação que estas estabelecem com o contexto da psicopolítica digital e de estetização das paisagens.

### **5.3 Disputas de Narrativas Paisagísticas: Grupos Sociais e a Mobilização de Hashtags (#)**

O Instagram por ser uma ferramenta digital que se caracteriza por ser multissemiótica, o qual se caracteriza por ser depositária de uma produção de imagens que mobiliza múltiplos símbolos, bem como formas de ver e pensar as paisagens. Claro que, a governança algorítmica feita pela corporação proprietária desse aplicativo, que consiste em ser a gestão política de dados imagéticos inseridos no Instagram, controlando o que pode ou não ser exibido no aplicativo. Isso colabora para a ação dos agenciamentos maquínicos da corporação, que manipulam a visibilidade de paisagens na tela em que os usuários curtem e compartilham imagens. Nesse sentido, a produção imagética se insere no Instagram e ganha

uma função social e política que coopera para a manutenção da produção e consumo de imagens.

Nesse contexto se insere as narrativas dos usuários do Instagram, que podem ser turísticas e publicitárias, mas que podem mobilizar as Hashtags como forma de colocar em visibilidade não só essas atividades já referidas, mas as mobilizações sociais mediadas por e imagens inseridas no Aplicativo.

O uso político do Instagram além de servir ao turismo, tem servido bastante para a divulgação e a mobilização dos grupos sociais através das Hashtags. Surge, então, a categoria de cyberproterto para caracterizar o uso dessas ferramentas online na produção massiva de imagens para que elas possam servir ao cyberativismo. Isso caracteriza por se inserir na ação política na atualidade, devido, principalmente, a política da paisagem estar cada vez mais envolvida na mobilização de dados online de imagens. Sendo assim, as imagens visibilizam os conflitos sociais e disputas de narrativas sobre a paisagem no contexto da política digital.

Hashtags como #sosamazonia e #salveosaofrancisco são exemplos de como os usuários do Instagram e grupos sociais colocam em visibilidade, suas pautas e manifestações imagéticas, com o intuito de atuarem nas mobilizações sociais. Isso geolocaliza as lutas sociais, coadunando para afirmar a paisagem, enquanto recurso político, já que ela é apropriada pelos grupos sociais em suas mobilizações.

No caso específico da APA de Guadalupe, temos a #gritamospelozatan (Figura 12), que tem o intuito de mobilizar a sociedade, utilizando-se da mobilização de hashtags. Essas ferramentas digitais são usadas pelos barqueiros, colocando em discussão como os grupos sociais podem usar as redes sociais, incluindo o Instagram, como o intuito de se mobilizar politicamente. Essa mobilização política que é hashtag adotou como agenda de luta o próprio zoneamento das atividades náuticas, pois este beneficia os grupos sociais que envolve os barqueiros. Além disso, as hashtags mobilizam as disputas de narrativas sobre a paisagem, tendo em vista que, o turismo de massa das praias dos Carneiros e de Guadalupe, representado em muitas postagens do Instagram, apresenta outras narrativas que mercantilizam as referidas praias.

**Figura 8 - Print de Tela mostrando a Hashtag de mobilização dos grupos sociais dos barqueiros (#gritamospelozatan)**



Fonte: Instagram, pesquisa de 6 de Dezembro de 2021.

O uso das hashtags é de suma importância para que os grupos sociais exerçam seu papel político de mobilização das suas demandas e direitos. Porém, há toda uma governança algorítmica que as corporações proprietárias das redes sociais exercem, que se dá, principalmente, com o impulsionamento de hashtags mais atreladas do turismo e ao consumo. Isso nas praias dos Carneiros e de Guadalupe é visibilizado não só pelas postagens dos usuários do Instagram ligados ao Turismo e ao Capital Imobiliário, mas através do papel sociopolítico das redes sociais e do Instagram em dar visibilidade às narrativas imagéticas. Esse papel é formado pela junção dos interesses corporativos dos proprietários do Instagram

(estímulo à produção e ao consumo de imagens), bem como os interesses do Turismo, Capital Imobiliário e da Publicidade.

As contestações e oposições, em relação ao papel que turismo exerce, influencia no estopim dos conflitos ambientais na região onde está a praia dos Carneiros. Sendo que os Conflitos são expressos através do uso das hashtags, que são apenas ferramentas visibilizadoras das lutas. Com isso, há, também, uma mobilização de uma estética insurgente que revela uma contestação a partir da paisagem, expressando-se com uma paisagem política (caso, por exemplo, de protestos e ações realizadas). Isso proporciona o uso político da paisagem pelos grupos sociais com o intuito de visibilizar suas lutas e pautas, as quais fogem do padrão estético estabelecido pelo capital imobiliário e turístico em suas publicações.

Uma nova categoria denominada de Ciberprotesto (em inglês Cyberprotest), conforme assinalado por VAN DE DONK et al (2004), vem sendo colocada em discussão para designar fenômenos como esse da hashtag #gritamospelozatan. Isso se dá, pois cada vez mais usuários das redes sociais e principalmente instagram e twitter tem mobilizado essas hashtags com o intuito de impulsionar a discussão política. De forma que, as hashtags funcionam como formas de ações políticas numa sociedade globalizada e hipertecnologizada, que organiza as lutas sociais por temas, visando a reunião de mais pessoas num processo de discussão política. No Instagram isso envolve a mobilização política através das imagens, criando discursos fotográficos com a finalidade de visibilizar as lutas sociais.

Isso também ganha uma dimensão ciberpolítica, devido “aos usos de um espaço virtual (ciber) como uma nova arena de disputa com suas próprias modalidades e realidades” (CHOUCRI, 2012, p. 4, Tradução Livre). Nesse sentido, as postagens vão utilizando a hashtag, dotando ela com um papel político, que por conseguinte se reverbera através de representações das paisagens. Estas se utilizam, principalmente do instagram, no contexto de mediação desse fenômeno político, instagramável, tornando visível no aplicativo instagram a luta política travada. Tudo isso tem o intuito de formular novas demandas de luta social e política, colocando em discussão o ser e estar na paisagem atrelado às demandas políticas dos grupos sociais que utilizam do instagram e das redes sociais.

Isso leva ao debate sobre Cidadania Paisagística (BARBOSA, 2018), Direito à Paisagem (CHECA-ARTASU, 2018) e a uma Geografia Política da Paisagem (MACIEL, 2012), que estão relacionados aos sentidos dados pelos sujeitos à paisagem. Sendo eles próprios participantes da paisagem, no sentido de usarem a paisagem como recurso político,

numa estratégia de ser-estar-no-mundo, que é mobilizada por agentes políticos, os quais utilizam da paisagem, enquanto instrumento de reivindicação política.

As lutas sociais estão cada vez mais mediadas pelas redes sociais, mas há de se questionar o monopólio de dados online que as redes sociais exercem. Isso leva ao questionamento por parte da sociedade civil organizada de como os dados imagéticos podem exercer influência nos comportamentos humanos, sociais e individuais. Os comportamentos humanos podem ajudar a formar uma mentalidade na população, influenciando, principalmente, o consumo, daí a discussão sobre a psicopolítica, que também pode controlar a sociedade e seus comportamentos políticos.

Chegou-se numa era, em que, ou usamos as redes sociais para nosso benefício social ou as corporações donas das redes usam a nós para o benefício delas próprias, pois as redes sociais pertencem a corporações que exercem um poder de vigilância e controle social dos comportamentos dos indivíduos. Isso se dar, principalmente, pelo impulsionamento através das redes sociais, com o intuito de influenciar as pessoas pelas publicidades, direcionando a cultura de consumo das pessoas. Um exemplo disso é o caso das praias dos Carneiros e de Guadalupe, que colocam em pauta como o uso econômico das redes para disseminação de uma publicidade turística e imobiliária. Porém, as hashtags relacionadas às praias dos Carneiros e de Guadalupe podem se tornar uma ferramenta política importante para os grupos sociais na luta por conquistas de direitos humanos e sociais, indo além do uso econômico.

Além do uso das hashtags (#), há o uso de perfis de usuário do Instagram, como, por exemplo, @sequilhoscarneiros (Figura 9), que mostra a reafirmação da existência de mulheres em sua maioria responsáveis pela preparação e venda de sequilhos na praia dos Carneiros.

**Figura 9 - Prints (A e B) do Perfil de Usuário @sequilhoscarneiros**



Fonte: Instagram, pesquisa de 1 de Setembro de 2022

Como se ver acima, as publicações de @sequilhoscarneiros, apesar de ter a finalidade de divulgação e venda de sequilhos na praia dos Carneiros, mostram a afirmação da existência e principalmente o engajamento das mulheres na preparação dos sequilhos e na venda.

Percebe-se o uso geossimbólico da Igreja de São Benedito como forma de demarcar a venda na praia dos Carneiros, já que a igreja compõe o imaginário social de quem vai para a praia, sendo esta Igreja um geossímbolo da praia dos Carneiros.

Percebe-se que as postagens colocam em evidencia o cotidiano de venda de sequilhos, narrativas de vivência com a praia dos Carneiros, praia da argila, banhistas, pessoas que navegam de catamarans e de dentre outras narrativas. Isso coloca em questão a mobilização dos geossímbolos da praia dos Carneiros por @sequilhoscarneiros, mostrando que o padrão estético e as narrativas evidenciadas pelas publicações de @sequilhoscarneiros são diferenciadas.

Nesse sentido, enquanto o padrão estético envolve as narrativas das pousadas, hotéis e resorts, o usuário @sequilhoscarneiros produz uma estética insurgente de reafirmação de sua existência. Além disso, no perfil de usuário denominado @sequilhoscarneiros, há uma demonstração de vivência e proximidade entre aqueles que estão representados nas postagens e não uma relação verticalizada e de adestramento do olhar que visa única e exclusivamente o consumo, mas a vivência das pessoas comprando sequilhos na praia.

A estética do usuário @sequilhoscarneiros e da Hashtag #gritamospelozatan apresentam algumas semelhanças com o padrão estético estabelecido pelo capital turístico e imobiliário, quando apresentam imagens da igrejainha, da praia de Carneiros e de outros elementos mobilizados pelas agências de turismo. O que não anula em nada suas lutas e suas pautas, pois o que muda é a escala de observação – da visão de sobrevoo para a linha de chão/água – em que as pessoas e suas práticas são evidenciadas. Isso proporciona com que a mobilização do padrão estético se dê em torno de uma mobilização política das publicações, que o usuário @sequilhoscarneiros faz, visando a afirmação de sua existência e seu cotidiano. Já na Hashtag #gritamospelozatan há uma movimentação em torno de uma conquista de direitos humanos e sociais.

A Visibilidade exercida pelos usuários do Instagram com suas estéticas insurgentes e contra-hegemônicas nos condicionam a pensar outras formas de se organizar o poder do olhar e da visibilidade no aplicativo. Essas estéticas insurgentes são formas de estetização das paisagens que são diferentes do padrão estético hegemônico em voga no Instagram, que é enunciado pelos perfis turísticos e imobiliários. Há poucas semelhanças, já apontadas, como mobilização dos mesmos lugares (Igrejinha dos Carneiros, por exemplo) e com claras diferenças, pois os usuários turísticos e imobiliários preferem imagens aéreas, enquanto os

usuários das estéticas insurgentes tem a preferência por imagens no plano mais horizontal e terrestre.

Vale ressaltar que todos os dados veiculados no Instagram são publicizados e direcionados pelas visualizações, ou seja, pela quantidade de visualizações das postagens inseridas online. Dessa forma, as técnicas de poder da corporação proprietária do aplicativo condiciona o acesso, as curtidas e as repercussões que as postagens terão no aplicativo, a partir de suas Hashtags e ferramentas de geolocalização. Os usuários atuam para que o alcance de suas postagens cheguem aos interessados nelas, isso gera bolhas ou grupos específicos, os quais são alvos prioritários da produção de conteúdo das imagens e na sua disseminação.

Porém, existem hashtags e ferramentas de geolocalização que são bastante visadas, para essas, o algoritmo da plataforma Instagram é programado a atuar de forma a ampliar ainda mais a visibilidade e disseminação. Isso se dar em algumas situações, em que é pago impulsionamento de visibilidade por parte de alguns usuários ligados ao turismo e ao capital imobiliário. Existe assim uma heteronomia de poder em relação à imposição de colocar em visibilidade as postagens, essas postagens são aquelas que geralmente aparecem de primeira na timeline e na ferramenta de geolocalização se dar quando clicamos em algum lugar escolhido e, então, abre-se aquelas imagens-mosaicos, de forma que elas aparecem primeiro.

Logo, os usuários do Instagram usam de seu poder de visibilidade para priorizar por meio do algoritmo, algumas postagens em detrimento de outras, colocando imagens em tela para serem curtidas e para condicionarem as curtidas e gostos do usuário do aplicativo. Isso coloca em visibilidade as imagens com uma produção estética mais apurada e com uma quantidade de curtidas, visualizações e compartilhamentos maiores, servindo de base para formar bolhas e grupos maiores em número.

O Psicopoder Heteronômico dos Usuários do Instagram é ligado a compra de impulsionamento online de publicações, possui a característica de ser impositivo, pois ele gerencia as informações que as pessoas dão ao aplicativo quando elas se tornam usuárias deste. Porém, os usuários individuais são livres e autônomos – apesar de em alguns casos serem condicionados pelos estilos de fotos que eles visualizam no aplicativo – colocam em ação seu psicopoder autônomo que atua na criação do conteúdo. Os usuários do aplicativo tem autonomia sobre o que é publicado, desde que não seja material pornográfico, de violência ou

ódio e guardada as devidas precauções com as políticas de privacidade que o aplicativo impõe em relação aos seus usuários.

Esse psicopoder autônomo é criador e inventivo das postagens, sem ele o instagram não consegue manipular e fazer sobreposições e até jogadas de imagens para que os usuários curtam. Com esse poder inventivo, há também a ação de grupos ligados aos movimentos sociais, o uso de hashtags, imagens de protestos e os próprios cyberprotestos com hashtags online, que condicionam as redes sociais e especialmente o instagram, a atuar, colocando em visibilidade a sociedade e as suas contradições sociais.

A digitalização da sociedade vai conduzindo a uma dependência em relação as redes sociais, pondo em questão as relações políticas que se desenvolve na sociedade. Isso colabora para uma ampla articulação política entre as pessoas usuárias de redes sociais. Porém, ainda reside a dúvida em até que ponto seremos capazes de domar e tentar condicionar e controlar o algoritmo sem deixar que ele condicione nossas vidas, controlando nossos corpos e comportamentos. Trata-se de também educar as pessoas para saberem atuar nas redes.

O Instagram é uma ferramenta, em que seus usuários utilizam politicamente para visibilizar suas pautas e reivindicações, mas depende de quem usa, como se usa e de como posso usar os algoritmos desta ferramenta a favor de uma bem comum na sociedade. Isso pode garantir a defesa dos direitos humanos e dos direitos aos dados, pauta que tem se tornado luta de muitos movimentos sociais ao redor do mundo. Porém, vale refletir que, não podemos, enquanto sociedade, ignorar o papel político que as redes sociais podem colaborar e visibilizar. Precisamos analisar, enquanto sociedade, o impacto disso na nossa percepção e representação dos lugares e paisagens, sendo isso tudo conduzido pelo uso e mediação que se faz dos algoritmos.

#### **5.4 Relação entre o Instagram e os Patrimônios Culturais e Naturais das Paisagens da Praia dos Carneiros e de Guadalupe**

Algumas Paisagens das Praias dos Carneiros e de Guadalupe colaboram para uma construção de discursos fotográficos inseridos na rede social instagram com o intuito de justamente mobilizar a visibilidade de patrimônios através da psicopolítica digital. Ou seja, com exibição de fotos dos usuários do aplicativo, há um uso dessas imagens pela corporação que detêm o controle da plataforma do aplicativo, decidindo através da torre de comando se as publicações podem ser exibidas, para então serem curtidas e compartilhadas na Timeline e nas telas de celular. A mobilização das fotos e exibição delas é uma ação psicopolítica do

Instagram e seus usuários para angariar curtidas e influência, essa mobilização é paga por alguns usuários. Sendo essa psicopolítica representada em imagens dos usuários do Instagram, as quais possuem uma quantidade de curtidas e compartilhamentos de imagens bastante considerável, ajudando a impulsionar formas de ver e estar na paisagem que são diferentes entre si.

Com dinâmicas de acesso ao Instagram, há uma construção discursiva sobre as paisagens instagramáveis, isso auxilia na caracterização das paisagens. O turismo e o capital imobiliário estetiza as paisagens, ao mesmo tempo, em que há uma politização da paisagem. Esse processo torna a paisagem um instrumento político para direcionar o papel do turismo e do capital imobiliário nas praias dos Carneiros e de Guadalupe, modificando as dinâmicas de circulação de pessoas usuárias do Instagram para tiragem de fotos nas praias.

Nisso, não só a paisagem é movida por disputas de narrativas que são políticas, mas pelo próprio patrimônio cultural e natural ligado as paisagens, principalmente, aquelas ligadas ao uso turístico, pois os patrimônios funcionam como lugares de atratividade turística. Isso mobiliza a modificação de toda uma dinâmica do lugar onde se localiza o patrimônio, gerando formas de ver os patrimônios, que se relacionam com a mobilização política da paisagem. O poder de visibilidade que os usuários do Instagram exercem torna possível, através da atratividade turística, representação estética e fotográfica e exibição de imagens no aplicativo, a mobilização estético-política dos patrimônios e suas paisagens.

### **5.5 Igreja de São Benedito: patrimônio cultural e sua relação com o Instagram**

Conhecida por ser a Igrejinha dos Carneiros, sua popularidade no Instagram chama atenção. Isto se deve há sua localização, pois está presente na praia dos Carneiros e vem se destacando como um cartão-postal e de visita para quem vem a esta praia. No passado, era uma igrejinha pertencente às terras de engenho velho, hoje, a igreja de São Benedito conecta o passado e o presente dos lugares, localizada quase no meio da praia, entre o mar e a faixa de areia sujeita ao movimento das marés. Atualmente, essa igrejinha se tornou um espaço bastante fotografado, o que impulsiona o fenômeno de publicações em massa no Instagram, transformando a igreja em representação estética e fotográfica que se liga à paisagem da praia dos Carneiros.

A Igreja de São Benedito começa a ser construída no século XVII a mando de Francisco Caldas Lins, conhecido por Visconde de Rio Formoso, que era proprietário das

terras que fazem parte do município de Tamandaré, incluindo a praia dos Carneiros. Com a morte do Visconde, as suas terras foram divididas entre seus filhos e vendida, a praia dos Carneiros foi comprada por José Henrique Carneiros, por isso o nome da praia ser Carneiros, onde se localiza a Igreja. Nas proximidades da Igreja havia um cruzeiro, um cemitério e um pequeno porte, que forma destruídos devido ao tempo e às águas (FUI SER VIAJANTE, 2023).

Em 1938, as terras onde se localiza a Igreja de São Benedito foram compradas pela família Ramos Rocha, na atualidade, grande parte da propriedade pertence aos filhos e netos desta Família, que teve suas terras divididas em heranças nos anos 1980. Muitas dessas terras foram destinadas para a construção de restaurantes e pousadas próximas da igreja dos Carneiros (FUI SER VIAJANTE, 2023). Nesse sentido, há o surgimento de empreendimentos turísticos e imobiliários na praia dos Carneiros, devido ao investimento de alguns descendentes da família Ramos Rocha, isso ajuda a se implantar a mercantilização de partes significativas da praia dos Carneiros.

Essa mercantilização alimenta o fenômeno da estetização das paisagens promovido pelos usuários do instagram ligados ao turismo e ao capital imobiliário no contexto atual do Capitalismo artista e estético. Fetichiza-se a paisagem, e, sobretudo, mercantiliza-a, tornando-a objeto de desejo de consumo. Isso caracteriza por ser um fenômeno psicopolítico que coloca em discussão como o patrimônio, praia e espelhos d'água são colocados no contexto de ânsia dos usuários do instagram em publicar imagens para terem curtidas. Os Usuários se apropriam da noção de patrimônio, colocando essa noção como algo a ser guardado e preservado através das imagens.

A Igrejinha dos Carneiros se insere nesse contexto de ânsia dos Usuários do Insta como forma de manifestação algorítmica através das publicações dos usuários, que mobilizam desejos atrelados ao querer estar numa praia, exibindo-se a si mesmos. Isso se dar pela busca de status no simples ato de postar imagens no instagram exibindo ao fundo a igreja, mobilizando a ideia de cartão-postal não só para a igreja, mas também para a exibição de imagens de pessoas.

O Tombamento e a história da igreja são características que influenciem na postagem de fotos. O fato é que eles mesmos, os usuários, atuam e se encarregam de quererem eternizar a igreja pelo menos no contexto de suas publicações. Isso se dá pelas fotografias, pois ao mobilizar um aparato fotográfico, o intuito se torna colocar, em

visibilidade, suas narrativas e sentimentos sobre aquele lugar onde se insere a igreja. Há uma mobilização das formas de sedução estética em relação a igreja, que são relacionadas ao desejo de ser e estar na paisagem.

A igreja dos Carneiros, apesar do uso estético e fotográfico que fazem da mesma, tem uma importância histórica e cultural para Pernambuco e, principalmente, para o Município de Tamandaré. Essa importância se caracteriza em uma patrimonialização da igreja pelo município em que está a igreja de São Benedito (CASA DE PRAIA, 2021). Isso se torna um fenômeno político que se utiliza da paisagem da igreja como recurso político para implantação de políticas turísticas que visibilizem a igreja e tornem ela um patrimônio.

Vale salientar que a igreja dos Carneiros vem passando por um processo de patrimonialização de sua paisagem através do incentivo por parte dos usuários do Instagram. Isso se baseia no uso psicopolítico da paisagem da igreja por meio dos usuários e da corporação proprietária do Instagram. O uso da paisagem pelos usuários, que são agentes políticos, visa colocar o discurso fotográfico sobre igreja em evidência, popularizando as representações das paisagens deste local. Os usuários atuam representando fotograficamente a praia, pois isto proporciona a promoção do turismo e a cultura visual de tirar fotografias na frente da igreja por parte de usuários. Essa ação de tirar fotos tem o intuito de mobilizar a visibilidade e as maneiras de ver a igreja. Nesse sentido, isso se transforma numa forma de mobilização psicopolítica que torna visível o patrimônio, pois representa fotograficamente e o caracteriza a partir de sentidos que os usuários dão a esta paisagem patrimonializada.

Dessa forma, o caso da igreja desafia a própria ideia de patrimonialização, colocando essa ideia como sendo condicionada pela ação psicopolítica dos usuários do Instagram e pela corporação proprietária do aplicativo. Pois, a Corporação estimula a governança algorítmica, que controla o aplicativo, fazendo com que haja a visibilidade da praia dos carneiros e da igreja-patrimônio (Figura 10) para mais curtidas e compartilhamentos de imagens da igreja. Isso estimula a produção e consumo de imagens por parte dos usuários do Insta, que estimulam a economia local, fomentando uma cultura de consumo turístico, que passa pela cultura visual.

