

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

PRISCILA BOEIRA DE LIMA

**OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELA AUDIOVISUALIZAÇÃO DA
SERRA GAÚCHA NO *REELS* DO *INSTAGRAM***

SÃO LEOPOLDO

2023

PRISCILA BOEIRA DE LIMA

A AUDIOVISUALIZAÇÃO DA SERRA GAÚCHA NO REELS DO *INSTAGRAM*

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Área de concentração: Mídias e Processos Audiovisuais

Orientador: Prof. Dr. João Ricardo Bittencourt

SÃO LEOPOLDO

2023

L732s Lima, Priscila Boeira de.
Os sentidos produzidos pela audiovisualização da Serra Gaúcha no reels do instagram / Priscila Boeira de Lima. – 2022.
100 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, 2022.

“Orientador: Prof. Dr. João Ricardo Bittencourt.”

1. Serra Gaúcha, Região da (RS). 2. Memória.
3. Instagram. 4. Reels. 5. Audiovisual. I. Título.

CDU 659.3

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecária: Amanda Schuster – CRB 10/2517)

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO PÚBLICA Nº 8/ 2023

Aos 25 dias do mês de abril de 2023, realizou-se na sala integralmente à distância, a sessão de *Arguição Pública da Dissertação* “A AUDIOVISUALIZAÇÃO DA SERRA GAÚCHA NO REELS DO INSTAGRAM” apresentada pela estudante **Priscila Boeira de Lima**, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, nível Mestrado, à Comissão Examinadora constituída pelos professores Júlio César Colbeich Trajano (UCS), Gustavo Daudt Fischer (UNISINOS) e João Ricardo Bittencourt (Orientador). Desenvolvidos os trabalhos nos termos do Regimento Interno, Capítulo VI, e registrados os resultados nas Planilhas de Avaliação, a Comissão atribuiu a estudante, **o grau 9.0.**

A emissão do Diploma está condicionada à entrega da versão final da Dissertação.

Ocorreu alteração do título? () Não (X) Sim: OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELA AUDIOVISUALIZAÇÃO DA SERRA GAÚCHA NO REELS DO INSTAGRAM.

Esta atividade foi realizada integralmente em modo online.

Comissão Examinadora:

Prof. Dr. João Ricardo Bittencourt (Orientador)

Coordenação do PPG em Ciências da Comunicação: Profa. Dra. Ana Paula da Rosa

PRISCILA BOEIRA DE LIMA

A AUDIOVISUALIZAÇÃO DA SERRA GAÚCHA NO REELS DO INSTAGRAM

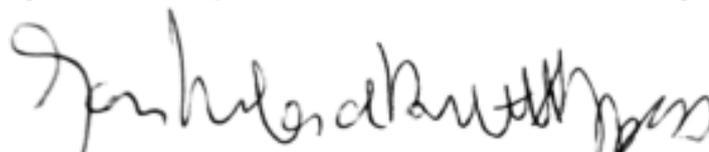
Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADA EM 25 DE ABRIL DE 2023.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. DR. JÚLIO CÉZAR COLBEICH TRAJANO – UCS
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DR. GUSTAVO DAUDT FISCHER - UNISINOS
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**



PROF. DR. JOÃO RICARDO BITTENCOURT UNISINOS

AGRADECIMENTOS À CAPES

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

RESUMO

A presente pesquisa joga luz para os construtos de Serra Gaúcha originados a partir de postagens na rede social *Instagram*, mais especificamente na plataforma *Reels*. Esses conteúdos são constituídos em formato de vídeo, de uma maneira carregada de elementos já observados no rádio, na TV e no cinema. São consideradas as ideias de tempo e memória de Bergson, imagem dialética de Walter Benjamin, e banco de dados de Lev Manovich. O estudo se apoia no método intuitivo bergsoniano para responder “Quais sentidos são gerados pela audiovisualização da Serra Gaúcha nos Reels do Instagram?”. Dessa forma, os vídeos sobre a Serra Gaúcha são observados dentro de seu conjunto de imagens, enquadramentos, interfaces e dispositivos, resultando em outras imagens com mais elementos a serem analisados. As diferentes Serras Gaúchas que surgem através dessas imagens motivam a realização desta cartografia arqueológica articulada pela linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais.

Palavras-chave: Serra Gaúcha; Memória; *Instagram*; *Reels*; audiovisual.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Frei Bruno de Gillonnay.....	18
Figura 2 - Casa do Imigrante em Neu-Württemberg (Panambi – RS).....	19
Figura 3 - Parte da Stadtplatz Elsenau (sede de Panambi - RS).....	19
Figura 4 - Planta das ex-colônias Conde d'Eu, Dona Izabel e Novo Núcleo Alfredo Chaves.....	20
Figura 5 - Cirillo Zamboni.....	22
Figura 6 - No princípio do jornal La Staffeta Riograndense, na década de 1910.....	23
Figura 7 - Cinquentenario 1.....	24
Figura 8 - Cinquentenario 2.....	25
Figura 9 - Filme A Quadrilha do Perna Dura.....	27
Figura 10 - Estação de Esqui Presidente Médici 1.....	29
Figura 11 - Estação de Esqui Presidente Médici 2.....	29
Figura 12 - Casa Toniuzzi.....	54
Figura 13 - Moisaico do <i>Instagram</i>	56
Figura 14 - Coleção Gastronomia.....	60
Figura 15 - Recorte da coleção gastronomia.....	61
Figura 16 - Coleção Neve.....	62
Figura 17 - Recorte Coleção Neve.....	63
Figura 18 - Coleção Turismo Garibaldi.....	64
Figura 19 - Coleção Garibaldi Vintage.....	65
Figura 20 - Recorte Garibaldi Vintage.....	65
Figura 21 - Culto às raízes europeias e gaúchas.....	61
Figura 22 - Mimetizações culturais do Século XX e outras épocas.....	72
Figura 23 - Mimetização de frio e neve.....	73
Figura 24 – As diferenciações.....	76
Figura 25 - Dissecção 1.....	80
Figura 26 - Dissecção 2.....	82
Figura 27 - Dissecção 3.....	83
Figura 28 - Dissecção 4.....	84
Figura 30 - Dissecção 5.....	87
Figura 31 - Dissecção 6.....	90
Figura 32 - Dissecção 7.....	90

Figura 33 - Dissecação 8.....92
Figura 33 - Dissecação 9.....93

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – <i>Hashtags</i> regionais.....	57
Tabela 2 – <i>Hashtags</i> europeias.....	66

SUMÁRIO

1 O PRINCÍPIO.....	11
1.1 Encontrando o objeto empírico.....	11
1.2 Desafios da pesquisadora enquanto usuária.....	12
2 A SERRA GAÚCHA: UMA INVENÇÃO IMAGÉTICA.....	16
2.1 O papel da mídia na construção da imagem serrana.....	22
2.2 Vendendo a Serra Gaúcha.....	25
2.3 A representação audiovisual da Serra Gaúcha no <i>Instagram</i>	30
3 RASTROS DE MEMÓRIA NAS IMAGENS SOBRE A SERRA GAÚCHA.....	32
3.1 Criando imaginários.....	34
3.2 O cinema repaginado dentro do <i>Instagram</i>	36
3.3 O <i>software</i> repaginando o audiovisual.....	40
3.4 Preferidos do algoritmo.....	42
3.5 Remixabilidade cultural.....	46
4 METODOLOGIA.....	49
4.1 Coleção Serra Gaúcha.....	60
4.1.2 Coleção Europa.....	68
4.2 Transversalidade nas coleções.....	69
4.3 Culto às raízes europeias e gaúchas.....	70
4.4 Mimetizações culturais do Século XX e de outras épocas.....	72
4.5 Mimetização de frio e neve.....	74
4.6 As diferenciações.....	76
5 DISSECANDO E RESSIGNIFICANDO.....	78
5.1 Dissecando as raízes europeias e gaúchas.....	79
5.2 Dissecando a mimetização cultural	83
5.3 Dissecando a mimetização do frio.....	89
5.4 Dissecando as diferenciações.....	91
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS.....	97

1 O PRINCÍPIO

Ingressei no mestrado com um pensamento cristalizado: descobrir os efeitos midiáticos que publicações de usuários do *Instagram* poderiam gerar em estabelecimentos localizados longe de rotas turísticas consolidadas e famosas, e que de alguma acabam provocando interesse coletivo. Entretanto, logo nos primeiros meses de estudo compreendi que precisaria desconstruir as certezas para me tornar uma pesquisadora. As aulas sobre o método intuitivo e as orientações me fizeram refletir sobre o quanto precisaria me despir da tentativa de controle para que a mentalidade se expandisse e eu pudesse corporificar a pesquisa a ponto de me experimentar dentro e com o corpus.

Reconheço o privilégio de ter sido orientada por dois pesquisadores da Linha de Pesquisa 1 – Mídias e Processos Audiovisuais. O trabalho foi originado a partir de debates sobre o trabalho de pesquisa com a Dr^a Sônia Montañó de La Cruz. Ali ocorreu o primeiro desmoronamento de certezas para que o olhar viciado fosse resetado e a intuição desempenhasse seu papel decisivo. Com a pesquisa sendo orientada pelo Dr^o João Ricardo Bittencourt, uma nova etapa foi iniciada, gerando questionamentos e exercícios que permitiram criar as primeiras coleções, cartografar arqueologicamente e constelar, percebendo elementos que existem e perduram independentemente de onde estavam inicialmente.

1.1 Encontrando o objeto empírico

O primeiro movimento foi encontrar o problema verdadeiro, como defende Deleuze (1999), mais ajustado ao tema que eu desejava investigar. O exercício nos permitiu (pesquisadora e orientador) desviar dos falsos problemas que “fazem intervir, parece, um mecanismo diferente: trata-se, dessa vez, de mistos mal analisados, nos quais são arbitrariamente agrupadas coisas que diferem por natureza.”

Essa pesquisa visa jogar luz sobre a representação da Serra Gaúcha nos vídeos Reels do *Instagram*. A busca orbita ao redor de conceitos como memória (Bergson) e imagem dialética (Walter Benjamin), ao mesmo tempo que abarca a teoria sobre banco de dados de Manovich (2001), apresentada pelo pesquisador na obra

“The Language of New Media” e que nos conduziu a situar os conceitos centrais dentro da dinâmica dos vídeos do *Instagram*. Tendo isso em mente, persistimos até surgirem elementos que permitiram a construção do misto, composto por seu virtual e atual. A primeira parte é dotada de potência; é o devir que se atualiza no atual. É nele que o virtual se materializa. Esta busca por respostas parte do método intuitivo bergsoniano (DELEUZE, 1999), cuja problematização consiste em averiguar a duração de uma materialidade.

Assim, chegamos à pergunta: **“Quais sentidos produzidos pela audiovisualização da Serra Gaúcha nos Reels do Instagram?”**

A partir da definição do problema, podemos definir o objetivo da pesquisa como constelar imagens dos *Reels* do *Instagram* para compreendermos a audiovisualização de um espaço geográfico, especificamente a Serra Gaúcha.

Esse objetivo se desdobra nos seguintes objetivos específicos:

1. Compreender a construção imagética da Serra Gaúcha;
2. Efetuar um levantamento teórico sobre tempo, memória e imagem em relação ao espaço geográfico;
3. Colecionar e constelar imagens obtidas dos *Reels* do *Instagram* na Serra Gaúcha;
4. Analisar as descobertas encontradas a partir das coleções e constelações.

Na sequência, apresentarei o modo trilhado para encontrar o empírico e, conseqüentemente, os objetivos da pesquisa.

1.2 Desafios da pesquisadora enquanto usuária

Apesar de ter nascido em Garibaldi, na Serra Gaúcha, meu interesse por sua história não ocorreu de forma espontânea. Não possuo um sobrenome das famílias tradicionais. Os Boeira de Lima são descendentes de açorianos e os mais velhos contavam com certo ressentimento como a população poderia ser preconceituosa com os poucos “brasileiros” da cidade. Por outro lado, meu avô paterno, Ildo Locatelli, costumava relembrar os “causos” de seu avô pouco ortodoxo. Joanin foi um imigrante

italiano com habilidades manuais, capaz de criar produtos interessantes como mesas giratórias, um ônibus de madeira e até invenções fracassadas como um par de asas que só lhe renderam um tombo no potreiro.

Sempre preferi conversar com idosos. Suas memórias me levavam a criar imagens mentais de períodos que não vivi e talvez por isso gera tanto fascínio. Quando estudante de jornalismo, meu primeiro emprego como repórter em Bento Gonçalves me permitiu ouvir agricultores e donas de casa descendentes de imigrantes. Percebi um certo padrão repetitivo nas conversas: orgulho de sua ancestralidade e uma forma heroica de relatar os feitos de seus antepassados.

Na graduação, as mensagens fúnebres da Rádio Garibaldi me inspiraram a falar sobre duração da memória e identificação identitária. Esse movimento criou perspectivas para minha compreensão sobre o impacto que o audiovisual causa na cultura. Foi fascinante compreender como o ser humano atualiza formas de comunicação com os mortos no passar de anos, se apropriando de tecnologias.

Há cinco anos trabalho como assessora de comunicação para empresas de diferentes segmentos, inclusive do Turismo. Essa proximidade com as narrativas de mercado gerou reflexões sobre as estratégias de como a Serra Gaúcha é “vendida” por meio das imagens técnicas. Inicialmente desejava compreender como um estabelecimento localizado em algum lugar ermo poderia se beneficiar dos conteúdos autorais criados por usuários do *Instagram*. O percurso trilhado me permite compreender o quanto está sendo necessária a desconstrução das certezas. Não nego ter relutado vivenciar esse processo, afinal a busca por entendimento lógico é capaz de criar estados de ansiedade e profunda reflexão.

Maratonei a série *Dark*¹ durante a pandemia, pouco antes de decidir fazer o mestrado. O roteiro conversa com pensamentos que sempre povoaram minha imaginação. Sinto fascínio por cada detalhe arquitetônico de Garibaldi que me conecte com o passado, do mesmo modo, há momentos em que uma melancolia se instala quando me percebo repetindo rotas, padrões e comportamentos vivenciados por

¹ Dark é uma websérie alemã de drama, suspense e ficção científica, criada por Baran bo Odar e Jantje Friese e eleita em votação popular no site Rotten Tomatoes como a melhor série original Netflix sw 2022.

meus pais e avós. Caminhar pela rua Buarque de Macedo é como entrar em um vagão e transitar por outras épocas, no melhor estilo da série *Boneca Russa*².

Ao iniciar o mestrado e compreender que desejava pesquisar os sentidos atribuídos à Serra Gaúcha nas imagens técnicas em formato de vídeo do *Instagram*, novamente encontrei pistas na memória, precisamente na visão do filósofo Henri Bergson (1859-1941) em que o tempo se constitui como fundamento de seu pensamento e se revela por sucessão, continuidade, memória, mudança e criação. Essa criação, que para ele era o pensamento que aparece no presente, também nos permite relacionar com os vídeos do *Instagram*. Para criar determinada sequência de imagens, primeiramente busquei referências na memória, armazenados como uma sucessão de momentos reais ou fictícios, com determinada duração. Essa sucessão de imagens mentais não pertence ao mesmo contexto e sempre se misturam, no entanto sempre se organizam um após do outro.

Bergson, assim como Walter Benjamin (1892 - 1940) - outro filósofo que será citado constantemente nessa pesquisa -, são autores de base para a Linha de Pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais do mestrado de Ciência da Comunicação da Unisinos, que se propõe a investigar a significação, a produção e o consumo de audiovisuais por meio de traços culturais, técnica, linguagem e economia.

Outro ponto fundamental para essa pesquisa foi a vivência junto aos demais integrantes do Grupo TCAv, onde os desafios da linha de pesquisa são compartilhados, debatidos e geram aprendizado pelos acertos e tentativas que os encontram na trajetória. Resumidamente, o diretório estuda tendências comunicacionais e audiovisuais compreendendo a “historicidade e especificidade do cinema, da televisão, do vídeo e das mídias digitais, e as investigam na perspectiva mais geral de um aparelho e de uma ecologia audiovisual”.

Dessa forma, os passos dados dentro da pesquisa foram compartilhados com os demais pesquisadores e receberam importantes contribuições até mesmo no meu modo de agir. Confesso que por diversas vezes me senti “perdida” (como deve ser) no meu flunar. Esse desencontro foi importante para trilhar o movimento metodológico

² Série do Netflix criada por Leslye Headland, Natasha Lyonne, Amy Poehler. A personagem, Nadia (Natasha Lyonne), se vê presa em um loop temporal no dia de sua morte. As “múltiplas” Nadies que morrem e ressuscitam, voltam ao mesmo banheiro na mesma festa de aniversário de 36 anos.

voltado para a cartografia arqueologia, dissecar o empírico, constelar e encontrar camadas que atribuem significados para a produção de sentidos na materialidade. Assim, espero que essa pesquisa avance de modo a contribuir para os estudos de comunicação ao analisar um local geográfico que se atualiza com o passar dos anos e no advento de novas tecnologias e suas atribuições aos significados.

A pesquisa está organizada da seguinte forma: no capítulo 2, o leitor é conduzido por um levantamento histórico que contextualiza as origens da formação populacional da Serra Gaúcha e como a imagem técnica contribuiu para o desenvolvimento sociocultural. No capítulo 3, adentramos na potencialidade das imagens que compõem os vídeos sobre a Serra Gaúcha no *Instagram*, trabalhando com os conceitos de rastro, aura e imagem dialética de Benjamin (2007, 1985), tempo e memória de Bergson (2010, 2012), *software* e Banco de Dados de Manovich (2001, 2015), assim como apontamentos teóricos de Didi-Huberman (2010) e Rancière (2012). O quarto capítulo aprofunda a metodologia e os esforços empíricos para flunar, colecionar, cartografar e constelar vídeos representativos que respondem ao problema. Por fim, no capítulo cinco penetramos camadas relacionadas a vídeos representativos das quatro constelações anteriores, com base em maior número de visualizações pelos usuários do Instagram; e no sexto capítulo fazemos nossas considerações finais.

A seguir, apresento um apanhado histórico sobre a Serra Gaúcha como introdução para adentrar no aporte teórico da pesquisa.

2 A SERRA GAÚCHA: UMA INVENÇÃO IMAGÉTICA

Este capítulo trará os principais elementos do contexto histórico da Serra Gaúcha, articulando com as paisagens fotográficas e destacando com o aspecto turístico. Estes movimentos são importantes tendo em vista compreender a natureza deste modo de ser Serra Gaúcha, na qual encontraremos presentes em nosso tempo atual, nas imagens postadas nas redes sociais, tais como o *Instagram*.

É necessário investigar fatos históricos para compreender as imagens técnicas que atualizam o construto Serra Gaúcha. Para tanto, foram consultados livros, museus, fotografias, dissertações, teses e reportagens.

O primeiro movimento leva o leitor para o cenário imigratório no Século XIX, percorrendo a formação dos principais núcleos e ampliando os fatos ocorridos na Colônia Conde d'Eu, atual município de Garibaldi. O segundo passo leva ao princípio da imprensa na região e o esforço em formar um povo ordeiro, católico e trabalhador. Por fim, são relacionados fatos históricos que contribuíram para o início do turismo, perpassando os impactos que imagens técnicas, produzidas desde então, ocasionam na realidade.

Embarcamos em 1992, quando Cirillo Zamboni foi reconhecido pelo então prefeito, Vandenor Antônio Miotti, como o primeiro imigrante italiano da Colônia Conde d'Eu, atual Garibaldi³ - município localizado na Serra Gaúcha, que faz divisa com Bento Gonçalves, Carlos Barbosa e Farroupilha. O que trouxe Zamboni, em 1876, para o local de onde escrevo foi o que também motivou a maioria dos imigrantes italianos do século XIX a escolherem a região: as imagens técnicas ou mentais da Cucagna, a terra prometida⁴.

Na Europa, fotografias de belas paisagens brasileiras e de famílias imigrantes bem-sucedidas eram usadas como artifício de convencimento para que a população abandonasse a pobreza e recebesse uma nova oportunidade. Esse construto

³ Lei Municipal Nº 2213, aprovada em 23 de dezembro de 1992, disponível para consulta em https://www.camaragaribaldi.rs.gov.br/tec/proposicao_print_pdf.php?item=9858&assinatura=0

⁴ Cucagna é um termo em *talian* que significa sorte e fartura e foi utilizado para convencer os imigrantes do Norte da Itália a emigrarem ao Brasil, onde encontrariam a sonhada terra prometida onde finalmente seriam ricos, cercados de fartura e felicidade. Os emissários do governo, das companhias de colonização e das sociedades de navegação distribuíam panfletos na Itália, falando do Brasil como "il paese di cucagna", conforme explica Ribeiro (1998, p. 77).

imagético da Serra Gaúcha servia aos interesses do governo brasileiro e dos países parceiros, juntamente à iniciativa privada. O objetivo era comercializar as terras a partir da Lei de Terras (1850)⁵, em que o império passou a permitir a compra de glebas devolutas para que fossem loteadas e vendidas aos colonos estrangeiros e nacionais.

A Empresa de Colonização Dr. Hermann Meyer (Neumann, 2009) foi uma das que mais obteve êxito com a propaganda que visava atrair imigrantes para o Brasil, principalmente entre os imigrantes alemães. Fotografias produzidas pela empresa em outras cidades gaúchas, como Panambi, sinalizavam para os alemães que no Brasil a vida seria muito farta.

Apesar de Garibaldi ser uma cidade conhecida por suas raízes italianas, os primeiros a pisarem em seu solo (depois dos indígenas) foram os prussianos. Não há provas suficientes que garantam os motivos pelos quais essas famílias decidiram, em sua maioria, deixar a colônia anos mais tarde. No entanto, ao investigar a história, compreende-se o quanto poderia ser difícil para um protestante socializar em um local sumariamente dominado por italianos católicos. As cartas escritas por frei Bruno de Gillonnay⁶, líder da missão dos Capuchinhos no Rio Grande do Sul, para seu superior sitiado em Sabóia, na França, deixam clara a intenção de combater os dois maiores inimigos do catolicismo: o protestantismo e a maçonaria. O maior desafeto de frei era o cônsul italiano Abramo Canini. De acordo com Beneduzi (2004, p. 273),

(...) Canini se converteu ao protestantismo justamente por divergências com a Igreja, o que o tornava mais perigoso para o controle religioso da comunidade, tendo em vista que representava o inimigo a ser combatido. Segundo informações dadas por seu filho Humberto, constantes na pasta do Arquivo Municipal de Garibaldi, sua conversão é devida à passagem de um pastor pela comunidade da ex-colônia de Conde d'Eu, em uma noite chuvosa. Os padres haviam proibido terminantemente, aos colonos, de hospedá-lo em suas casas. Porém, Abramo se insurgiu contra a disposição dos sacerdotes e o abrigou em sua casa, convertendo-se ao protestantismo – Igreja Evangélica Metodista Episcopal do Brasil – naquela noite. Essa mesma Igreja

⁵ Por meio desta lei, o imperador Dom Pedro II estabeleceu que a zona rural brasileira seria dividida em latifúndios, e não em pequenas propriedades. As glebas devolutas eram grandes porções de terra sem dono. A lei pode ser consultada no endereço: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L0601-1850.htm

⁶ As cartas de Frei Bruno de Gillonnay (Adrien-Charles-Prosper Bellier) revelam o cenário da colônia Conde D'Eu no início do século XX, da forma que o religioso desejava narrar ao seu superior que estava sitiado em Sabóiam, na divisa entre Itália e França. As correspondências foram reunidas no livro *A Igreja e os Capuchinhos do Rio Grande do Sul – 1895-1909; Correspondência de Frei Bruno de Gillonnay* (2007).

será mencionada nos relatórios paroquiais – de 1920 a 1925 – da Igreja de São Pedro de Garibaldi, como inimigo a ser destruído.

Figura 1 – Frei Bruno de Gillonnay



Frei Bruno Gillonnay (Adrien-Charles-Prosper Bellier), sem data.

Fonte: Museu dos Capuchinhos do Rio Grande do Sul

É justamente entre 1876 e 1901, no período de maior fluxo imigratório no Sul do país, que se propaga a ideia de que o Brasil precisaria da linhagem europeia para “branquear a população”⁷ e o quanto a mão de obra livre beneficiaria a economia ao

⁷ Esse preconceito cunhado nessa expressão deixou marcar que podem ser sentidas até hoje. Recentemente, essa ferida foi exposta quando em 22 de fevereiro, uma ação conjunta entre a Polícia Rodoviária Federal (PRF), Polícia Federal (PF) e Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) resgatou 207 trabalhadores, a maioria baianos, que se encontravam em condições análogas à escravidão, durante a safra da uva em Bento Gonçalves. As vinícolas Aurora, Salton e Garibaldi foram condenadas a indenizar os trabalhadores. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2023/03/10/vincolas-pagacao-r-9661-a-cada-trabalhador-em-indenizacao-por-trabalho-escravo.ghtml> Acesso em: 31 mar. 2022.

cultivar terras inativas. De acordo com Fausto (2000), entre 1882 e 1889, em um total de 41.616 imigrantes que ingressaram no Rio Grande do Sul, 34.418 eram italianos.

Os colonos compraram a ideia, tomados de fascínio por possuir um lote, algo raro na Itália onde poucos condes eram donos de grandes extensões de terra e o camponês vivia praticamente como mão de obra escrava. Somente entre 1873 e 1881, o fisco italiano tomou 61.831 pequenas propriedades por falta de pagamento, conforme cita Frighetto (2007).

Figura 2 - Casa do Imigrante em Neu-Württemberg (Panambi – RS)



Fonte: MEYER, 1906b:fl4 apud NEUMANN, 2007, p.

Figura 3 - Parte da Stadtplatz Eisenau (sede de Panambi - RS)

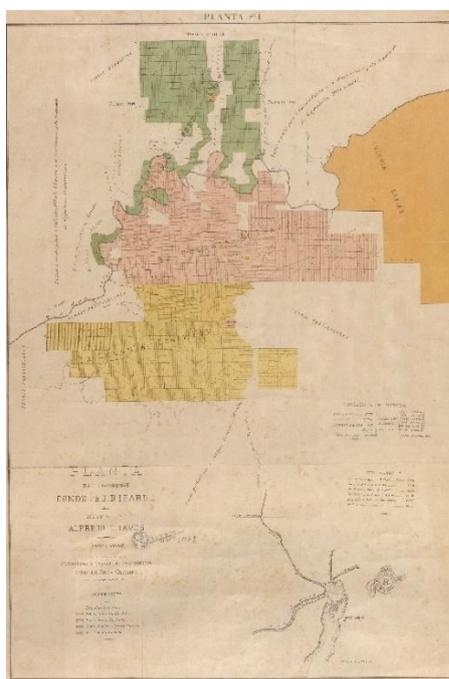


Fonte: MEYER, 1906b:fl.20 apud NEUMANN, 2007, p. 10

Enrico Perrod foi o primeiro cônsul italiano a visitar as colônias de Garibaldi e Bento Gonçalves. Seu *Bolletino Consolare* fornece informações importantes sobre o cenário em 1883. Esses dados foram cruzados com o relato descrito por Júlio Lorenzoni, conforme descrito por COSTA, Rovílio; DE BONI, Luis Alberto; SALVAGNI, Nilo; Grison, Élyo Caetano (2016).

Aproveitando as festividades natalinas, o representante da Itália resolveu averiguar de perto a condição das colônias Conde d'Eu e Dona Isabel (Bento Gonçalves). Em 28 de dezembro, se deslocou a bordo do vapor São João, um dos tantos que faziam a navegação pelos rios. Este subiu o rio Caí até São João de Montenegro – primeiro local de encontro e centro de comunicação de diversas colônias, como Maratá, Santa Maria de Soledade, Conde d'Eu e Dona Isabel, bem como dos Campos de Cima da Serra, como Vacaria, delimitados pelos vales do Alto Uruguai e do Taquari.

Figura 4 - Planta das ex-colônias Conde d'Eu, Dona Izabel e Novo Núcleo Alfredo Chaves



Fonte: Rio de Janeiro, RJ: Photolithographia Paulo Robin & Cia, 1885⁸

⁸ OLIVEIRA, Júlio da Silva. Planta das ex-colônias Conde d'Eu, Da. Izabel e Novo Nucleo Alfredo Chaves. Rio de Janeiro, RJ: Photolithographia Paulo Robin & Cia., [1885]. 1 mapa, col., 64 x 44cm. Disponível em:

Ao pisar em terra, Enrico Perrod foi ao encontro do carreteiro André Tedesco, que estava a sua espera na casa Morandi. Tedesco assumiu o encargo de acompanhar a ilustre visita do cônsul às colônias. A missão não foi nada fácil já que a única forma de viagem era no lombo de um cavalo e o diplomata nunca havia cavalgado. O carreteiro precisou encontrar um cavalo manso e dócil, ajudou o conde a subir no animal e assim partiram adentrando a mata por uma estrada primitiva, somente utilizada por cavaleiros e tropeiros com rebanhos.

Perrod foi jogado da sela ao chão por diversas vezes, declamando sempre em seguida um terço de maldizeres contra os bosques seculares da América. A viagem levou bem mais tempo que o normal. Tiveram que parar várias vezes e dormiram a céu aberto, debaixo de árvores. Certa noite, chegaram à primeira casa de Conde d'Eu, uma cabana de madeira que servia de hospedagem, localizada no Vale do Forromeco, onde hoje se constitui território de Carlos Barbosa. Chegaram à colônia Conde d'Eu no terceiro dia, se deparando com a população esperando-os com festa.

Após oito anos da grande leva de imigrantes passando por essa estrada, as condições ainda eram bem rústicas. A aventura deixou o cônsul espantado, o que fica nítido quando ele descreve a picada cercada por mata virgem como “horrenda e tão ruim que na Itália apenas cabras a percorriam, com banhados a cada passo e sem pontes.” (Costa, De Boni, Salvagni, Grison, 2016. pág. 17).

As dificuldades que os imigrantes italianos enfrentaram ao chegar à Serra colaboraram para uma narrativa histórica tida como epopeia e legado italiano, valores que as imagens técnicas ajudaram a atualizar ao longo dos últimos 150 anos. Os raros fotógrafos que circulavam pelas colônias eram os responsáveis por mostrar aquilo que os parentes da Itália poderiam (e deveriam) ver. O próprio Cirillo Zamboni, personagem em que me apoio para introduzir essa pesquisa, foi um dos primeiros fotógrafos da região.

Figura 5 – Cirillo Zamboni



Fonte: tirolese.com.br⁹

2.1 O papel da mídia na construção da imagem serrana

Os jornais foram outra fonte de criação da aura serrana. O primeiro da região foi O Caxiense, fundado em 1897 com viés republicano. O vigário Pietro Nosadini não simpatizava com a abordagem e compreendeu que também precisava de um porta-voz. Nascia, assim, o Il Colono Italiano, em 1º de janeiro de 1898 (Costa, De Boni, 1996. pág. 40). O objetivo era criar um canal de comunicação voltado para a população de Caxias do Sul e entorno, buscando promover o catolicismo.

⁹ Disponível em <https://tirolese.com.br/2021/08/05/o-primeiro-imigrante-de-garibaldi-rs/comment-page-1/> Acesso em: 16 nov. 2022.

Na coleção de cartas escritas por frei Bruno de Gillonnay, líder da missão dos Capuchinhos no Rio Grande do Sul, consta uma carta datada de 20 de agosto de 1904, em que ele apresenta ao provincial de Saboia o seu projeto de inaugurar um jornal em Garibaldi. Há tempos ele observava o estilo de vida dos colonos e percebia o quanto a mídia era necessária para ampliar o número de fiéis: “sem jornal não se faz nada.” (Gillonnay, 2007).

Figura 6 – No princípio do jornal La Staffetta Riograndense, na década de 1910

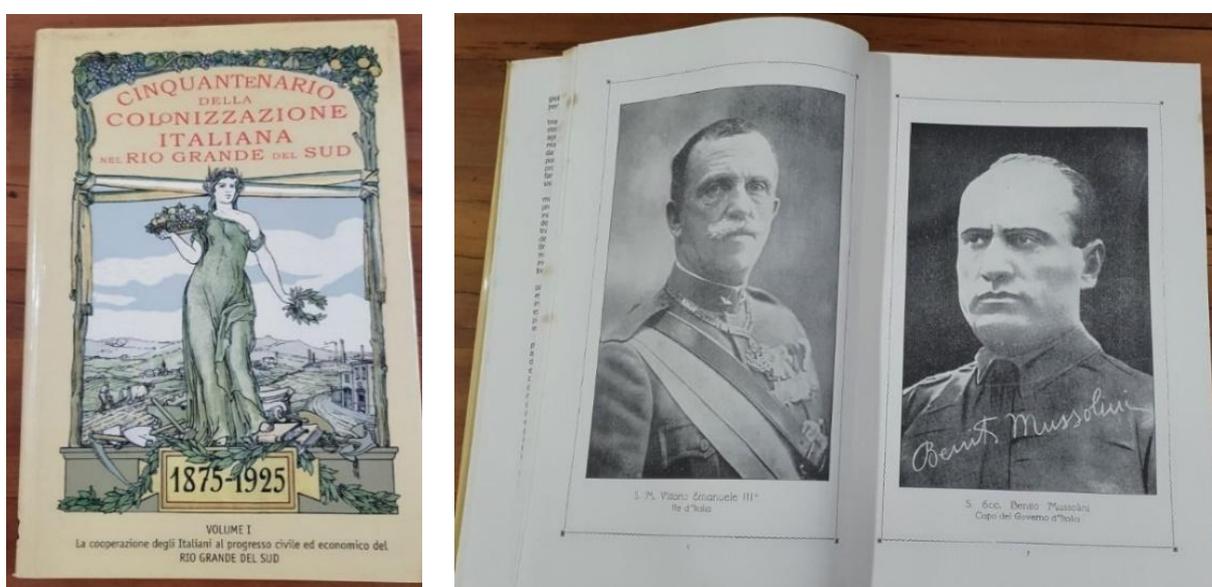


Fonte: Museu dos Capuchinhos dos Rio Grande do Sul

Esse seria o princípio do jornal La Staffetta Riograndense, mais tarde intitulado Correio Riograndense, que por 108 anos entrou na casa dos colonos, deu vida ao personagem Naneto Pipeta e em suas páginas deixou rastros de uma Serra Gaúcha cunhada pelo catolicismo, intolerância religiosa, adoração à Itália e apoio ao fascismo. O Correio se despediu de seus leitores em 2017, época em que a concorrência estava acirrada por outros jornais, rádios e redes sociais. A construção dos significados da Serra Gaúcha também pode ser percebida nos dois volumes do Cinquentenario Della

Colonizzazione Italiana Nel Rio Grande Del Sud, publicados em 1925 pela Livraria do Globo e relançados no ano 2000, por ocasião dos 125 anos da imigração italiana, dessa vez organizados pelos escritores Luís Alberto De Boni e Rovílio Costa. A publicação foi escrita em italiano e reuniu esforços dos governos da Itália e do Brasil, contando com a pesquisa de intelectuais italianos e filhos destes, nascidos em solo brasileiro.

Figura 7 – Cinquentenario 1



Fonte: Posenato (2000, p. 6 e 7)

O primeiro volume traz nas primeiras páginas fotos do rei da Itália, Vittorio Emanuele Terceiro, e do líder do fascismo italiano, Benito Mussolini. Nas páginas seguintes estão fotografias do presidente do Brasil, Arthur Bernardes, e do presidente do Estado do Rio Grande do Sul, Antonio Augusto Borges de Medeiros. O estilo de texto propagandista ressalta a participação de italianos na Revolução Farroupilha, a Igreja Católica e os grupos políticos e sociais de cada cidade onde a maioria da população era italiana e descendente. O segundo volume é composto por matérias e fotografias que vangloriam o legado italiano em cada município, relacionando o perfil

de famílias abastadas e empresários que se tornaram exemplo de superação e riqueza.

Figura 8 – Cinquentenario 2



Fonte: Posenato (2000, p. 14 e 149)

2.2 Vendendo a Serra Gaúcha

Era de interesse do governo imperial que os imigrantes povoassem as colônias e se desenvolvessem economicamente para pagarem seus lotes e impostos, por isso elaboraram as primeiras estruturas viárias da região Nordeste da Província. Assim, ligou-se Montenegro a Conde d’Eu, criando a estrada Buarque de Macedo, além da estrada Júlio de Castilhos, de São Sebastião do Caí a Nova Milano, primeira Sede da colônia Caxias. Essas tornaram-se as primeiras rotas de ligação terrestre à Serra Gaúcha. A construção da Buarque foi estendida e atualmente configura-se como uma das mais importantes e longas estradas do Estado, ligando Montenegro até Lagoa Vermelha. A construção da *Giral* ou *Camino*, como os colonos chamavam a Estrada Geral, só iniciou em 1880, ou seja, bem depois da chegada dos imigrantes.

Em 12 de março de 1874, João Jacinto Ferreira, um dos diretores da Colônia Conde D’Eu e morador do lote 27, hoje situado no bairro Ponte Seca de Carlos Barbosa, reivindicou um estudo para a melhoria da estrada. Em um trecho de sua carta, relatou: “Os indígenas, em companhia de dois alemães, traçaram um pique e por ele foi colocada a estrada. Dali resultou que a estrada tem mais do que deveria

ter: sete léguas de extensão, deixando, em muitos lugares, de seguir o melhor caminho.” Ferreira continuou falando sobre um certo pique que precisava ser atravessado, abandonando a estrada principal, “indo agarrar a estrada de Conde D’Eu, além dos íngremes morros do Quebra-Bunda, que nunca se prestaram à rodagem.”

Ao longo da Buarque¹⁰ foram surgindo Casas de Pasto e pousadas, basicamente usadas para viajantes e tropeiros que levavam rebanhos para vender nas colônias de imigrantes e em Porto Alegre. Foi a partir de 1910, com a chegada do trem em Carlos Barbosa, e conseqüentemente se estendendo a Garibaldi, Bento Gonçalves, Farroupilha e Caxias do Sul, que a Serra Gaúcha começou a se tornar um destino mais fácil aos moradores da região metropolitana.

Neste contexto inicia o Veraneio Desvio Blauth, no período entre 1920 e 1954. O Veraneio do casal Elza Blauth e esposo Kurt Haupt ficava a 9km de Carlos Barbosa, 12 km de Garibaldi, 11 km de Farroupilha, 33 km de Caxias do Sul e 24 km de Bento Gonçalves. Tratava-se de um conjunto de chalés e cabanas às margens dos trilhos. O local era procurado entre dezembro e março e tinha capacidade de alojar aproximadamente 100 pessoas. A clientela era formada essencialmente por veranistas de Porto Alegre, São Leopoldo e Montenegro.

Antes disso, a ferrovia favoreceu o turismo em outro ponto da Serra Gaúcha. Por meio dela a elite gaúcha se deslocava até Taquara e depois seguia de carruagem até o Parador Hampel, fundado em 1899 em São Francisco de Paula. (Brambatti, 2005). O Parador é considerada a primeira estância turística da Serra Gaúcha. O médico austríaco José Hampel e sua esposa, Albertina adquiriram mais de 20 hectares de mata nativa e instalaram uma quisiana (do latim "aqui se cura") para tratar problemas respiratórios. Um levantamento histórico realizado pelo Instituto do

¹⁰ A principal rua do centro de Garibaldi é justamente a Buarque de Macedo, onde pode ser observado o desenho original da primeira estrada da colônia. A maioria dos edifícios de alvenaria que a bordam foi erguida a partir de 1920. A adaptação ao caminho resultou no chanfrado dos prédios de esquina, efeito que atrai a admiração de quem passa. O roteiro turístico Passadas – A Arquitetura do Olhar, explora esse efeito nostálgico quando leva os turistas a bordo do Tim-Tim, e circula pela cidade recordando curiosidades sobre o acervo arquitetônico.

Patrimônio Histórico e Artístico do Estado do Rio Grande do Sul (Iphae)¹¹ resgata recorte de jornais e imagens publicitárias da época, falando sobre a aura diferenciada do local, ideal para quem estava procurando um clima ameno, em meio à natureza, para tratar problemas respiratórios. O hotel foi utilizado para filmagem de algumas cenas do filme *A Quadrilha do Perna Dura*, de 1976, estrelado por Teixeira e dirigido por Pereira Dias.

Figura 9 – Filme *A Quadrilha do Perna Dura*



Fonte: Youtube¹²

Gramado e Canela, a região que mais se destaca no turismo gaúcho, iniciou sua história anos mais tarde. O primeiro trem de passageiros chegou a Canela em 1924. João Corrêa, um dos construtores dos trilhos que ligaram Porto Alegre a Gramado e Canela, fundou em 1916 o Grande Hotel Canela, ainda hoje em atividade.

Na década de 1960, época em que foi construída a rodovia entre Porto Alegre e o litoral norte gaúcho, os turistas da Capital e região metropolitana começaram a se deslocar cada vez mais para as praias e a Serra passou a ser deixada de lado. Foi

¹¹ Disponível em https://www.saofranciscodepaula.rs.gov.br/arquivos/07_-_ficha_inventario_hotel_hampel_060421_28110618.pdf Acesso em: 11 Dez. 2022.

¹² Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=fRhtSsWeuf0&list=PLtzJvauHWfPZM6s7dZbpogaPcvUgT_ZW4&index=11. Acesso em: 20 nov. 2022.

neste período que Gramado começou a investir em sistemas de calefação e construir seu apelo turístico nos meses de inverno.

O Festival de Cinema contribuiu para esse processo. As imagens de atores globais com roupas elegantes circulavam pela mídia em todo o país. Ao mesmo tempo, o enoturismo se popularizava ao redor do mundo. A Vinícola Valduga foi pioneira em abrir à visitação de forma profissional, e em 1992 passou a hospedar turistas em sua pousada no local. Hoje, cerca de 90 vinícolas abrem ao público na região uva e vinho¹³.

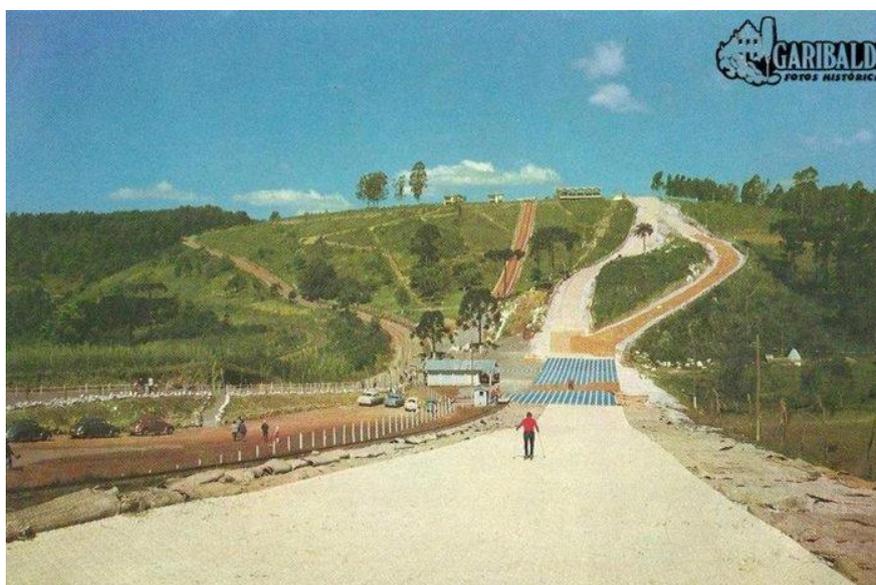
Por décadas, espectadores de televisão assistiram imagens técnicas relacionando a Serra Gaúcha ao frio. Em *A Estética do Frio*, Vitor Ramil descreve um dia muito quente de junho, em pleno inverno, quando estava em um apartamento no Rio de Janeiro, sorvendo o chimarrão e assistindo a um telejornal onde o carnaval fora de época no Nordeste era retratado com naturalidade, enquanto o frio rigoroso do Rio Grande do Sul era digno de perplexidade.