**Figura 10 - Print do perfil @igrejinhadoscarneiros**

📶 🔋 66% 11:10

← **igrejinhadoscarneir...** ⋮



**98** **5.508** **1.088**  
Publica... Seguido... Seguindo

**Igrejinha dos Carneiros**

Evento

Igrejinha dos Carneiros | Capela de São Benedito

[Perfil Oficial] 🏠🌴

Praia dos Carneiros-PE-Brasil

✉️ [sitioboaesperanca@outlook.com.br](mailto:sitioboaesperanca@outlook.com.br)

☎️ 81 989113050

**Ver tradução**

[wa.me/5581989113050](https://wa.me/5581989113050)

Sítio Igrejinha dos Carneiros, Praia dos Carneiros, Tamandaré, Pernambuco, Brazil

 Seguido(a) por **igram\_pe**

**Seguir** Mensa... Contato +👤



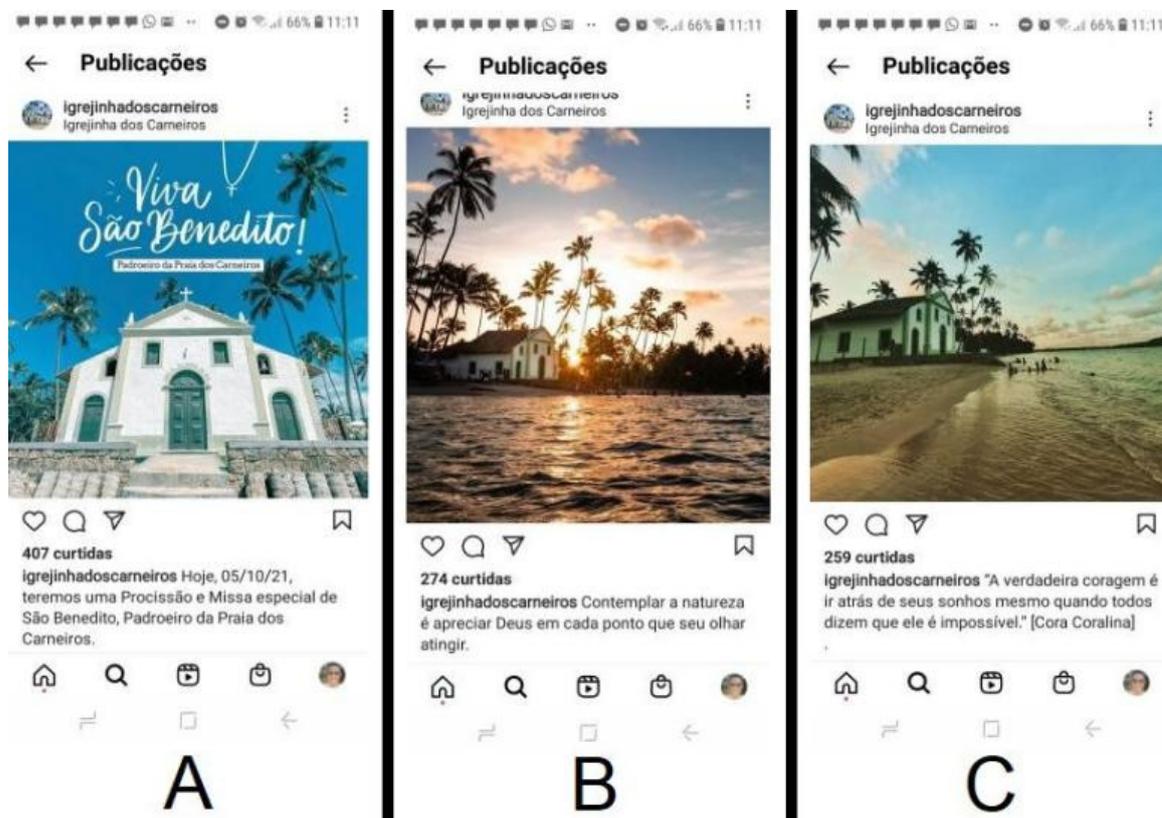
Vista aérea ... Missa 03No... Bom dia! Casamentos \



Como o próprio perfil no Instagram (Figura 10) aponta, há uma popularização das curtidas em relação a igrejinha, amparada na sedução estética, isso proporciona um alcance retórico-discursivo que mercantiliza a paisagem. Desta forma, essa mercantilização da paisagem se coloca como decisiva em determinar a política do desejo de ver a paisagem, utilizando-se desse desejo para estimular o ir à praia, o consumir, o visitar, o viajar, o tirar foto e o postar. Tudo isso colabora para o advento de políticas turísticas que proporcionem a patrimonialização da igrejinha, que visam o acesso e uso simbólico dessa igreja-patrimônio.

Nesse estímulo a política do desejo, há efeitos estéticos na feitura das fotos (Figura 11) que são bastante visibilizados. O uso desses efeitos tem intuito de embelezar a imagem e, conseqüentemente, a representação fotográfica da paisagem, colocando em questão a relação entre imagem, humano e máquina envolvida no processo de feitura da imagem. Isso colabora para que as imagens sejam mais atrativas do ponto de vista estético, mobilizando toda produção de imagens, para que seja condicionada pelas curtidas e pelas quantidades de visualizações que as imagens recebem. O aplicativo instagram é utilizado como ferramenta pelos usuários (visitantes da praia ou empreendimentos turísticos), como forma de mobilizar a visibilidade e com isso condicionar curtidas.

**Figura 11 - Prints de Telas (A, B e C) mostrando Imagens da Igrejinha dos Carneiros com efeitos estéticos diferentes**



Fonte: Instagram, pesquisa de 17 de fevereiro de 2022, postagens extraídas do usuário @igrejinhadoscarneiros

As imagens acima ilustram como se dar o uso fotográfico através do Instagram em relação a Igrejinha dos Carneiros. O uso vai da divulgação da festa de São Benedito, padroeiro da praia dos Carneiros (Figura 11, Print: A), para uma demonstração estética de contemplação da natureza e da arquitetura da igreja em determinados horários do dia e em posições do sol e da luz diferenciadas (Figura 11, Prints: B e C). Isso coloca em evidência a questão da cena, constituindo um cenário “paradisiaco”, uma estética agradável aos olhos, transmitindo o ideal de belo digital (HAN, 2019) que representa paisagens na tela dos celulares e computadores.

A cena é constantemente mobilizada nas publicidades, demonstrando a transformação territorial da praia, pois os agentes promotores dos empreendimentos turísticos e imobiliários

fazem na paisagem local a partir da Glamourização da paisagem. Isso é devido as cenas mobilizarem imagens que mostram coqueiros e um cenário de natureza exuberante e contemplativa, mas, ao mesmo tempo, os agentes atuam a construção de empreendimentos imobiliários e turísticos, que estão sendo construídos atrás da igrejinha. Isso mostra um cenário em que há uma mistura de cenas dos coqueiros e do cenário “paradisiaco”, com o processo de expansão imobiliária e turistificação ao redor da igreja. Este cenário misturado é bastante utilizada na estetização das paisagens da praia dos Carneiros, pois mobiliza esteticamente e politicamente visando a cultura visual e de consumo turístico e imobiliário na praia.

A ideia de contemplação e de meditação andam presentes nas referidas imagens (Figura 11, Prints: A, B e C) e nas imagens das pessoas, pois o objetivo delas é atrair pessoas e usuários do instagram para o sossego e a paz. Há uma transmissão desses sentimentos através da sedução estética promovida pelos usuários do instagram que produzem imagens. Além das imagens, frases são inseridas nas postagens com o intuito de transmitir uma mensagem de informação sobre os eventos religiosos feitos na Igreja (Figura 11, Print: A), de contemplação da natureza (Figura 11, Print: B) e de coragem na realização de sonhos (Figura 11, Print C). Com isso, capta-se os desejos subjetivos das pessoas em relação a praia e a igrejinha e condiciona eles na demarcação adestrada do olhar. Esse adestramento faz com que as pessoas queiram tirar fotos na praia e nas proximidades da igrejinha, e, justamente, em situações similares ou iguais às outras imagens encontradas no instagram, que colocam como plano de fundo a igrejinha.

Isso não significa que o papel inventivo e autônomo dos sujeitos se anula, mas faz com que criem padrões estéticos que visibilizam a igreja dos Carneiros. Os usuários do Instagram tem autonomia em tirar fotos não convencionais, mas há uma presença de padrões estéticos que se exemplificam na Figura 11, Prints: A, B e C. A existência desses padrões se impõem, pois a humanidade está situada num contexto social, em que o instagram se popularizou. Assim, cada vez mais se percebe como as vidas dos usuários do insta vão sendo conduzidas a se tornarem instagramáveis, ou seja, registráveis do Insta.

### **5.6 Igreja de São Benedito: Entre a fotografia e o ato de fotografar**

A Igreja de São Benedito, conhecida como Igrejinha dos Carneiros, é caracterizada por ser bastante representada nas fotografias do Instagram, pois, além de estar presente na praia

dos Carneiros, esta igreja vem se tornando um geossímbolo na paisagem da praia. Porém, vale ressaltar que a atividade massificada de tirar foto na frente ou nas proximidades da igreja, cada vez mais vem dando status a quem vai à praia. Desta maneira, esse status colabora para integrar a igreja ao imaginário de quem vai para a praia. Isso ocorre, necessariamente, quando se passa pela igreja, logo, os usuários do aplicativo, para comprovar sua presença na praia, tiram fotos e postam no Instagram.

Vale ressaltar que, devido ao número grande empreendimentos imobiliários e turísticos presentes na praia dos Carneiros, há um enorme fluxo de pessoas para a praia, com o intuito de praticar atividades turísticas, usando, principalmente, embarcações, como lanchas, catamarans e jet skis. Esse fato proporciona com mais pessoas passem perto da igreja de São Benedito, na praia dos Carneiros. Durante o verão o fluxo de pessoas aumenta devido ao turismo de massa, conhecido como overtourism, lotando a praia de embarcações e aumentando o fluxo de pessoas na frente da igreja. Isso ajuda a formar muitas filas para tirar fotos (Figura 12) e gera um verdadeiro comércio na frente da Igreja, para tiragem de fotos com fotógrafos portando máquinas profissionais no valor de 7 a 15 reais. A cobrança dessas taxas foi apurada na época em que foi feito um campo na área, em meados de Abril de 2022.

**Figura 12 - Fila na frente da Igreja de São Benedito para tirar fotos**

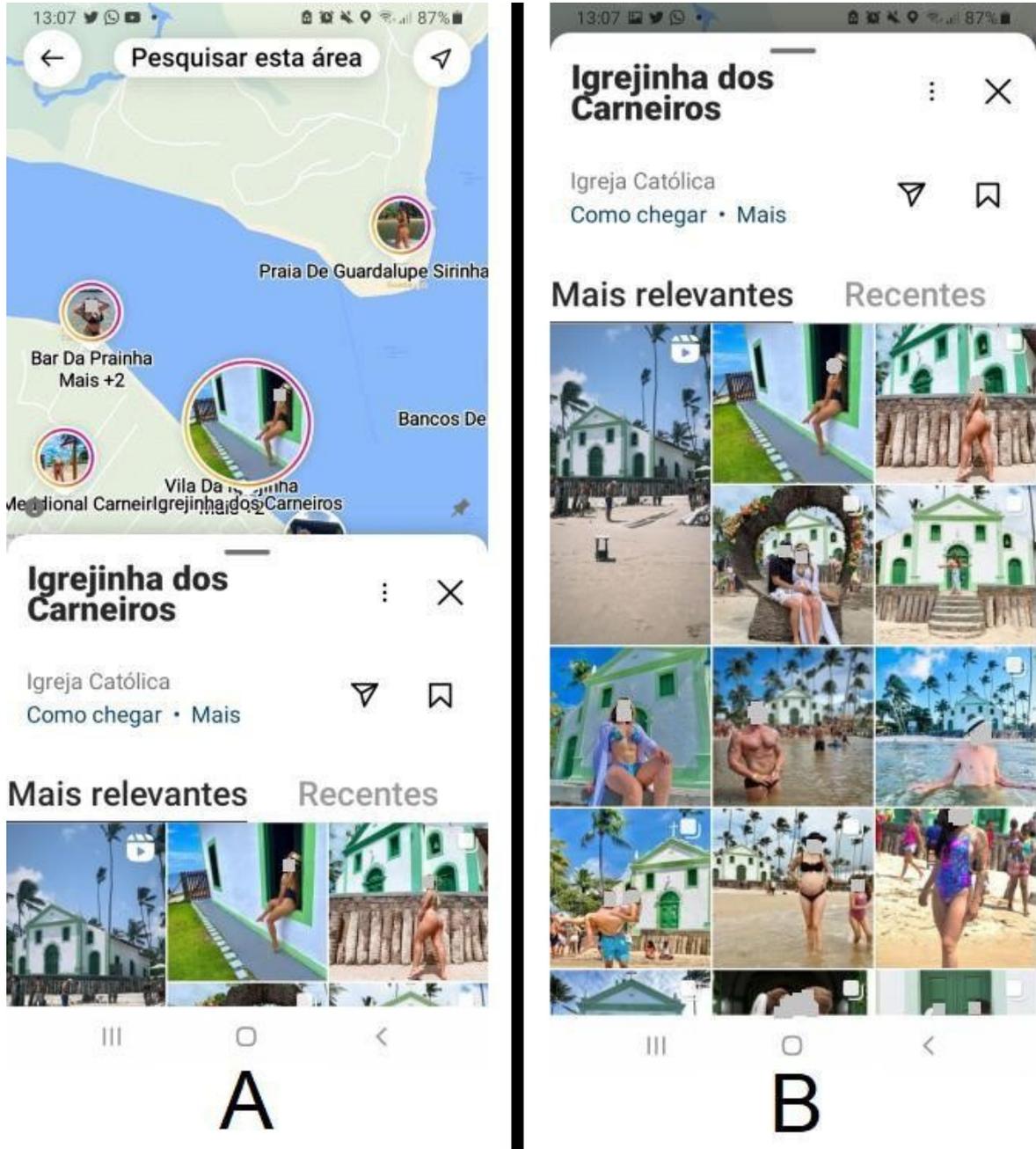


Fonte: Caio Amorim Maciel, 2022

O Turismo induz o adestramento do olhar, por isso é uma atividade que estimula as pessoas a terem experiências, as quais se tornam momentos dignos de serem registrados em fotografia e por sua vez inseridos no Instagram. Nessa inserção no aplicativo, há formas de padronização e profissionalização das fotos, que colaboram para as pessoas terem o desejo de ter uma foto icônica, em frente da igreja, tirada por uma equipe de fotógrafos com cenários de madeira para a tiragem de fotos, dando um status à foto tirada na igreja.

Assim, a Igreja se torna um lugar altamente visado pela fotografia. Isso reflete na criação e existência do link da ferramenta de geolocalização (Figura 13, Prints: A e B) com muitas fotos e vídeos, que formam, em tela, mosaicos de imagens mostrando como as pessoas se representam na paisagem. Com isso, há uma coparticipação das pessoas na representação da paisagem, sendo que as pessoas usuárias no Insta atuam no sentido de evidenciar o status da passagem pela praia dos Carneiros. Isso deixa transparecer a necessidade e o desejo de tirar fotos perto e em frente da igreja.

**Figura 13 - Prints de Telas (A e B) mostrando a Ferramenta de Geolocalização da Igrejinha dos Carneiros**



Fonte: Instagram, pesquisa de 31 de agosto de 2022.

Acima se ver os dois Prints (Capturas de imagens de tela A e B) da Figura 13 que mostram, como se caracteriza as representações que os usuários do Instagram fazem em relação a igreja. A geolocalização se torna um instrumento em que se visualiza o engajamento deste lugar na rede social. Isso proporciona a coparticipação dos usuários do Insta nas representações fotográficas que tem a igreja como plano de fundo, pondo em questão os desejos dos usuários de estar na praia, como atrelado ao ser-e-estar na paisagem.

Os desejos e discursos fotográficos estão inseridos nas narrativas de vivências que as pessoas têm com a praia. Exemplos dessas vivências estão nos costumes visíveis em fotos que são: tirar foto na frente da igreja e dentro das águas estuarinas, mostrar os corpos nas fotos e utilizar sungas e biquínis. Isso induz a percepção de que é uma experiência prazerosa, o estar numa praia com uma igreja no meio da areia, colocando como fator de status a tiragem de fotos nos cenários que exibem no plano de fundo a igreja. Esses cenários são bem sugestivos à tiragem de fotos e postagem no Insta, pois possuem o formato de coração. Ao mesmo tempo, Essa forma simbólica do coração é, justamente, aquela que aparece quando se curte uma foto no instagram.

Tudo isso envolve o processo de capturar, preencher e registrar momentos, para serem inseridos no instagram de forma a colocar num álbum público de fotos, onde outros usuários podem ver e curtir. Isso auxilia no aumento do engajamento e na atratividade em relação a igreja dos Carneiros, pondo em evidência as experiências e vivências subjetivas das pessoas que são muito atreladas as formas estéticas de exibição e formatação das fotos. Nesse sentido, uma produção imagética evidencia a captura dos sentimentos e sentidos subjetivos das experiências e vivências que tornam a igreja, um lugar privilegiado para tiragem de fotos pelos usuários do Instagram.

Desta forma, com o fluxo de pessoas na igreja se intensificando, existe uma parte da praia que é vista um ponto superior da experiência turística, o passar pela igreja e registrar isso em foto. Há todo um esquema que envolve paradas de embarcações (Figura 14) na frente na igreja para o registro de fotos, de modo que a atividade turística é induzida pelo desejo de tirar fotos dos turistas. Este desejo é retroalimentado pelas postagens de fotos no Insta, servindo para aumentar o fluxo de pessoas na praia. Isso se dar através da captura do desejo de registro de fotos, transformando-o, naquelas pessoas que visualizam as imagens online, em sentimentos desejantes de querer ir à praia, para visitar e registrar fotos.

**Figura 14 - Exemplo de Parada de uma embarcação para que as pessoas possam tirar fotos perto da Igreja de São Benedito**



Fonte: David Barbosa, 2022

A Figura acima anexada põe em evidência, o período de tempo, em que ela foi tirada, Abril de 2022, considerado baixa temporada no fluxo de pessoas e no turismo de massa. Desta maneira, é constatado que existe uma massificação na produção imagética induzida pelo consumo de pacotes turísticos, acelerando um processo de estetização das paisagens das proximidades da igreja dos Carneiros. Isso condiciona e adentra o olhar, expondo a igreja como um dos principais cenários fotográficos. Desta forma, há uma centralidade imagética, estética e psicopolítica à igreja-patrimônio, que ao ser capturada pelas câmeras dos usuários do Instagram e inserida no aplicativo, torna essa paisagem da igreja instagramável.

### 5.7 APA e Praia de Guadalupe: patrimônios naturais

O Território dessa Área de Proteção Ambiental (APA) é circunscrita aos municípios de Rio Formoso, Tamandaré, Sirinhaém e Barreiros (Mapa 2).

**Mapa 2 - Área da APA de Guadalupe**



Fonte: SULAIMAN, S. et Al, 2018

A APA de Guadalupe apresenta um enorme potencial ecoturístico quando se percebe que essa atividade é indutora da economia local. Isso se visualiza no mapa acima, onde se apresenta que boa parte da área litorânea das praias dos Carneiros e de Guadalupe estão ocupadas pelo Turismo, veraneio e lazer. Desta maneira, há uma hiperconcentração dessas atividades na economia local, com uma centralidade da representação fotográfica, que os usuários do aplicativo instagram fazem disso. A APA de Guadalupe insere a pauta do discurso

ecológico-político, que é característico do turismo de sol e praia, o qual se alia ao ecoturismo nas áreas de manguezais em torno rio Formoso.

Os discursos fotográficos e ecológico-políticos representam ações políticas que são voltadas ao ordenamento territorial da APA, colocando em questão conflitos políticos entre barqueiros e os empreendimentos turísticos. Esses conflitos também são visíveis a partir das publicações de usuários do Instagram, pois há representações fotográficas que mostram a luta empreendida em torno de uma ZATAN (Zoneamento de Atividades Náuticas), como mostrado no subcapítulo 3 do Capítulo 5. Na prática a existência do ZATAN coloca em visibilidade quem são os agentes políticos, turísticos e imobiliários (muitos deles usuários do Instagram), que utiliza o espaço da APA ao redor do estuário do rio Formoso e seus afluentes.

Para além dessa disputa de narrativas dos usuários do Instagram, é cada vez mais visível como o papel da APA de Guadalupe que se define a partir do uso sustentável da área. Isso abre concessões para empreendimentos atuarem na área, permitindo que atividades econômicas possam ter um peso gigante na degradação ambiental da área. Com a presença de hotéis e restaurantes, há um processo de implantação desses equipamentos urbanos nas praias, permitindo práticas sustentáveis e ecoturísticas, como, por exemplo, passeios pelas áreas dos manguezais.

Enquanto patrimônio natural, na APA de Guadalupe há uma série de conflitos políticas e narrativas, envolvendo trabalhadores que sobrevivem do ecoturismo e turismo (Barqueiros, ambulantes e dentre outros locais) e agentes representantes do turismo e da especulação imobiliária (como, por exemplo, os proprietários dos restaurantes, dos hotéis e dos imóveis à venda). Esses conflitos se revelam como capazes de influenciar quem pode colocar em maior visibilidade o discurso e prática de preservação ambiental. Os usuários do Instagram mais ligados ao turismo de massa usam bastante desse discurso com o intuito de construir discursivamente uma representação da paisagem estereotipada, vista como sustentável ecologicamente apenas no discurso. A partir desse viés discursivo que é ecológico-político, há uma mobilização do turismo de massa que movimenta bastante economicamente a área da APA, mas nem sempre com ações que são sustentáveis ecologicamente.

Os usuários do Instagram que colocam mais em visibilidade o Turismo de massa, baseiam-se num discurso de preservação ambiental e de amantes da natureza, da praia, do verde das matas e do azul das águas do rio e do mar. Ao mesmo tempo, cada vez mais se acelera o processo de privatização de partes significativas da APA para aqueles que podem

pagar por suas entradas. Isso proporciona o surgimento da presença de cercas e de limitações no acesso à praia dos Carneiros e de Guadalupe. Essas ações restritivas ao acesso à praia deveriam preocupar as entidades ligadas ao poder público federal, municipal e estadual, sendo elas responsáveis pela fiscalização ambiental, já que as praias são considerados espaços públicos pela constituição.

Além disso, essa privatização de partes significativas se limitam a justamente os locais mais fotografados e exibidos no Instagram, como local da praia dos Carneiros, como se observa no mapa (parte pintada de cor bege no Mapa 2), esta referida praia está sendo apropriada pela atividade comercial, turística e imobiliária. Nesse sentido, há uma formação de uma espécie de muralha ao redor de Carneiros, por parte do comércio, turismo e capital imobiliário. Isso coloca esta praia como um Território Turístico e Estético que condiciona e que deixa ser condicionado pelas paisagens instagramáveis representadas pelos Usuários do Instagram ligados a atividades econômicas desenvolvidas na praia dos Carneiros.

A praia dos Carneiros junto com a praia de Guadalupe formam um complexo de turismo náutico que atrai uma série de outros equipamentos e atividades que se tornam danosas ao meio ambiente, gerando conflitos ambientais, que conforme os dados da Consultoria ZATAN (2018) são os seguintes:

- Disputa de espaço por embarcações de diferentes portes, pertencentes aos moradores locais e aos veranistas;
- Excesso de velocidade de determinadas embarcações, sendo muitas delas apontadas como irregulares;
- Número demasiado de embarcações, principalmente nos feriados prolongados e no verão, quando as embarcações, mantidas ao longo do ano nas marinas, são realmente utilizadas pelos seus proprietários;
- Banhistas em áreas indevidas, como no canal de navegação da praia de Tamandaré;
- Alta velocidade e manobras dos jet-skis, assim como a presença destas motos náuticas nas piscinas naturais e próximas à praia, ameaçando a segurança dos banhistas e das embarcações;
- Falta de espaços para embarque e desembarque de passageiros na praia de Tamandaré;
- Mergulhos sendo realizados sem a devida sinalização;
- Acesso público restrito a praia dos Carneiros, na maior parte do território o acesso é privado;
- A pesca e captura de camarão, apontada como um conflito interestadual, uma vez que, segundo relatado, pescadores de outros estados se dirigem a esse espaço para praticar a pesca no período do defeso em seus respectivos estados, visto que em Pernambuco não há defeso do camarão;
- Poluição sonora proveniente dos motores e do som alto a bordo das embarcações;
- Poluição ambiental como despejo indevido de esgoto e resíduos das embarcações nas águas do rio e do mar e acúmulo de lixo nos pontos turísticos;
- Destruição dos corais por pisoteio, quebra das estruturas e suspensão de sedimento;
- Pesca predatória de espécies ameaçadas;
- Falta de sinalização náutica, possibilitando colisão entre banhistas e embarcações, ao mesmo tempo que dificulta o tráfego das embarcações, principalmente à noite;

Falta de segurança em pontos específicos, onde frequentemente ocorrem assaltos;  
 Falta de coleta de lixo e lixeiras nas praias;  
 Conflitos ambientais com a carcinicultura no estuário do rio Formoso;  
 Impacto ambiental em área de capim-agulha, em frente à igreja dos Carneiros, devido ao fluxo das embarcações;  
 Ocupação desordenada do espaço;  
 Superlotação de turistas e ambulantes no pontal de Carneiros (área de maior concentração dos bares/restaurantes);  
 Superlotação de turistas e embarcações na praia da Argila. (p. 61 e 62)

Os conflitos citados acima, provenientes do Relatório do ZATAN, apresentam uma série de situações que geram conflitos. Muitas dessas situações estão intimamente relacionadas com a atividade turística na APA de Guadalupe e nas Praias dos Carneiros e Guadalupe. As circunstâncias apontadas pelo relatório citam várias vezes as embarcações como causadoras de problemas, sendo função do ZATAN ordenar a área estuarina para evitar acidentes e uma ocupação desordenada de embarcações.