Pela primeira vez eu me sentia um estrangeiro, um estrangeiro em meu próprio território nacional; diferente, separado do Brasil. Eu era a comprovação de algo do qual não me julgara, até então, um exemplo: o sentimento de não ser ou não querer ser brasileiro tantas vezes manifesto pelos rio-grandenses, seja em situações triviais do cotidiano, seja na organização de movimentos separatistas (...) Ao me reconhecer no frio e reconhecê-lo em mim, eu percebera que nos simbolizávamos mutuamente; eu encontrara nele uma sugestão de unidade, dele extraíra valores estéticos. Eu vira uma paisagem fria, concebera uma milonga fria. Se o frio era a minha formação, fria seria a minha leitura do mundo. Eu aprenderia a pluralidade e diversidade desse mundo com a identidade fria do meu olhar. A expressão desse olhar seria uma estética do frio. (RAMIL, 2003, p. 10 e 24),

Nasci e cresci em Garibaldi, uma cidade que entre as décadas de 1970 e 1990 esteve fortemente ligada à estética do frio. Mesmo quando o termômetro marcava 30 graus em pleno janeiro, turistas faziam fila para esquiar na pista artificial de esqui, a maior das Américas, com um quilômetro de extensão. Os carros chegavam ao parque passando por dentro de um pórtico em formato de iglu, e no entorno se deparavam com estátuas em formato de boneco de neve e garrafas de espumante.

¹³ Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/viagem/noticia/2018/08/historia-do-turismo-na-serra-gaucha-e-marcada-pela-hospitalidade-cjkybozwm02h701n0v2v0kjdm.html> Acesso em 11 Dez. 2022.

Figura 10 – Estação de Esqui Presidente Médici 1



Fonte: Facebook Garibaldi Fotos Históricas

Figura 11 - Estação de Esqui Presidente Médici 2



Fonte: Arquivo Histórico de Garibaldi

Os anos passaram e a cidade encontrou outras formas de explorar o turismo. Os prédios tombados do início do século XX, associados à nostalgia de uma época

vista como elegante, casaram bem como o produto símbolo da economia local: o espumante. Minha personalidade se desenvolveu envolta a esses signos. Beber vinho e espumante é um hábito que sempre esteve na família, já que meu pai trabalhou em vinícolas e sempre levava garrafas para casa. Ele também trabalhou no Esqui e levava meu irmão e eu para passear aos finais de semana. Guardo recordações de tardes frias de sol, quando a principal diversão era “sobrevoar” de teleférico chupando picolé, enquanto assistia aos esquiadores e suas acrobacias.

Um dos meus primeiros trabalhos como jornalista foi desenvolver um caderno semanal no Jornal Semanário, de Bento Gonçalves, que se chamava Interior e Região. Passei três anos circulando pelas colônias, conhecendo os moradores e seus hábitos. Minha mãe, Janete Locatelli, é descendente de italianos. Meu sobrenome paterno é de origem portuguesa, por esse fato cresci ouvindo de descendentes de imigrantes a expressão “pelo duro”¹⁴. Percebi desde cedo que havia ali um preconceito, apesar de não saber o porquê. Foi investigando sobre a história da região que descobri esse e outros fundamentos que alicerçaram essa cultura.

A partir desse momento, altero o modo de narrar e passo o conjugar a primeira pessoa do plural.

2.3 A representação audiovisual da Serra Gaúcha no *Instagram*

Nessa pesquisa, visamos jogar luz sobre a representação da Serra nos vídeos do *Instagram*. Com a ascensão das redes sociais, a estética sulista passa a ser apresentada pelo comando do próprio observador. Ao pesquisar sobre Serra Gaúcha no *Instagram*, assistimos a conteúdos criados pelos turistas e moradores. Os usuários das redes sociais tornaram-se canais de comunicação ambulantes, capazes de criar suas próprias narrativas midiáticas e explorar olhares anteriormente monopolizados pelos conglomerados tradicionais de jornalismo e publicidade. As visões, textos, fotos

¹⁴ O professor de Letras e pesquisador Ari Riboldi define a expressão “pelo duro” como um termo informal do regionalismo gauchesco, como uma pessoa ou animal sem raça definida. “Normalmente, refere-se ao habitante nativo do Rio Grande do Sul – e não ao imigrante ou seus descendentes. Disponível em: https://www1.prefpoa.com.br/pwmove/cidadao.php?reg=45&p_secao=158 Acesso em: 31 Mar. 2023.

e vídeos desses influenciadores fazem recortes da realidade capaz.es de promover identificação e reflexões tecnoculturais. Desta forma podemos refletir sobre está reinvenção imagética pela perspectiva tecnocultural, nota-se que o desejo de representar a Serra Gaúcha nas fotografias atualiza-se em novos dispositivos, no caso nos vídeos (Reels) da plataforma Instagram. De alguma forma nota-se também o desejo de “vender” o espaço geográfico visando a economia - turismo, gastronomia, mas também outras representações que remixam com olhares midiáticos dos habitantes locais e dos turistas.

O usuário tende a pensar que a rede social é sua, visto que ele mesmo cria o endereço, insere a fotografia e desenvolve os conteúdos. Na prática, somos transitórios e os canais digitais delimitam a atuação, oferecendo alguns recursos e subtraindo tantas outras possibilidades que não correspondem ao objetivo desejado pelo *software*.

De acordo com Brenda Laurel (1991, p. 18 apud CHUN, 2005, p. 41), o engajamento direto “muda o foco da representação da manipulação de objetos para o ideal de habilitar pessoas em engajamento direto na atividade de escolha, seja manipulando ferramentas simbólicas no desempenho com algumas tarefas instrumentais ou perambulando por mundo imaginário de um jogo de computador. Engajamento direto enfatiza valores emocionais e cognitivos. Concebe, pois, a atividade humana-computador como uma experiência projetada”.

Turistas e ou moradores de cidades da Serra Gaúcha acabam gerando conteúdos aparentemente autênticos, no entanto repletos de mimetizações, trilhas e construtos de uma Serra Gaúcha limitada por algoritmos e recursos tecnológicos. Essa contextualização me impulsiona a investigar que sentidos são dados à Serra Gaúcha, por meio das postagens feitas na plataforma de vídeos *Reels* do *Instagram*. A análise ainda abrange considerar como os avatares se apropriam dos recursos dessa rede global para engajar com conteúdo local.

Nos capítulos seguintes, apresentaremos os aportes teóricos que envolvem os conceitos de rastro e memória, e posteriormente seguiremos falando de imaginário e *software*, relacionando-os com a esfera da tecnocultura.

3 RASTROS DE MEMÓRIA NAS IMAGENS SOBRE A SERRA GAÚCHA

Neste capítulo discutimos como as imagens presentes nos vídeos sobre a Serra Gaúcha, no *Instagram*, são dotadas de passado e presente. Dessa forma, nos interessa aprofundar o estudo para entender como o criador de vídeos, bem como o espectador, relaciona a imagem percebida com o construto de Serra Gaúcha, mantendo-se em atualização. Para essa análise, trabalhamos com os conceitos de **rastro** e **aura** de Benjamin (2007, 1985), **tempo** e **memória** de Bergson (2010, 2012), assim como apontamentos teóricos de Didi-Huberman (2010) e Rancière (2012).

Iniciemos por Walter Benjamin (2007), quando relaciona a metrópole do final do século XIX para o início do século XX, como um instrumento ótico por onde o caminhante visualiza a vida e passa a guardar em sua mente rastros de cenas protagonizadas por rostos, objetos e quaisquer outras situações. Essas imagens mentais são carregadas de rastros de outras épocas, podendo ser vistas em quadros, tapetes e móveis, entre outros. Neles estão contidos gatilhos de memória que criam pontes com o presente e o passado.

Benjamin (1985, p. 170) apresenta o rastro como um efeito ao que chama de aura: a essência irreproduzível da obra original. Consiste na combinação de elementos únicos, associados à presença e ao espaço tempo, que não permitem uma obra de arte ser reproduzível. Em outras palavras, “observar, em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte, ou um galho, que projeta sua sombra sobre nós, significa respirar a aura dessa montanha, desse galho.” Benjamin crê que é justamente essa potência que se torna escassa na era da reproduzibilidade técnica. A fotografia tenta capturar a imagem do momento e fracassa ao transmitir a mesma emoção. À medida que uma cópia passa a ser multiplicada, instaura-se a banalidade e isenção da aura.

Enquanto isso, o rastro se alimenta de resquícios de aura para fazer com que ela viaje no tempo. Dessa compreensão nasce a imagem dialética, que carrega consigo rastros de diversas épocas, apresentando costumes e culturas em algo estático no momento presente. Essa pesquisa como as imagens percebidas por quem as olha e ou as manipulam evocam uma série de imagens dialéticas, que servem como base para a filmagem e a criação de vídeos do *Instagram*.

Benjamin (1989, p.172,173) também analisa o valor do culto e da exposição, dizendo que confrontando esses dois polos seria possível reconstruir a história da arte, atribuindo seu potencial mágico. No princípio da história da humanidade, uma imagem era pintada em uma parede de caverna para servir de inspiração e transpor as barreiras do plano material e o invisível. Por muito tempo esse ritual foi sendo repetido, como por exemplo certas imagens e livros que somente um sumo sacerdote era digno de ver e “à medida que as obras de arte se emancipam do seu uso ritual, aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas (...) Com a fotografia, o valor de culto começa a recuar, em todas as frentes, diante do valor de exposição.”

A tentativa de transladar a aura europeia para o Rio Grande do Sul por meio das imagens técnicas, associando-as ao próprio protagonismo diante da câmera, como visualizamos hoje nas redes sociais, foi antevisto por Benjamin (1989, p.182) no sentido que utilizou para falar do cinema: “Pois o astro de cinema impressiona seu público sobretudo porque parece abrir a todos, a partir do seu exemplo, a possibilidade de “fazer cinema”. A ideia de se fazer reproduzir pela câmera exerce uma enorme atração ao homem moderno.”

O papel da memória na criação das imagens que compõem o construto de Serra Gaúcha é um dos alicerces do trabalho em questão. Portanto, é necessário ressaltar que a matéria e a duração são dois conceitos formadores do nosso misto. Para Bergson (Deleuze, 2006, p.39), “matéria e duração nunca se distinguem como duas coisas, mas como dois movimentos, duas tendências, como distensão e contração.” A virtualidade é percebida por ele como substância capaz de construir imagens em um presente, atualizando, assim, o passado.

“A memória...não é uma faculdade de classificar recordações numa gaveta ou de inscrevê-las num registro. Não há registro ou gaveta, não há aqui, propriamente falando, sequer uma faculdade, pois uma faculdade se exerce de forma intermitente, quando quer ou quando pode, ao passo que a acumulação do passado sobre o passado prossegue sem trégua. Na verdade, o passado se conserva por si mesmo, automaticamente. Inteiro, sem dúvida, ele nos segue a todo instante. (BERGSON, 2011, p. 47-48)

Isso não significa dizer que o tempo real não exista, mas que ele é algo contínuo e impossível de ser tocado. E é justamente nesse fluxo que ocorre a percepção do que está ocorrendo e dita o próximo passo. A memória gera a propulsão

para as próximas escolhas da vida. Assim, “*que é o nosso caráter, se não a condensação da história que vivemos desde nosso nascimento, antes dele até, já que trazemos conosco disposições pré-natais?*” (Deleuze, 2006, p.48). Tal reflexão nos leva a compreender as tendências de contação de uma narrativa por meio da montagem sucessiva de imagens gravadas ou copiadas. As referências do passado-presente acompanham cada segundo do operador do *software*, sem que ele ao menos compreenda essa dinâmica ou que tudo fique oculto no subconsciente, pois:

“A percepção presente atrairia então para si uma lembrança similar, sem nenhuma segunda intenção utilitária, por nada, por prazer - pelo prazer de introduzir no mundo mental uma lei de atração análoga à que governa o mundo dos corpos” (DELEUZE, 2006, p.62).

O que apresentaremos posteriormente consiste em um construto de Serra Gaúcha que se atualiza nessa incessante sucessão de imagens mentais que se tornaram arquétipos para as pessoas que a narram. Podemos dizer que neste contínuo de imagens passado-presente notamos rastros, vestígios de todas as imagens do passado nestas imagens do presente e que também atualizarão em imagens futuras desta Serra Gaúcha.

Esses signos se encaixam nos três tipos de imagens que Deleuze (1983) define: imagem-percepção, que consiste em um conjunto de elementos que provocam mudanças centrais e que variam em relação a sua existência; Imagem-ação, que diz respeito à reação do centro ao conjunto e a Imagem-afecção, que por sua vez ocupa o espaço vago entre uma ação e reação, captando uma ação extra exterior e que irá incidir no interior.

3.1 Criando imaginários

A seguir, observamos como esses elementos se agrupam quando ocorre a montagem de diferentes imagens, gerando um conjunto de imagens e seus imaginários. Para isso, evocamos Rancière para dizer que as redes sociais consistem em jogos onde não há realidade, apenas imagens representativas dessa pseudorealidade. Assim como ele definia o cinema, utilizamos essa citação que tão

bem cabe ao cenário atual onde o *Instagram* é um dos canais de comunicação mais consumidos do mundo. Para ele, essas imagens:

são antes de mais nada operações, relações entre o dizível e o visível, maneiras de jogar com o antes e o depois, a causa e o efeito. Essas operações mobilizam funções-imagens diferentes, sentidos distintos da palavra imagem. Dois planos ou encadeamentos de planos cinematográficos podem, assim, depender de uma imagéité diferente. E, inversamente, um plano cinematográfico pode pertencer ao mesmo tipo de imagéité que uma frase romanesca ou um quadro. (RANCIÈRE, 2012, p. 14).

Isso porque não se pode enquadrar apenas o resultado de um vídeo do *Reels* do *Instagram* como arte, mas também a técnica empregada para criá-lo.

Em certo sentido, a construção desses dispositivos transfere para a arte tarefas que antes eram da “crítica das imagens”. Só que essa crítica, deixada aos próprios artistas, não é mais enquadrada por uma história autônoma das formas nem por uma história dos gestos transformadores do mundo. Assim, ela é levada a se interrogar sobre a radicalidade de seus poderes, a dedicar suas operações a tarefas mais modestas. Ela passa a jogar com as formas e produtos da imagem, em vez de operar sua desmistificação. (RANCIÈRE, 2012, p. 33).

Do outro lado da tela (o virtual), o usuário consome a experiência ofertada pelo dispositivo, tendo a nítida impressão que está participando da cena. Só falta o aroma e o sabor. As molduras configuradas para essas imagens no “modo *Instagram*”, despertam o desejo de viver presencialmente o todo da realidade.

Códigos imagéticos (como filmes) dependem de pontos de vista predeterminados: são subjetivos. São baseados em convenções que não precisam ser aprendidas conscientemente: elas são inconscientes. Códigos conceituais (como alfabetos) independem de um ponto de vista predeterminado: são objetivos. São baseados em convenções que precisam ser aprendidas e aceitas conscientemente: são códigos conscientes. Portanto, a ficção imaginativa relaciona-se com os fatos de um modo subjetivo e inconsciente, e a ficção conceitual faz o mesmo de maneira objetiva e consciente. (FLUSSER, 2007, p. 114)

Quando por décadas a televisão transmite imagens, som e linguagem, o conjunto dos signos é percebido pelo expectador e decodificado como um conceito. Não é diferente com o construto de Serra Gaúcha.

Por mais de 70 anos a televisão atualiza os brasileiros sobre como deve ser vista a Serra Gaúcha: um local frio colonizado por imigrantes, onde os descendentes

vivem da agricultura e pisam uva para fazer vinho. Neste território de natureza bucólica a comida é farta e os pratos ocupam frequentemente o papel principal das fotografias do *Instagram*. O turista compra o construto que já não é mais da televisão, agora está no digital e se atualiza progressivamente, assim como o *software* do celular onde está instalado.

Abrimos espaço para refletir sobre as audiovisualidades presentes na montagem dos vídeos de *Instagram*. Essas são expressas no cruzamento de elementos da tecnocultura, denotando à mídia muito mais que imagens e som. Essa expressividade só é possível graças às virtualidades audiovisuais que seguem se atualizando permanentemente, carregadas de significados oriundos de outras mídias e os recursos do *software*.

O reconhecimento da historicidade e da especificidade das mídias como parte da visada tecnocultural tem potência para fazer mais. Na medida em que a tecnocultura não "é" sinônimo de cultura digital, mas sim uma visada que se estabelece na relação de pensar culturalmente as tecnologias e entender as propriedades tecnológicas em ação na cultura, passamos a organizar uma reflexão que permite perceber os contágios entre diferentes temporalidades (audiovisuais construídos para a televisão na década de 1980 ressuscitados na interface do YouTube) ou identificar determinadas estéticas contemporâneas dos games como devires outrora minoritários de mídias ditas anteriores como o cinema, percepção que Lev Manovich (2001) desenvolveu com riqueza de detalhes (FISCHER, 2013, p. 52).

Na sequência, apresentaremos ponderações sobre o *software* e o quanto isso implica em nosso virtual.

3.2 O cinema repaginado dentro do *Instagram*

Os vídeos do *Instagram* carregam elementos inaugurados pelo cinema: uma câmera móvel, a imagem em movimento, cortes, luz, som, entre outras características. Sua forma de narrar o mundo alterou a maneira como a sociedade interagia com as imagens, outrora possível somente pela fotografia e, antes dela, a pintura. O cinema chegou carregado de outras artes (fotografia, música, teatro), e mostrando em uma tela representações da vida, assim como situações impossíveis.

Deleuze (1983) diz que o cinema é “o sistema que reproduz o movimento em função do instante qualquer, isto é, em função de momentos equidistantes, escolhidos de modo a dar a impressão de continuidade.” Em *Cinema a imagem-movimento* (1983), Deleuze se propõe a categorizar a técnica da sétima arte, tendo como inspiração o pensamento filosófico de Henri Bergson, principalmente com base na obra “*Matéria e Memória*”. Apesar de Bergson não ter sido um apreciador do cinema por considerá-lo apenas mais uma pseudo arte que cria ilusões com imagens, Deleuze argumenta que o cinema é bergsoniano e que a filosofia de Bergson é cinematográfica, isso porque para Bergson toda matéria é imagem. A seu ver, o mundo é uma espécie de banco de dados dotado de imagens que agem, reagem e se reproduzem conforme surgem ou são selecionadas pela consciência.

Bergson teoriza sobre um plano de imanência, um devir, um tempo aberto ao qual a matéria está submetida e cujo movimento se caracteriza em uma mudança qualitativa no todo (tudo o que existe e é aberto, em constante transformação). Ele diz que acionamos um aparelho mental. Quando “se trata de pensar o devir, ou de o exprimir ou até de perceber, o que fazemos é apenas acionar uma espécie de cinematógrafo interior.” (Deleuze, 1983. p.7).

Para Deleuze, Bergson revolucionou a forma de enxergar as mudanças no mundo, pois não acredita que seja necessária uma ancoragem ou um sujeito para que isso se dê, pois a percepção e a duração enquanto potência já estão nas próprias coisas e toda matéria já contém em si a luz. O curioso é que Bergson publicou a reflexão sobre o cinematógrafo interior antes do surgimento do cinema, em *Matière et Mémoire*, em 1896 (Deleuze, 1983). Para ele, os humanos acionam seu próprio cinematógrafo mental quando montamos nosso próprio filme com o movimento do olhar, memórias e projeções fantasiosas involuntárias de nossa mente.

Ao movimento, Deleuze denomina como mudança qualitativa do todo, cujo significado representa mais do que o simples deslocamento dos corpos no espaço. Para Bergson, o movimento não é uma mudança qualitativa no todo, que é aberto e mutável. As relações não pertencem aos objetos e sim ao todo que se dá em sua duração. Objetivo, matéria e luz estão interligados e constituem as transformações. Deleuze (1983, p.14) argumenta que “nosso erro está em acreditar que o que se move são elementos quaisquer exteriores às qualidades. Mas as próprias qualidades são

puras vibrações que mudam ao mesmo tempo que os pretensos elementos se movem.”

A revolução científica moderna consistiu em referir o movimento não mais a instantes privilegiados, mas ao instante qualquer. Mesmo que o movimento fosse recomposto, ele não era mais recomposto a partir de elementos formais transcendentais (poses), mas a partir de elementos materiais imanentes (cortes). Em vez de fazer uma síntese inteligível do movimento, empreendia-se uma análise sensível. (DELEUZE, 1983, p. 9)

São apresentados alguns conceitos sobre a estruturação. O primeiro, nomeado como Imagem-movimento, diz respeito ao conjunto de elementos variáveis que respondem a ação uns dos outros. Trata-se de uma representação indireta do tempo, pois está subordinada ao movimento, logo, à ação. A ação está no centro desse movimento, enquanto o tempo é uma decorrência.

A imagem-movimento tem uma lógica sensório-motora e no contexto do cinema clássico se insere em um agenciamento orgânico. A imagem é subordinada a um centro de determinação, em geral um personagem ou uma ação, que é o fundamento do cinema clássico. Essa lógica é alterada após a Segunda Guerra Mundial.

Deleuze destaca que um filme é constituído do agenciamento orgânico de três tipos de imagem-movimento; todas se relacionam com o centro de maneiras distintas: a imagem percepção, imagem-ação e a imagem-afecção. O primeiro se refere ao conjunto de elementos que agem sobre um centro e que varia relativamente a ele. Exemplo de imagem-percepção: como se a câmera fosse uma terceira pessoa observando a cena. Deleuze relaciona o plano geral a esse movimento. Já a imagem-ação (plano médio) é a reação do centro ao conjunto, ou seja, quando o personagem faz alguma ação contundente. E a imagem-afecção (plano fechado) é o que ocupa o desvio entre uma ação é uma reação, absorvendo uma ação exterior e reagindo em seu interior. Aqui se encaixam os enquadramentos que denotam a importância que a cena quer dar para a rostidade de determinado rosto ou objeto por meio do close ou do primeiro plano, por exemplo. É um espaço onde se dá o afeto.

Para Bergson, o modelo não pode ser a percepção natural, que não possui privilégio algum. O modelo seria antes um estado das coisas que não pararia de mudar, uma matéria fluente onde nenhum ponto de ancoragem ou centro de referência seriam designáveis. (DELEUZE, 1983, p. 97)

No caso do cinema, os próprios frames são um exemplo dessa maneira de lidar com o momento. Todos possuem o mesmo tamanho e nenhum é privilegiado. Quando o objetivo é destacar alguma cena, recorre-se ao artifício de planos de câmera e som, ou a ausência dele. Vertov foi um cineasta que se propôs a dar a mesma importância e independência ao todo de cada imagem que inseriu no filme *Um homem com a câmera*.

Este conjunto infinito de todas as imagens constitui uma espécie de plano de imanência. Neste plano a imagem existe em si. Este em-si da imagem é a matéria: não algo que estaria escondido atrás da imagem, mas, ao contrário, a identidade absoluta da imagem e do movimento. E a identidade da imagem e do movimento que nos faz concluir imediatamente pela identidade da imagem-movimento e da matéria. (DELEUZE, 1983, p. 71)

Deleuze cataloga as imagens em três níveis: enquadramento, que são os conjuntos no espaço; Plano, referindo-se aos movimentos internos e a Montagem, que engloba o todo que está sempre aberto e em transformação. O que une as imagens dos objetos e os corpos é o movimento, tal qual uma essência. A partir dessa análise o pensador classifica três grandes tendências: orgânica (escola americana), dialética (escola soviética) e a quantitativa (escola francesa).

Com os efeitos da Segunda Guerra Mundial sobre a cultura, surgem novas características na imagem cinematográfica: o tempo passa a ter um maior protagonismo em relação ao movimento. A crise da imagem-ação pode ser percebida nos filmes do neorealismo italiano, que marcam uma nova etapa que subordina o movimento ao tempo. Diversos filmes lançados a partir dessa nova fase deixam clara uma resignificação do tempo, como se a devastação causada pela guerra também levou por terra um certo perfeccionismo cristalizado. De repente não é mais necessário as imagens orbitarem ao redor de um centro e um ritmo específico, de duração bem definida. Um dos filmes citados por Deleuze como exemplo dessa transformação é *Umberto D.*, do cineasta Vittorio De Sica. A trama mostra um idoso aposentado em condições financeiras precárias, à beira da miséria. Há uma cena que chama a atenção de Deleuze: quando uma moça responsável por fazer a limpeza da casa tenta acender um fósforo, riscando-o na parede, no entanto ele não acende e, ao invés de parar a gravação para refazer a cena, o diretor ignora, enquanto a atriz

também não paralisa e pega um segundo fósforo para acender. Deleuze argumenta que essa cena seria refeita, caso o filme estivesse sob influência do cinema clássico. Esses detalhes inseridos nas tramas apresentam uma nova manifestação do tempo perante as imagens, inclusive com mais espaços vazios, silêncios e angulações e desarticulações dos personagens no tempo.

Quando observamos os vídeos Reels do *Instagram* com a temática Serra Gaúcha, percebemos a herança do cinema por meio da teoria bergsoniana. Nos vídeos que variam, geralmente, de 15 a 30 segundos, a imagem-percepção é guiada pelo referencial de Serra Gaúcha. São imagens que existem em si e por si, dentro de um enquadramento que se dá diante de onde o cenário está. Se a percepção dispõe de espaço como a ação dispõe do tempo, a imagem-ação relacionada a Serra Gaúcha passa a ser cada vez mais reducionista, pois todo referencial fica contido e apresentado nos poucos segundos que dispõe um vídeo de *Instagram*. A curta duração desses vídeos exige mais apelo emocional, ao que Bergson chamou de imagem-afecção: por não ter um espaço expandido, se dá em intensidade. O espaço que ocupa passa a ser no interior do observador, ou seja, se expressando em emoções como nostalgia, alegria, melancolia, tristeza, entre outros sentimentos.

3.3 O software repaginando o audiovisual

Lev Manovich (2001) explica como as novas mídias se organizam por meio da lógica de Banco de Dados e o quanto isso se diferencia da narrativa. A humanidade acompanhou o surgimento de mídias que privilegiam a narrativa, como o romance e o cinema, mas hoje a dinâmica é diferente. Em muitos casos não há uma narrativa linear com início, meio e fim, pelo contrário, há um banco de dados cujos elementos são utilizados para organizar a mensagem, porém sem a intenção de colocar um ponto final.

Os dados armazenados em um banco de dados formam coleções de itens como imagens, trilhas sonoras, filtros e outros recursos que o usuário utiliza como convém para dar forma às operações que deseja fazer. Artistas criam músicas e utilizam o *Instagram* para divulgar o trabalho, a um passo que um usuário pode utilizar esse material como um recurso para complementar o sentido de seu vídeo. E dessa

forma, o banco de dados só aumenta, pois não há limites no sistema. Qualquer material subido na nuvem desse *software* pode ser reutilizado como subproduto para um novo conteúdo.

Vídeos sem uma narrativa com início, meio e fim não são regra dentro do *Instagram*. Há que os produza dessa forma, mas também há uma constante tendência dos vídeos serem cada vez mais curtos, o que automaticamente torna a experiência audiovisual uma apreciação de diversos conteúdos em sequência, num constante carrossel de banco de dados. Criadores de conteúdo do *Instagram* passam a produzir conforme percebem o tipo de conteúdo que obtém mais alcance de visualizações, curtidas, compartilhamentos e comentários, e por isso os vídeos longos são cada vez mais raros de serem encontrados. Ao contrário desse movimento, os vídeos com apenas 15 segundos ganharam mais espaço. Primeiramente eles se limitavam ao espaço Stories, e agora também são maioria no Reels. Como podemos perceber, a mudança de cultura digital funciona quando banco de dados e algoritmo são aliados.

Algoritmos e estruturas de dados têm uma relação simbiótica. Quanto mais complexa a estrutura de dados de um programa de computador, mais simples o algoritmo necessita ser e vice-versa. Juntos, as estruturas de dados e os algoritmos são duas metades da ontologia do mundo, no ponto de vista de um computador. (MANOVICH, 2011, p.11).

O *Instagram* é regrado pela mesma lógica dos *games*: a do algoritmo, pois enquanto o usuário avança etapas, são destravadas novas funções e assim vai descobrindo o modo de funcionar desse ecossistema. Inclusive, a todo momento são criados novos perfis profissionais dentro do aplicativo prometendo ensinar como criar conteúdo com o banco de dados que funcionam melhor na lógica do algoritmo. E nesse espaço constrói-se, ou não, narrativas, que conforme explica Manovich,

Para qualificar-se como uma narrativa, um objeto cultural tem de satisfazer alguns critérios, que o teórico literário Mieke Bal (1985, p. 8) define a seguir: deve conter tanto um ator quanto um narrador; deve conter também três níveis distintos que consistem no texto, na estória e na fábula; e seus “conteúdos” devem ser “uma série de eventos conectados causados ou experimentados por atores. (MANOVICH, 2011, p.14).

Muitos conteúdos observados, coletados e colecionados em nossa pesquisa não passam de uma junção de itens do banco de dados, enquanto outros se enquadram em uma narrativa. Uma dedução rápida pode nos levar a acreditar que tudo o que é mais “pensado” para ter início, meio e fim, logicamente, gera mais resultado em termos de visualizações e engajamento, mas não é isso o que acontece. Alguns vídeos mais visualizados possuem menos de 15 segundos, mostram rapidamente uma paisagem com uma trilha sonora selecionada entre as mais tocadas no *Instagram*. O que permite que um vídeo se sobressaia em relação a outro é uma incógnita, mas algumas pistas giram em torno do número de seguidores do perfil, histórico de engajamento com demais conteúdos criados e o gosto subjetivo de quem o consome.

3.4 Preferidos do algoritmo

Vemos o produto que a empresa Meta (antiga Facebook), considera mais adequado, pois “estuda” cada usuário por meio de cookies¹⁵ e do algoritmo, a ponto de montar um conteúdo que se apresenta na tela como um mosaico de retângulos. Essas combinações de conteúdos são geradas de forma independente em cada conta de *Instagram*, devido às centenas de milhares de combinações geradas a partir da subjetividade de gostos dos usuários.

Ao contrário dos usuários, o algoritmo não funciona por subjetividade. Sua ação é objetiva, computada pelos dados percebidos ao longo da navegação, preferências, tempo de visualização, geolocalização, quem segue, hashtags e busca. As artimanhas usadas pelo “editor robô” são ainda uma incógnita para a maior parte dos usuários.

Inicialmente, essas constantes atualizações do *software* causam estranheza nos usuários e um natural desconforto, como tudo o que desafia o cérebro a sair do modo automático gerado pela repetição. Ao mesmo tempo, as mudanças nessas redes sociais se tornam pautas para geração de conteúdo de perfis que se propõe a

¹⁵ Cookies são marcadores digitais introduzidos no disco rígido dos computadores dos usuários pelos sites visitados. Eles são capazes de armazenar informações que servem para identificar o usuário e podem causar diversos impactos na vida privada do indivíduo como a produção de um perfil comportamental para a otimização de vendas e o monitoramento de suas atividades online. (MARQUES, 2009, p.11)

compartilhar dicas de como usar as plataformas para atrair, engajar e converter seguidores em clientes.

A sociedade digital vive a dinâmica da remixabilidades, denominada pelo teórico Lev Manovich (2012, p. 215) como “a nova estética dos híbridos”. Em suma, trocamos referências, congelamos momentos, usurpamos significados e ressignificamos conforme objetivos individuais ou tribais. Manovich diz que a lógica da natureza dessa estética está em “sobrepôr diferentes linguagens visuais de diferentes meios na mesma imagem”, e que dessa forma observado que “o resultado é o surgimento de uma nova estética híbrida que rapidamente se tornou normal.” (MANOVICH, 2012, p. 214)

Os algoritmos comandam a dança das redes sociais, e compreender sua importância nesse processo é fundamental para contextualizar nossa pesquisa. Afinal, “se quisermos entender as técnicas atuais de comunicação, representação, simulação, análise, tomada de decisão, memória, visão, escrita e interação, devemos entender o *software*” (MANOVICH, 2013, tradução nossa).¹⁶

A matéria-prima do produtor tecnocultural são as imagens que nunca se encontram solitárias, mas em uma sobreposição, emolduradas ou recortadas. Vivemos uma ilusão por vezes consciente, mas em outros momentos completamente alheios, uma vez que já introjetamos o modo de ver e viver mediante a tecnologia. McLuhan (1999) documentou em sua obra que “a distorção tendenciosa da vida de nossos sentidos por obra da tecnologia parece ser um fato que preferimos ignorar em nossas vidas diárias.”

Levando em consideração que as redes sociais manipulam imagens feito uma herança tecnocultural televisiva, nos deparamos com a semelhança apresentada por McLuhan (1999, p. 350) quando distinguiu as imagens de filme, fotografia e televisão.

A imagem da TV, visualmente, apresenta baixo teor de informação. Ela não é uma tomada parada. Não é fotografia em nenhum sentido — e sim o incessante contorno das coisas em formação delineado pelo dedo perscrutador. O contorno plástico resulta da luz que atravessa e não da luz que ilumina, formando uma imagem que tem a qualidade da escultura e do

¹⁶ “In other words, we need to figure out how to adequately represent “*software* performances” as “data”. [...] – to understand how people construct meanings from their interactions, and how their social and cultural experiences are mediated by *software*.”

ícone, mais do que a da pintura. Três milhões de pontos por segundo formam a imagem-chuveiro que o telespectador recebe. Destes se capta algumas poucas dúzias, com as quais forma uma imagem.

O usuário atua como trabalhador e consumidor na esteira das redes sociais. O ecossistema não morre porque produto e produtor são incorporados pelo mesmo usuário.

Todos os dias quando acordamos e pegamos celular por hábito ou como forma de nos mantermos atualizados, estamos alimentando nossas referências de mundo sugeridas pelas imagens técnicas. As diversas plataformas nos mantêm atualizados sobre um modo de enxergar a vida, mediante o ponto de vista da técnica.

Assim que um usuário de *Instagram* usa o motor de busca do aplicativo (*hashtag* (#)) para pesquisar termos generalizados sobre a Serra Gaúcha, são gerados resultados inscritos pela comunidade global desse aplicativo. Existem muitas *hashtags* utilizadas para promover conteúdos, as mais comuns são: #serragaúcha, #serragaucha, #gramado #gramadoecanela #invernogaúcho #invernogauch, #valedosvinhedos, #turismonaserragaucha. Somam-se a essas *hashtags* aquelas que levam nomes das cidades mais visitadas e de estabelecimentos comerciais.

Esse procedimento leva o usuário a consumir um construto de Serra Gaúcha, alicerçado por formas, luzes, ângulos, molduras, sons e tantos outros efeitos que não são a realidade de um local, mas um recorte. As imagens técnicas, longe de serem janelas, são imagens, superfícies que transcodificam processos em cenas. Como toda imagem, é também mágica e seu observador tende a projetar essa magia sobre o mundo (FLUSSER, 2007, p. 15)

Tendo a impressão de que está narrando o mundo ao seu redor, o usuário usa os aplicativos como extensão dos dedos e olhos. A aura ganha atributos quando recebe artifício de videoclipe. O aplicativo disponibiliza um grande banco de músicas para servirem como trilhas sonoras dos criadores de conteúdo. O resultado são vídeos com estética de clipe musical e ou de esquetes de comédia, tendo o construto de Serra Gaúcha como pano de fundo.

Ao analisar imagens técnicas que visam narrar a Serra Gaúcha, nos deparamos com o termo “telescopar”, cunhado por Benjamin, cujo significado é a soma de um elemento do passado e outro do presente, resultando em um conhecimento, através

do que o próprio historiador terá produzido uma nova relação de discurso com a obra, uma nova forma de discurso, também ela capaz de transformar e de inquietar duravelmente os campos discursivos circundantes. (DIDI-HUBERMAN, 1998. p. 178)

As imagens técnicas dos usuários são restritas a um pequeno trecho do mapa brasileiro, porém inseridas em um ambiente virtual conhecido mundialmente. A sensação é que possuímos o endereço de rede social, fazendo dela nossa co-realidade, quando, na verdade, estamos atuando como atores e funcionários, afinal “Em toda função aparelhística, funcionário e aparelho se confundem.” (FLUSSER, 1985).

As imagens técnicas, longe de serem janelas, são imagens, superfícies que transcodificam processos em cenas. Como toda imagem, é também mágica e seu observador tende a projetar essa magia sobre o mundo. O fascínio mágico que emana das imagens técnicas é palpável a todo instante em nosso entorno. Vivemos, cada vez mais obviamente, em função de tal magia imaginística: vivenciamos, conhecemos, valorizamos e agimos cada vez mais em função de tais imagens. Urge analisar que tipo de magia é essa.

Para Flusser, as imagens técnicas tomam o espaço da consciência histórica e dos textos, substituindo-os em um ritual mágico que o operador da máquina desconhece e por esse mesmo motivo se sente tão fascinado. A câmera é um objeto capaz de capturar imagens dentro da lógica de “caixa preta”.

O aparelho funciona, efetiva e curiosamente em função da intenção do fotógrafo. Isto porque o fotógrafo domina o input e o output da caixa: sabe com que alimentá-la e como fazer para que ela cuspa fotografias. Domina o aparelho, sem, no entanto, saber o que se passa no interior da caixa. Pelo domínio do input e do output, o fotógrafo domina o aparelho, mas pela ignorância dos processos no interior da caixa, é por ele dominado. (FLUSSER, 2007, p. 25).

Na obra *O mundo codificado* (2007), Flusser diz que o pensamento imagético “era uma tradução do fato em imagem e o pensamento conceitual era uma tradução da imagem em conceito. No princípio era a pedra, depois a imagem da pedra. E, então, a explicação dessa imagem.” Futuramente esse processo seria alterado pela tradução da imagem e do conceito. O pensamento imagético está se tornando um “metapensamento de um modo de pensar conceitual” (Flusser, 2007).

A seguir, alguns autores serão convocados com o intuito de embasar o conceito de remixabilidades imagéticas envolvendo a Serra Gaúcha.

3.5 Remixabilidade cultural

Em nossa pesquisa, percebemos o aspecto da estética *remix* nos vídeos do *Reels* do *Instagram* por utilizar novas e antigas imagens na edição, assim como músicas, filtros e fontes de diferentes origens. Essa prática pode ser feita por muitas mãos, de maneira colaborativa, reutilizando materiais, atribuindo novos significados e reintroduzindo na mídia.

Em Vanguarda como *Software* (1999), Manovich reflete sobre a retroalimentação de técnicas e estéticas que voltam ao presente após passarem por processos de remixabilidade no contato que ele nomeia como humano-computador. Manovich se aprofunda na remixabilidade no artigo *O que vem depois do remix?*, conforme demonstra o trecho a seguir:

É relevante notar aqui que a revolução na música pop eletrônica, que ocorreu na segunda metade da década de 1980, foi acompanhada por desenvolvimentos na cultura visual pop. A introdução da edição eletrônica com equipamentos como switcher, keyer, paintbox e loja de imagens fizeram remixagem e apresentaram uma prática comum na produção de vídeo no final da década; pioneira em videoclipes, mais tarde assumiu toda a cultura visual de televisão. Outras ferramentas de *software*, como Photoshop (1989) e After Effects (1993) teve o mesmo efeito nas áreas de design gráfico, motion graphics, comercial ilustração e fotografia. E, alguns anos depois, a World Wide Web redefiniu um documento eletrônico como uma mistura de outros documentos. A cultura do *remix* chegou. (MANOVICH, 2007, p. 5, tradução nossa).¹⁷

¹⁷ It is relevant to note here that the revolution in electronic pop music that took place in the second part of the 1980s was paralleled by similar developments in pop visual culture. The introduction of electronic editing equipment such as switcher, keyer, paintbox, and image store made remixing and sampling a common practice in video production towards the end of the decade; first pioneered in music videos, it later took over the whole visual culture of TV. Other *software* tools such as Photoshop (1989) and After Effects (1993) had the same effect on the fields of graphic design, motion graphics, commercial illustration and photography. And, a few years later, World Wide Web redefined an electronic document as a mix of other documents. *Remix* culture has arrived.

A pesquisa que apresentamos olha para os vídeos do *Reels* do *Instagram* como uma mídia incrustada de memória, cuja aparência revela um modo de agir e ser do usuário. Trata-se de olhar para o vídeo como um estado e não como um objeto.

Creio que só podemos pensar o vídeo seriamente como um “estado”, estado do olhar e do visível, maneira de ser das imagens. Eis, no fundo, a tese que perpassa todo esse livro: o “vídeo” não é um objeto (algo em si, um copo próprio), mas um estado. Um estado da imagem (...) uma forma que pensa. (DUBOIS, 2004, p. 23)

Quando consideramos que existem semelhanças entre os formatos dos vídeos *Reels* com videocliques, é possível pensar que existe um “jeito” de ser e estar. Esse padrão denota uma forma de duração. Esse estado foi percebido quando iniciamos a escavação das superfícies de imagens turísticas onde estrelam usuários do *Instagram*, tendo pontos da Serra Gaúcha como pano de fundo. Os elementos que surgem nos levam a caminhos que nos mostram camadas de passado e presente. Esse conceito de imagem dialética (DIDI-HUBERMAN, 2010) fala de uma imagem em crise, cujos ruídos estão na tentativa frustrada de encontrar temporalidade definida e cristalizada e como, em algum momento da história da humanidade, algo que estava submerso ou escondido em outro estado, emerge para ser novamente explorado e, talvez, enfim compreendido.

O historiador benjaminiano escolherá encontrar e resgatar os lugares de emergência eventual de uma memória cultural e histórica involuntária, lugares ressaltados pelo arqueólogo-historiador-vidente como se ele fosse o artista e o escritor sábio das constelações virtuais do tempo. Os restos em déshérence da História fazem ou cristalizam-se em imagens que manifestam seu potencial utópico nas suas latências. A origem dos sentidos das imagens não é mais situada a partir das datações herdadas da tradição historiográfica, mas encontrada nos interstícios e nas dobras de seu surgimento não-prescritível, imponderável, verdadeiro e eventual. (DIDI-HUBERMAN, 1998 p. 20-21)

Dessa forma, chegamos ao objetivo de escavar, dissecar, cartografar e constelar as imagens que se apresentam dentro de um local bem específico dentro do *Instagram*. A plataforma *Reels* relaciona imagens dialéticas que contemporizam uma espécie de mundo. Não o mundo tal qual é, mas suas leituras, seus construtos,

narrados conforme o olhar de cada usuário. Especificando mais o corpus, o objetivo visa mapear como essas imagens se mostram quando pesquisamos pelo tema Serra Gaúcha.