Nesse contexto conflitivo se insere os discursos fotográficos do Instagram que muitas vezes reforçam a Glamourização do turismo de massa, a partir da estetização das paisagens, mas também visibilizam as contradições sociais locais e seus conflitos, estetizando as paisagens também. As publicações dos usuários do Insta que se geolocalizam na praia dos Carneiros, visibilizam através da quantidade de produção imagética, que há um fluxo grande de pessoas, as quais visitam a praia e circulam nela. Há uma relação entre usuários do Instagram (muitos deles representando visitantes e promotores do turismo) e as atividades turísticas locais que geram conflitos ambientais na APA de Guadalupe e na área do ZATAN.

Apesar do Turismo de massa desenvolvido na região da APA, há o desenvolvimento de atividades relativas ao Ecoturismo, sendo esse definido como um conjunto de:

atividades desenvolvidas em localidades com potencial ecológico, de forma conservacionista, procurando conciliar a exploração turística com o meio ambiente, harmonizando as ações com a natureza e oferecendo aos turistas um contato íntimo com os recursos naturais e culturais da região, buscando a formação de uma consciência ecológica nacional (EMBRATUR, 1991).

Com isso, a atividade de ecoturismo tem como princípio da conservação ecológica, ao mesmo tempo em que, desenvolve o Turismo, o qual vem da palavra de origem do verbo inglês, *to tour*, que significa "dar uma volta" (BARRETTO, 2003). Isso denota que o ecoturismo é somente diferenciado pela sua consciência ecológica e pelo contato íntimo com a natureza e a cultura. Nesse sentido, o ecoturismo garante que as pessoas desfrutem do espaço (no caso deste trabalho são as paisagens das praias dos Carneiros e de Guadalupe), circulando-o através de visitas turísticas.

O Ecoturismo vem no intuito de ser um turismo diferenciado, preconizando valores de proteção e conservação da natureza, mas por vezes, entra no contexto de transformação da Paisagem em mercadoria. Isso insere a paisagem local no contexto altamente publicitário e capitalista, atravessado pela produção imagética dos Usuários do Instagram.

No entanto, as atividades ecoturísticas disseminam um discurso de sustentabilidade ecológica, aprimorando a mercantilização das paisagens pelo uso do aplicativo Instagram. Isso se dá através do discurso de preservação e conservação do rio e suas margens, colocando em pauta a domesticação as subjetividades intrínsecas aos valores atribuídos à sustentabilidade. Desta forma, esses valores ficam inertes e sem capacidade de tornar o rio mais sustentável ecologicamente, mas sujeito às atividades turísticas e ecoturísticas.

O Ecoturismo é uma atividade que está situada também no contexto do Capitalismo Artista e Estético, pois:

Ele, sem dúvida, integra agora uma nova dimensão ética — o respeito ao meio ambiente ou o desenvolvimento sustentável — mas sem renunciar com isso à dimensão estética (hedonismo, ludismo, beleza, imagem, criatividade) que o constitui como capitalismo de consumo. Assim, vemos surgir novas orientações mistas, como o consumo responsável, o luxo sustentável, o ecoturismo. Estamos no tempo da hibridização da estética e da ética, da arte e da ecologia: essa aliança é que vai constituir o cerne das justificativas do capitalismo transestético que se anuncia. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 128 e 129)

Como afirmado na citação acima, o Capitalismo Artista e Estético junto com o Ecoturismo combina estética, ética, arte e ecologia, dando valores ao capitalismo como o consumo responsável e o luxo sustentável. Isso colabora para um capitalismo de consumo turístico na praia dos Carneiros e de Guadalupe que se orienta, principalmente, pelas imagens de publicidades turísticas feitas por alguns usuários do Instagram. Essas imagens combinam hedonismo e beleza nas representações estéticas e fotográficas das paisagens que visibilizam a APA de Guadalupe, utilizando-se do discurso ecológico-político de respeito ao meio ambiente.

Nesse sentido, o turismo e o ecoturismo são construídos de forma hegemônica no âmbito do Capitalismo Artista e Estético, sendo isso já foi exemplificado em figuras anteriores apresentadas nesse trabalho e em figuras do Capítulo 6. Já de modo contra-hegemônico, insere-se os perfis de usuários do Instagram, que prezam pela causa de preservação e conservação da praia de Guadalupe. Um exemplo de perfil de usuário contra-hegemônico é o que se ver na Figura 15 a seguir:

Figura 15 - Print do perfil do Usuário @salve\_guadalupe



Fonte: Instagram, pesquisa de 17 de fevereiro de 2022

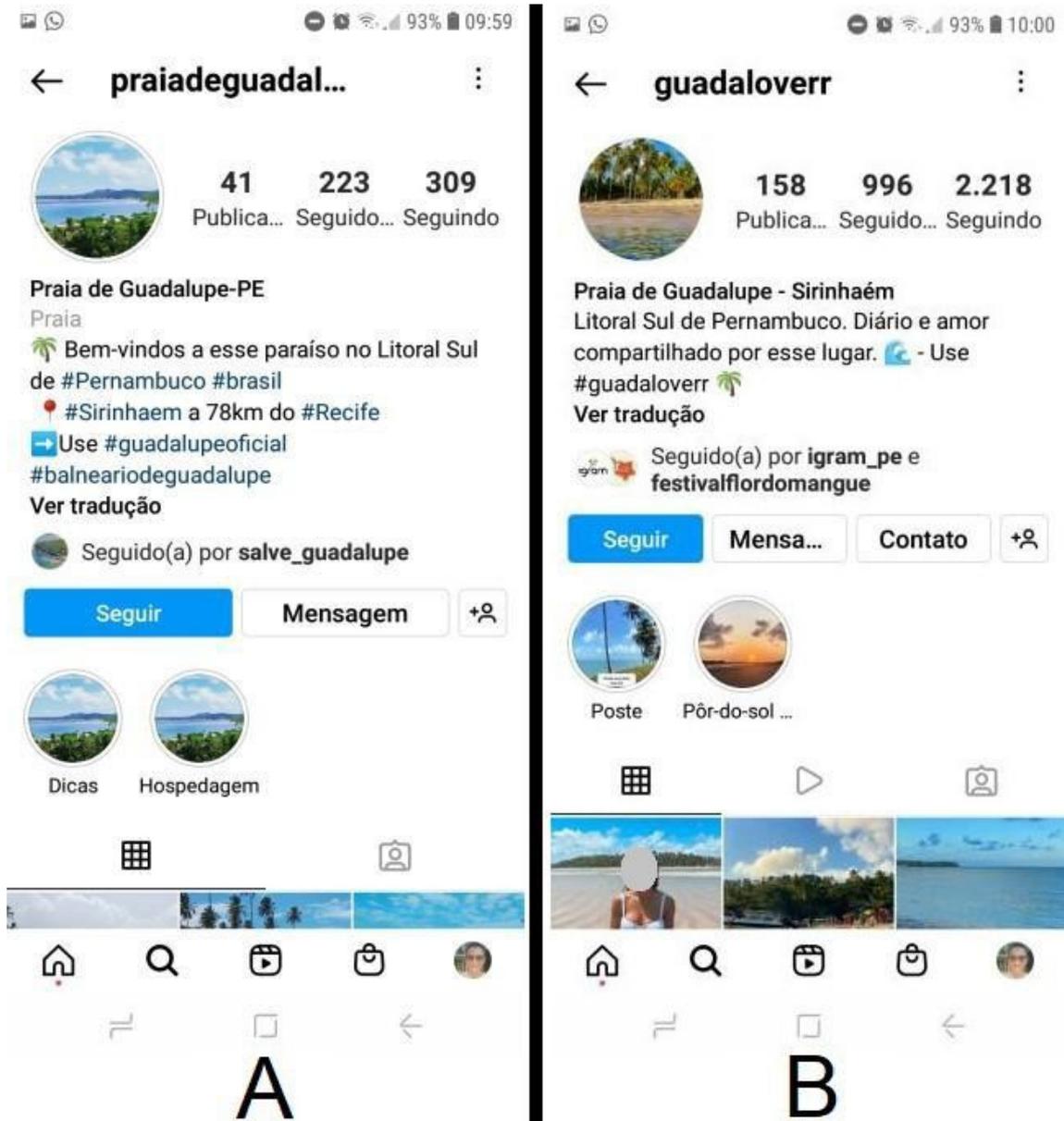
O perfil de usuário acima com poucas postagens, coloca em evidência a questão da preocupação com a situação dos manguezais, a questão da construção de empreendimentos, problematiza o acesso restrito à praia de Guadalupe. Isso se vê no perfil, pois este pertence a uma organização para a preservação ambiental da praia e, conseqüentemente, da APA de Guadalupe, sendo um perfil pertinente, pois aponta para um engajamento político e ambientalista por meio do Instagram.

As redes sociais, principalmente o Instagram, estão cada vez mais desempenhando um papel político que possui um viés muito atrelado à política da paisagem. Essa política está em disputa de narrativas, principalmente, na praia dos Carneiros e de Guadalupe, sendo isso um reflexo dos conflitos ambientais presentes nas proximidades dessas praias. O perfil de usuário da Figura 15, deixa claro que a sua produção imagética também está em disputa.

Essa disputa é condicionada pela política de paisagem, disputada através da visibilidade, mostrando que a visibilidade das publicações denuncia os conflitos ambientais e ao mesmo tempo engaja a causa ambientalista. Nesse sentido, o conceito de cidadania paisagística (BARBOSA, 2018) caracteriza esse fenômeno, já que se trata de uma disputa pelo direito a ser e estar na paisagem, que se vê nas postagens do perfil de usuário da Figura 15. Há, com isso, o engajamento e a mobilização das representações das paisagens para a defesa ambiental de Guadalupe.

No modo contra-hegemonico de produção imagética dos usuários do Instagram existem, também, outros perfis de usuário, como os denominados @praiadeguadalupeoficial e @guadaloverr, conforme se ver na figura 16 a seguida:

**Figura 16 - Prints de Telas (A e B) mostrando os perfis dos usuários @praiadeguadalupeoficial (Print: A) e @guadaloverr (Print: B)**



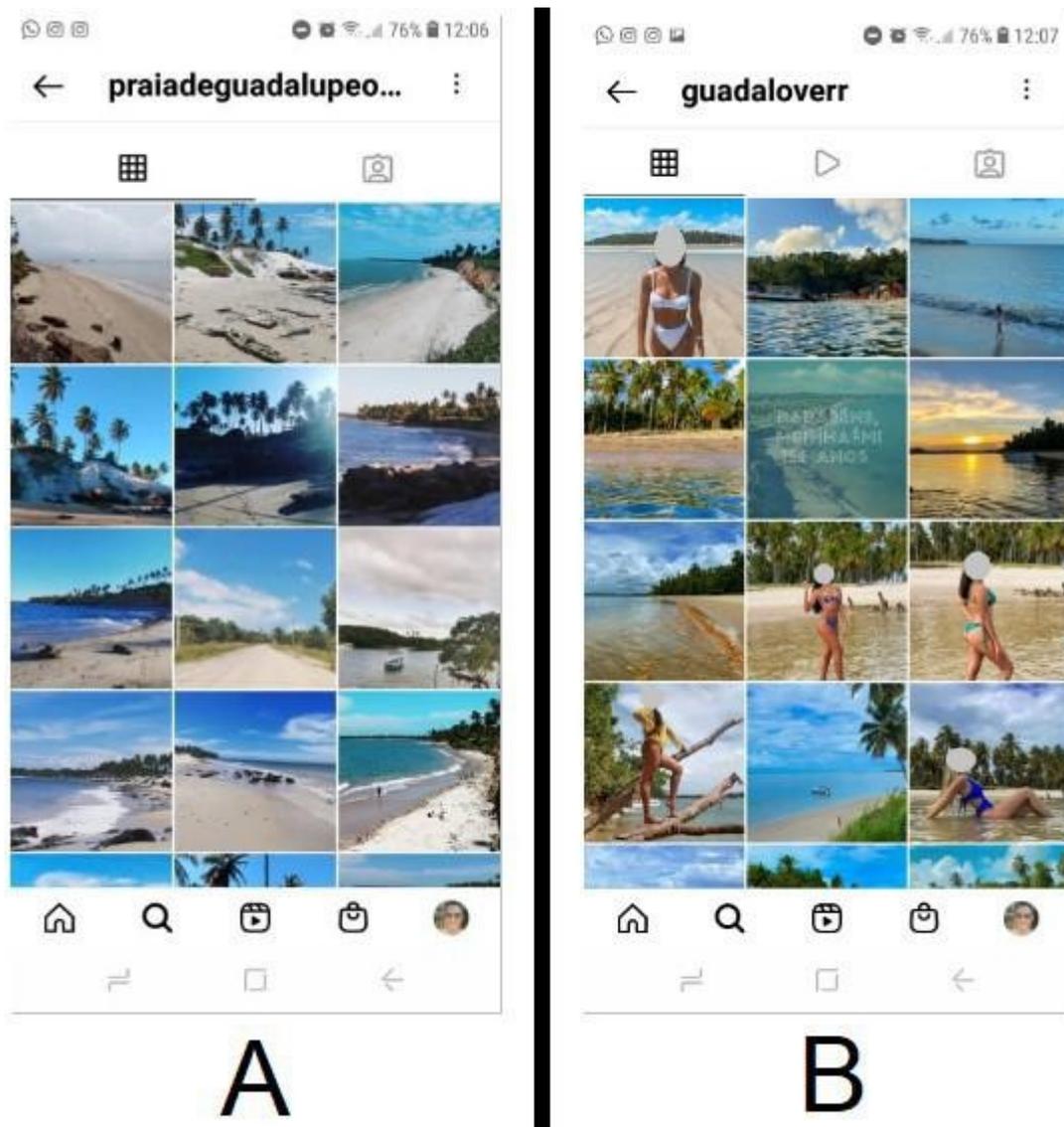
Fonte: Instagram, pesquisa de 18 de fevereiro de 2022

Os perfis citados anteriormente caracterizam formas diferentes de defender a praia de Guadalupe. Nesse sentido, os perfis são mais chamativos no sentido de representar mais postagens, mas muitas vezes esbarram na defesa disfarçada do turismo para o lugar. Essa defesa visa atrair turistas que usam o Instagram. Há o uso de hashtags nas postagens, apontando para a beleza da praia, isso coloca em pauta o viés de contemplação da natureza e da atratividade turística. Com isso, combina-se um discurso ecológico-político de conservação e preservação com a promoção do turismo.

Vale ressaltar esses perfis funcionam também na base da publicidade turística, colocando em viés o consumo de imagens para atrair os usuários e irem a praia. O verde e a natureza representados nos perfis de usuários se tornam cativos de uma publicidade turística, tendo mais visibilidade e alcance no aplicativo Instagram do que o perfil de usuário @salve\_guadalupe.

Na Figura 17 a seguir, vê-se a produção imagética dos dois perfis das visíveis na Figura 16:

**Figura 17 - Prints de Telas (A e B) mostrando Imagens em mosaico dos perfis dos usuários @praiadeguadalupeoficial (Print: A) e @guadaloverr (Print: B)**



Fonte: Instagram, pesquisa de 18 de fevereiro de 2022

Conforme se ver nas postagens em forma de mosaico, o usuário @praiadeguadalupe mostra mais fotos das paisagens sem uma presença significativa de pessoas. Essa produção imagética do perfil de usuário funciona como um portfólio (no sentido do texto seria coleção de fotografias de paisagens) do que possa ser encontrado na praia de Guadalupe. Isso mostra as faixas de areia, os coqueiros, o mar, os poucos barcos, bem como a vegetação litorânea verde e rasteira. Já o usuário @guadaloverr mostra fotos de garotas de biquínis e semi-desnudas, intercalando com imagens que retratam a praia, os coqueiros ao fundo, o pôr do sol e o aniversário da cidade onde está a praia. Todas as publicações do usuário @guadaloverr consistem em apresentar características próprias do lugar representado e uma espécie de coleção de imagens de garotas.

Vale salientar que o instagram e das redes sociais é caracterizado por apropriarem dos dados das pessoas. Com isso, surge o conceito de datacolonialismo, que é o “colonialismo de dados”, o qual consiste no “processo pelo qual governos, organizações não governamentais e corporações reivindicam a propriedade e privatizam os dados produzidos por seus usuários e cidadãos” (PURDUE, 2022, Tradução livre). Esse processo datacolonialista se dar no âmbito da sociedade digitalizada, revela-se presente por meio da apropriação de dados digitais e, principalmente, de fotos veiculadas no instagram.

A produção simbólica de imagens ganha um sentido mercadológico, pois se apropria dos sentidos dados pelos usuários do instagram com o intuito de acelerar a produção e consumo de imagens. Desta forma, há uma atribuição de sentidos às imagens, estes sentidos se dão a partir da produção imagética feita pelos usuários do instagram. Isso é proporcionado pela relação entre humano e máquina, sendo esta relação que induz as pessoas verem imagens e terem o olhar adestrado.

Com isso, há uma massificação da produção simbólica de imagens, que se apropria delas para favorecer um determinado padrão estético, no qual visibiliza e mobiliza o turismo, o sol, a praia, a balnearização, o lazer, a tiragem de fotos mostrando a praia e o que se faz nela. Desta forma, há a estetização das paisagens tanto em perfis de usuários com os discursos fotográficos que visam o Capitalismo Artista como aqueles veiculados aos interesses dos grupos sociais. Sendo esses os grupos, atores de estéticas contra-hegemônicas, preconizadas pelas hashtags reivindicatórias e alguns perfis de usuários, que são encontrados tanto na praia de Guadalupe, como também na praia dos Carneiros.

Claro que existem fatores psicopolíticos que favorecem uma produção massiva de imagens. Na situação específica da praia dos Carneiros e de Guadalupe, há um maior foco das imagens em atuar na promoção do turismo. Porém, não podemos subestimar o poder da corporação proprietária do instagram, nem tampouco o poder de influência dos usuários ligados ao turismo e ao Capital Imobiliário. Há estratégias de utilização do Big Data a favor de causas sociais, nisso, vale ressaltar, para exemplificar, o fenômeno da hashtag #sosamazonia, que teve bastante repercussão devido ao alto número de postagens.

## **6 DIÁLOGOS POSSÍVEIS ENTRE GEOLOCALIZAÇÃO, MAPA E PAISAGEM**

### **6.1 As Ferramentas de Geolocalização, o Mapa, as Paisagens e os discursos fotográficos dos usuários do Instagram**

Yves Lacoste (2017) fala da relação entre mapa e Paisagem, ajudando a elucidar sobre essa questão no seguinte trecho: “Enquanto a carta é uma visão vertical (aérea), a paisagem é uma visão horizontal ou oblíqua na qual o ângulo depende do desnível entre o ponto de observação e o espaço observado”(p. 127).

O mapa é a carta para Lacoste, com isso a diferenciação se dar pela visão aérea do mapa e visão horizontal da paisagem, de forma que são duas visões diferentes que revelam perspectivas distintas sobre um determinado espaço. Lacoste torna possível afirmar que a semelhança entre mapa e paisagem é por essas duas concepções serem visões. A vista no mapa e na paisagem são importantes, pois “a carta terminada representa uma porção de espaço em sua totalidade, enquanto que uma paisagem caracteriza-se necessariamente por espaços que não são visíveis de um determinado ponto de observação” (LACOSTE, 2017, p. 127).

Nesse sentido, vale ressaltar que o mapa tem uma visão de totalidade por representar uma vista vertical e aérea que ver o espaço sob a perspectiva do alto, uma visão muito semelhante a uma vista panorâmica. Contudo a paisagem é a vista no sentido do horizonte de observação e é determinada por um ponto de observação, pois existem pontos de observação que vão determinar outras paisagens diferentes e não a mesma paisagem.

Nas relações entre mapa e paisagens se inserem as Ferramentas de Geolocalização online do Instagram, pois elas colaboram para uma maior visibilidade e divulgação das imagens postadas no aplicativo. Estas imagens representam visões sobre paisagem, que se geolocaliza num mapa online, no qual consiste em ser uma cartografia divulgada pelo Google em parceria com o Instagram. Com isso, as ferramentas de geolocalização se mobilizam para localizar as postagens de imagens num mapa online. A função desta ferramenta reúne a funcionalidade de um mapa e de uma paisagem representada, de forma que o mapa e a paisagem interagem com as imagens e com a plataforma do aplicativo Instagram.

Desta maneira, a ferramenta de geolocalização coloca em discussão o papel social e político das imagens em interação com o mapa e a paisagem. Porém, esse papel também se expande de tal forma que, as paisagens representadas e divulgadas nas ferramentas de Geolocalização são colocadas num mapa online. Com isso, através desse mapa online se tem

a ligação com o Google Maps e Earth, evidenciando o uso que as mídias digitais fazem dos mapas inseridos online.

O mapa possui uma importância histórica e cultural que atravessa milênios de história até chegar na atualidade. O mapa é posto em evidência devido a sua capacidade de adaptação e aperfeiçoamento às novas geotecnologias, não é a toa que estamos diante de um fenômeno em que imagens representam e formulam discursos fotográficos sobre as paisagens. As fotos online são mapeáveis e isso é feito por usuários do aplicativo e pelos algoritmos do mesmo. De modo que, estamos diante de mapeamentos online feitos pelos usuários do aplicativo Instagram, gerados em suas publicações através de postagens e geolocalizações. Isso insere a geolocalização nas relações de produção e consumo de imagens e nas representações das paisagens.

Os processos de postagem e geolocalização condicionam não só uma nova cultura visual e digital, mas também colocam em discussão uma nova economia de imagens baseado no geomarketing. Há o surgimento da mercantilização das imagens e, por consequência, das paisagens, de forma que isso proporciona, localmente, a atuação da atividade turística nas praias dos Carneiros e de Guadalupe. Essa atividade, quando implantada, condiciona uma maneira de mercantilizar as paisagens e os lugares, atuando no sentido de estetizar imagens e mapas. Isso faz com que imagens e mapas se tornem ferramentas geoturísticas e de geomarketing, constituindo um amplo gerenciamento online de uma verdadeira economia de imagens.

## **6.2 Mapeamento dos Hotspots e sua Elaboração a partir das Geolocalizações**

Este trabalho se dedica a mapear os principais pontos (Hotspots), onde se geolocalizam os lugares sedes dos perfis de usuários do Instagram. Isso visa compreender como as geolocalizações se apropriam das representações de paisagens com variadas localizações e relacionam isso com o perfil de usuário e o mapa, dialogando as concepções de paisagem e as de mapa.