A delimitação da questão de pesquisa ocorreu após inferências abduativas¹⁸ a partir da observação desconstruída dos frames pinçados dos vídeos. Chegamos a acreditar que “europabilidade” talvez fosse a palavra que mais se aproximasse da sensação que persistia nos conjuntos. No entanto, novos mergulhos no objeto clarificaram a percepção, revelando que essa aura europeia é apenas uma das referências presentes nas imagens. A confusão gerada ao ver um turista comendo um *grostoli*¹⁹, feito por uma mulher caracterizada como uma típica “nona” da imigração italiana, em meio a pessoas vestidas como *pinups* e estrelas hollywoodianas, percebemos que também há remixabilidade cultural nessas imagens técnicas.

¹⁸ Peirce nos artigos intitulados "Collected Papers 6.525" e "Collected Papers 5.189", abordam a temática da abdução e sua relevância na formação e validação das teorias científicas. Vale mencionar que, anteriormente a Peirce, William Whewell já havia enfatizado o papel desempenhado pela abdução nesse contexto, conforme discutido por Achinstein em 1992.

¹⁹ Doce feito com massa doce, de origem italiana e chamado no restante do país como “cueca ou calça-virada”.

4 METODOLOGIA

O objetivo deste capítulo é descrever como nos guiamos para colecionar, cartografar, dissecar e constelar nosso objeto de pesquisa. A fundamentação teórica embasa a investigação sobre a contaminação e apropriação multicultural observada nas imagens de vídeos do *Instagram* onde a Serra Gaúcha é tratada como protagonista ou plano de fundo para outros atores. A pesquisa guia-se pela perspectiva dos estudos em comunicação e tecnocultura. Os caminhos percorridos servem para facilitar a compreensão sobre o tema trabalhado.

Ao mesmo tempo que a intuição benjaminiana atrai pela confiança depositada nos sentidos do pesquisador, também assusta pela falta de certezas. O ato de flunar, criar as primeiras coleções, cartografar e constelar foram passos intuitivos e é justamente nisso que mora a sua subjetividade reveladora. Por meio desse processo fomos percebendo elementos que existem e perduram independentemente de onde estavam inicialmente e elegemos o método intuitivo, apresentado na obra o *Bergsonismo* de Deleuze (1999), para investigar as nuances do objeto.

Primeiramente precisamos chegar ao cerne do método. Para Bergson a intuição se vale da impossibilidade de delimitarmos contornos em nosso sentir, impor regras ou catalogar sentimentos e impressões. O método, portanto, funciona quando percebemos que certos conhecimentos só são acessados quando nos rendemos as nossas balizas internas. Nem tudo é explicado pelas ciências exatas e a temporalidade pode ser percebida no vai e vem de lembranças. Senti-las hoje ou ontem não apaga os sentimentos e as sensações. Não existe passado, futuro e presente em nossas lembranças.

Bergson diz que o passado se conserva e por isso persegue o observador a todo instante. Isso explicaria certas reações de medo ou alegria quando lembramos de determinada cena vivida e por que a memória comumente confunde realidade e ilusão. Enquanto a percepção é empírica, a memória é imaginativa e se revela como uma viagem surrealista incontrolável. Nossas lembranças estão sempre acopladas em nossas percepções. Denominamos esse conjunto de elementos e sensações como intuição.

Essa ferramenta fundamental para a sobrevivência em sociedade é uma espécie de conhecimento que une experiências vividas com uma leitura subjetiva de pessoas e do ambiente, ao ponto de cruzar informações e acender um alerta sobre o que está acontecendo ou por vir.

Esse conhecimento relativizado é acessado a partir da imagem percebida de um objeto. Não nos referimos a realidade e sim sobre sua representação de determinada realidade, dentro de um recorte espacial e temporal, e suas ligações com a memória.

Sem dúvida, é a duração que julga a intuição, como Bergson lembrou várias vezes, mas, ainda assim, é somente a intuição que pode, quando tomou consciência de si como método, buscar a duração nas coisas, evocar a duração, requerer a duração, precisamente porque ela deve à duração tudo o que ela é. Portanto, se a intuição não é um simples gozo, nem um pressentimento, nem simplesmente um procedimento afetivo, nós devemos determinar primeiramente qual é o seu caráter realmente metódico. (DELEUZE, 2005, p.25)

Portanto, as imagens que vemos atualmente nos vídeos de *Instagram* não são novidade, e sim um emaranhado de referências culturais que viajam por séculos na duração da memória coletiva social e que agora faz morada no pensamento de produtores de conteúdo, empresários do ramo turístico, gestores municipais, entre outros.

Como nossa pesquisa se alicerça nos conceitos da Linha Mídias e Processos Audiovisuais, é necessário diferenciar audiovisualidades de audiovisual. Ao direcionar nosso olhar para os vídeos do *Instagram*, pretendemos compreender como as audiovisualidades e a dinâmica da rede social é capaz de atualizar os sentidos sobre a Serra Gaúcha nesse canal. Significa dizer que esses significados observados não se limitam a uma produção audiovisual técnica; na verdade ela expõe uma tendência de audiovisualidade que dura no *Instagram*.

A partir dessa compreensão, seguimos nossa busca com base no conceito proposto Bergson (1999), em “Matéria e Memória”, no que se refere à memória como uma percepção carregada de lembranças e que sempre ocupa uma certa duração. Diz ele que nossas memórias nada mais são que uma coleção de imagens já registradas e que seguem se atualizando mediante a experiência presente, ganhando novos contornos e enriquecendo a atualidade.

A memória, praticamente inseparável da percepção, intercala o passado no presente, condensa também, numa intuição única, momentos múltiplos da duração, e assim, por sua dupla operação, faz com que de fato percebamos a matéria em nós, enquanto de direito a percebemos nela. (BERGSON, 1999, p.77)

O teórico compreende que a memória é constantemente inibida pela consciência racional e que aguarda pelos segundos subjetivos para que se manifeste unindo passado, movimento e crie imagens no presente. Para Deleuze, o virtual é uma potência que vai para além do visível, visto que são deixados rastros ao longo de sua realização, algo como a essência. Já o real é o que se mantém presente em movimento. Para tanto, sugere diferenciar (atualizar) para que virtual e real sejam extraídos. Como avalia Silva:

Uma virtualidade que se atualiza como audiovisual (cinema, vídeo, televisão, internet), mas permanece simultaneamente em devir. Permanecer em devir significa dizer que permanece como uma reserva, cujas forças criativas apontam para a criação de novos audiovisuais ainda não conhecidos. Este é, pois, o desafio colocado às pesquisas de audiovisualidades: compreender o movimento como processo de diferenciação criadora e que tem o futuro por foco. (SILVA, 2007, p.146)

Sendo assim, nos preparamos para usar as lentes do flâneur, personagem proposto pelo filósofo Walter Benjamin. Esse caminhante passeia observando tudo ao seu redor. Nesse exercício descobre fragmentos e passa a colecioná-los, formando constelações de sentidos. Seu laboratório é a rua e a multidão. Conforme caminha, o flâneur se transforma, pois o que observa é consumido e o consome.

Para o perfeito flâneur, para o observador apaixonado, constitui um grande prazer fixar domicílio no número, no inconstante, no movimento, no fugidio e no infinito (...) O amante da vida universal entra, assim, na multidão como num imenso reservatório de eletricidade. Pode-se também compará-lo, esse indivíduo, a um espelho tão grande quanto essa multidão; a um caleidoscópio dotado de consciência que, a cada um de seus movimentos, representa a vida múltipla e a graça cambiante de todos os elementos da vida. É um eu insaciável do não-eu, que, a cada instante, o traduz e o exprime em imagens mais vivas que a própria vida, sempre instável e fugidia (BAUDELAIRE, 2010, p. 30).

Em nossa pesquisa, vivenciamos a potência que consiste em perambular com olhos curiosos, sem saber exatamente o que esperar. Benjamin considera a cidade como parte da moradia desse caminhante e as ruas onde o personagem exerce seu

potencial. Se, metaforicamente, considerarmos as hashtags do *Instagram* como nossa rua, então encontramos nosso laboratório, onde nosso passeio absorve a subjetividade de tudo o que vê, ouve, toca e sente, desencadeando o ato de colecionar.

Flanar pelos *Reels* do *Instagram*, conforme o método intuitivo, é um exercício que exige desconstruir o olhar. Não é um exercício fácil, mas, sem dúvida, tem gerado pistas. Aos poucos é possível perceber similaridades, padrões e exclusões.

Também foi necessário ir mais fundo, utilizando conceitos de arqueologia das mídias proposta por Huhtamo e Parikka (2011) e Fischer (2013), onde deve ser considerado exercitar uma visada tecnocultural para “explorar os sentidos produzidos pelas entranhas dos aparatos” (FISCHER, 2013, p.51). Para Benjamin, a arqueologia como método de pesquisa na linguagem “trata-se de um procedimento de montagem, em que o autor coleta e agrupa materiais cujos rastros culturais de um tempo anterior de desordem são capazes de iluminar um sentido novo para o leitor” (SANTAELLA e RIBEIRO, 2017, p. 68-69).

Partindo dessa ideia, iniciamos nossa jornada arqueológica a partir do procedimento escavatório. Dentro dos fundamentos da arqueologia das mídias, buscamos descobrir o que está abaixo da superfície da materialidade, conforme descrevem Fischer e Petry (2014).

(...) para o desenvolvimento de um olhar de inspiração arqueológica, as análises basearam-se primordialmente em três processos: desconstrução, dissecação e o mapeamento cartográfico. Consideraremos aqui que a união desses procedimentos traduz-se no seguinte processo metodológico: ao realizar a desconstrução e a dissecação dos objetos encontramos evidências, traços de outros objetos e somos apontados para um novo caminho a ser seguido, permitindo encontrar esse objeto e, portanto marcar um novo “ponto” no mapeamento cartográfico, este, por sua vez, exige uma análise própria, retroalimentando os processos de dissecação e desconstrução que ao serem realizados sugerem novos caminhos e, conseqüentemente, novos objetos.

Primeiramente, buscamos referências de estudos acadêmicos disponíveis sobre o assunto no Portal Capes, além de outros bancos de dados que reúnem dissertações, teses e periódicos. Foram encontrados cerca de 7 mil resultados na busca do Google Acadêmico, voltados para o turismo e levantamento histórico da

Serra Gaúcha, no entanto percebemos uma lacuna no que tange às imagens técnicas, memória, vestígios multiculturais e *software*.

Um dos estudos que chamaram a atenção recebe o título de *A invenção da imagem turística da Serra Gaúcha: relações de memórias e identidades através da gastronomia e das festas temáticas* (ZOTTIS, 2016)²⁰, cujo objetivo foi investigar o processo de invenção da imagem turística, por meio da gastronomia e das festas temáticas. No entanto, as fontes consultadas são completamente diferentes dos pensadores que norteiam nossa linha de pesquisa.

Outro artigo interessante se chama *Análise do discurso turístico da Serra Gaúcha* (TOMAZZONI, 2006)²¹, e que por sua vez apresenta uma análise do discurso do turismo com base em matérias do jornal Zero Hora.

A partir de agora, reuniremos argumentos baseados nos fundamentos teóricos do campo da midiatização e tecnocultura. Serão apresentadas teorias de estudiosos que norteiam a linha de pesquisa, tais como Walter Benjamin (1985, p.170), de quem provém o conceito de imagem dialética.

Esse modo de “fazer as coisas ficarem mais próximas” é nítido ao primeiro olhar na arquitetura preservada. Em Garibaldi, por exemplo, o alfaiate Luigi Toniuzzi construiu uma réplica da moradia onde residia na Província de Vicenza, no Vêneto. O relatório Patrimônio Arquitetônico da Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio, de 1998, destaca que “caracterizada pelo seu estilo colonial, esta casa foi construída por Luigi Toniuzzi, imigrante oriundo da Itália no ano de 1893, falecido em 1915. Esta casa é considerada muito especial, pois é cópia fiel da que sua família possuía na cidade de Maróstica.”²²

O Volume II do livro *Cinquentenario Della Colonizzazione Italiana Nel Rio Grande Del Sud*, de 1925, uma matéria publicitária sobre o empresário e então

²⁰ ZOTTIS, Alexandra Marcella; BERND, Zilá. *A invenção da imagem turística da Serra Gaúcha: relações de memórias e identidades através da gastronomia e das festas temáticas*. Sefic 2016, 2017. Disponível em: <https://anais.unilasalle.edu.br/index.php/sefic2016/article/viewFile/536/471>. Acesso em 27 nov 2022.

²¹ TOMAZZONI, Edegar Luis. *Análise do discurso turístico da Serra Gaúcha*. Em *Questão*. 2006, 12 (2), 339-365. ISSN: 1807-8893. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465645955008>. Acesso em 27 nov 2022.

²² ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE GARIBALDI. **Pasta do Inventário do Acervo Arquitetônico da cidade de Garibaldi.**

Correspondente Consular da Itália Ambrósio Toniuzzi, cita o patriarca Luigi Toniuzzi, “ótimo e popularíssimo (o excelente e muito popular) Gigio Mogio”, como um exemplo de cidadão garibaldense.

Figura 12 – Casa Toniuzzi



Fonte: Posenato (2000, p. 151)

As missas de domingo, os filós, o plantio da uva, as receitas. As comunidades reproduziram o que conheciam, mas também anexaram novos elementos: o pinhão, o chimarrão e receitas de diferentes etnias. Também se popularizava o crostoli e ou grostoli, originado na Roma antiga e que era um dos principais pratos de celebração do festival chamado Saturnália – A chegada do solstício de inverno no calendário juliano, celebrado em 25 de dezembro. Esse mesmo quitute era chamado pelos nacionais como cueca ou calça virada²³. Iniciava ali um mix cultural, desenhando o caminho para esse presente imagético.

Com base nessas pistas, lançamos o desafio de descobrir nosso problema verdadeiro, como defende Deleuze (1999, p.11). O exercício permitiu desviar dos falsos problemas que “fazem intervir, parece, um mecanismo diferente: trata-se, dessa

²³ O nome desse doce recebe diferentes nomes na Itália: bugie na Ligúria, cenci na Toscana, frappe em Roma, galani no Vêneto, crostoli no Friuli, conforme explica o site La Cucina Italiana. Disponível em <https://www.lacucinaitaliana.it/news/cucina/chiacchiere-di-carnevale-storia/> Acesso em 20 nov 2022.

vez, de mistos mal analisados, nos quais são arbitrariamente agrupadas coisas que diferem por natureza.”

Tendo isso em mente, persistimos até surgirem elementos que permitiram a construção do misto, composto por seu virtual e atual. A primeira parte é dotada de potência; é o devir que se atualiza no atual. É nele que o virtual se materializa. Conforme citado anteriormente, chegamos à pergunta por meio do método intuitivo bergsoniano (Deleuze, 1999): “**Quais sentidos produzidos pela audiovisualização da Serra Gaúcha nos Reels do Instagram?**”

Tendo em vista a arqueologia das mídias, reviramos o solo softwarizado e nossa intuição agiu como ferramentas para cavar mais fundo e encontrar respostas sobre nosso empírico e suas temporalidades. Nossos olhos agiram com “filtros”, olhando especificamente para vídeos do *Instagram* a partir da busca por *hashtags* relacionadas com a Serra Gaúcha. Para tanto, foi criado um perfil no dia 1º de setembro de 2021, nomeado de @pesquisa_da_pri. Essas *flaneries* foram gravadas, a fim de compor o *corpus* do estudo. O que se obteve foi um conjunto de captura de tela do *Instagram* a partir de um aparelho celular Android. A princípio, foram observadas as seguintes *hashtags*: #serragaucha, #valedosvinhedos, #neve2021, #turismogaribaldi, #invernogaucho, #garibaldivintage, #ruatorta e #neveemgramado. Em um segundo momento, fizemos novas buscas para comparar o conteúdo, dessa vez usando #veneto, #piemonte, #trento, #toscana, #aosta e #europa.

O ato de criação do perfil foi gravado com o aplicativo Xrecorder, baixado em mais de 100 milhões de vezes pelos usuários espalhados pelo mundo. O app é um produto da marca InShot inc., lançado em 10 de maio de 2019. Para o *Instagram*, precisei informar meus dados ao criar uma nova conta, mas procurei não me enquadrar em uma categoria, como é de costume. Também não inseri informações na Bio e nem link para site. No entanto, como já possuo outras contas de *Instagram*, não demorou para que aparecessem sugestões bem próximas ao que consumo.

A inserção do gravador de tela no processo de observação gerou uma nova imagem até então não imaginada pela pesquisadora, e que tensionou as análises das escavações. Analisamos frames de *Reels* em busca de pistas e o que encontramos foram construtos de uma Serra Gaúcha mimetizada culturalmente, de uma presença estética arraigada ao frio, à europabilização e a um *remix* cultural. Dessa forma, por

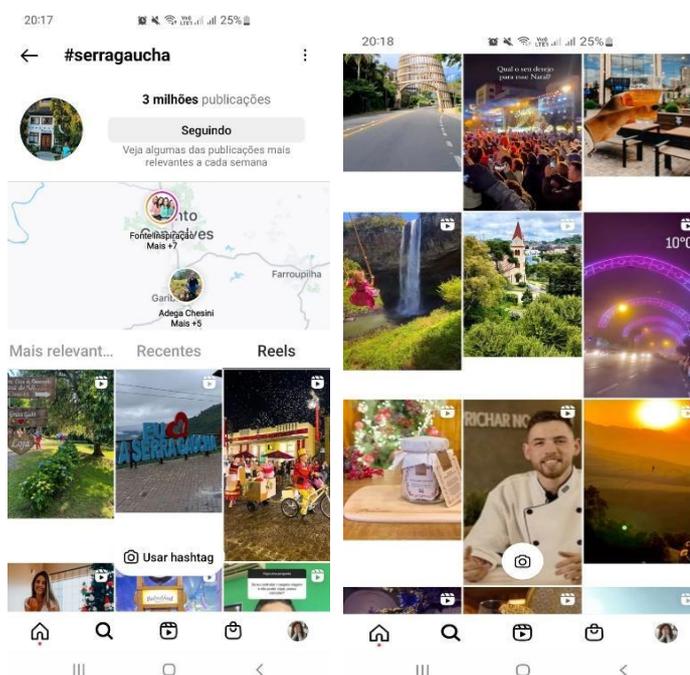
meio de uma narrativa softwerizada, buscamos averiguar heranças midiáticas e produtos contemporâneos nos vídeos *Reels* do *Instagram*.

Partindo desse conceito, coloquei na barra de busca as hashtags e observei a primeira tela exibida, onde aparece uma justaposição de imagens indicadas pelo algoritmo do *Instagram* como sendo apropriadas para o meu perfil.

O flunar sobre essa imagem também trouxe a percepção das camadas invisíveis ao olhar, conforme teoriza Kilpp (2002). As paisagens e objetos dentro de cenários saltam aos olhos, enquanto os pequenos botões em formato de setas e quadrados acabam sendo ignorados pelo primeiro olhar. Depois, com o passar dos minutos e ao revisitá-la dias mais tarde, passei a enxergar os detalhes de como os *softwares* se apresentam.

As imagens selecionadas para compor o corpus dessa pesquisa foram veiculadas em diversos perfis, mas não foram capturadas entrando em cada um deles. O procedimento realizado partiu da busca pelos resultados provenientes da hastag #serragaucha. A figura 13 é um exemplo de como o mosaico do *Instagram* se apresentou a partir desse comando.

Figuras 13 – Mosaico do *Instagram*



Fonte: Elaborado pela autora

As pistas que levam para a pesquisa sinalizam caminhos que contextualizam a cultura e o *software*. Lev Manovich diz:

O *software* se tornou nossa interface para o mundo, para os outros, para nossa memória e imaginação - uma linguagem universal através da qual o mundo fala e um mecanismo universal no qual o mundo funciona. O que a eletricidade e o motor de combustão eram no início do século XX, o *software* é no início do século XXI. (MANOVICH, 2013, p.2)

Portanto, se nossa conduta social está entrelaçada pelos meios digitais, logo estamos sendo domesticados pelos *softwares*. Debra Benita Shaw (2008) defende que para compreender a tecnocultura é necessário “levar em consideração a forma como o conhecimento sobre o mundo é produzido, os usos no qual ele é colocado e as epistemologias variadas que não apenas estruturam a sua conceituação, mas quais também emergem formas culturais alternativas.” (SHAW, 2008, p. 40-41).

Ao fazer a cartografia arqueológica dos frames de vídeos representativos sobre uma determinada Serra Gaúcha, percebemos que muitas vezes o próprio espaço físico é projetado de modo a ser mais instagramável. Em outros casos, cenários que por décadas serviram como cartões postais em papel ou fotografia revelada, agora ganham um novo formato. “O espaço físico e o virtual se mostram conectados, dando origem a estéticas híbridas nas quais diferentes formas de montagem espacial são evidenciadas” (LOPES; MONTAÑO; KILPP, 2014, p. 6).

Também é pertinente ver a lógica do vídeo como um estado, “uma forma que pensa sobre quaisquer vídeos de quaisquer dispositivos, forma essa que trata o audiovisual como um estágio da técnica e da tecnocultura” (KILPP, 2018, p.149). Além disso, cabe jogar luz sobre o formato de videoclipe que o *Reels* se apropria e como mistura elementos de cinema, novela, teatro e outros campos da arte.

O clipe, com sua ausência de hierarquia entre o velho e novo, o tecnológico e o artesanal, coloca em movimento todo o repertório da ‘biblioteca’ que, ao encontrar a memória, a nostalgia e os estados emocionais dos espectadores, ganha um novo corpo, um novo significado e um novo contexto a partir de seus três elementos formadores: o som, a imagem e o tempo, criando na cultura de massa e para a cultura de massa (OLIVA e REZENDE, 2007, p. 11).