Desta forma, isso serve para investigar como os Usuários do Instagram, ligados ao turismo, que, principalmente, condicionam formas de ver as paisagens e os lugares a partir das geolocalizações de seus lugares sedes. Com isso, os usuários do aplicativo se apropriam de imagens e paisagens de variadas localizações, reunindo isso em perfis de Usuários geolocalizados em lugares sedes. Nesse sentido, os principais pontos são entendidos através das relações que os usuários estabelecem com as transformações promovidas pelas novas

dinâmicas do turismo no espaço das praias dos Carneiros e de Guadalupe, que influenciam as Geolocalizações dos lugares sedes dos perfis de usuários.

Os mapas produzidos por meio do Mapeamento de Hotspots (Pontos Quentes) visam colocar em evidencia alguns locais mais visados e mais fotografados da praia dos Carneiros. Isso põe em destaque as atividades turísticas e econômicas desenvolvidas na praia. Desta maneira, isso proporciona visibilizar a espacialidade da construção de discursos fotográficos dos usuários do Instagram que levam em consideração às maneiras de ver as praias dos Carneiros e de Guadalupe.

A Praia de Guadalupe é visada pelos investimentos privados, como o empreendimento do Grupo JCPM, e, apresenta uma mobilização turística para representação paisagística, que é diferenciada do turismo desenvolvido na Praia dos Carneiros. O turismo é a principal atividade mobilizadora de publicações no Instagram tanto em Carneiros, quanto em Guadalupe, mas em Carneiros há uma centralidade no processo de turistificação e expansão imobiliária. Em Guadalupe, existe esse processo turístico e imobiliário, mas o ecoturismo é o mais mobilizado pelos usuários do Instagram.

Esse processo de tornar o espaço turístico faz com que haja mais lugares sedes de perfis de usuários ligados turismo em Carneiros, daí a escolha da referida Praia para análise e mapeamento. O mapeamento visa analisar a distribuição dos lugares sedes dos perfis de usuários na praia os Carneiros, bem como sua influência desses perfis no processo de turistificação da praia dos Carneiros impactando na APA de Guadalupe. Desta forma, não podemos ignorar a articulação turística e estética entre ambas as praias (Carneiros e Guadalupe), pois elas andam articuladas entre si localmente.

Foi realizado, para esse mapeamento, uma pesquisa de Campo nos dias 27, 28 e 29 de Abril de 2022. Dessa forma, com essa pesquisa se buscou conhecer a praia de Guadalupe e dos Carneiros, procurando observar as atividades turísticas e imobiliárias das praias, para uma análise da área e das atividades desenvolvidas.

### 6.3 Mapeamento envolvendo os lugares sedes dos 5 perfis de Usuários com maior número de Publicações, Seguidores e Usuários Seguindo

A partir da pesquisa de campo e com a observação do local de estudo, pesquisou-se no Google Maps todos os em empreendimentos e atividades desenvolvidas na Praia dos Carneiros. Foi pesquisado e catalogado em uma Tabela composta por 96 lugares sedes correspondentes aos perfis de usuários do Insta, que estão geolocalizados no Google Maps, conforme se ver na Tabela a seguir:

**Tabela 1 - Os Perfis de Usuário do Instagram, muitos deles geolocalizados no Google Maps**

	Perfil do Usuário
1	@manguezal_ecoturismo
2	@pontaldoscarneiros
3	@pousadapraiadoscarneiros
4	@paraisocarneiros
5	@marinadoscarneiros
6	@tamandareflats
7	@carneirosbeachflat
8	@clubmeridional_oficial
9	@pousadasitiodapraia
10	@boraboracarneiros
11	@jrthurpe
12	@deonparamotor2022
13	@baiabrancabeachresort
14	@ecoresort.praiadoscarneiros
15	@quiosqueestacaodosol
16	@sitioestreladomar
17	@divinosflatcarneiros
18	@brunotaxi_
19	@igram_pe
20	@mirapraia
21	@solar dos carneiros
22	@carneirosparadiso
23	@carneirosbeachclub

24	@casaancoracarneiros
25	@reservadoscarneiros
26	@praiadoscarneirosflat
27	@sitioebenezer
28	@casazazenpraiadoscarneiros
29	@flordelotus_suites
30	@chalesdoscarneiros
31	@carneirosbeachresort
32	@solar dos camaroes
33	@pousadaigrejinha
34	@sequilhoscarneiros
35	@ascoloridas
36	@warung.praiadoscarneiros
37	@catamara.aguavivaoficial
38	@vilakikacarneiros
39	@villacarneiros
40	@hotelpraiadoscarneiros
41	@rotadoscarneiros passeios
42	@jardinspraiadoscarneiros
43	@viladaigrejinha_
44	@beijupiracarneiros
45	@hotelcoralbeach
46	@bangalosdogameleiro
47	@divisacarneiros
48	@mustakocarneiros
49	@carneiros_beach_resort_
50	@igrejinhadocarneiros
51	@carneiros.village
52	@restaurante.eden
53	@amura.carneiros
54	@pousadarecantcanaa
55	@ioio_bar
56	@manguezalmaritimo

57	@cambarapousada
58	@mauibeach.beiramar
59	@mauibeachpremium
60	@sitiopraiadocarneiros_
61	@beachclass_carneiros
62	@restaurantesepraia
63	@pousadadadivisa
64	@carneirosbeach_temporada
65	@carneirosbeach.flat
66	@carneirosresidence
67	@privedoscarneiros
68	@pousadaparaísodobraw
69	@adesc_praiadocarneiros
70	@marina_do_rio
71	@mauibeach_penaareia
72	@casapraiadocarneirospe
73	@casacarneiros_
74	@flat10.ecoresort
75	@tamandarecasa7
76	@riolimpomanguevivo
77	@carneiros_meridional_5pb
78	@solarromaguera
79	@maxcarneiros
80	@pousadalitoral
81	@sitiopraia bonita
82	@zadokbeachtamandare
83	@pousadacostacoral
84	@emporiocarneiros
85	@solar_miramar
86	@flat_carneiros_residence
87	@recantodanessa
88	@chale_meridional_carneiros
89	@casasitiodaprainha

90	@casaatol
91	@flatcarneirosresidence
92	@priveocean
93	@pousadadasacacias
94	@clubemeridional.flat
95	@salve_guadalupe
96	@sinfonia_marinha

Fonte: O autor, 2023.

Observações:

- Perfis com as letras em **Vermelho** foram os não geolocalizados no Google Maps e Earth;
- Ordem da Tabela acima é aleatória.

A Tabela acima evidencia a multiplicidade de lugares sedes de perfis que estão geolocalizados na Praia dos Carneiros e que de certa forma representam e constroem discursos fotográficos sobre esta praia e seus arredores, influenciando e impulsionando a popularidade desta Praia nas redes.

A tabela acima pretende expor os 96 lugares sedes dos Perfis de Usuários, muitos desses perfis enunciadores de um discurso turístico e publicitário. Isso é imprescindível para analisar as apropriações simbólicas das praias dos Carneiros e de Guadalupe através dos seus discursos fotográficos. Há uma ligação entre os empreendimentos imobiliários e turísticos e a dinâmica de produção imagética dos usuários do Insta, investigando isso se desvela a mobilização das imagens no contexto do Capitalismo Artista e Estético.

Já as outras tabelas com a quantidade de Publicações, Seguidores e Usuários Seguindo dos 96 Perfis de Usuários estão anexadas no Apêndice (Tabelas 7, 8 e 9).

Este trabalho analisou e mapeou os 5 primeiros perfis e seus respectivos lugares sedes, de acordo com a quantidade, em ordem decrescente, de publicações (Tabela 2), seguidores (Tabela 3) e usuários seguindo (Tabela 4). Formulou-se a Tabela 5 baseada nos perfis presentes nas 3 primeiras tabelas de forma concomitante. Todas essas tabelas, conseqüentemente, auxiliaram na feitura e geração de mapas, os quais se verão vistos mais a frente nesse trabalho, já as Tabelas, encontram-se abaixo:

**Tabela 2 - A quantidade de Publicações dos Perfis de Usuários (a) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil de Usuário	Publicações
1a.	@manguezal_ecoturismo	1987
2a.	@pontaldoscarneiros	1540
3a.	@pousadapraiadoscarneiros	1381
4a.	@paraisocarneiros	830
5a.	@marinadoscarneiros	645

Fonte: O autor, 2023.

**Tabela 3 - A quantidade de Seguidores dos Perfis de Usuários (b) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil de Usuário	Seguidores
1b.	@pontaldoscarneiros	160689
2b.	@boraboracarneiros	97808
3b.	@ascoloridas	89237
4b.	@pousadapraiadoscarneiros	55682
5b.	@paraisocarneiros	31847

Fonte: O autor, 2023.

**Tabela 4 - A quantidade de Usuários Seguindo dos Perfis de Usuários (c) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil do Usuário	Seguindo
1c.	@pousadapraiadoscarneiros	7478
2c.	@flatcarneirosresidence	6557
3c.	@pousadasitiodaprainha	6148
4c.	@pontaldoscarneiros	5425
5c.	@reservadoscarneiros	5293

Fonte: O autor, 2023.

**Tabela 5 - A quantidade de Publicações, Seguidores e Usuários Seguindo (Presentes ao mesmo tempo na tabela 2, 3 e 4) dos Perfis de Usuários (d) no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil de Usuário	Publicações	Seguidores	Seguindo
1d.	@pontaldoscarneiros	1540	160689	5425
2d.	@pousadapraiadoscarneiros	1381	55682	7478
3d.	@paraisocarneiros	830	31847	4211

Fonte: O autor, 2023.

Observação:

- Os dados de todas as Tabelas foram coletados entre os dias 1 e 23 de Maio de 2022;
- O dado escrito em azul foi colocado de forma complementar, tendo em vista que ele não está entre os 5 nas Tabelas 2, 3 e 4.

As tabelas mostradas anteriormente servem de base para a compreensão de como os 5 primeiros perfis com maior quantidade de publicações servem como enunciadores de discursos fotográficos que muitas vezes não condizem com a geolocalização de si mesmos. Há uma construção de narrativas imagéticas que se apropriam de muitos outros espaços de variadas praias e de outros lugares. Os usuários do Instagram tomam para si o papel de veiculadores de imagens, apropriando-se de imagens que representam variadas paisagens de interesse do usuário enunciador de discursos fotográficos.

Os perfis de usuários são geolocalizáveis, pois eles possuem a relação com essa geolocalização, que é definida como lugar sede de um determinado perfil de usuário. Este perfil constrói discursos fotográficos e enuncia narrativas imagéticas das mais variáveis localizações a partir desse lugar sede. De modo que, um perfil de usuário pode ter fotos de outros lugares, mas se apropria simbolicamente dessas imagens e de vários lugares representados. Isso constrói discursivamente esteriótipos e imaginários sobre o lugar em que se geolocaliza o lugar sede, dando a impressão que os usuários representam apenas seus lugares sedes nas suas publicações. Porém, os usuários constroem narrativas sobre outros lugares representados em seus perfis de usuários.

A quantidade de seguidores tem o intuito de dar visibilidade à quantidade de engajamento que os usuários mobilizam no Instagram. Isso proporciona uma mobilização maior entre aqueles que querem ir ou já frequentaram aquele lugar, em que há o lugar sede do perfil de usuário, geolocalizado, principalmente, na praia dos Carneiros. Já a quantidade de

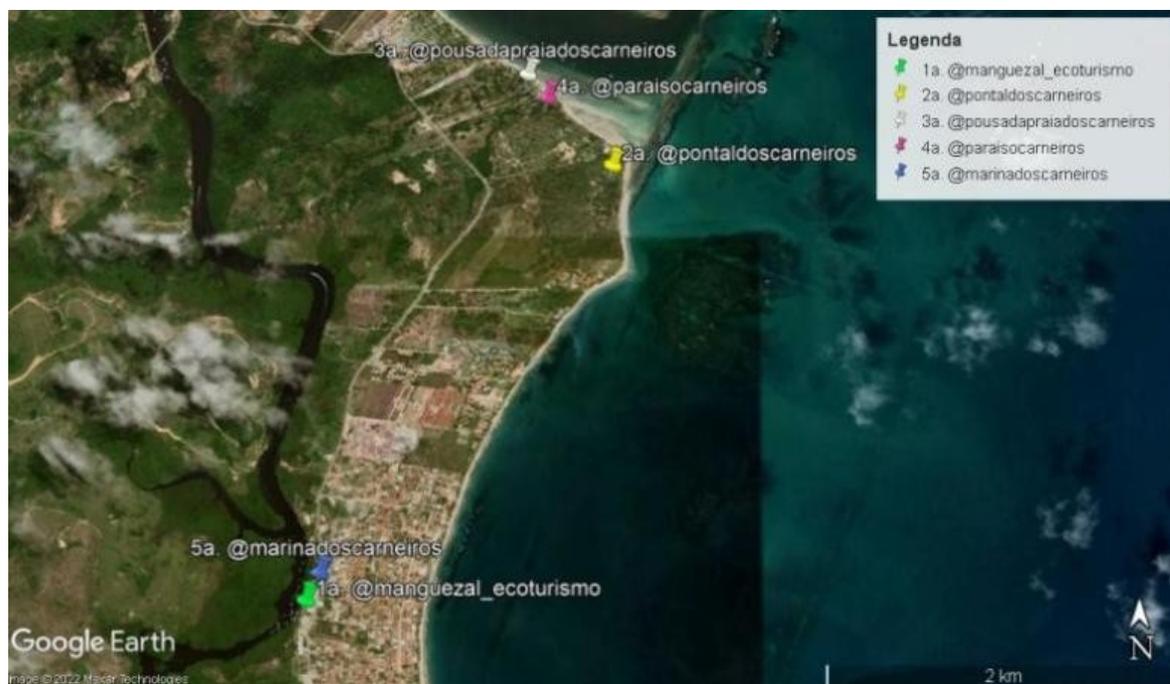
usuários que estão seguindo serve justamente para apontar como os perfis mobilizam e motivam as pessoas a quererem ir aos estabelecimentos geolocalizados em seus lugares sedes.

No contexto de quantidade de publicações, temos uma empresa de viagens com catamarans ecoturísticos, um hotel, duas pousadas e uma marina, respectivamente. Os usuários do Instagram classificam seus lugares sedes de forma a trazer a impressão que há uma representação fotográfica significativa dos locais, onde se geolocaliza os lugares sedes dessas empresas. Isso se trata de um esteriótipo construído a partir da quantidade de publicações.

O esteriótipo consiste em demonstrar aos usuários do Insta, que visitam a praia, a gama de possibilidades de se fotografar aquele empreendimento. Isso serve para atrair o usuário através da quantidade de publicações que podem representar experiências com os lugares e as paisagens de variadas localizações.

Sendo que essas experiências fotografadas são atrativas do ponto de vista turístico e são colocadas como aproveitáveis nos lugares sedes dos perfis. Pois, a partir da frequência a esses lugares sedes, os perfis sugerem que se possam ter experiências com outros lugares próximos ao não dos lugares sedes dos perfis. O mapa 3 a seguir representa a espacialidade dos lugares sedes dos perfis de acordo com a maior quantidade de publicações.

### Mapa 3 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários em quantidade de Publicações



Fonte: O autor, 2023.

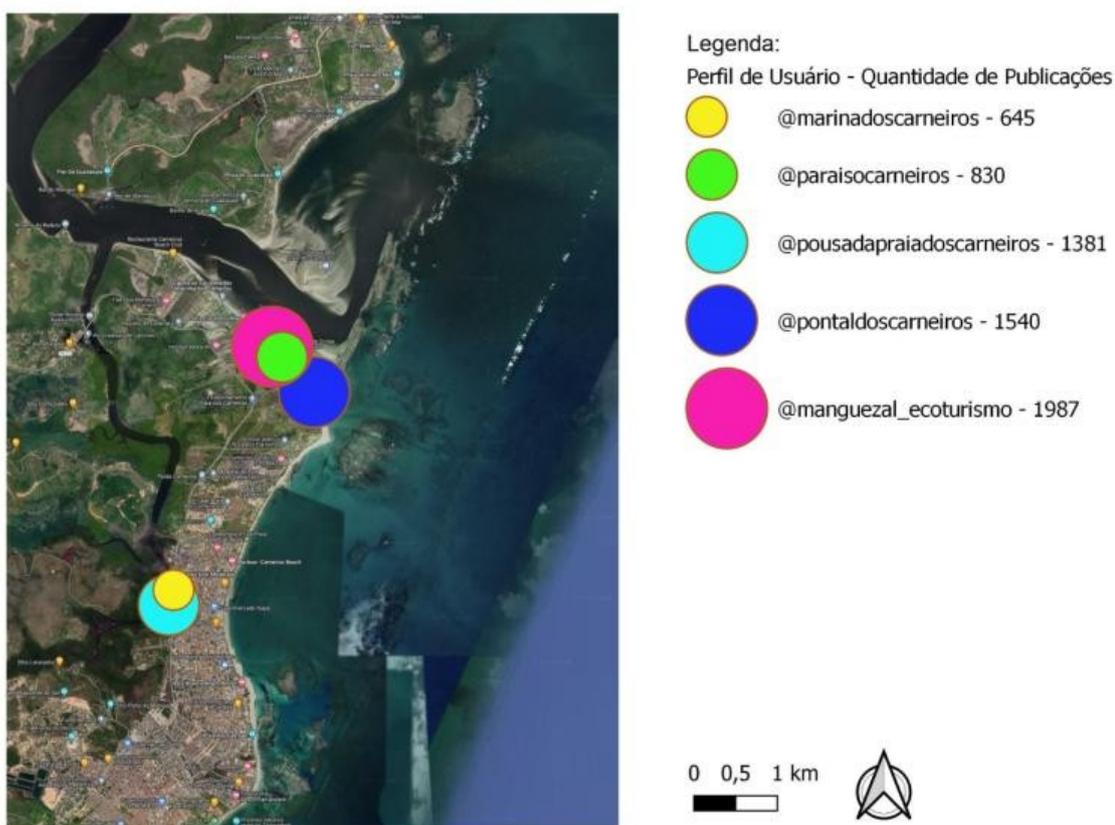
Conforme o mapa acima demonstra, há uma concentração de lugares sedes de perfis que estão geolocalizados na zona mais ao norte da praia dos Carneiros, correspondente ao pontal, sendo esta zona, a mais próxima da Igreja de São Benedito. Com a geolocalização das sedes dos usuários @pontaldoscarneiros, @pousadapraiadoscarneiros e @paraisocarneiros, há uma quantidade de publicações de 3.751. Já na parte mais ao sul da praia dos Carneiros, próximo à praia de Campas e ao manguezal, temos @manguezal\_ecoturismo e @marinadoscarneiros, com um total de 2.632 publicações. Como são dois usuários relacionados a duas empresas que lidam com a locomoção de pessoas, a representação fotográfica desses dois abrange a locomoção ao redor da praia dos Carneiros. Há uma construção de um enredo a partir dos discursos fotográficos que leva em conta a locomoção no rio Arinquiná e no estuário do rio Formoso, que banham as praias dos Carneiros e de Guadalupe.

Os Lugares sedes onde estão geolocalizados os perfis de usuários não quer dizer que eles usam a paisagem a partir de onde estão, mas significa que se apropriam simbolicamente se paisagens de mais variados lugares. Isso serve para apresentar uma mobilização de

paisagens maior, representando muitos lugares e paisagens, muitos fora ou dentro da praia dos Carneiros, atraindo mais turistas que usam o Insta consumirem pacotes turísticos dos referidos perfis. Contudo, os usuários possuem lugares sedes nas proximidades da praia dos Carneiros e com geolocalizações privilegiadas, as quais são impulsionadas pelos discursos turísticos e publicitários que se veiculam em muitas de suas publicações inseridas no Instagram.

Já o Mapa 4 mostra a localização dos usuários com a simbologia que aponta para a quantidade de publicações. Essa quantidade é representada, simbolicamente, pelo tamanho do círculo ao lado de cada nome do perfil de usuário e que está representado em mapa.

**Mapa 4 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários colocando a quantidade de Publicações em perspectiva**



Fonte: O autor, 2023.

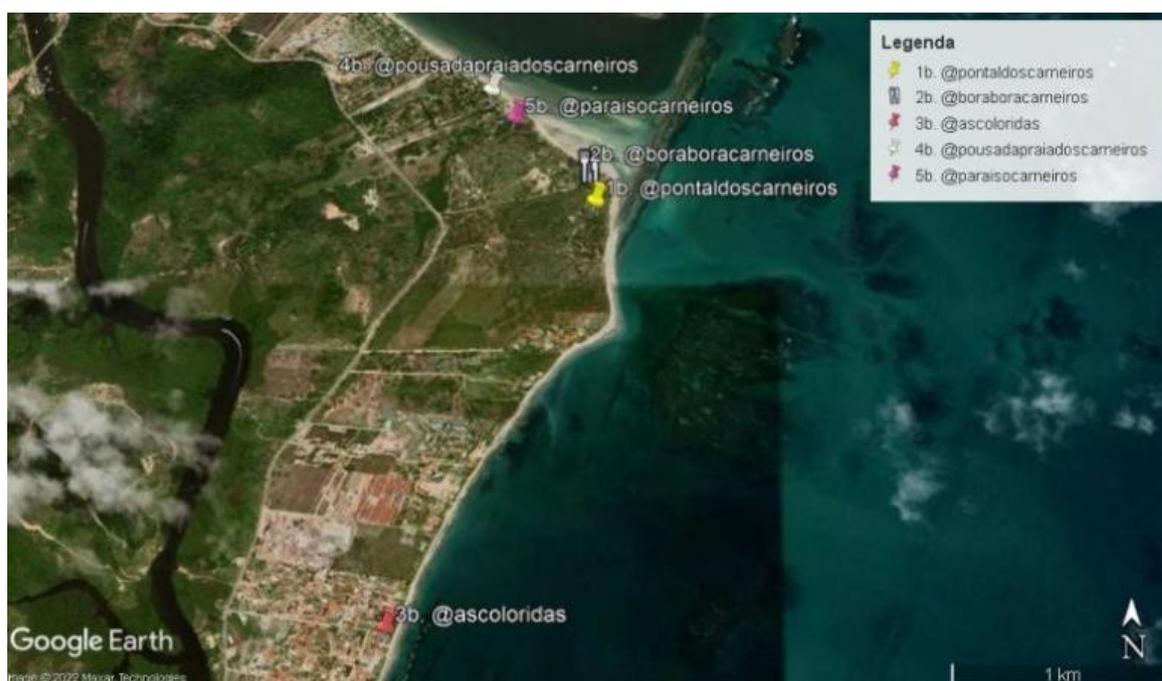
Ainda sobre o Mapa acima, é possível afirmar que, ele apresenta dados importantes, que colocam em perspectiva a quantidade de publicações. Esse mapa põe os lugares sedes dos perfis de usuário como fundamento para construção de discursos fotográficos das publicações, representando variados lugares e paisagens. Com isso, há uma utilização das fotografias de

paisagens por parte dos perfis, de forma que isso é dimensionado no mapa, mostrando uma quantidade de representações paisagísticas possíveis.

Desta forma, os perfis de usuários e os seus lugares sedes geolocalizados contribuem na construção discursiva e apropriação simbólica que se dar pelo número de publicações dos usuários. Enquanto se ver no Mapa 3, a geolocalização das Sedes dos perfis, acima, no Mapa 4, dimensiona-se a quantidade de publicações dos perfis através do tamanho dos círculos de cores diferenciadas.

Já o mapa a seguir mostra a geolocalização dos lugares sedes dos 5 maiores perfis em quantidade de Seguidores, que atuam no engajamento dos perfis e de suas publicações.

#### **Mapa 5 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários em quantidade de Seguidores**



Fonte: O autor, 2023.

Conforme se ver acima, na zona norte da praia dos Carneiros há uma predominância de lugares sedes de perfis de usuários com a maior quantidade de Seguidores, que são: @pontaldoscarneiros, @boraboracarneiros, @pousadapraiadoscarneiros e @paraisocarneiros. Estes usuários são respectivamente, um hotel, restaurante e duas pousadas que estão nas proximidades da Igreja de São Benedito. Juntos, esses usuários possuem 346.026 Seguidores, revelando a alto engajamento dos lugares sedes dos perfis geolocalizados na zona norte da praia, que inclui boa parte do pontal. Na zona norte da praia estão geolocalizadas muitas

atividades turísticas e imobiliárias, já ao sul o lugar sede do usuário @ascoloridas correspondente a um condomínio fechado que tem apenas 89.237 seguidores.

Mais seguidores indica mais imagens e mais propagandas para que as pessoas possam ir a esses lugares sedes de perfis de usuários. Conseqüentemente, nessas sedes há um maior crescimento de atividades turísticas, principalmente, em seus equipamentos (condomínios, marinas e dentre outros). Analisando as imagens e seguidores de perfis, percebe-se que há um grande estímulo ao exclusivismo de usos dos espaços mais desejados. Isso é gerado pela expansão imobiliária na praia dos Carneiros e de Guadalupe, gerando um discurso publicitário bastante eloquente nas publicações, que será exemplificado mais adiante com prints dos perfis.

Já o mapa a seguir mostra a quantidade de usuários seguindo os perfis com seus lugares sedes geolocalizados na praia dos Carneiros. As geolocalizações permitem analisar o alcance gerado pelos perfis e sua relação com o público destinatário, o qual consiste em ser os usuários que os perfis desejam alcançar.

**Mapa 6 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 5 Maiores Perfis de Usuários em quantidade de usuários Seguindo**

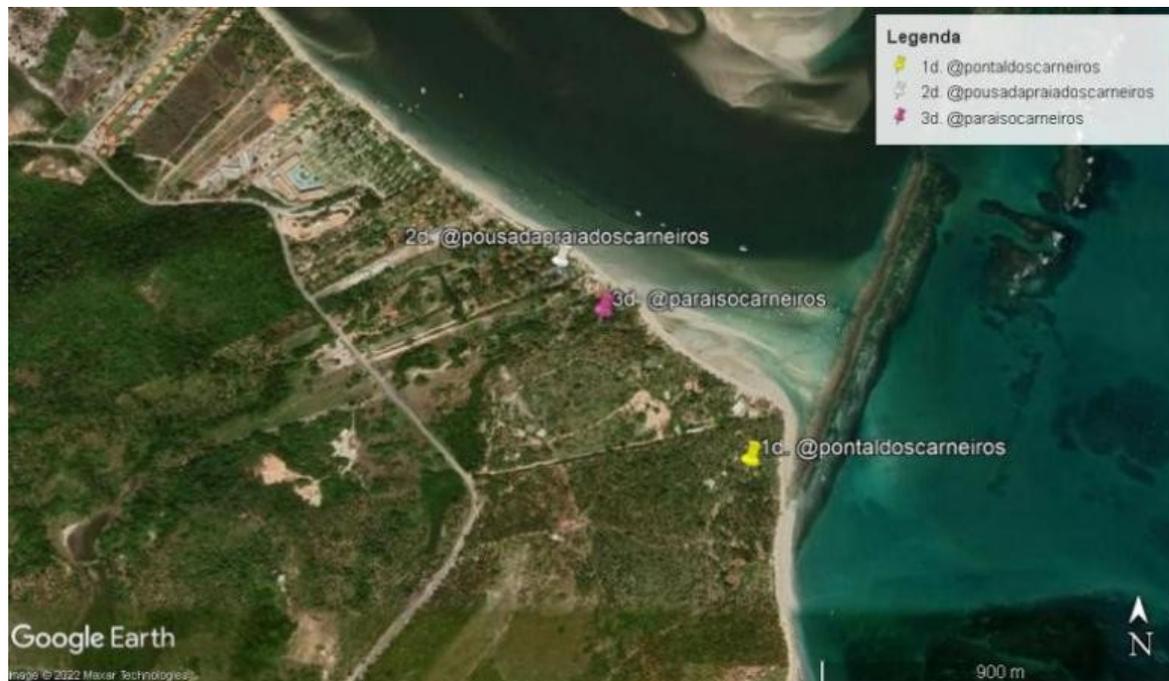


Fonte: O autor, 2023.

Logo no mapa acima, observa-se a repetição de um padrão de geolocalização dos lugares sedes dos perfis (Mapa 6), que se repetiu no mapa de Seguidores (Mapa 5), colocando em evidencia os empreendimentos mais ao norte da praia dos Carneiros. Sendo estes empreendimentos possuidores de um maior alcance na rede social Instagram. Isso põe a praia dos Carneiros, como atrelada às atividades desenvolvidas pelos perfis e seus lugares sedes. Os usuários demarcados no mapa são os usuários @pousadapraiadoscarneiros, @pousadasitiodaprainha, @pontaldoscarneiros e @reservadoscarneiros. Estes perfis são respectivamente, duas pousadas, um hotel e um condomínio fechado, sendo que esses usuários contam com um total de 24.344 usuários que eles estão Seguindo. Há um lugar sede de perfil de usuário geolocalizado mais ao sul da praia dos Carneiros, próximo a praia de Campas, que é o perfil de usuário @flatcarneirosresidence, o qual conta com 6.557 usuários que ele está Seguindo.

Com as tabelas foi possível fazer uma triangulação de dados presentes nas Tabelas 2, 3 e 4, isso colaborou para se chegar nos dados da Tabela 5, que são dados presentes em 3 tabelas ao mesmo tempo. Com isso, formulou-se um mapa (Mapa 7) que corresponde aos dados dessa última tabela (Tabela 5), colocando em evidencia os dados concomitantes às 3 tabelas. Estes dados permitiram chegar à compreensão sobre quais as partes mais influentes da praia, apontando para os lugares sedes dos usuários do Instagram com maiores quantidades de publicações, seguidores e de usuários Seguindo, conforme se ver no mapa a seguir:

**Mapa 7 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos Maiores Perfis de Usuários em quantidade de publicações, seguidores e de usuários Seguindo, conforme a Tabela 5**



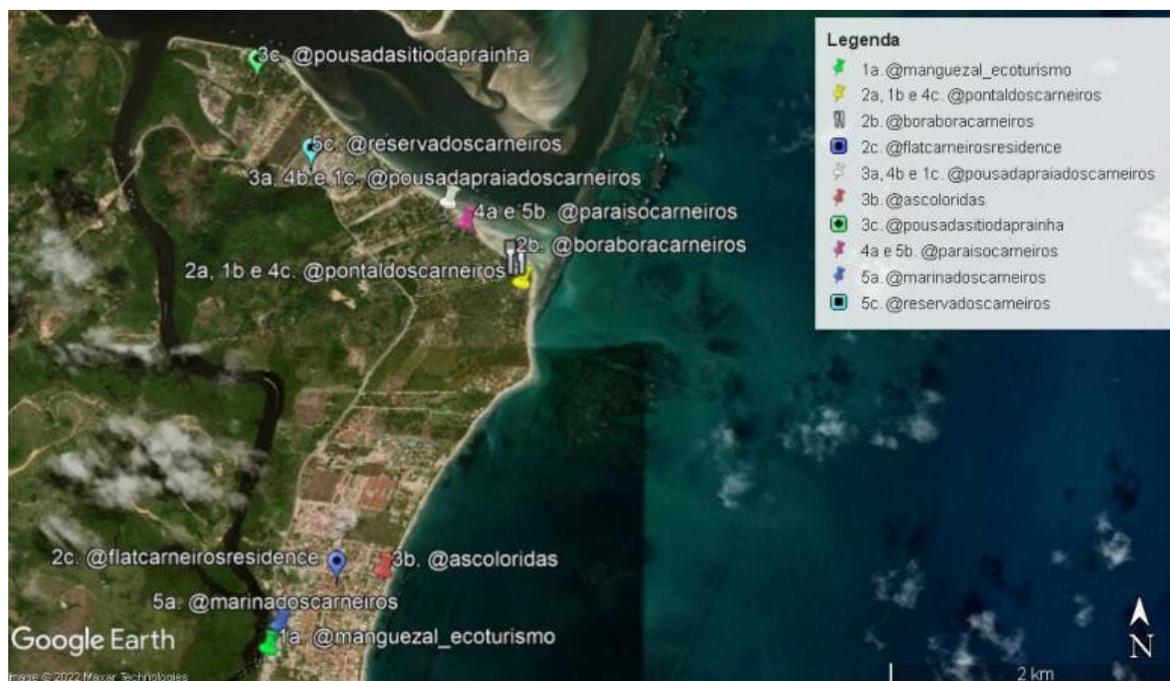
Fonte: O autor, 2023.

Conforme se ver mapa acima, buscou-se destacar os pontos e lugares concomitantes entre as Tabelas 2, 3 e 4, para chegar a esses Hotspots (pontos quentes) que correspondem aos lugares sedes dos perfis de usuários @pontaldoscarneiros, @pousadapraiadoscarneiros e @paraisocarneiros. Estes usuários correspondem a um hotel e duas pousadas, que estão na zona norte da Praia dos Carneiros, e, ao todo, esses usuários têm 3.751 Publicações, 248.218 Seguidores e 17.114 de Usuários que estão Seguindo.

Os Hotspots são muitas vezes determinados pela presença da igreja de São Benedito e pelas infraestruturas de acesso à praia, como uma estrada estadual (PE-072) que tem seu trajeto mais próximo à praia, sem passar pelo centro da cidade de Tamandaré. Isso é determinante na demarcação dos pontos de visão privilegiada das paisagens, obtidos a partir dos Hotspots. A visão privilegiada das paisagens leva em conta a expansão imobiliária e a atividade turística na praia dos Carneiros e são determinados pelos lugares sedes dos perfis de usuários.

Juntando todos os lugares sedes dos usuários geolocalizados nas tabelas 2, 3 e 4, inclusive aqueles se repetem nas três tabelas, chegou-se ao mapa a seguir:

**Mapa 8 - Geolocalização dos Lugares Sedes de todos os Usuários envolvidos nas três tabelas**



Fonte: O autor, 2023.

Com isso, evidencia-se no mapa acima, a partir da amostragem de 5 perfis de usuário de cada Tabela, sendo elas a 2, 3 e 4, de forma foram selecionados 6 usuários, que são @pontaldoscarneiros, @boraboracarneiros, @pousadapraiadoscarneiros, @pousadasitiodaprainha, @paraisocarneiros e @reservadoscarneiros. Estes usuários estão com seus lugares sedes geolocalizados mais ao norte da Praia dos Carneiros, enquanto tem 4 usuários com seus lugares sedes geolocalizados mais ao sul, que são @manguezal\_ecoturismo, @marinadoscarneiros, @ascoloridas e @flatcarneirosresidence.

Entre o norte e sul da praia dos Carneiros não são apontados lugares sedes dos perfis, pois eles não se geolocalizam predominantemente nesse espaço. Isso não significa que ele é vazio de sentidos e com ausência de empreendimentos. Pois, pela amostragem de perfis elencados é possível apontar o norte e sul como grandes Hotspots dos lugares sedes dos perfis de usuários. No meio entre o norte e sul é desenvolvida uma expansão imobiliária e uma presença de empreendimentos imobiliários e turísticos, com hotéis, casas de veraneio e resorts, contando, também, com a construção de um parque aquático. Há uma continuidade dos empreendimentos imobiliários e turísticos, mas, devido a escala de análise e a

amostragem de perfis de usuários elencados não se analisou a área entre o norte e sul, porém esta área é onde se dar uma expansão imobiliária, como visto durante a pesquisa de campo desenvolvida na área e conforme se ver no mapa 9.

A praia de Guadalupe não foi enquadrada no mapeamento, pois os lugares sedes dos perfis de usuários mais mobilizados estão geolocalizados na praia dos Carneiros. O recorte dos usuários elencados no Mapa 8 foi determinado pela atratividade turística e pela expansão imobiliária na praia dos Carneiros. Isso é ocasionado por uma maior atuação dos perfis de usuários, ligados a essas atividades, pois eles estão se utilizando da praia dos Carneiros e se expandindo em Guadalupe. Um exemplo dessa expansão imobiliária e atratividade turística expansionista se dar na proposta de implantação do empreendimento do grupo JCPM. Este empreendimento não foi elencado no mapeamento, pois ele ainda não possuía perfil de usuário no Instagram até a data de término deste trabalho.

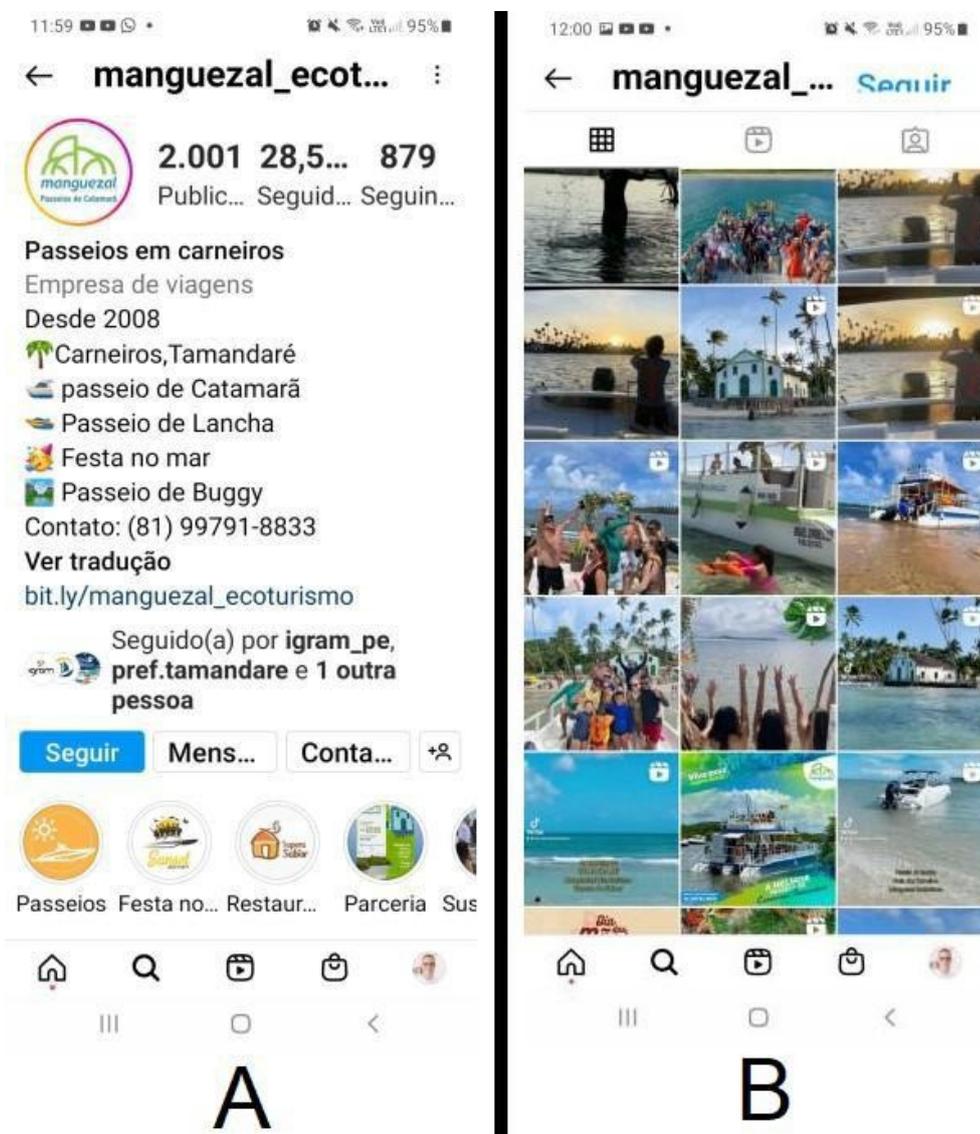
Além disso, a praia de Guadalupe, apesar de grandes empreendimentos quererem se expandir para a área, é um lugar em que os perfis de usuários apresentam um discurso ecológico-político mais latente, conforme já apontado nos capítulos anteriores. Esse discurso muitas vezes é apropriado para a instalação de empreendimentos e por vezes é utilizado por grupos sociais para mobilizarem a conservação e preservação ambiental da área.

#### **6.4 Análise sobre os usuários mais mobilizados no Instagram com seus lugares sedes na praia dos Carneiros e proximidades**

Os perfis de Usuários mais visibilizados no Instagram referentes a praia dos Carneiros constroem a partir da quantidade de Publicações, Seguidores e Seguindo, formas de engajamento dos usuários do Instagram. Isso acaba por reproduzir discursos fotográficos que colocam em questão a construção discursiva e a apropriação simbólica em relação a praia dos Carneiros.

A escolha de determinadas paisagens para se obter registro fotográfico e transformar numa produção imagética no Instagram proporciona formas de ver a praia dos Carneiros determinadas pelo engajamento dos usuários do Instagram. Por isso, a seguir, há uma análise sobre os discursos fotográficos dos perfis de usuário mais visados no Insta, que são referentes a praia dos Carneiros, como a seguir se ver a Figura 18 do Usuário @manguezal\_ecoturismo.

Figura 18 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @manguezal\_ecoturismo

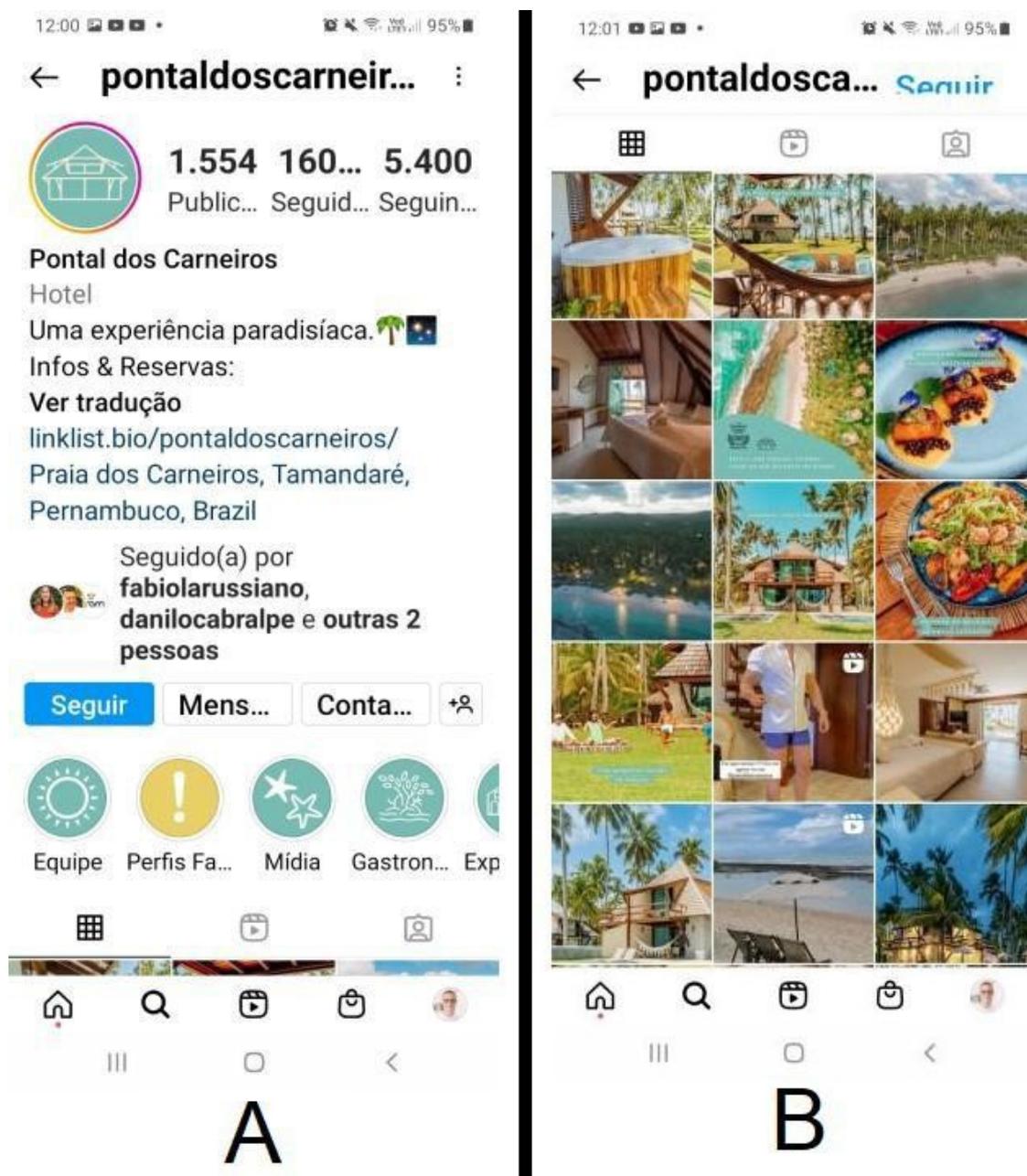


Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

O usuário @manguezal\_ecoturismo (Figura 18) é caracterizado como uma Empresa de viagens, evidenciando as mais variadas formas de passeio que se pode realizar nos arredores da praia dos Carneiros, como passeios de Catamarans, de Lancha e de Buggy. É mostrado nos prints acima realizações de festas do mar, isso proporciona uma série de produções imagéticas que colocam em visibilidade as relações que as pessoas estabelecem com os espelhos d'água. Estas relações se dão através do lazer, entretenimento, recreação e festividade, visibilizando a igreja de São Benedito, próxima ao lugar sede do usuário @pontaldoscarneiros (Figura 19). Isso mobiliza a paisagem da igreja e sua relação com a praia dos Carneiros.

O usuário @manguezal\_ecoturismo tem seu lugar sede entre Tamandaré e Carneiros, geolocalizando-se mais ao sul de Carneiros. Mas, nas imagens presentes em seu perfil, ele apresenta imagens que não são do "seu lugar sede", pois ele evidencia através de suas imagens, a igreja (que está do outro lado da praia), a praia de Campas, Guadalupe e dentre outros recortes de paisagens. Isso revela um transbordamento da paisagem, mobilizando para além do seu lugar sede, de forma que isso colabora para uma ampliação das narrativas imagéticas, indo além da própria geolocalização. Desta forma, surge uma ampliação de olhares e perspectivas a partir de representações imagéticas das paisagens que são mais amplas e mais diversas, abarcando paisagens de diferentes lugares.

Figura 19 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @pontaldoscarneiros



Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

Na Figura 19, observa-se outro conjunto de produção imagética e de construção discursiva associado a um Hotel, colocando em evidência a arquitetura do local. Há uma presença de quartos luxuosos, um estilo semelhante ao de Bangalôs, redes para se deitar, o verde dos coqueiros, azul dos céus e das águas, a vista aérea do lugar e as comidas e bebidas. Essas características presentes nas fotos servem de aparato estético para atrair olhares, proporcionando uma proximidade da praia e uma luminosidade do conjunto arquitetônico,

que são alguns elementos estéticos e discursivos das fotos. Esses elementos colaboram para uma produção imagética que se serve do verde e do rústico para uma atratividade turística e comercial em relação a este Hotel. O perfil também serve para que outros usuários entrem em contato com o Hotel em relação aos pacotes turísticos e hoteleiros.