Tal citação dialoga com Eisentein quando diz que já existia uma qualidade cinematográfica antes do cinema ser inventado e que esse estado continua a se atualizar em outras formas de expressão da arte (KILPP, 2009). As escavações realizadas em nossa pesquisa revelam camadas de vídeos justapostas a camadas de *software*, em um processo que deixa rastros. Flusser (1985, p.19) diz:

Para fotografar, o fotógrafo precisa, antes de mais nada, conceber sua intenção estética, política, etc., porque necessita saber o que está fazendo ao manipular o lado output do aparelho. A manipulação do aparelho é gesto técnico, isto é, gesto que articula conceitos. O aparelho obriga o fotógrafo a transcodificar sua intenção em conceitos, antes de poder transcodificá-la em imagens.

Ou seja, é preciso ter subjetividade cultural para que a técnica seja vista. Trazendo para o nosso objeto de pesquisa, ocorre uma intenção elaborada no íntimo do usuário de *Instagram*, quando esse edita seus vídeos. O produto final reúne um universo de referências coletadas ao longo de sua história tecnocultural.

Seguindo em nossa busca, partimos para a pesquisa dos vídeos que se apresentavam quando buscamos pelas hashtags abaixo:

Tabela 1 – Hashtag regionais

Hashtag	Número de postagens relacionadas
#serragaucha	3.022 milhões
#valedosvinhedos	222 mil
#neve2021	4.702 mil
#turismogaribaldi	8.212 mil
#invernogaucha	21.945 mil
#garibaldivintage	3.568 mil
#ruatorta	36.972 mil
#neveemgramado	6.396 mil

Fonte: elaborado pela autora

O próximo passo foi retirar imagens indeterminadas de dentro dos frames, utilizando *print* da tela do computador e arquivando-as em pastas próprias. Esse processo foi necessário para que fossem extraídas imagens aleatórias e os agrupamentos posteriores não sofressem influência prévia, sob alguma intenção pessoal. Esse movimento visava criar mapas visuais que possibilitasse a constituição de cartografias sobre essa narrativa imagética softwarizada.

Compreendendo o quanto a duração e a memória atravessam e permanecem nesses materiais, partimos para a arqueologia da mídia. De acordo com Telles (2017), a metodologia consiste em vasculhar elementos e perceber neles vestígios históricos. Walter Benjamin defendia essa forma de pensar por “tratar-se de um procedimento de montagem, em que o autor coleta e agrupa materiais cujos rastros culturais de um tempo anterior de desordem são capazes de iluminar um sentido novo para o leitor” (SANTAELLA e RIBEIRO, 2017, p. 68-69). Dessa forma, os vídeos analisados apresentaram rastros de memória e duração de Serras Gaúchas contadas em outros momentos e lugares.

Munidos desses materiais, partimos para a criação dos mapas visuais com imagens dialéticas, de uma forma “conectável em todas as dimensões, desmontável, reversível, suscetível e receber modificações constantemente (DELEUZE; GUATTARI, 1995. P. 22). Benjamin (2009) defende que a imagem dialética reúne em si uma saturação de imagens que se atualizam constantemente no tempo. Ao observar as imagens coletadas no *Reels* do *Instagram*, nos deparamos com esse fenômeno. As imagens atuais carregam em si significados e referências que atravessam épocas.

A cartografia é um método formulado por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995) que visa acompanhar um processo, e não representar um objeto. Em linhas gerais, trata-se sempre de investigar um processo de produção. De saída, a ideia de desenvolver o método cartográfico para utilização em pesquisas de campo no estudo da subjetividade se afasta do objetivo de definir um conjunto de regras abstratas para serem aplicadas. Não se busca estabelecer um caminho linear para atingir um fim. A cartografia é sempre um método ad hoc. Todavia, sua construção caso a caso não impede que se procurem estabelecer algumas pistas que têm em vista descrever, discutir e, sobretudo, coletivizar a experiência do cartógrafo. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015, p. 32).

Nesse estágio, partimos para a criação de duas grandes coleções: **Serra Gaúcha** e **Europa**. E então subdividimos a coleção Serra Gaúcha em núcleos intitulados Gramado, Neve e frio, Vale dos Vinhedos, Gastronomia e Gourmetização, Turismo Garibaldi, Garibaldi Vintage, Culto às raízes e Mimetização cultural. Na coleção Europa, as imagens foram sendo agrupadas por referência geográfica. Assim foram formados os agrupamentos Europa, Aosta, Trento, Piemonte, Veneto e Toscana.

Recorremos ao conceito de constelação defendido pela pesquisadora Sônia Montañó (2012) em sua tese de doutorado, que elabora constelações com vistas a compreender a ecologia audiovisual. Para ela, constelação é um “conjunto de estrelas que formam uma determinada imagem (...) um conjunto de diversas temporalidades.” Ao constelar, o pesquisador se permite desconstruir a sequência e o sentido original para perceber novos significados. Para iniciar, deixamos a intuição fluir em busca de significados de proximidade temática.

4.1 Coleção Serra Gaúcha

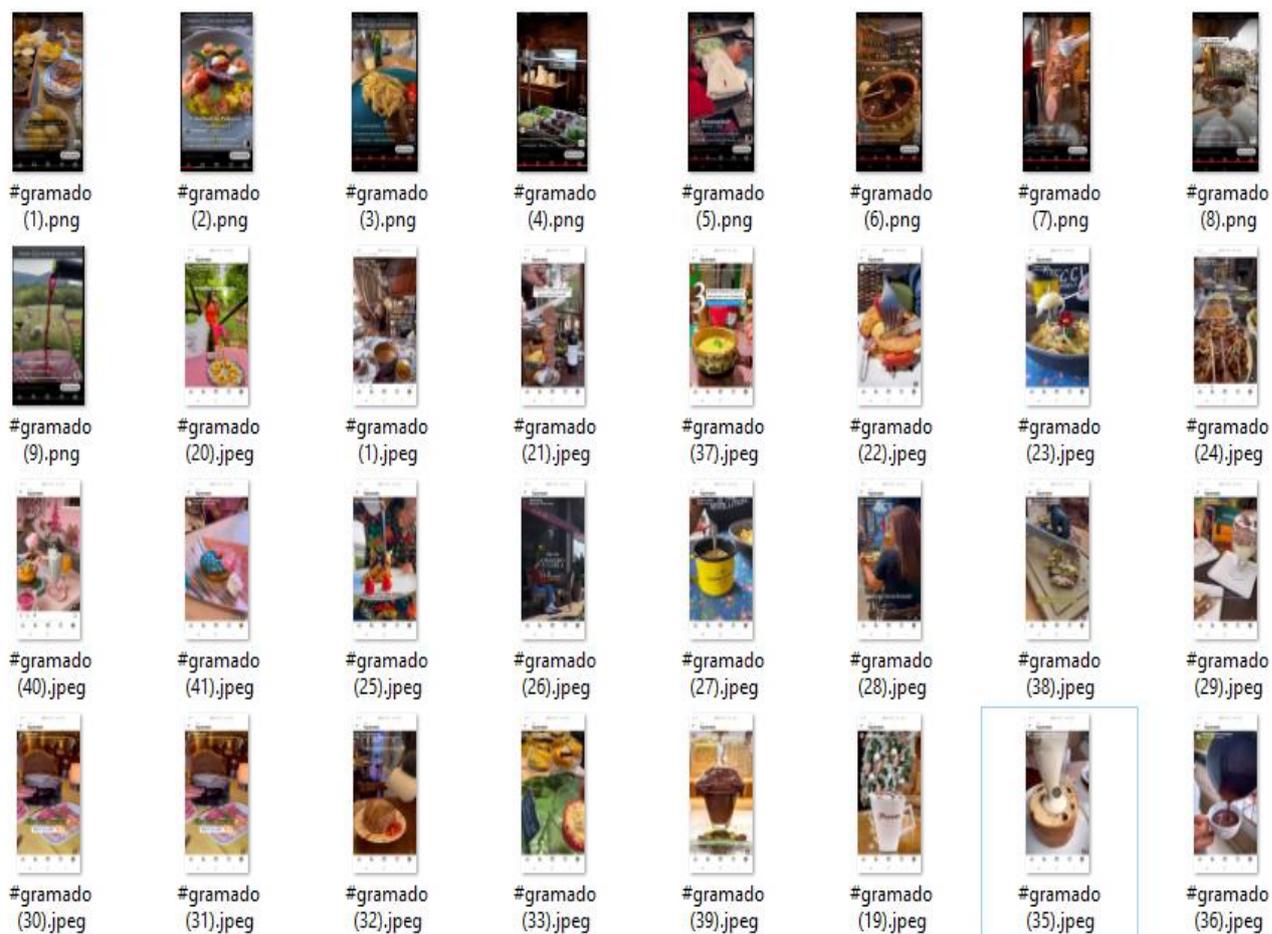
Assim que começamos a pesquisar com olhos atentos os vídeos com a temática Serra Gaúcha, a maioria dos sinais aparentemente apontavam um conceito massificado de europabilidade. No entanto, outras revelações viriam a se desenrolar. Além de repetirem imagens com simbolismo relacionado com as origens italianas e alemãs, havia referências populares e tendências globalizadas. Gramado não vive propriamente da nostalgia de suas origens, pelo contrário, pouco se vê nas redes sociais sobre sua história e cultura. A cidade transpira cenários instagramáveis. Dessa forma, pode ser observado um vasto número de vídeos com pratos gourmetizados e decorações preparadas para que o visitante registre e publique em suas redes sociais, com o propósito de obter mídia espontânea²⁴. Nota-se que as imagens são

24

O termo refere-se ao espaço obtido por marcas em veículos ou canais de comunicação de terceiros, sem que haja uma compensação financeira direta. Geralmente, esse espaço é conquistado por meio dos esforços de relações públicas e assessoria de comunicação. Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/blog/midia-espontanea-o-que-e/#:~:text=M%C3%ADdia%20espont%C3%A2nea%3A%20o%20que%20%C3%A9,p%C3%BAblicas%20e%20assessoria%20de%20comunica%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em Julh. 2023.

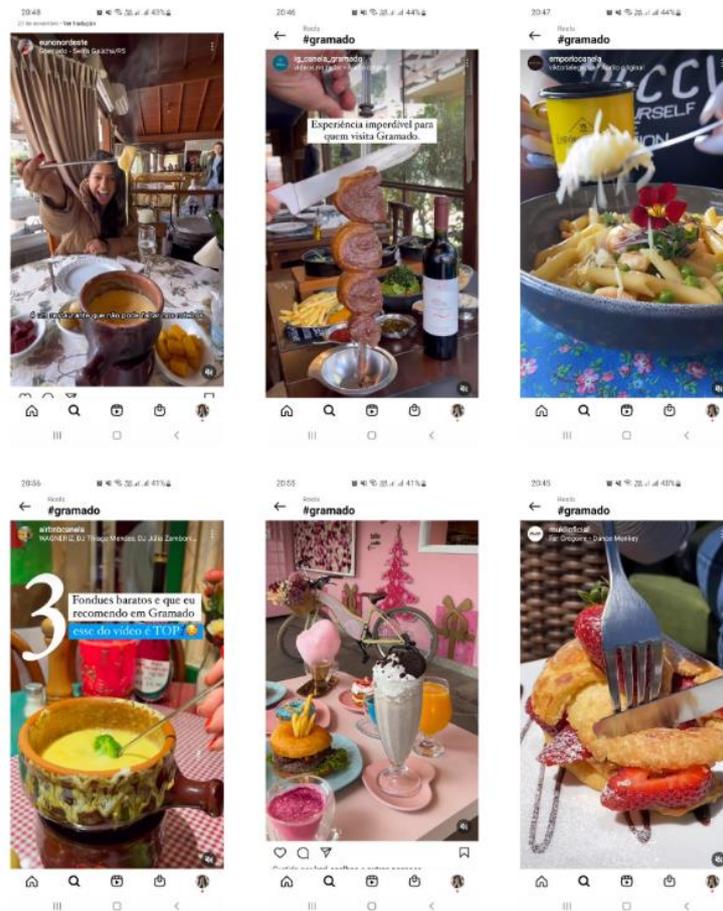
atualizadas por um viés tecnocultural, ou seja, o movimento nostálgico é contagiado por movimentos próprios, inclusive de uma plataforma de *software*, como é o caso do *Instagram*.

Figura 14 – Coleção Gastronomia



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 15 - Recorte da coleção gastronomia



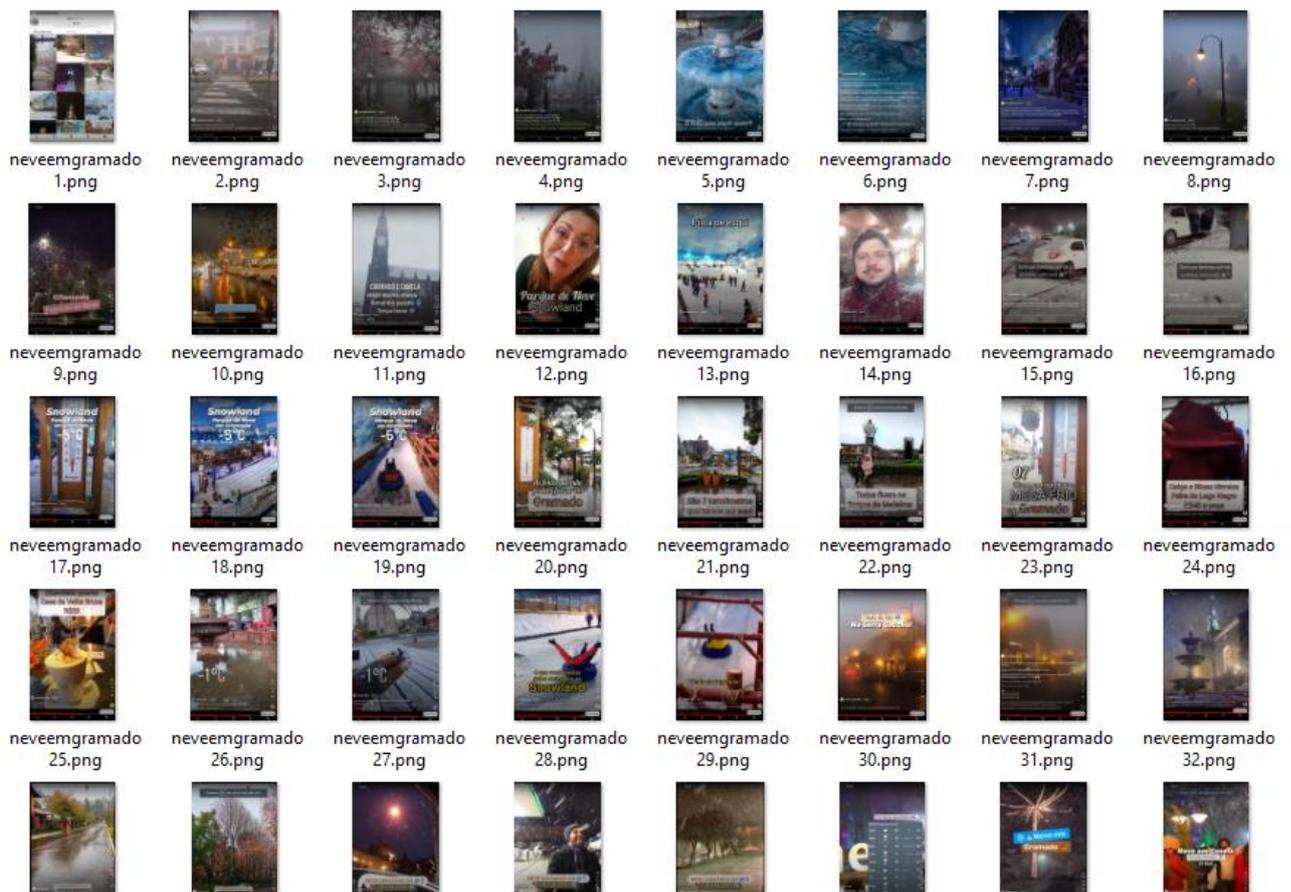
Fonte: Elaborado pela autora

Ainda em Gramado, observamos uma prevalência do culto ao frio e o clima serrano. Durante os primeiros ensaios da pesquisa, acompanhamos a neve abundante que caiu por várias horas no dia 28 de julho de 2021 e o quanto esse evento gerou mídia em formato de vídeo, no *Instagram*. No inverno de 2022 a neve não apareceu fisicamente pela Serra Gaúcha, mas ela continuou sendo atualizada no aplicativo. Ao buscar as hashtags #gramado e #neveemgramado, surgiram diversas imagens reaproveitadas do episódio ocorrido no ano anterior, porém postadas durante o inverno em curso. O que percebemos foi a utilização desses vídeos nostálgicos acompanhados de legendas que provocavam engajamento e curtidas, um recurso

bastante utilizado por blogueiros e estabelecimentos comerciais para atrair turistas ansiosos para ver neve.

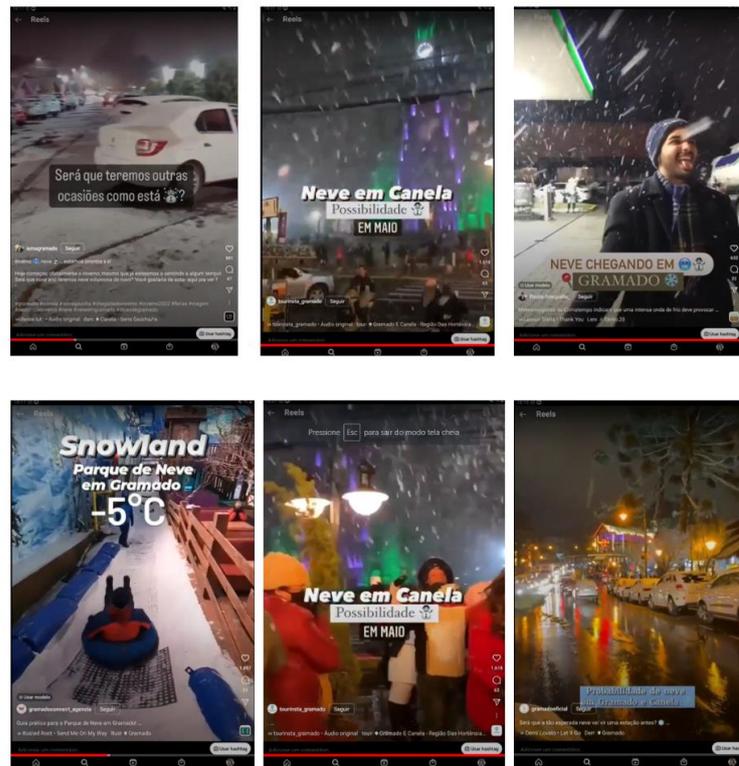
Também pesquisamos como as imagens sobre o inverno se apresentavam quando a busca alcançava cenários fora da Serra Gaúcha. Para fins de comparação, utilizamos o critério de fazer apenas buscas na língua portuguesa. Portanto, deduzimos que o que se apresentou diz respeito à visão de brasileiros, portugueses e pessoas que se expressaram nesse idioma.

Figura 16 – Coleção Neve



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 17 – Recorte Coleção Neve



Fonte: Elaborado pela autora

Quando passamos a analisar as imagens obtidas nas *flaneries* com as hashtags envolvendo o município de Garibaldi, percebemos uma exaltação mais acentuada das origens, com ênfase em gastronomia típica italiana, passeio de Maria Fumaça, vinhos e espumantes.

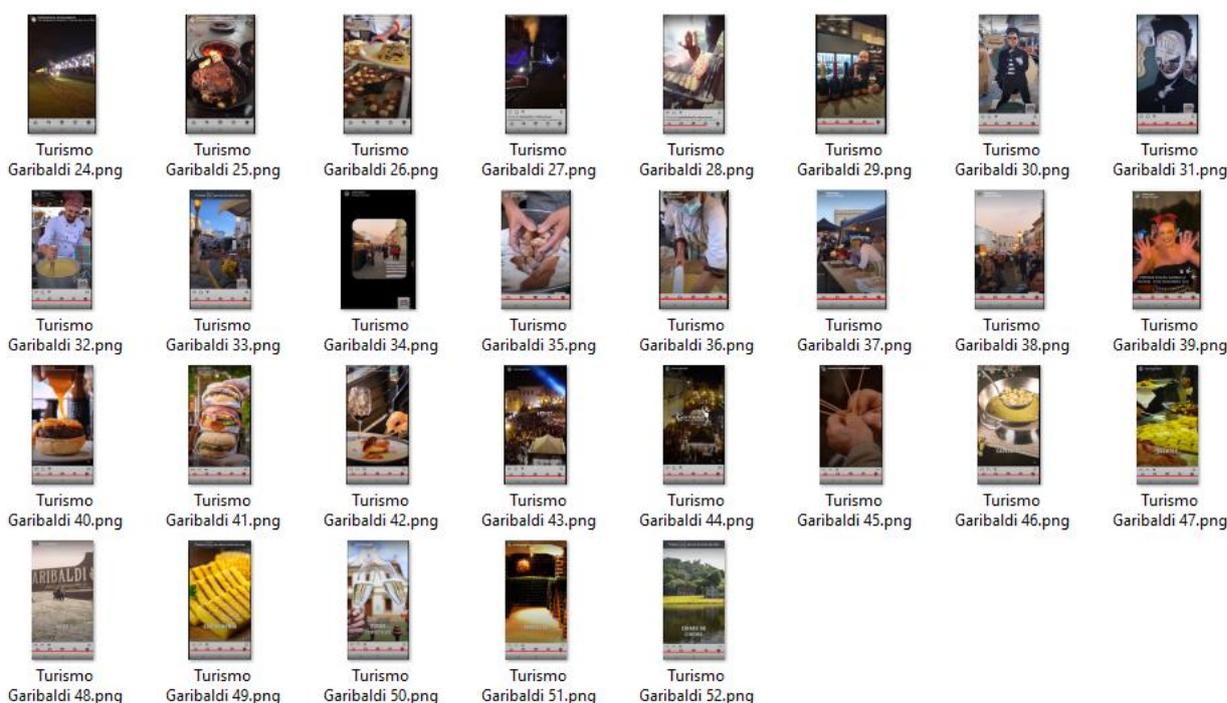
Desde 2018, tramita na Câmara de Deputados uma emenda parlamentar que confere ao Município de Garibaldi o título de Capital Nacional do Espumante. Esse título ainda não foi concedido. A busca pelo reconhecimento se deve ao histórico centenário ligando o município à bebida. Marie-Pacôme, batizado como Charles Sion (muitos religiosos mudaram o nome), chegou a Garibaldi em 29 de dezembro de 1904. Era natural da Alsácia (França). Em 1905, Pacômio, como ficou conhecido, começou a cultivar um vinhedo e em seguida a fazer experiências para melhorar a qualidade de seus vinhos. A construção da cantina, ao lado do Colégio Santo Antônio, foi concluída em 25 de março de 1911.

A princípio, a marca dos vinhos dos Maristas se chamava Conde d'Eu, porém, como outra empresa já havia registrado, procuraram um novo nome, dessa vez bem brasileiro: Pindorama, que significa "terra das palmeiras". Era assim que tribos indígenas chamavam o Brasil.

Apoiados pelo então Intendente de Garibaldi, Aurélio Porto, que encomendou 2 mil bachelos de finas castas de uvas, Pacômio e Manoel Peterlongo começaram a criar champagnes de maior qualidade.

Em 1913, foi realizada a 1ª Exposição de Uvas de Garibaldi, evento em Pacômio era um dos jurados e onde Manoel Peterlongo recebeu a medalha de ouro por seu Moscato Typo Champagne. Esse é o primeiro registro da elaboração da bebida no Brasil. A Casa Peterlongo foi fundada oficialmente em 1915 que funcionava. Atualmente é a única vinícola brasileira que pode utilizar a nomenclatura champagne em um de seus produtos, pois na década de 1960, a região francesa de Champagne registrou o termo e passou a usá-lo com exclusividade. No restante do mundo, somente marcas concebidas anteriormente podem manter esse termo nos rótulos.

Figura 18 – Coleção Turismo Garibaldi

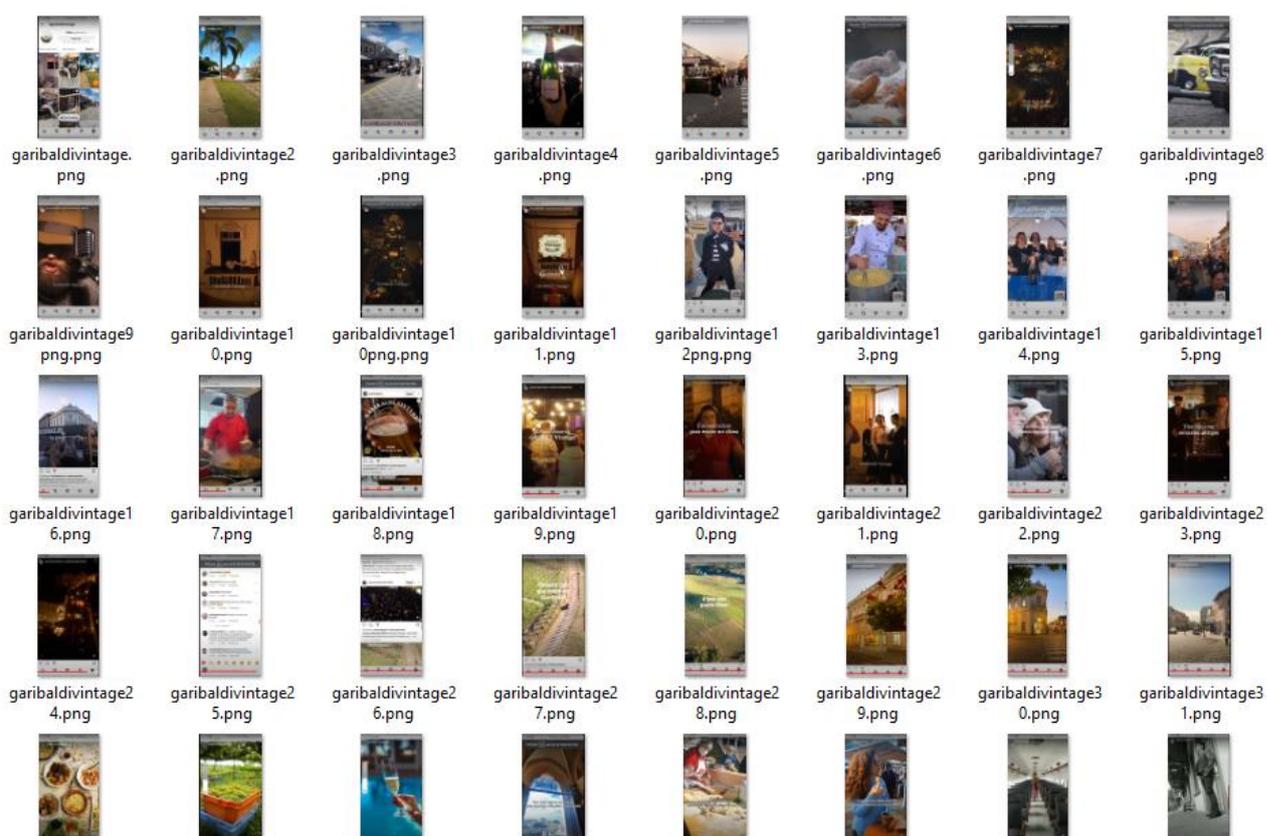


Fonte: Elaborado pela autora

A Maria Fumaça é outro símbolo que está presente na cultura da cidade há mais de cem anos e que leva o nome do município nas memórias e imagens técnicas dos visitantes.

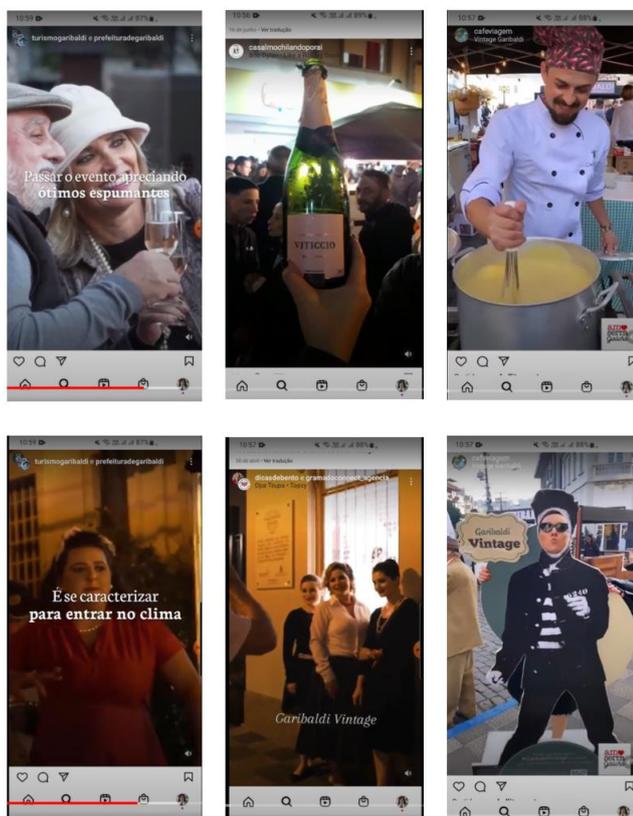
Ao segmentar para #garibaldivintage, percebemos a presença de elementos da cultura norte-americana, principalmente referências de cinema, como imagens de pessoas fantasiadas de atores de Hollywood, como Marilyn Monroe, Elvis Presley e Audrey Hepburn.

Figura 19 – Coleção Garibaldi Vintage



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 20 – Recorte Garibaldi Vintage



Fonte: Elaborado pela autora

Em Garibaldi, o conceito de vintage²⁵ é utilizado para remeter ao contexto em que a festa ocorre: em meio aos prédios tombados da rua Buarque de Macedo, mas também aos valores culturais da cidade. Há clubes de carros e motos antigas e uma elitização do Rock N' Roll, ritmo que embala gerações há 35 anos no Bar Joe, um dos poucos bares exclusivamente de Rock remanescentes do Rio Grande do Sul. Muitas músicas que constantemente fazem parte do repertório das bandas que tocam no Joe, ou em outras festas da cidade, fizeram sucesso em filmes ou clipes de décadas

²⁵ Segundo o dicionário Michaelis, os significados da palavra vintage são: colheita de uvas na época correta, em que se levam em conta outros fatores de produção para se ter um vinho de excelente qualidade, em especial o vinho do Porto; O ano de colheita de um vinho; Denominação à moda que resgata os diferentes estilos que figuravam entre os anos 1920 e 1960, tendo como característica principal o tecido propositadamente desgastado, de forma a dar aos modelos uma aparência antiga ou de roupa já usada.

passadas. Logo, personalidades da cultura pop personificam essa aura em fantasias e trejeitos.

A sensação, com efeito, é essencialmente atual e presente; mas a lembrança, que a sugere do fundo do inconsciente de onde ela mal emerge, apresenta-se com esse poder sui generis de sugestão que é a marca do que não existe mais, do que ainda queria ser. Mal a sugestão tocou a imaginação e a coisa sugerida se desenha em estado nascente, e é por isso que é tão difícil distinguir entre uma sensação fraca que sentimos e uma sensação fraca que rememoramos sem datá-la. (BERGSON, 2011, p. 51).

Os participantes do Garibaldi Vintage abraçam a ideia de se vestirem conforme alguma década preferida e o resultado demonstra suas memórias bem guardadas, alimentadas por toda viagem realizada na temporalidade de suas referências culturais.

4.1.2 Coleção Europa

Decidimos investigar os resultados que apareceriam quando buscássemos por locais na Europa com alguma semelhança com a Serra Gaúcha, seja por característica geográfica ou por terem relação com os locais de onde mais imigraram italianos no século XVIII. As *flaneries* foram experiências amplas para nortear decidimos eleger algumas hashtags para delimitar o recorte.

Tabela 2 – Hashtag europeias

Hashtag	Número de postagens relacionadas
#veneto	4.301 milhões
#piemonte	3.782 milhões
#trento	1.089 milhões
#toscana	9.307 milhões
#aosta	547 mil
#europa	12.500 milhões

Fonte: elaborado pela autora

Quanto aos resultados, a partir da busca por vídeos de *Instagram* com a hashtag Veneto, por exemplo, percebemos referências que variam entre paisagens, com ênfase em turismo de aventura, além de gastronomia e arquitetura. Assim como nos vídeos vistos na busca por Serra Gaúcha, muitos conteúdos são apresentados como dicas e macetes. Esses são facilmente destacados por títulos que logo se apresentam, munidos de legendas e recursos de edição a partir da manipulação por aplicativos de edição. A maior parte dos materiais têm conotação turística, no entanto também se percebe conteúdos produzidos sobre a rotina de moradores e comerciantes publicizando seus negócios para o público interno.

Quando realizada a análise das imagens a partir da hashtag Trento, percebemos uma prevalência de vídeos onde a natureza é exaltada, novamente associada à dicas de como usufruir turisticamente com ou sem luxo.

A *hashtag* Toscana também apresenta diversos resultados associados com o turismo de aventura, onde ciclistas instalam câmeras no capacete e na bicicleta para simular uma visão do condutor, intercalando com cenas em que terceiros gravam o desempenho do protagonista. Em paralelo, outros vídeos em abundância apresentam cenas de amigos e amigas bebendo e comendo fartamente em locais rústicos e ou glamourizados. Em algumas raras vezes, o algoritmo entrega algum conteúdo diferente do que os olhos se acostumam a ver, como por exemplo um morador da Toscana, usando um filtro de rosto de peixe, ensinando algumas dicas sobre palavras em italiano. Esse destoar ocorre em com outras hashtags e mais afrente trataremos delas.

As demais buscas desta constelação apresentam resultados muito parecidos em termos de formato e padrões de imagens e significados.

4.2 Transversalidade nas Coleções

A partir de agora, iniciamos o movimento cartográfico transversal em busca de reagrupamentos das imagens com elementos que são potentes independentemente da coleção, pois os significados atravessam o rótulo da hashtag. Nos deparamos com elementos que acabam existindo e durando fora ou dentro de qualquer categoria.

Nesse sentido, uma pesquisa cartográfica, ao intensificar a comunicação, possibilitar relações entre relações, atrações e contágios ativa o plano coletivo de forças - o coletivo transindividual. Ao cartógrafo cabe se deixar levar, em certa medida, por esse plano coletivo, não por falta de rigor metodológico, mas porque uma atitude atencional própria do cartógrafo. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015, p. 105).

Com isso, partimos para um olhar mais detalhista sobre as semelhanças observadas em imagens de diferentes grupos. Dividimos o resultado em quatro cartografias: **Culto às Raízes Europeias e Gaúchas, Mimetizações Culturais, Mimetização de Frio e Neve e As Diferenciações.**

4.3 Culto às raízes europeias e gaúchas

A construção da memória sobre a imigração italiana no Rio Grande do Sul está envolta em símbolos que se tornaram marcas de um povo. O estereótipo do morador da Serra Gaúcha consiste em uma imagem de figura alegre, cantante, um tanto grosseira, trabalhadora, tradicional em costumes sociais e religiosos, bem como adepta aos deleites que a mesa farta pode proporcionar.

A memória midiática brasileira está repleta de narrativas que contribuíram para essa construção identitária, conforme abordamos no primeiro capítulo. Recentemente, em 2021, a plataforma de *streaming* por assinatura Netflix colocou em seu catálogo o documentário Legado Italiano. A obra dirigida por Márcia Monteiro é descrita pela plataforma como “Documentário que examina o rico legado cultural, econômico e social do fluxo migratório de italianos para o Brasil no final do século 19”.

De acordo com um descritivo no site oficial do documentário²⁶, o filme se desdobra em vários temas para contar a história da imigração italiana para o Brasil, desde a partida de diversas regiões do norte de Itália com destino à América.

O filme conta a epopeia dos primeiros imigrantes, que chegaram no Brasil no final do século XIX, e os inúmeros legados deixados ao longo dos 145 anos de imigração; a gastronomia, a religiosidade, a música, a aptidão para o trabalho manual com a madeira, o ferro e a pedra, além da luta para preservar a cultura ancestral, como o Talian, que foi reconhecido como uma língua e

²⁶ Disponível em: <https://www.legadoitaliano.com.br/o-filme> . Acesso em 31 Mar. 2023.

Patrimônio Cultural Brasileiro. Tudo isso tendo o vinho como fio condutor desta história. (MOTEIRO, 2021)

Uma crítica do site Observatório da TV²⁷ chama atenção para a forma como algumas características locais foram evidenciadas pelo Legado Italiano:

A produção tem como foco apenas a colonização italiana de uma região específica do Rio Grande do Sul, centralizando-se na sua importância para o cultivo de uvas e para a criação da indústria local de vinhos, com o consequente desenvolvimento do turismo local. Não por acaso, os patrocinadores e apoiadores culturais da produção são do ramo dos vinhos e do turismo. (PARENTE, 2021)

Por mais de cem anos, abordagens midiáticas como o exemplo citado acima foram criando um conceito do que se entende por “raízes da Serra Gaúcha”, e isso pode ser averiguado nos vídeos que observamos no *Instagram*. Na cartografia em questão, podemos observar esses signos que atravessam épocas, tais como o espumante, o vinho, gastronomia feita pela “nona italiana”, o salame dependurado como se estivesse em um antigo porão, pipas de vinho decorativas que já nem são mais usadas por muitas vinícolas atuais, trabalhos manuais com palha de milho, entre outros.

Figura 21



Fonte: Elaborado pela autora

²⁷ Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/critica-de-tv/legado-italiano-brinda-com-vinho-da-serra-gaucha-na-netflix>. A obra tem o patrocínio do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), Vinícola Salton, Giordani Turismo, Vinícola Peterlongo, entre outros. Acesso em 31 Mar. 2023.

O observador dessas imagens pode perceber a tentativa de transmitir a aura da Serra Gaúcha, de forma proposital ou involuntária. O cidadão, operador de aparelho celular, segue atualizando “o que é ver a Serra Gaúcha” com base no que consumiu sobre esse conceito.

A verdade é que jamais atingiremos o passado se não nos colocarmos nele de saída. Essencialmente virtual, o passado não pode ser apreendido por nós como passado a menos que sigamos e adotemos o movimento pelo qual ele se manifesta em imagem presente, emergindo das trevas para a luz do dia. (DELEUZE, 2009, p. 49).

4.4 Mimetizações culturais do Século XX e de outras épocas

O dicionário Aurélio descreve a palavra mimetismo como a “semelhança que tomam certos seres vivos, seja com o meio no qual habitam, seja com outras espécies mais protegidas com as quais ou à custa das quais eles vivem.” No sentido figurado, caracteriza-se pela “reprodução maquinal de gestos e de atitudes.”

Uma nova cartografia começou a ser desenhada quando percebemos imagens que desafiam o desenrolar natural da contextualização histórica e geográfica. Ou seja, quando certas imagens tentam narrar um modo de ser e estar que só pode ser entendido quando se percebe fusão de culturas e influências. Percebemos, assim, uma mimetização cultural do século XX, incluindo referências de outras épocas.

Esse *insight* ocorreu após percebermos imagens de hambúrguer, mulheres fantasiadas de modelos *pinups* e uma turista de traços orientais participando de uma cena turística no Vale dos Vinhedos, que convida os visitantes a pisar uva para fazer vinho, assim como era feito pelos imigrantes italianos da região. Logo, outras imagens com essas características foram sendo inseridas na cartografia.

Rancière observa que não existe uma hierarquia na imaginação ou no olhar na revolução estética, pois cada elemento é processado indiscriminadamente, conforme as balizas do indivíduo.

Não existe episódio, descrição ou frase que não carregue em si a potência da obra. Porque não há coisa alguma que não carregue em si a potência da

linguagem. Tudo está em pé de igualdade, tudo é igualmente importante, igualmente significativo. (RANCIÈRE, 2009, p. 37)

As imagens retiradas dos vídeos da cartografia sobre mimetizações apresentam resquícios de momentos culturais não originários na Serra Gaúcha, mas também alguns recortes resgatados do passado da região. O Elvis Presley original nunca esteve em Garibaldi, mas quando é realizada a festa Garibaldi Vintage, ele e outras referências hollywoodianas ganham vida pelas ruas e sacadas da cidade.

Figura 22



Fonte: elaborado pela autora

Nesse mesmo cenário contracenam mulheres e homens vestidos como colonos nativos, músicos das décadas de 1950 e 1960, carros e motocicletas de décadas passadas, a rainha da Fenachamp representando a tradição e a imagem que a sociedade atribui às mulheres daquele povo, em meio à maioria das pessoas seguindo a moda contemporânea.

4.5 Mimetização de frio e neve

O frio é um grande diferencial entre nós e os “brasileiros”. E o tamanho da diferença que ele representa vai além do fato de que em nenhum lugar do Brasil sente-se tanto frio como no Sul. (...) O frio, fenômeno natural sempre presente na pauta da mídia nacional e, ao mesmo tempo, metáfora capaz de falar de nós de forma abrangente e definidora, simboliza o Rio Grande do Sul e é simbolizado por ele. (RAMIL, 2003. p, 13 e 14)

Anteriormente, percebemos em nossa *flaneries* sobre a hashtag gramado uma grande incidência de imagens contemplativas sobre o frio. A maioria das imagens visualizadas no período do inverno de 2022, na verdade eram registros recauchutados do dia 28 de julho de 2021, quando os pontos mais frios do Brasil foram surpreendidos por uma forte neve que caiu em alguns lugares por horas.

Sabemos o quanto o frio se tornou uma marca para locais turísticos como Gramado e Canela e o aproveitamento dessa demanda de mercado fez surgir a necessidade de manter o frio durante todo o ano. Em pleno verão, o visitante pode entrar no autoproclamado “maior parque de neves da América Latina em Gramado”, o Snowland, e lá se sentir em um ambiente que imita as condições climáticas e físicas que nem mesmo Gramado registra em seus dias mais frios.

Figura 23



Fonte: elaborado pela autora

Se o frio já faz parte de uma identidade profundamente marcante do gaúcho, a construção de um parque para cultuar esse apelo econômico se sustenta na “falsidade” que Bergson identifica ao dizer sobre o cinema que “A partir da artificialidade dos meios pode-se concluir a artificialidade do resultado?” (DELEUZE, 1983, p. 10). A imitação de um cenário congelante não é o mesmo que viver a experiência de sentir a neve natural e as imagens extraídas tampouco transferem essa sensação ao espectador, no entanto dispara o desejo de vivenciá-la.

4.6 As Diferenciações.

Nossa última cartografia apresenta o que foge ao comum em relação à maioria das imagens que apareceram quando pesquisamos sobre determinada hashtag. A diferença de tema, e ou forma que se apresenta, causou certa atenção durante a flânerie, porém assim que determinadas imagens foram captadas, seguimos com o procedimento padrão de arquivá-las com as demais do seu grupo de hashtags.

Após chegarmos nas coleções e mais proeminentes e nas consequentes constelações, consideramos importante destacar aquelas imagens que não se enquadram no tipo de conteúdo que o algoritmo mais entrega. Manovich (2008) considera a manipulação um dos fatores mais determinantes no funcionamento do *software*. Isso porque ele se alimenta dos dados fornecidos pelo usuário e os maneja conforme os comandos determinados por quem programou o algoritmo. Os resultados de busca são diferentes para cada perfil do *Instagram*, pois tudo o que é visto, curtido, seguido ou não, se constitui em um novo comando.