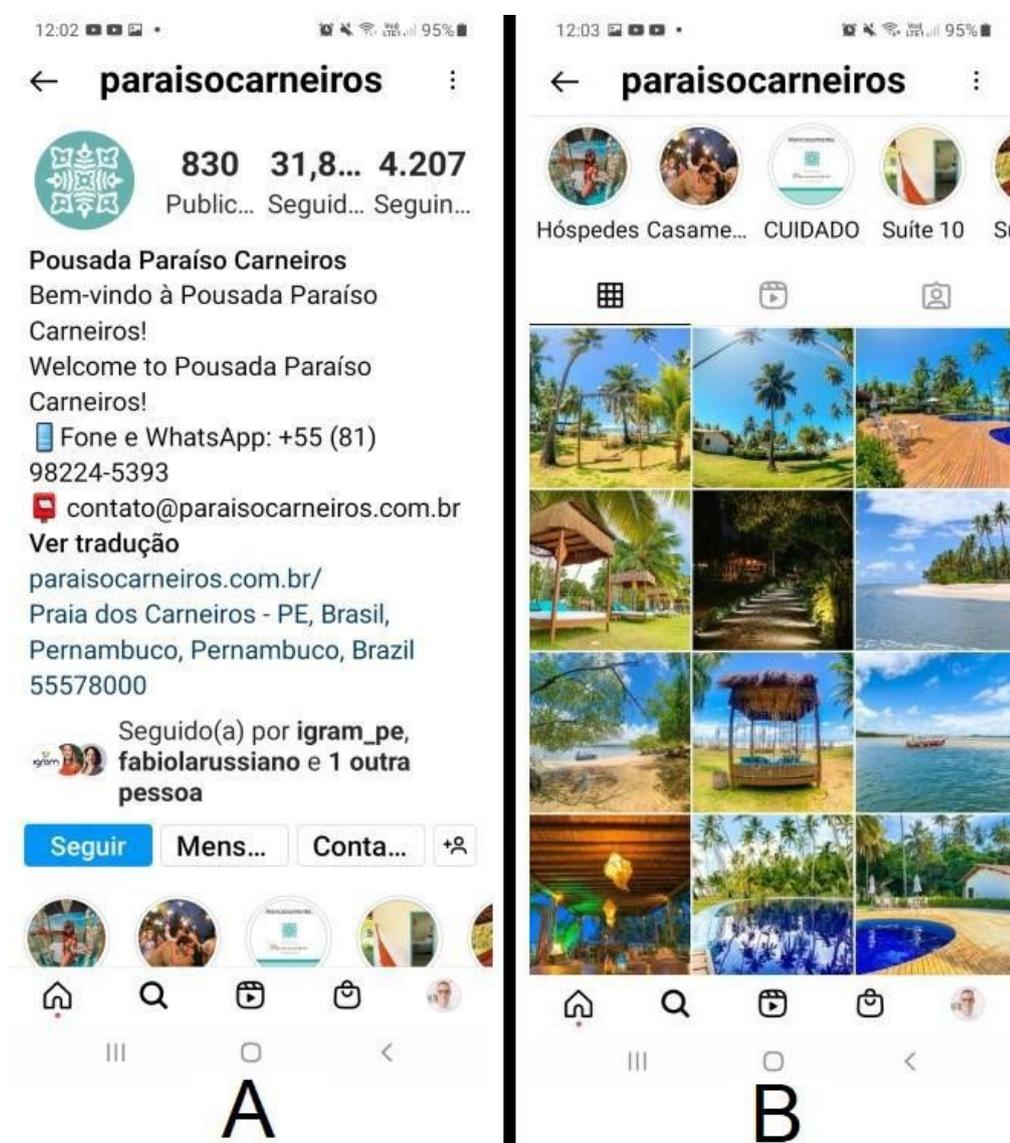
O perfil de usuário @pontaldoscarneiros representa, assim como outros, um tipo de intervenção no espaço, que é caracterizada por um exclusivismo territorial. Este perfil de usuário põe em evidência em suas imagens esse exclusivismo que criaram. Há uma representação imagética do hotel imitando o modelo Cancún e Maldivas que, apesar do apelo estético, revela-se como um Hotel para uso exclusivo e pago com taxas que visam o controle da frequência e privatização do espaço correspondente ao Hotel.



bebidas e comidas. Estes elementos estéticos se visibilizam nas publicações, atrelando a vivência na pousada aos elementos estéticos de consumo dos bens de serviços ligados ao lazer e à estadia na pousada.

A Seguir nas Figura 21, o usuário @paraisocarneiros é mobilizado pelo Instagram, utilizando-se da Língua Inglesa como elemento de atração turística, com a frase: “Welcome to Pousada Paraíso Carneiros”. Essa situação coloca em evidência, o status atribuído a quem consome o pacote turístico dessa pousada, disponibilizando formas de se comunicar (Telefone e e-mail), de modo a atrair pessoas para a pousada.

**Figura 21 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @paraisocarneiros**

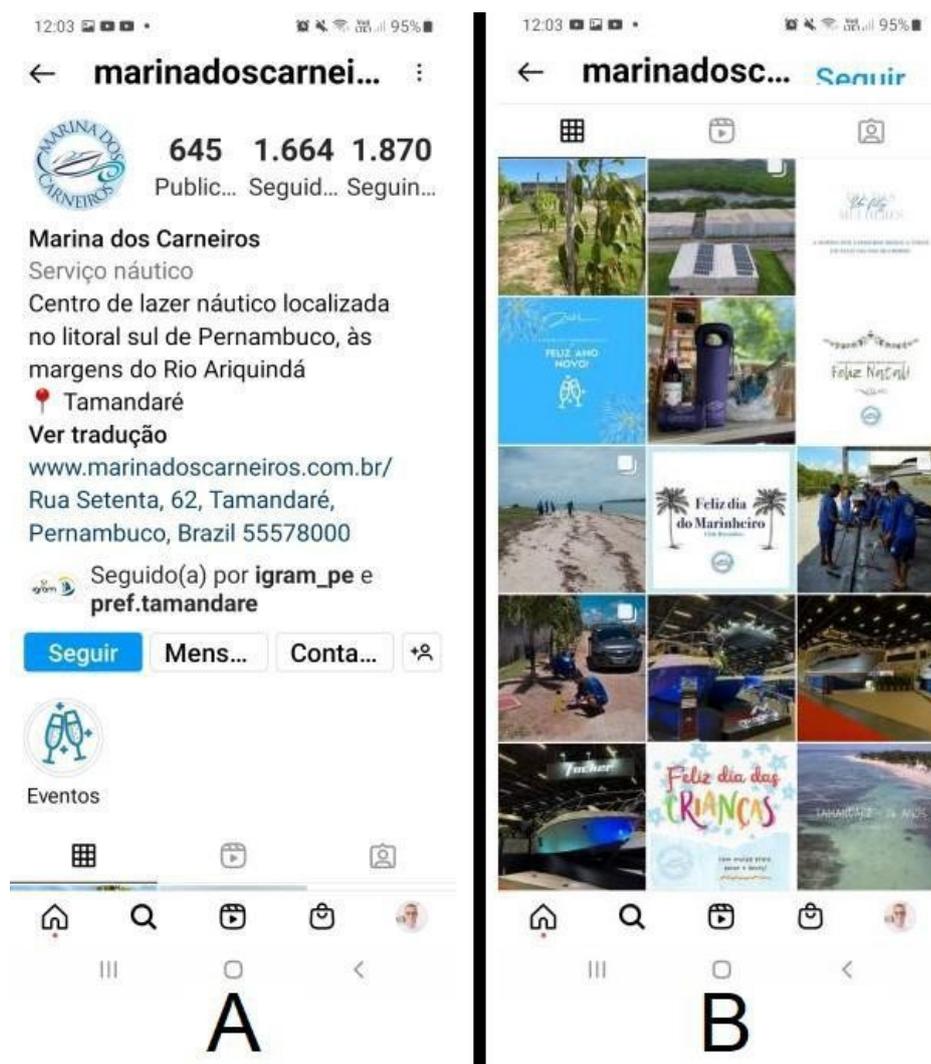


Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

Na Figura 21, em que se visibiliza o usuário @paraisocarneiros, há um discurso fotográfico atrelado verde dos coqueiros, azul das águas das piscinas em plena praia, colocando em evidência o caráter sugestivo do lazer. Além disso, apesar de não ter pessoas exibindo a si mesmas em algumas de suas publicações, percebe-se a presença das icônicas imagens do local a noite, com luzes sugerindo festividade e confraternização. Isso transforma o cenário como a praia se apresenta. Há, também, a presença de camas próximas da praia, o que desperta curiosidade sobre a função dessas camas em quem observa as fotos e o desejo de conhecer este espaço.

Já a Figura 22, atreladas a um serviço náutico, é apresentado um perfil de usuário, pertencente a uma marina, que é denominado @marinadoscarneiros. Esse perfil apresenta um site próprio com um link disponível. O lugar sede desse perfil de usuário está nas margens do rio Ariquindá, litoral sul de Pernambuco, com uma frase sugerindo que o espaço é de lazer: “Centro de lazer náutico”.

**Figura 22 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @marinadoscarneiros**



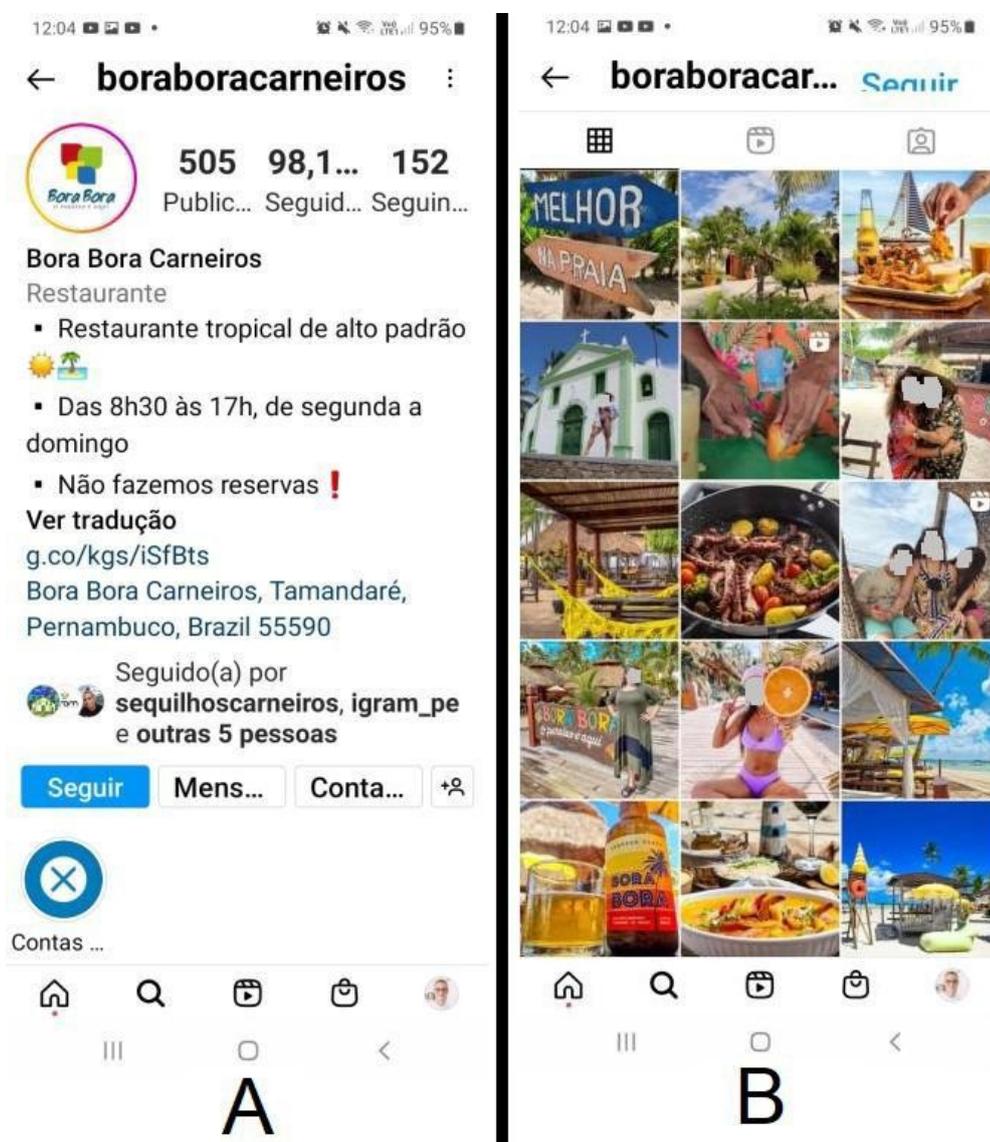
Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

Observa-se, na Figura 22, a mobilização dos discursos fotográficos atrelados às margens do rio Ariquindá, onde se localiza a marina, mostrando um galpão enorme cheio de embarcações. Os elementos estéticos mobilizados são o verde reflorestado de algumas partes, a visibilidade do trabalho de técnicos e profissionais, a grandeza das embarcações e as visões

aéreas e a representação imagética das datas comemorativas. Estes elementos estéticos estimulam a cultura de consumo mobilizadora dos passeios náuticos nas embarcações.

Conforme se ver a Seguir na Figura 23, um perfil de usuário denominado de @boraboracarneiros vão representar e apresentar um restaurante, informando os horários e dias de funcionamento. É utilizado pelo usuário o slogan: “Restaurante tropical de alto padrão”. Isso funciona como mote para atrair os usuários, colocando a reserva do local, como forma de ingresso.

**Figura 23 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @boraboracarneiros**



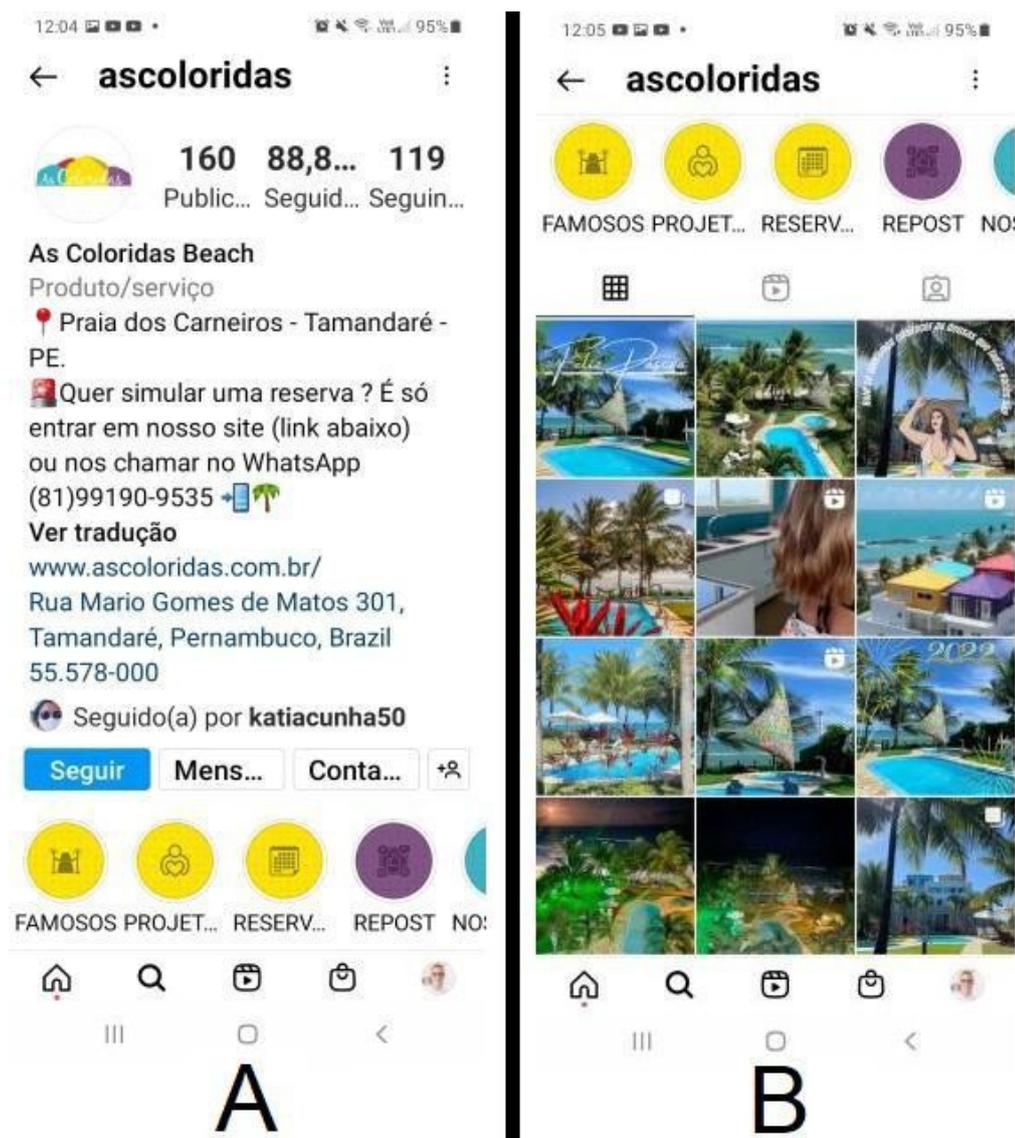
Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

Vale ressaltar que o usuário @boraboracarneiros faz parte de uma rede de restaurantes presentes em praias, ele está presente, por exemplo, na praia de Porto de Galinhas. O perfil de

usuário citado apresenta publicações com dizeres chamativos, pondo em visibilidade a placa de “melhor praia”, as fotos das instalações, as bebidas e comidas. Há a presença de fotos das pessoas aparentando felicidade, comemoração e ostentação. É apresentado, também, elementos estético que remetem a um cenário rústico e madeirado. Utiliza-se da representação igreja de São Benedito como forma de se apropriar desse espaço para a promoção do turismo. Nesse restaurante há uma presença de barracas e bebidas personalizadas no próprio restaurante (bebida denominada de “Bora Bora”), pondo em pauta o exclusivismo territorial do restaurante.

Na Figura 24, apresentam-se o usuário @ascoloridas, uma espécie de condomínio fechado, que se caracteriza por ser um produto e um serviço publicizado através do Instagram. Este perfil visibiliza a disponibilidade reservas, bem como o site e o telefone do referido condomínio.

**Figura 24 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @ascoloridas**



Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

O usuário @ascoloridas possui postagens com elementos estéticos significativos, representando fotograficamente uma parte mais ao sul da praia dos Carneiros, próximo a praia de Campas. Percebe-se como elementos estéticos a presença de piscinas, coqueirais, murais e casas de cores diversas e chamativas. Isso proporciona uma atratividade turística, que

imprime uma estetização das paisagens que compõe um discurso fotográfico persuasivo ligado ao colorido e ao lazer na piscina. Nas imagens não levado muito em conta o lazer que se pode obter na praia em si e nas águas do mar, há um enaltecimento das piscinas como forma de lazer.

Na Figura 25, observa-se um perfil de usuário denominado @flatcarneirosresidence, que por ter número de usuários seguindo bastante significativo, destaca-se por poucas publicações em relação aos outros perfis.

**Figura 25 - Print do perfil de Usuário @flatcarneirosresidence**

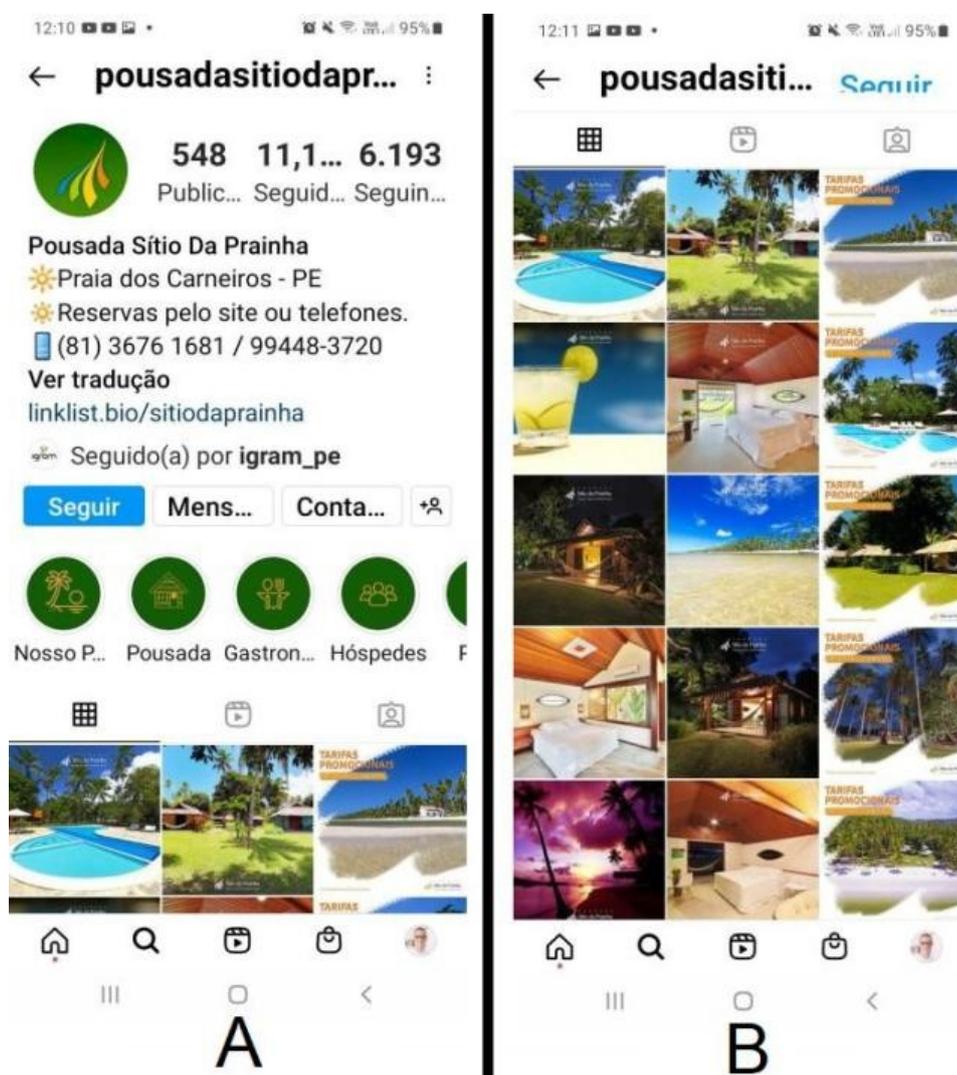


Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

O usuário @flatcarneirosresidence imprime uma visão puramente mercadológica, com fotos em que o objetivo é único e exclusivamente para a venda de quartos, através do banco da Caixa Econômica Federal. Há fotos representativas de maquetes, misturadas com fotos aéreas da praia dos Carneiros e com fotos representando mostruários de quartos.

Na Figura 26, o Usuário @pousadasitiodaprainha se coloca disponível para reservas pelo site ou telefones, mas constrói uma forma de ver a praia dos Carneiros dentro de um espaço que lembra bastante uma paisagem rural. Isso se dar de forma mais visível com a denominação “sítio”, autorizando uma espécie de licença estética para a produção imagética que lembre algo ligado ao rural.

**Figura 26 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @pousadasitiodaprainha**



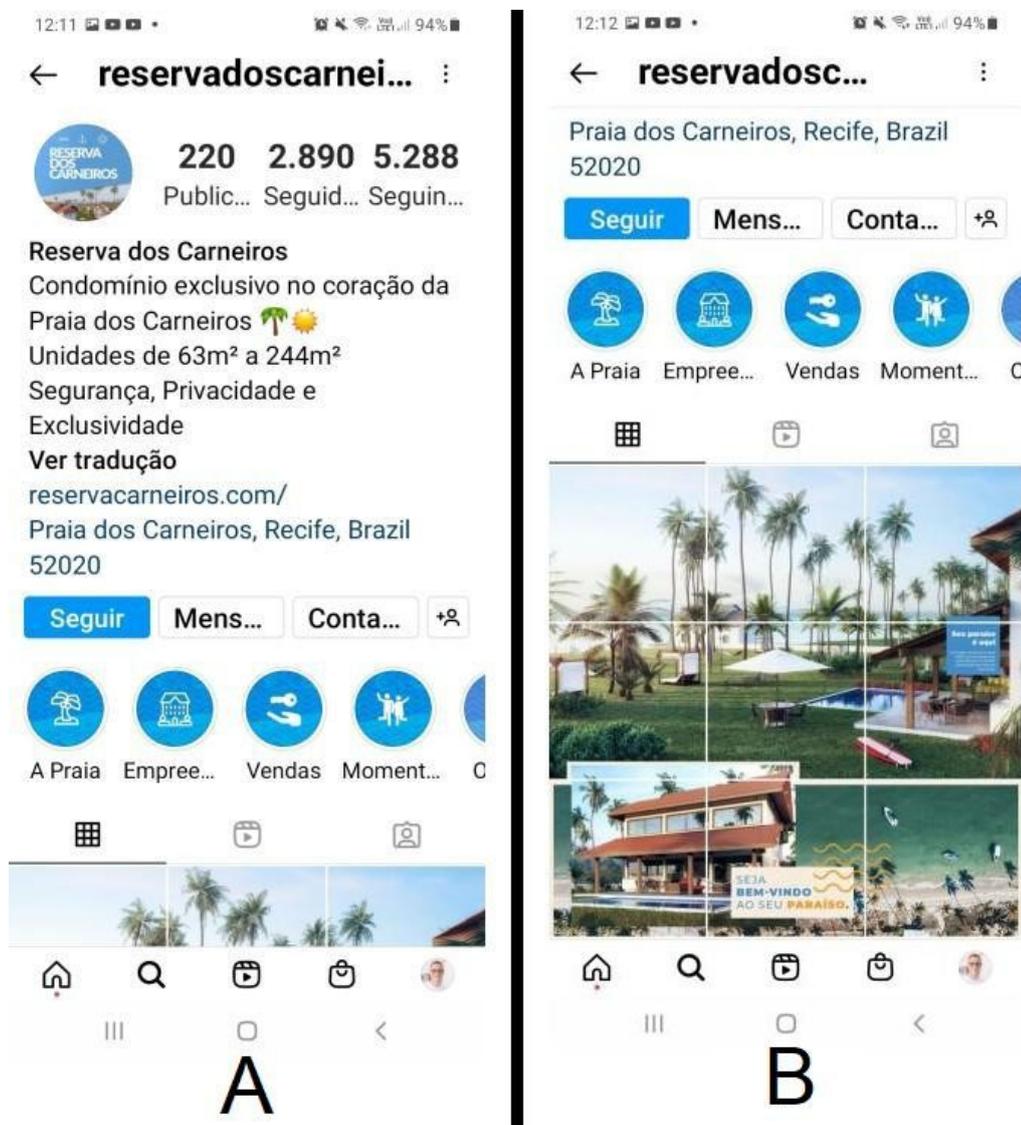
Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

O Usuário @pousadasitiodaprainha se coloca como principal forma de sedução estética através do uso de fotos. Há uma representação estética e fotográfica da piscina, das casas de campo, da beira da praia, das bebidas, dos quartos luxuosos, do cenário da noite com luzes, bem como dos verdes dos coqueirais e de outras plantas. Além disso, insere-se cenas capturadas de momentos chaves e raros como o sol que produz o efeito de cor rosa nas nuvens.

Há, com isso, uma ligação da representação da natureza com o ideal de beleza estética atrelado à digitalização da realidade, veiculando experiências que se podem obter de modo raro, com as experiências de se ficar nessa pousada. Isso serve para atrair usuários, utilizando-se da subjetividade de fenômenos estéticos que ligam à natureza, pois estes fenômenos se caracterizam por serem pontuais e efêmeros. Estes fenômenos são exibidos nas telas para serem quase que eternizados, gerando a curiosidade e o desejo no usuário do Instagram em querer ter experiências semelhantes às apresentadas no seu perfil de usuário.

Na Figura 27, o usuário @reservadoscarneiros é apresentado como um “condomínio exclusivo no coração da Praia dos Carneiros”.

**Figura 27 - Prints (A e B) do perfil de Usuário @reservadoscarneiros**



Fonte: Instagram, pesquisa de 23 de Maio de 2022

O Usuário @reservadoscarneiros, representado na Figura 27, apresenta-se através dos dizeres de Segurança, Privacidade e Exclusividade, dotando condomínio de representações fotográficas relativas às suas qualidades estéticas. Isso se relaciona com extensões significativas de como este espaço é representado, exibindo, também, uma estética muito ligada ao afastamento e isolamento.

Essa exibição se dar de forma consciente e pensada e liga isso às experiências vivenciadas com a natureza, os coqueirais e o verde da grama. É colocado nas fotos a grandiosidade das casas, como um dos elementos constitutivos para a atração dos usuários. É apresentado a localização perto da praia como vantagem com o fim meramente comercial e mercadológico, que estimula o desejo de estar ali naquele lugar devido a própria localização.

### **6.5 Mapeamento envolvendo os lugares sedes dos 50 perfis de Usuários com maior número de Publicações**

De modo bastante prático, partiu-se para mapear uma maior quantidade de perfis possíveis com o intuito de dimensionar a geolocalização e a distribuição dos lugares sedes dos perfis. Os lugares sedes dos usuários se baseiam na Tabela 6 que informa a quantidade de publicações em ordem decrescente, sendo estas publicações representativas de paisagens dos lugares sedes dos perfis de usuários, de outros lugares e paisagens diversos.

Há algumas publicações que representam publicidades através das fotos de drinks e de pessoas. Essas publicações visam tornar possível, a representação de dados, tornados imagens, dos usuários do Insta num mapa ainda que de sedes dos perfis. Desta forma, é posto em perspectiva a praia dos Carneiros e suas representações paisagísticas que as imagens dos usuários do instagram podem capturar e postar online.

Foi escolhido os 50 maiores perfis (presentes no Google Earth e no Instagram ao mesmo tempo) por considerar uma quantidade média de usuários que pode proporcionar uma visibilidade dados maior em relação a área de estudo. Com isso, buscou-se fazer uma tabela com dados, que possuem possibilidades de ser mapeáveis, já que 50 perfis são uma quantidade média. Ao mesmo tempo, foi considerado dados que incluam uma parcela significativa de publicações, perfis de usuários e as paisagens representadas.

Além disso, foi feita uma estimativa de mais da metade dos dados coletados (96 perfis de usuários) para que se pudesse chegar a um mapa robusto de dados e ao mesmo tempo não muito pesado na quantidade de dados especializados. Esta estimativa foi elaborada considerando a dimensão da área de estudo e os perfis com seus lugares sedes geolocalizados na área. Com isso, propõe-se analisar o engajamento online dos lugares sedes dos usuários e a quantidade de publicações representativas de múltiplas paisagens possíveis, que colaboram para a promoção do turismo náutico e hoteleiro e, conseqüentemente, com os conflitos ambientais na praia dos Carneiros e proximidades.

Nesse sentido, a partir da tabela 6, que elenca os 50 maiores perfis em quantidade de publicações na ordem decrescente, tomou-se esta tabela como base para o mapeamento, conforme se ver logo em seguida:

**Tabela 6 - A quantidade de Publicações dos 50 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil do Usuário	Publicações
1	@manguezal_ecoturismo	1987
2	@pontaldoscarneiros	1540
3	@pousadapraiadoscarneiros	1381
4	@paraisocarneiros	830
5	@marinadoscarneiros	645
6	@tamandareflats	600
7	@carneirosbeachflat	567
8	@clubmeridional_oficial	564
9	@pousadasitiodaprainha	542
10	@boraboracarneiros	504
11	@jrthurpe	499
12	@deonparamotor2022	498
13	@baiabrancabeachresort	476
14	@ecoresort.praiadoscarneiros	471
15	@quiosqueestacaodosol	443
16	@sitioestreladomar	425
17	@divinosflatcarneiros	328
18	@brunotaxi_	320
19	@mirapraia	288
20	@solardoscarneiros	286
21	@carneirosparadiso	259
22	@carneirosbeachclub	236
23	@casaancoracarneiros	223
24	@reservadoscarneiros	220
25	@praiadoscarneirosflat	215
26	@sitioebenezer	212
27	@casazapraiadoscarneiros	209

28	@flordelotus_suites	184
29	@chalesdoscarneiros	177
30	@carneirosbeachresort	168
31	@solardoscamaroes	166
32	@pousadaigrejinha	164
33	@ascoloridas	160
34	@warung.praiadocarneiros	152
35	@catamara.aguavivaoficial	151
36	@vilakikacarneiros	146
37	@villacarneiros	144
38	@hotelpraiadocarneiros	139
39	@rotadocarneirospasseios	137
40	@jardinspraiadocarneiros	136
41	@viladaigrejinha_	130
42	@beijupiracarneiros	128
43	@hotelcoralbeach	126
44	@bangalosdogameleiro	120
45	@divisacarneiros	119
46	@mustakocarneiros	118
47	@carneiros_beach_resort_	116
48	@igrejinhadocarneiros	101
49	@carneiros.village	94
50	@restaurante.eden	86

Fonte: O autor, 2023.

A tabela acima se baseia na apresentação de uma base de dados relacionados a quantidade de publicações, sendo estes dados percorridos de forma ampla e abrangente em relação à praia dos Carneiros e os usuários do instagram com seus lugares sedes presentes na praia. Na execução da feitura do mapa se colocou em perspectiva as dimensões dos lugares sedes a partir da quantidade de publicações, que representam o espaço da praia e seus arredores. Tornou-se possível a visibilidade da praia e suas proximidades, sendo os usuários do instagram, os responsáveis pela mobilização das diversas representações das paisagens de forma online.

A Mobilização das paisagens online se dar pela publicação de imagens representativas de diversas paisagens, colocando um viés de múltiplas visibilidades de forma online. Nessas imagens dos perfis é colocado a visibilidade como algo que é amparado na ideia de estetização das paisagens. Por isso, os usos das imagens representativas das paisagens colaboram para a atividade turística, devido a sedução estética, como apontado anteriormente. Nesse sentido, a importância de mapear os 50 perfis tem o intuito de detectar e analisar o engajamento em relação a praia dos Carneiros, colocando-o de forma mais detalhada no mapa. Isso leva em conta o engajamento das publicações e sua relação o turismo local.

Foi utilizado o QGIS para a feitura do mapa referente a geolocalização e a distribuição dos lugares sedes dos 50 maiores perfis, colocando ênfase na localização como forma de mostrar a distribuição dos lugares sedes dos perfis ao longo da praia, conforme se visualiza no Mapa a seguir:

**Mapa 9 - Geolocalização dos Lugares Sedes dos 50 maiores perfis em a quantidade de Publicações**



0 1 2 km



### Legenda

- 50 Perfis de usuários com maiores quantidades de publicações

Fonte: O autor, 2023.

O Mapa acima sugere que a geolocalização mais próxima das atividades turísticas se dar nas proximidades da igrejinha dos Carneiros e a distribuição dessas atividades é bastante concentrada ao longo da costa das praias dos Carneiros, de Campas e a de Tamandaré. Isso proporciona a hiperconcentração do turismo na zona norte da praia dos Carneiros.

Alguns perfis de usuário se utilizam da Geolocalização da praia dos Carneiros e ao redor desta, para colocar Carneiros como “slogan chamativo”. Porém, alguns lugares sedes dos perfis estão geolocalizados na praia de Campas, outros lugares sedes estão perto do centro da cidade de Tamandaré e outros estão fora do alcance da praia. Um exemplo de lugares sedes de perfis fora do alcance é o @hotelpraiadoscarneiros (posição 38 na Tabela 6), que está bem próximo ao município de Rio Formoso. Além disso, há a presença de um lugar sede na praia de Guadalupe de um perfil é denominado @catamara.aguavivaoficial (posição 35 na Tabela 6), isso garante a visibilidade estética e fotográfica desta praia que se articula com o repertório de imagens muito ligadas à praia dos Carneiros e ao turismo.

Percebe-se uma hegemonia imagética de Carneiros, esta praia se torna um espaço muito representável e geolocalizável, isto se deve por conta do aumento das possibilidades de desenvolvimento do turismo no local. Por consequência disso, aumenta os impactos ambientais nessa área, na qual o próprio ZATAN pontua ser o turismo náutico em lanchas e jetskis, o estopim para muitos conflitos ambientais na área. Nesse sentido, os usuários do Instagram possuem uma relação com o turismo, sendo esta atividade capaz de gerar impactos na dinâmica de locomoção de pessoas na praia dos Carneiros e proximidades, bem como gerar uma ocupação desordenada desta área.

As representações das paisagens mais fotografadas e mais utilizadas para reprodução imagética em postagens dos usuários do instagram são apropriadas simbolicamente pelo turismo na praia dos Carneiros. Desta forma, há uma relação entre turismo náutico, usuários do instagram e o uso paisagístico da praia dos Carneiros. Utilizou-se dados relacionados a quantidade de publicações para se fazer um mapa de localização, com o intuito de dimensionar pressão na área da praia dos Carneiros. Essa pressão é exercida pela presença de lugares sedes dos 50 perfis de usuários com maiores quantidades de publicações.

A quantidade de publicações de um perfil não considera apenas onde os empreendimentos dos lugares sedes se encontram, há uma representação de paisagens diversificadas com o intuito de engajar a divulgação desses empreendimentos. Essa divulgação é relacionada ao consumo turístico na praia dos Carneiros e proximidades e não

quer dizer que é esse espaço da praia está sendo retratado única e exclusivamente para fins turísticos, mas passa perto da divulgação dessa atividade econômica.

Vale ressaltar que muitas das publicações representam outros lugares e perspectivas, porém os lugares sedes dos perfis de usuários oferecem geolocalizações que são mapeáveis. Isso coloca em evidência a apropriação simbólica que os perfis fazem dos mais variados lugares para inserção de imagens dentro de perfis de usuários de empreendimentos turísticos e imobiliários com o intuito de promover o discurso publicitário.

O Mapa de Geolocalização dos 50 perfis de usuário se baseia na relação estabelecida entre a quantidade de publicações e a distribuição geolocalizada dos lugares sedes dos perfis de usuários. Os Lugares sedes abrangem paisagens de determinados pontos das praias dos Carneiros, de campos e de Guadalupe, circunscritas aos municípios de Tamandaré, Rio Formoso e Serinhaém. Essa abrangência é visível no mapa, dando a percepção de que a partir da geolocalização dos lugares sedes, é possível perceber quais as zonas da praia que são mais visitadas pelo turismo e quais as zonas mais sujeitas a algum conflito ambiental. Isso ajuda a refletir sobre a localização e concentração dos empreendimentos imobiliários e turísticos, que usam do espaço da praia dos Carneiros e proximidades.

Nesse sentido, vale refletir que há duas grandes concentrações de lugares sedes de perfis. Uma concentração é ligada às proximidades da marina que margeia o rio Arinquindá e a outra concentração está localizada na zona norte da praia dos Carneiros. Isso sugere que há trajetos de embarcações do rio Arinquindá, passando pelo rio Formoso e indo em direção ao mar, isso se deve ao uso náutico deste espaço, com a presença massiva de embarcações na área. As embarcações estão presentes, assim como, a produção imagética dos usuários do Instagram, ambos estão relacionados ao turismo náutico que exerce influência na área da praia dos Carneiros e suas adjacências.

Baseado nos lugares sedes dos perfis de usuários ao longo da praia dos Carneiros e adjacências, há uma geolocalização e distribuição desses lugares ao longo de boa parte costa do município de Tamandaré. O mapa serve para apontar os lugares sedes de perfis de usuários e a sua correspondência com os empreendimentos, já que estes tornam a praia, um espaço de uma produção imagética voltada aos interesses do Capitalismo Artista e Estético.

O Mapa 9 apresenta, nesse sentido, os lugares sedes dos perfis de usuários geolocalizados de acordo com quantidade de publicações. Esses lugares sedes estão mais próximos das marinas, apresentando ideias sobre os trajetos de embarcações que vão até zona

norte da praia, passando pelo rio Arinquindá. Os trajetos passam pela praia da Argila, em Serinhaém, vão para a zona norte de Carneiros, passando pelos bancos de areia próximos da zona norte.

Há outros trajetos que vão desde o pontal dos Carneiros até os bancos de areia. A igreja dos Carneiros reúne o centro das atenções de grande parte dos trajetos das embarcações, pois grande parte dos trajetos passam por essa igreja. Ainda de forma diminuta, mas também significativa, a zona mais ao sul da praia dos Carneiros apresenta uma quantidade de lugares sedes de usuários bastante significativa, devido à presença de empreendimentos imobiliários que se mobilizam pela quantidade de publicações.

Assim, os lugares sedes de perfis e os trajetos das embarcações se relacionam através do ZATAN (Mapa 10 no Apêndice). Há uma relação íntima entre os lugares sedes de perfis de usuários e a utilização dos seus repertórios imagéticos, para se visibilizar a praia dos Carneiros online, utilizando-se das telas do instagram e da veiculação de imagens. De modo que isso caracteriza os espaços mais passíveis de serem visibilizados como lugares sedes de perfis de usuários mobilizados pelos empreendimentos turísticos e imobiliários.

Há com o Mapa 9 uma cartografia sobre como se dar a manifestação do Capitalismo Artista e Estético através dos lugares sedes dos usuários do Insta. Isto se deve à atratividade turística desses lugares, onde há uma presença maior de sedes de perfis de usuários. Nesse sentido, há um aumento de conflitos ambientais devido a dinâmica do turismo presente na praia dos Carneiros e representado pelos usuários do Instagram, isto ocasiona o aumento da quantidade de pessoas que vão a esses lugares sedes e fomentam a atividade turística.

A Grande concentração de embarcações nas marinas e na zona norte da praia dos Carneiros fazem com que haja um fluxo de pessoas maior, o suficiente para os corais serem pisoteados nas piscinas naturais. Isso impacta no ambiente da praia e do estuário, pois é causado pelo intenso número de pessoas que vão aos lugares correspondentes aos lugares sedes de perfis de usuários do Instagram, não tendo fiscalização e controle ambiental necessários para evitar impactos maiores.

O turismo, em suas contradições socioambientais, gera uma economia local impulsionada pela cultura de consumo e pela publicidade turística no Instagram. Devido ao fluxo de turistas, que vão aos lugares sedes de perfis para tirar fotos e postarem no instagram, há uma movimentação do turismo na praia dos Carneiros. Essa movimentação gira em torno da geolocalização das imagens. Por isso, é necessário um ordenamento territorial da área, que

já foi proposto pelo ZATAN e está em fase de implementação na atualidade, para diminuir os impactos e conflitos ambientais.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho conseguiu mostrar como os usuários do Instagram podem construir discursivamente formas espaciais e estéticas. Sendo os usuários que se apropriam simbolicamente das paisagens, imprimindo nelas características de desejo e de consumo. Ao mesmo tempo, há uma subjetividade gerada pelos pontos de vistas atribuídos pelos usuários em suas imagens que representam fotograficamente paisagens. Isso, objetivamente, submete as imagens aos algoritmos do aplicativo, comandado pela corporação proprietária do Instagram, que atua auxiliando os usuários do Insta a mobilizarem e engajarem suas publicações.

Os usuários do Instagram utilizam o aplicativo como uma ferramenta política e estética de mobilização da paisagem e da cultura visual. Politiza-se essa cultura como forma de colocar o viés discursivo dos empreendimentos capitalistas e o dos grupos sociais. Desta forma, os usuários do aplicativo disseminam formas de ver o mundo através de uma tela de celular. Há uma popularização dessa maneira de ver que se conecta com a sociedade de hoje, individualizada num mundo hipertecnologizado, construindo a sociedade psicopolítica e da transparência como já dizia o Byung-Chul Han (2017).

A praia dos Carneiros e de Guadalupe são quase eternizadas nas telas de celular com imagens que chamam a atenção pela qualidade estética com que são exibidas. Ao longo do trajeto de como este trabalho foi sendo trilhado, mostrou-se como as duas praias, praia dos Carneiros e de Guadalupe, vem se transformando em espaços mobilizados pelo turismo pelo capital imobiliário. Essas atividades se impulsionam com o contexto social de boom das redes sociais, como o Instagram, influenciando a publicidade das atividades turísticas e imobiliárias. Areladas a essas atividades, há o processo de balnearização e estetização, que colocam em questão de como as paisagens ligadas ao processo de balnearidade são representadas no aplicativo Instagram. Isso mobiliza subjetividades e afetos depositados pelos usuários do Instagram para com a praia dos Carneiros e de Guadalupe, fazendo com que os usuários colaborem com o processo de estetização das paisagens.

Esse processo apontado anteriormente é gerado pela Captura e pelo registro fotográfico, que se constitui numa fórmula, originando um processo de produção de conteúdo no Instagram. A representação fotográfica no aplicativo produz imagens e ideias sobre as paisagens, com isso, há uma produção de sentidos dados aos esteriótipos que constroem discursos que mobilizam as paisagens. Não é toa que a Igreja de São Benedito é tão

mobilizada na praia dos Carneiros, sendo esta praia vista como raridade constituída sob um significado exclusivo dado a este lugar, que pode ser produzido a partir de um discurso fotográfico e estético no Instagram. Este discurso se produz a partir de impressões sobre a praia dos Carneiros e de Guadalupe, colocando a Igreja como central no trajeto turístico. Há focos imagéticos que visibilizam a Igreja pela sua exclusividade territorial. Com isso, a Igreja passa a ser um lugar desejado por muitas das pessoas passam por ela e querem tirar foto, constituindo-se como parada obrigatória para alguns e apenas um espaço de passagem para outros.

A Praia dos Carneiros apresenta uma riqueza de cenários, apesar de todas as contradições sociais e econômicas envolvidas nesse espaço. As contradições se dão pela lógica do Capitalismo Artista e Estético, revelando que a praia é um espaço de disputas de narrativas das representações paisagísticas dos usuários do Instagram. Não se pode esquecer que a disputa se dar através da militância usando hashtags, as quais favorecem a produção de um sentimento contra-hegemônico em relação às postagens hegemônicas do Capitalismo Artista.

Este trabalho apresenta também uma forma de cartografia instagramável que coloca em questão como os fenômenos online podem se relacionar com os espaços representados no Instagram. Com isso, os usuários do Instagram imprimem significados, que veem as paisagens e suas relações com o mapa, relacionando a geolocalização como uma forma de poder simbólico, o qual se manifesta através do engajamento nas redes sociais. Nesse sentido, o mapa e os perfis de usuários do Instagram se tornam ferramentas políticas, estéticas e psicopolíticas, que influenciam as formas de ver e pensar de outras pessoas que usam o Instagram. Desta maneira, há uma ligação entre a produção e consumo de imagens, que funciona como formas de se fazer política, tanto para atender o capital turístico e imobiliário, como para atender as necessidades e direitos dos grupos sociais.

Este trabalho quis trazer a tona, uma outra perspectiva de análise para Geografia, que se utiliza do Instagramável, para propor formas de ver e pensar que colocam a Geografia como ciência inserida nas possibilidades de enxergar fenômenos espaciais ligados ao Ciberespaço. Sendo este Ciberespaço determinado por uma ampla possibilidade de construções discursivas e de representações dos outros mundos. Como já dizia Michel Foucault (2009), ao falar de outros espaços e mundos, utilizando-se do termo Heterotopias, que são possibilidades de outros mundos possíveis. Sendo assim, o meio digital e mais

especificamente o Instagram, apresenta outros mundos, mas que possuem um alto grau de possibilidades de realizarem na realidade concreta da vida. Essa realização só depende de quem representa esse mundo, de quem luta por um mundo melhor, e também passa pela vontade das pessoas em reafirmarem suas existências através das redes sociais.

Assim, este trabalho traz a tona a reflexão sobre relação entre humano e máquina. Pois, com a hipertecnologização da sociedade, os humanos vêm cada vez mais estreitando laços com a tecnologia digital e com as redes sociais, colocando em questão, a ciborguização da sociedade. Isso nos leva a refletir se estamos num processo de ciborguização que pode culminar numa maquinização dos humanos, dos lugares e paisagens, digitalizando-os e imprimindo sentidos e significados online. Este fenômeno podemos refletir através dos usuários do Instagram, mas há de se conferir se isso se realizará no futuro próximo de forma mais coesa ou se realmente começou a se realizar a partir da digitalização da sociedade. Alguns filósofos já colocam isso em questão, será que estamos diante de um humano-máquina em processo de realização ou já realizado ou em vias de se realizar? A conferir.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Marli Gondim de. **Comunidade remanescente de quilombo do Engenho Siqueira**: conhecimento tradicional e potencialidade da agroecologia na zona da mata pernambucana. 2011. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011.
- BALLESTEROS, María Belén. **Postfotografía**: Una mirada sobre la “nueva” fotografía a través de la plataforma Instagram. Tesina de Grado. Escuela de Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario. Rosario, 2020.
- BARBOSA, David Tavares. Cidadania Paisagística. **Revista de Geografia**, Volume 35, p. 40-59, Recife, 2018.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. rev. e atual. Campinas: Papirus, 2003.
- BARROS, Nilson Crocia. Quatro comentários sobre Paisagem e Região. In: Sá, A.; Corrêa, A.C.. (Org.). **Regionalização e Análise regional**: perspectivas e abordagens contemporâneas.. 1ª ed. Recife: Editora Universitária da UFPE., 2006, v. 1, p. 23-32.
- BESSE, Jean-Marc. **O gosto do mundo**: exercícios de paisagem. Rio de Janeiro (RJ): UERJ, 2014.
- BIANCHI, Ana Clara Magnago. **Discurso fotográfico no Instagram**: a cidade de Vitória sob o olhar de seus usuários. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) – Centro de Artes, Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2017.
- BONNEMAISON, Jöel. Viagem em Torno do Território. In: CORRÊA, Roberto L.; ROSENDAHL, Zeni (Org.). **Geografia Cultural**: um século. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2002. p. 83-131.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BRASIL. **Guia Brasileiro de Sinalização Turística**. Brasília: Ministério da Cultura, IPHAN, Ministério do Turismo, EMBRATUR, Ministério da Justiça, DENATRAN, 2023. Disponível

em:<[http://portal.iphan.gov.br/files/Guia\\_Embratur/conteudo/principal.html](http://portal.iphan.gov.br/files/Guia_Embratur/conteudo/principal.html)>Acesso em: 19 de Abril de 2023.

CAVALCANTI, Lucas. **Cartografia de paisagens: fundamentos**. 2. ed. v. 1. São Paulo: Oficina de Textos, 2018.

CARDOSO, D.. **As redes sociais virtuais na formação da imagem turística da Praia de Flecheiras/CE**. Dissertação (mestrado) — Universidade Federal do Ceará, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Fortaleza, 2018.

CASA DE PRAIA. **Patrimônio Histórico - Arquitetônico**. Tamandaré, PE: Site do Blog Casa de Praia: Negócios Imobiliários. Disponível em: <<http://www.casadepraia.imb.br/CP/index.php/historia>>. Acesso em: 18 de Junho de 2021.

CHECA-ARTASU, Martín. El paisaje como bien común y como un derecho, Algunas reflexiones. **Biblio3W**: Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. XXIII, nº 1.251, 2018.

CHOUCRI, Nazli. **Cyberpolitics in international relations**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2012.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Mídia e Poder na Sociedade do Espetáculo. [08 de Fevereiro de 2011]. São Paulo, SP: **Revista Cult**. Editora Bregantini. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/midia-e-poder-na-sociedade-do-espetaculo/>>. Acesso em: 19 de Dezembro de 2022.

CONDEPE/FIDEM, Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco. **Pernambuco em mapas**. Coordenação de Ruskin Marinho de Freitas e Kamila Soares de Arruda Santos. Recife, 2011.

CONSULTORIA ZATAN. **Diagnóstico de elaboração participativa do Zoneamento Ambiental e Territorial das Atividades Náuticas - ZATAN da região do estuário do Rio Formoso, na APA de Guadalupe, no litoral sul de Pernambuco**. SEMAS: Recife, 2018.

CORBIN, Alain. **O território do vazio**: a praia e o imaginário ocidental. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

CORDEIRO, Itamar José Dias e. **Um estudo sobre a produção capitalista do espaço turístico e as perspectivas de desenvolvimento local na Praia de Gamela - Barra de Sirinhaém - PE**. Orientador: Cláudio Jorge Moura de Castilho. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Programa de Pós-graduação em Geografia. Recife: O Autor, 2007.

COSGROVE, Denis. A Geografia está em toda parte: Cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny. (Org.). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004, p. 92-123.

COSGROVE, Denis. Em direção a uma Geografia Cultural radical: Problemas da Teoria. In: **Revista Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro: UERJ, n. 5, pp. 5-29, 1998.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. [Tradução Estela dos Santos Abreu]. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs - Capitalismo e Esquizofrenia**. Vol.1. Rio de Janeiro: Ed.34, 1995.

DUTRA GOMES, Rodrigo; SANTANA, Gabriel A. C. Percepção do Espaço e a Paisagem: Um Diálogo entre as Geografias Crítica e Humanista. In: **Anais do XII ENANPEGE**, 2017, Porto Alegre. XII Encontro Nacional da ANPEGE, 2017. v. 1. p. 5502-5513

EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO. **Programa ecoturismo**. Brasília: EMBRATUR. (Versão Preliminar), 1991.

FOUCAULT, Michel. Outros Espaços. In: FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos vol. III. Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema**. São Paulo: Forense Universitária, 2009, p. 411-422.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel. Ramallete. Petrópolis, Vozes, 1987.

FUI SER VIAJANTE. Igrejinha na Praia dos Carneiros, PE: história, como chegar e mais. [13 de Dezembro de 2021]. Site do Blog Fui ser Viajante. Disponível em: <<https://www.fuiserviajante.com/pernambuco/igrejinha-na-praia-dos-carneiros/>> Acesso em: 21 de Abril de 2023.

GEOFUSION. **O que é Geomarketing?** [25 de Agosto de 2021]. Site do Blog Geofusion. Disponível em: <<https://www.geofusion.com.br/blog/o-que-e-geomarketing/>> Acesso em: 20 de Abril de 2023.

GOMES, Paulo César da Costa. **Quadros geográficos: uma forma de ver, uma forma de pensar.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.

GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético.** – Tradução: Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão – São Paulo (SP): Editora 34, 1992.

HAN, Byung-Chul. **A Salvação do Belo.** Trad. G. S. Philipson. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2019.

\_\_\_\_\_. **No enxame: perspectivas do digital.** Trad. L. Machado. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2018.

\_\_\_\_\_. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder.** 7ª Edição. Belo Horizonte: Editora Âyiné, 2020.

\_\_\_\_\_. **Sociedade da transparência.** Trad. E. P. Giachini. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2017.

LACOSTE, Yves. Tradução: A Quoi Sert Le Paysage? Qu'est-Ce Qu'un Beau Paysage?. **Boletim Paulista de Geografia**, (79), 115–150, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo: viver na era do capitalismo artista.** – Tradução: Eduardo Brandão – 1a ed. 2a reimpr. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LOPES, Leonardo. Como o Instagram mudou o comportamento na internet [13 de Dezembro de 2019]. **Site do Blog Medium do LabJor - FAAP (Laboratório do curso de Jornalismo - Fundação Armando Alvares Penteado).** Disponível em:

<<https://medium.com/labjorfaap/como-o-instagram-mudou-o-comportamento-na-internet-882838bb4510>>. Acesso em: 19 de Dezembro de 2022.

LUZ, Andrea Francisca da. **O instagramer e seu discurso multissemiótico na rede social instagram**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem), Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 2015.

MACIEL, Caio Augusto Amorim. **A Geografia política da paisagem**: imagens, narrativas e sensibilidades culturais em disputa no espaço público recifense. In: MACIEL, Caio A.A.; GONÇALVES, C.U.; PEREIRA, M.C.B. (Org.). *Abordagens Geográficas do Urbano e do Agrário*. 1ed. Recife: Editora da UFPE, 2012, vol. 1, p. 26-41.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. A Paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 29-64.

NATGEO. Welcome to Hong Kong's 'Instagram Pier' [19 de Outubro de 2017]. **Site do National Geographic**. Disponível em: <<https://www.nationalgeographic.com/photography/article/welcome-to-hong-kongs-instagram-pier>>. Acesso em: 01 de Setembro de 2022.

O DILEMA DAS REDES. Direção: Jeff Orlowski. Produção de Exposure Labs, Agent Pictures, Agent Pictures e The Space Program. Estados Unidos: **Netflix**, 2020. Streaming.

PADILHA, Nicole Venturin. O mal-estar na sociedade espetacular. **Revista do CEP de PA**. V. 24, 2017, p. 103-114.

PARENTE, André. (org.) **Imagem Máquina**: A era das tecnologias do virtual. 1. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

PARENTE, André. Os paradoxos da Imagem-Máquina. In: PARENTE, André. (org.) **Imagem Máquina**: A era das tecnologias do virtual. 1. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 7-33.

PURDUE. **Glossary**: Data Colonialism. Disponível em: <<http://purdue.edu/critical-data-studies/collaborative-glossary/data-colonialism.php>>. Acesso em: 18 de Fevereiro de 2022.

QUATRO, Fred Zero. Computadores Fazem Arte (Faixa 13). In: CHICO SCIENCE E NAÇÃO ZUMBI. **Da Lama ao Caos**. Rio de Janeiro - RJ: Gravadora Chaos, 1994, CD.

QUÉAU, Philippe. O Tempo do Virtual. In: PARENTE, André. (org.) **Imagem Máquina: A era das tecnologias do virtual**. 1. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 91-99.

QUERINO, Jeovane S. F. **Por uma Geografia Instagramável: As Representações e Concepções do Rio Timbó (PE) e suas Margens**. Orientador: Caio Augusto Amorim Maciel. Monografia (Graduação) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Departamento de Ciências Geográficas, 2019.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. – Tradução de Mônica Costa Netto – São Paulo: EXO experimental org, Ed. 34, 2005.

REVISTA EXAME. **Estes são os dez países que mais usam o Instagram**. [12 de maio de 2019]. Site da Revista Exame. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram/>>. Acesso em: 29 de Outubro de 2019.

SALAZAR, Manuela. **Mundos-mosaicos: a estetização do cotidiano no Instagram**. – Universidade Federal de Pernambuco, Dissertação (Mestrado), Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, Recife, 2017.

SILVA, Vívian Damasceno. **Conflitos socioambientais da atividade turística em unidades de conservação: a Área de Proteção Ambiental de Guadalupe - Pernambuco**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Recife: O autor, 2011.

SILVEIRA, Vanessa Rozan da. **Corpos e beleza no Instagram: estetização em busca de likes**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

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

SOUZA, Rosemeri Melo e. **Redes de Monitoramento Socioambiental e Tramas da Sustentabilidade**. 1ª. ed. Vol. 1. São Paulo: Annablume, 2007.

SULAIMAN, Samia Nascimento; CARBONE, Amanda Silveira; COUTINHO, Sonia Maria V. **Educando entre águas**: o convívio entre vida natural e humana na área de proteção ambiental (APA) de Guadalupe. Recife: CPRH, 2018.

TECHTUDO. Cinco fotos proibidas de postar no Instagram. [11 de Outubro de 2020]. **Site do Techtudo**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2020/10/cinco-fotos-proibidas-de-postar-no-instagram.ghtml>> Acesso em: 31 de Março de 2023.

TECNOBLOG. O que viola as Diretrizes da Comunidade do Instagram? **Site do Tecnoblog**. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/o-que-viola-as-diretrizes-da-comunidade-do-instagram/>> Acesso em: 31 de Março de 2023.

VAN DE DONK, Wim. LOADER, Brian D. NIXON, Paul G. RUCHT, Dieter. (eds.). **Cyberprotest**: New Media, Citizens and Social Movements. Didcot: Routledge, 2004.

VIDAL, Laurent. CHRYSOSTOMO, Maria Isabel de Jesus. A balnearização como fenômeno de fronteira (notas a partir do caso francês, 1830's–1980's). **Revista Terra Brasilis** (Nova Série), Online, vol. 16, 2021.

VIRILIO, Paul. A imagem virtual mental e instrumental. In: PARENTE, André. (org.) **Imagem Máquina**: A era das tecnologias do virtual. 1. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 127-132.

## APÊNDICE A - TABELA COM O NÚMERO DE PUBLICAÇÕES DE 96 USUÁRIOS

Na Tabela a seguir e nas outras Tabelas, existem usuários assinalados, que estão presentes no Google Maps e no Instagram.

**Tabela 7 - A quantidade de Publicações dos 96 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil do Usuário	Publicações
1	@manguezal_ecoturismo	1987
2	@pontaldoscarneiros	1540
3	@pousadapraiadoscarneiros	1381
4	@paraisocarneiros	830
5	@marinadoscarneiros	645
6	@tamandareflats	600
7	@carneirosbeachflat	567
8	@clubmeridional_oficial	564
9	@pousadasitiodaprainha	542
10	@boraboracarneiros	504
11	@jrthurpe	499
12	@deonparamotor2022	498
13	@baiabrancabeachresort	476
14	@ecoresort.praiadoscarneiros	471
15	@quiosqueestacaodosol	443
16	@sitiostreladomar	425
17	@divinosflatcarneiros	328
18	@brunotaxi_	320
19	@igram_pe	297
20	@mirapraia	288
21	@solardoscarneiros	286
22	@carneirosparadiso	259
23	@carneirosbeachclub	236
24	@casaancoracarneiros	223
25	@reservadoscarneiros	220
26	@praiadoscarneirosflat	215
27	@sitiobenezer	212

28	@casazzenpraiadoscarneiros	209
29	@flordelotus_suites	184
30	@chalesdoscarneiros	177
31	@carneirosbeachresort	168
32	@solardoscamaroes	166
33	@pousadaigrejinha	164
34	@sequilhoscarneiros	163
35	@ascoloridas	160
36	@warung.praiadoscarneiros	152
37	@catamara.aguavivaoficial	151
38	@vilakikacarneiros	146
39	@villacarneiros	144
40	@hotelpraiadoscarneiros	139
41	@rotadoscarneiros passeios	137
42	@jardinspraiadoscarneiros	136
43	@viladaigrejinha_	130
44	@beijupiracarneiros	128
45	@hotelcoralbeach	126
46	@bangalosdogameleiro	120
47	@divisacarneiros	119
48	@mustakocarneiros	118
49	@carneiros_beach_resort_	116
50	@igrejinhadoscarneiros	101
51	@carneiros.village	94
52	@restaurante.eden	86
53	@amura.carneiros	81
54	@pousadarecantcanaa	76
55	@ioio_bar	74
56	@manguezalmaritimo	73
57	@cambarapousada	70
58	@mauibeach.beiramar	68
59	@mauibeachpremium	66
60	@sitiopraiadoscarneiros_	58

61	@beachclass_carneiros	58
62	@restaurantesepraia	54
63	@pousadadadivisa	53
64	@carneirosbeach_temporada	51
65	@carneirosbeach.flat	50
66	@carneirosresidence	45
67	@privedoscarneiros	43
68	@pousadaparaísodobrow	39
69	@adesc_praia dos carneiros	37
70	@marina_do_rio	30
71	@mauibeach_penaareia	30
72	@casapraia dos carneirospe	28
73	@casacarneiros_	28
74	@flat10.ecoresort	24
75	@tamandarecasa7	24
76	@riolimpomanguevivo	24
77	@carneiros_meridional_5pb	23
78	@solarromaguera	23
79	@maxcarneiros	23
80	@pousadalitoral	23
81	@sitiopraia bonita	17
82	@zadokbeachtamandare	17
83	@pousadacostacoral	17
84	@emporio carneiros	16
85	@solar_miramar	16
86	@flat_carneiros_residence	15
87	@recantodanessa	14
88	@chale_meridional_carneiros	13
89	@casasitiodapraia	10
90	@casaatol	10
91	@flatcarneirosresidence	9
92	@priveocean	8
93	@pousadadasacacias	5

94	@clubemeridional.flat	4
95	@salve_guadalupe	4
96	@sinfonia_marinha	4

**APÊNDICE B - TABELA COM O NÚMERO DE SEGUIDORES DE 96 USUÁRIOS**

**Tabela 8 - A quantidade de Seguidores dos 96 Perfis de Usuários no Instagram que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil do Usuário	Seguidores
1	@pontaldoscarneiros	160689
2	@boraboracarneiros	97808
3	@ascoloridas	89237
4	@pousadapraiadoscarneiros	55682
5	@paraisocarneiros	31847
6	@manguezal_ecoturismo	28559
7	@sitioestreladomar	25822
8	@bangalosdogameleiro	25635
9	@hotelpraiadoscarneiros	22771
10	@villacarneiros	20580
11	@carneirosbeachresort	18211
12	@clubmeridional_oficial	16694
13	@privedoscarneiros	16236
14	@baiabrancabeachresort	13369
15	@hotelcoralbeach	12804
16	@pousadasitiodaprainha	11106
17	@solaroscarneiros	11009
18	@ecoresort.praiadoscarneiros	10928
19	@beijupiracarneiros	7500
20	@tamandareflats	7459
21	@pousadaigrejinha	7240
22	@mirapraia	7039
23	@carneirosparadiso	6746
24	@praiadoscarneirosflat	6556
25	@sitioebenezer	6043
26	@igrejinhadoscarneiros	5764
27	@jardinspraiadoscarneiros	5741
28	@quiosqueestacaodosol	5587
29	@carneirosbeachclub	5564

30	@divisacarneiros	5454
31	@jrthurpe	5229
32	@pousadadadivisa	4916
33	@catamara.aguavivaoficial	4732
34	@vilakikacarneiros	3969
35	@viladaigrejinha_	3714
36	@mustakocarneiros	3424
37	@sitiopraiadocarneiros_	3195
38	@amura.carneiros	3174
39	@reservadoscarneiros	2890
40	@casaancoracarneiros	2778
41	@deonparamotor2022	2751
42	@carneirosbeachflat	2609
43	@rotadoscarneirospasseios	2598
44	@chalesdoscarneiros	2591
45	@sequilhoscarneiros	2120
46	@carneiros_beach_resort_	2105
47	@casazzenpraiadoscarneiros	2093
48	@cambarapousada	2086
49	@marinadoscarneiros	1667
50	@flat_carneiros_residence	1433
51	@divinosflatcarneiros	1372
52	@pousadarecantcanaa	1064
53	@carneirosbeach_temporada	1063
54	@flatcarneirosresidence	1035
55	@solaradoscamaroes	1004
56	@warung.praiadocarneiros	940
57	@igram_pe	841
58	@brunotaxi_	835
59	@restaurante.eden	821
60	@carneiros.village	799
61	@pousadadasacacias	761
62	@pousadaparaissodobraw	757

63	@pousadalitoral	691
64	@manguezalmaritimo	675
65	@adesc_praioscarneiros	602
66	@restauranteseapraia	454
67	@zadokbeachtamandare	433
68	@flat10.ecoresort	419
69	@casapraiaidoscarneirospe	408
70	@marina_do_rio	385
71	@flordelotus_suites	380
72	@pousadacostacoral	359
73	@emporioarneiros	328
74	@riolimpomanguevivo	301
75	@chale_meridional_carneiros	261
76	@carneiros_meridional_5pb	260
77	@mauibeach.beiramar	254
78	@recantodanessa	250
79	@casacarneiros_	228
80	@maxcarneiros	224
81	@casasitiodaprainha	193
82	@ioio_bar	167
83	@mauibeachpremium	157
84	@tamandarecasa7	147
85	@sitiopraia bonita	145
86	@mauibeach_penaareia	144
87	@carneirosresidence	139
88	@solar_miramar	139
89	@carneirosbeach.flat	137
90	@beachclass_carneiros	104
91	@sinfonia_marinha	90
92	@solarromaguera	63
93	@salve_guadalupe	62
94	@clubemeridional.flat	57
95	@priveocean	51

96	@casaatol	19
----	-----------	----

**APÊNDICE C - TABELA COM O NÚMERO DE USUÁRIOS SEGUINDO DE 96  
USUÁRIOS**

**Tabela 9 - A quantidade de Usuários Seguindo dos 96 Perfis de Usuários no Instagram  
que estão na Praia dos Carneiros em Ordem Decrescente**

	Perfil do Usuário	Seguindo
1	@pousadapraiadoscarneiros	7478
2	@flatcarneirosresidence	6557
3	@pousadasitiodaprainha	6148
4	@pontaldoscarneiros	5425
5	@reservadoscarneiros	5293
6	@carneirosbeachclub	4675
7	@paraisocarneiros	4211
8	@bangalosgogameleiro	4038
9	@hotelcoralbeach	3746
10	@solaroscarneiros	3717
11	@sitiopraiadoscarneiros_	2779
12	@cambarapousada	2561
13	@sitioestreladomar	2449
14	@praiadoscarneirosflat	2428
15	@flat_carneiros_residence	2334
16	@mirapraia	2193
17	@pousadaparaissodobraw	2003
18	@marinadoscarneiros	1874
19	@quiosqueestacaodosol	1854
20	@rotadoscarneirosparasseios	1812
21	@carneirosbeachresort	1724
22	@divisacarneiros	1686
23	@pousadarecantcanaa	1638
24	@deonparamotor2022	1478
25	@clubmeridional_oficial	1407
26	@tamandareflats	1336
27	@pousadaigrejinha	1320
28	@divinosflatcarneiros	1223

29	@jardinspraiadoscarneiros	1213
30	@villacarneiros	1187
31	@flordelotus_suites	1152
32	@chalesdoscarneiros	1130
33	@igram_pe	1090
34	@igrejinhadoscarneiros	1088
35	@carneirosbeachflat	1021
36	@baiabrancabeachresort	993
37	@vilakikacarneiros	976
38	@pousadadadivisa	884
39	@manguezal_ecoturismo	880
40	@casapraiaoscarneirospe	807
41	@hotelpraiadoscarneiros	797
42	@jrthurpe	749
43	@brunotaxi_	700
44	@manguezalmaritimo	685
45	@viladaigrejinha_	683
46	@zadokbeachtamandare	616
47	@emporioarneiros	615
48	@ecoresort.praiaoscarneiros	530
49	@marina_do_rio	473
50	@privedoscarneiros	462
51	@flat10.ecoresort	460
52	@chale_meridional_arneiros	454
53	@beijupiracarneiros	397
54	@pousadadasacacias	388
55	@arneiros_meridional_5pb	367
56	@sequilhoscarneiros	351
57	@tamandarecasa7	345
58	@solar_miramar	306
59	@warung.praiaoscarneiros	300
60	@casaancoracarneiros	283
61	@casazazenpraiadoscarneiros	280

62	@restaurantesepraia	272
63	@catamara.aguavivaoficial	214
64	@mauibeachpremium	204
65	@carneirosbeach_temporada	195
66	@recantodanessa	183
67	@boraboracarneiros	149
68	@carneirosbeach.flat	140
69	@ascoloridas	119
70	@pousadacostacoral	112
71	@mauibeach_penaareia	110
72	@riolimpomanguevivo	108
73	@carneiros_beach_resort_	104
74	@pousadalitoral	99
75	@solaroscamaroes	88
76	@mauibeach.beiramar	88
77	@adesc_praioscarneiros	82
78	@salve_guadalupe	77
79	@clubemeridional.flat	55
80	@sitioebenezer	54
81	@beachclass_carneiros	54
82	@ioio_bar	51
83	@carneirosparadiso	41
84	@casasitiodaprainha	35
85	@carneiros.village	27
86	@restaurante.eden	26
87	@sinfonia_marinha	20
88	@mustakocarneiros	19
89	@priveocean	13
90	@sitiopraiabonita	12
91	@carneirosresidence	5
92	@casacarneiros_	4
93	@amura.carneiros	3
94	@maxcarneiros	2

95	@solarromaguera	1
96	@casaatol	0

**APÊNDICE D – MAPA MOSTRANDO AS ROTAS POR TIPO DE EMBARCAÇÃO****Mapa 10 - Rotas por Tipo de Embarcação e uso na Foz do rio Formoso**

Fonte: CONSULTORIA ZATAN, 2018, p. 60