Cada ferramenta oferecida por um aplicativo de autoriação de mídia ou de acesso à mídia é essencialmente um algoritmo que, ou processa de alguma maneira particular um conjunto de informações, ou gera novas informações em um determinado formato. Portanto, “trabalhar com mídia” usando *softwares* essencialmente quer dizer utilizar diferentes algoritmos sobre dados (MANOVICH, 2008, p. 108).²⁸

²⁸ Each tool offered by a media authoring or media access application is essentially an algorithm that either processes in some way data in particular format or generates new data in this format. Thus, “working with media” using application *software* essentially means running different algorithms over the data.

O usuário fornece esses dados a cada comando ou conteúdo inserido no *software*. Um não existe sem o outro e ambos são importantes para o ecossistema, pois, segundo Manovich (2015), “na programação computacional, estrutura de dado e algoritmo precisam um do outro; eles são igualmente importantes para um programa funcionar.”

Pelo fato do banco de dados do *Instagram* ser muito grande, as hashtags foram desenvolvidas para segmentar a pesquisa do usuário.

Nas novas mídias, o banco de dados sustenta um conjunto de formas culturais que variam entre a tradução direta (ou seja, um banco de dados permanece um banco de dados) e a forma cuja lógica é o oposto da lógica da forma material em si – a narrativa. Mais precisamente, um banco de dados pode sustentar a narrativa, mas não há nada, na lógica do meio em si, que promova essa criação. Não é surpreendente, então, que os bancos de dados ocupem um território significativo, se não o maior, na paisagem das novas mídias. O que é mais surpreendente é que a outra ponta do espectro – narrativas. (MANOVICH, 2015, p. 15).

O autor afirma que nos tempos atuais, nem todos os objetos digitais seguem uma narrativa, mas vários apresentam essa característica, tais com os vídeos do *Instagram*. Essa forma de contar histórias deriva de antigas formas de comunicação, cultura e entretenimento. A humanidade segue visualizando a narrativa na literatura e no cinema, por exemplo. Nas redes sociais, “a narrativa torna-se apenas um método, entre outros, de acessar dados”, diz Manovich (2015).

Para qualificar-se como uma narrativa, um objeto cultural tem de satisfazer alguns critérios, que o teórico literário Mieke Bal (1985, p. 8) define a seguir: deve conter tanto um ator quanto um narrador; deve conter também três níveis distintos que consistem no texto, na estória e na fábula; e seus “conteúdos” devem ser “uma série de eventos conectados causados ou experimentados por atores”. Obviamente, nem todos os objetos culturais são narrativas. (MANOVICH, 2015, p. 14).

Na constelação sobre “o que diferencia”, a narrativa pode fazer sentido dentro de si, contudo está em conflito perante o grupo de onde se encontra, pois os elementos que constituem o conteúdo em questão não dialogam com o contexto. Na coleção abaixo, reunimos imagens que chamam atenção em todas as constelações por sua diferenciação ao todo.

Figura 24



Fonte: Elaborado pela autora

Krapp²⁹ direciona a atenção para glitch³⁰ e erros da cultura digital, desafiando a tentativa de ocultar tais fenômenos e a busca padronizada por interfaces eficientes, ergonômicas e com uma comunicação sem perdas. Um erro ou ruído não significa propriamente que o *software* possui uma falha irreparável. Pelo contrário, tais sintomas alteram o ecossistema e passam a fazer parte dele. Portanto, os resultados que diferem à maioria, no motor de busca do *Instagram*, não devem ser considerados erros, e sim uma pista para uma fonte pouco abundante de expressão e representatividade. Cabe ao pesquisador seguir o fio condutor e ir em busca de novas pistas e desdobramentos.

²⁹ XVI Semana da Imagem: Peter Krapp - Glitch e o erro digital. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=sE-nJg2j2kc&t=1182s>. Acesso em 07.12.2022

³⁰ De acordo com o dicionário Oxford, glitch é uma palavra de origem desconhecida, cujo significado se aplica a uma breve irregularidade ou falha de equipamentos, especialmente em uma nave espacial. O termo originou em 1962. Desde a década de 1970 passou a ser sinônimo dos erros imprevisíveis de softwares.

5 DISSECANDO AS CAMARAS E RESSIGNIFICANDO OS SENTIDOS

Nesse estágio da pesquisa, penetramos três camadas relacionadas a dois vídeos selecionados das quatro constelações anteriores, com base em maior número de visualizações pelos usuários do *Instagram*. A partir dos movimentos metodológicos anteriores e do arcabouço teórico, notamos alguns rastros que persistem nestas imagens que destacamos como camadas. São elas: *software*, audiovisualidade e produção de sentidos. A escolha, por meio dessa perspectiva, está relacionada aos objetivos da Linha de pesquisa e os esforços de aprofundamento do grupo TCAV, cujo histórico consiste em aprofundar nos estudos de audiovisualidades e tecnocultura, comunicação, memória e design. Os teóricos centrais da pesquisa (Benjamin, Deleuze e Manovich) norteiam os estudos do grupo.

Fazemos referência ao que Kilpp (2010a) formulou como metodologia das molduras, que consiste em dissecar a sobreposição de interfaces que deixam rastros dos diferentes *softwares* utilizados na composição da imagem. Os construtos midiáticos (eticidades), que atravessam imaginários com signos e mensagens, cruzam com a ecologia audiovisual e resultam nas imagens técnicas que o usuário visualiza.

Em termos de *software*, englobamos tudo aquilo que corresponde a um modo próprio do *Instagram*, assim como de outros elementos que não foram criados no ambiente, mas compõe a técnica. Enquanto isso, a audiovisualidade é uma qualidade que Eisenstein (1990) nomeia como imagicidade do meio, mas que, no entanto, não pertence a ele. É algo que vive no cotidiano e é levado para dentro do vídeo por meio da técnica e da mensagem. Por fim, a produção de sentidos que procuramos se relaciona com os significados absorvidos pelo pesquisador e possíveis interpretações dos usuários do *Instagram*. Assim, acredita-se que nestes movimentos de softwarerização e de produção de sentidos, percebemos esta audiovisualização deste espaço geográfico, a Serra Gaúcha. Poderiam atualizar-se de muitas maneiras, mas notamos seus rastros nos Reels do Instagram.

Tais camadas não possuem uma hierarquização entre si, mas servem como uma “chave” analítica, para observar vestígios que desejam permanecer nos Reels do Instagram.

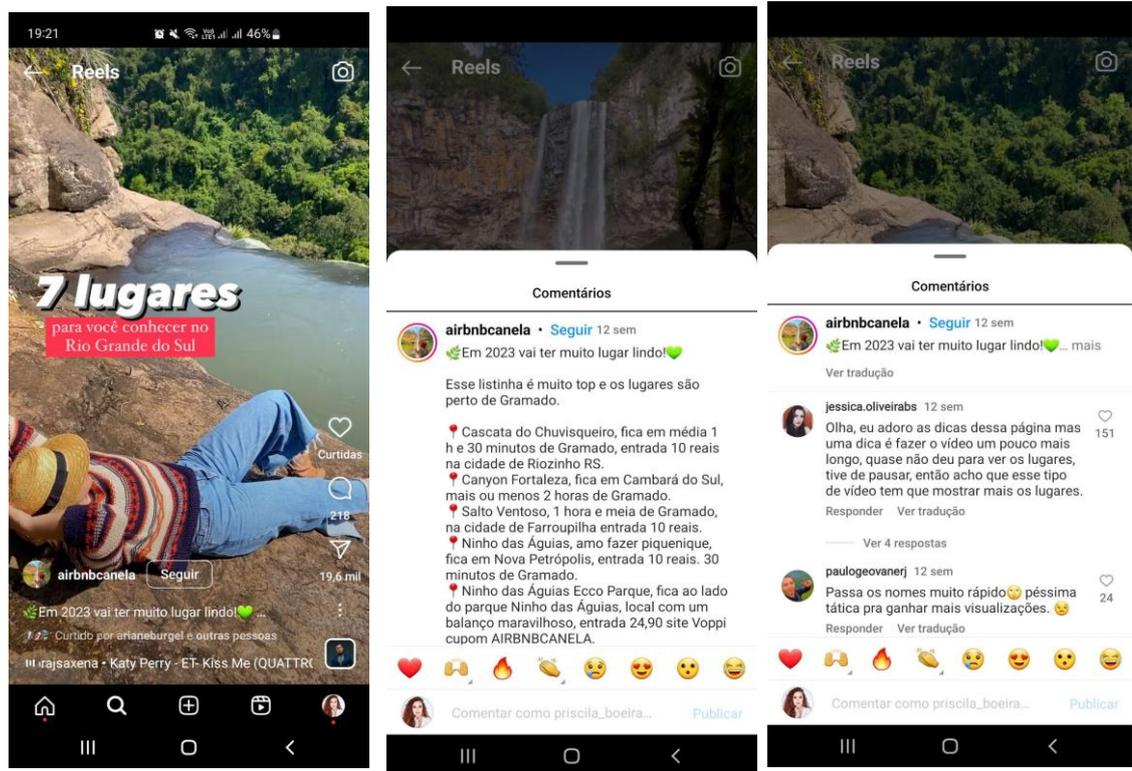
5.1 Dissecação as raízes europeias e gaúchas

O vídeo do @airbnbcanela, intitulado “7 lugares para conhecer no Rio Grande do Sul”, traz esses dizeres em fontes e design que não são nativas do *Instagram*. Em fevereiro de 2023, o vídeo havia sido reproduzido mais de 646 mil vezes. Em março de 2023, o *Instagram* registrava que o vídeo havia sido enviado para 19,6 mil contas. A música escolhida como trilha foi *Kiss Me*, da cantora Katy Perry, remixada por Soorajsaxena (Quatroteque Rexix), utilizada em outros 15,2 mil *Reels*. O vídeo foi criado em algum aplicativo não citado, utilizando recursos como escrita em preto sob uma caixa de fundo branco para identificar as paisagens de cada trecho, além de um ícone que corresponde a um marco de localização.

Por reunir indicação de seis locais para visitar em 15 segundos de duração, diversos comentários de usuários do *Instagram* reclamaram da estratégia usada pela conta, que parece ter sido proposital para que fosse necessário assistir mais de uma vez e, assim, somar visualizações. Na legenda, estão listados os locais com detalhamento sobre como chegar e o valor de cada atração. O texto está formatado em lista, em fonte preta e fundo branco, decorado com ícones associados à geolocalização, além de folhas e um coração verde. Ao clicar no botão “ver mais”, nota-se que a legenda sobe tapando 3/4 da tela. Outros botões e emojis compõem o design da tela, induzindo reações, seguir o perfil, clicar para ver os stories e abrir a câmera frontal do celular para criar um novo vídeo. Também fica aparente a camada do *software* do aparelho celular no topo e na base das imagens, com ícones próprios como horário, nível de bateria, wifi e outros.

Fischer (2012) define essa apresentação da web como a articulação da remixabilidade em três facetas: banco de dados, mídia e ambiente onde se dá o relacionamento. E Montañó recorre a Arantes (2005) para dizer que as novas mídias funcionam em uma dinâmica de interfaceamento imagem-interator.

Figura 25 – Dissecação 1



Fonte: Elaborado pela autora

A imagem passa a ser um sistema vivo que reage e responde não somente aos inputs do interator, mas, também, aos seus inputs de programação. Ela pensa a imagem-interface como uma espécie de imagem-corpo que, deslocando-se da hegemonia do olhar de uma postura passiva por parte do público a contemplar a imagem, reclama a presença do interator - seu gesto, seu movimento corporal, sua respiração, seu sopro, sua voz. Por isso, um dos desafios bastante explorados pelos artistas e por qualquer site contemporâneo é o de desenvolver interfaces mais amigáveis, simples e intuitivas. Não por acaso, cada vez mais, as interfaces exploram as ações do corpo humano, como o gesto, o toque, a voz, a respiração. etc (MONTAÑO, 2012, p.65)

Considerar esse modo de ser e estar do *software* do *Instagram* é um dos conceitos centrais do que escavamos. Essa camada reúne características que quase passam despercebidas para olhos e dedos acostumados no manuseio das ferramentas, como uma extensão sensorial naturalizada pelo corpo e mente.

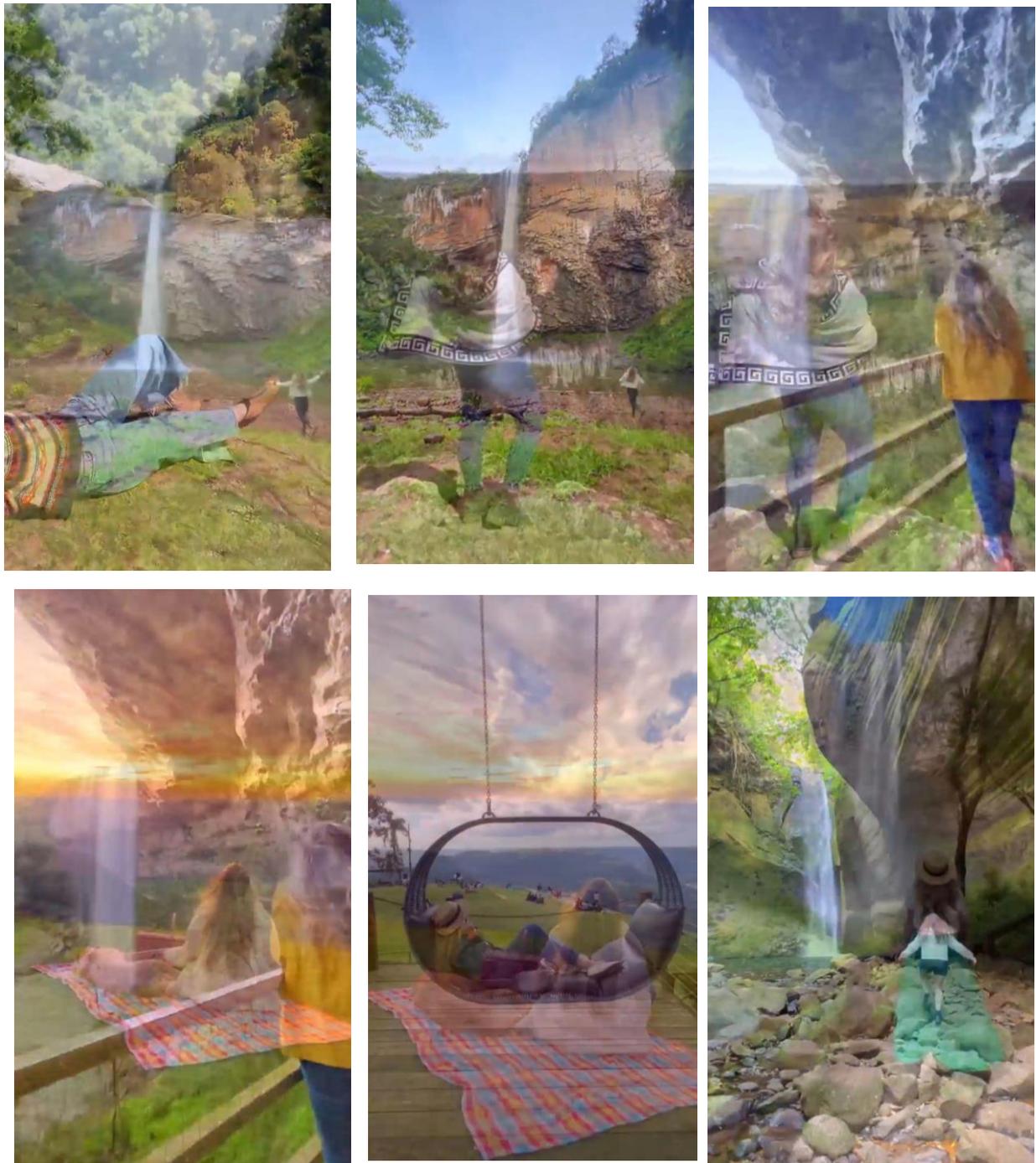
A segunda e a terceira camadas a serem analisadas neste vídeo dizem respeito aos devires midiáticos, a audiovisualidade e a produção de sentidos. Em *The Language of New Media*, Manovich (2001) defende que o modo de fazer cinema é algo que se tornou uma forma de narrar as imagens técnicas independente do meio de comunicação. É uma forma de armazenar informações, remixar e inseri-las no mundo com sua própria técnica. Essa teoria se apoia nas ideias bergsonianas sobre o cerne de qualquer coisa: um misto composto por atual e virtual. O atual é carregado de matéria e espaço, enquanto o virtual se atualiza com memória e duração.

A técnica apresentada no vídeo em questão traz construtos culturais que passam por signos visuais e também por recursos de edição herdados do cinema., p. As filmagens de diferentes pontos turísticos estão ligadas a recursos de transição que esmaecem uma imagem na outra, a fim de reduzir o impacto do corte seco. Chama atenção para o fato da protagonista do vídeo sempre estar de costas e não mostrar o rosto nesse e demais vídeos da conta de *Instagram*. A postura é de alguém contemplando o cenário, sendo em repouso ou em movimento. O chapéu de palha é algo que remete à colonização do Rio Grande do Sul, no entanto esse modelo está mais ligado a lembrança de décadas passadas, associado a viajantes e turistas.

As referências do vídeo condizem com a imagem dialética proposta por Walter Benjamin, descrito por Rouanet como uma espécie de sonho premonitório em que a imaginação antevê o que está por vir.

É nessa anti-história que a dialética do novo e do sempre igual encontra seu verdadeiro fundamento. Na perspectiva da história como continuum, os episódios se sucedem numa sequência linear, no marco de um tempo homogêneo, em que os acontecimentos se assemelha a outros acontecimentos, e em que o verdadeiro novo está excluído, porque todos eles exprimem sempre o mesmo conteúdo, que é a vitória dos dominadores. É a história do sempre-igual. Somente a história dialética pode se apropriar do novo, pois somente ela pode se apoderar dos momentos significativos do passado, salvando com isso o novo aprisionamento nesse passado, e fazendo-o viver como agora, no presente revolucionário (ROUANET, 1981, p.990)

Figura 26 – Dissecação 2



Fonte: Elaborado pela autora

5.2 Dissecando a Mimetização Cultural

Um dos vídeos com mais reações na constelação Mimetizações Culturais do Século XX é proveniente do @viajantemaduro. O advogado Rômulo de Jesus Dieguez de Freitas, de 70 anos, e a esposa Ivane Fávero, de 53, mantêm um blog e *Instagram*, narrando suas andanças para inspirar pessoas na mesma faixa etária a viajar. Tudo começou porque Ivane possui uma larga trajetória no turismo: é mestra em turismo, foi secretária de Turismo de Garibaldi e Bento Gonçalves e responsável pelo desenvolvimento de diversas rotas turísticas do Rio Grande do Sul.

O vídeo em questão é um compilado de fotos e filmagens de edições do Garibaldi Vintage, evento realizado no município de Garibaldi, tradicionalmente em março e novembro de cada ano. Em março de 2023 somavam-se mais de 41 mil reproduções. O vídeo foi editado em algum aplicativo não identificado externo ao *Instagram*. Nota-se pelo fato do *software* aqui avaliado não disponibilizar os mesmos recursos de transição. Por sua vez, a música escolhida no próprio catálogo de trilhas do *Instagram* foi a nomeada *It's Now or Never (Digitally Remastered)* de *Elvis Presley* no *Apple Music*, em 1992. A faixa foi reproduzida mais de 2.100 vezes como trilha do *Reels*.

A primeira cena tem duração de três segundos e apresenta o casal vestido com referências que lembram a moda da década de 1920. Ela de vestido preto, chapéu clochê na mesma cor e colar de pérolas. Ele usa um traje que se encaixa em diferentes épocas, já que a moda masculina social pouco tem variado ao longo dos anos, no entanto com um toque despojado. Rômulo usa uma camisa social branca, calça preta e colete cinza aberto. O casal caminha de mãos dadas em direção à câmera, fingindo não perceberem que estão sendo gravados. Ao fundo aparecem os edifícios tombados do centro histórico.

Figura 27 – Dissecação 3



Fonte: Elaborado pela autora

A cena encerra com um corte sem transição, focando em um automóvel Ford, provavelmente 1928 a 1929, modelo A, na cor marrom, estacionado defronte a uma das casas mais antigas: a que pertenceu ao primeiro imigrante italiano que chegou ao município, Cirillo Zamboni, cuja história foi citada anteriormente. A cinegrafista (Luiza, filha da Ivane que administra o perfil), filma no estilo travelling, mostrando o automóvel e deslocando sutilmente a câmera para o lado direito, mostrando a rua em perspectiva e os participantes do evento circulando por ela.

A cena é interrompida com um corte direto que leva para outro trecho da rua, por onde passa outro casal, dessa vez de artistas contratados para animar o público. A mulher está de vestido preto, enrolada em uma echarpe vermelho de plumas e paetês. O cabelo loiro está adornado com um coque e um batom vermelho se destaca em seu rosto. O homem que o acompanha veste uma calça preta, paletó vermelho e um chapéu no mesmo tom. O personagem é composto por uma maleta de mão de

couro vermelha. O frame tem duração de dois segundos, com uma transição manual travelling para a lateral direita.

Na sequência, Ivane aparece sozinha no vídeo, posando em frente a um painel montado com atores de cinema como James Dean, Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn e Marlon Brando e uma foto da Buarque de Macedo em preto e branco. Obviamente tais atores nunca estiveram no local.

Figura 28 – Dissecação 4



Fonte: Elaborado pela autora

Ao longo do vídeo, outras pessoas aparecem caracterizadas com roupas que remetem de 1920 a 1970. Mulheres se vestem como melindrosas, bonequinha de Luxo e pin-ups. Enquanto isso, um Elvis Presley canta na sacada de um prédio e na sacada do mesmo lugar, idosos vestidos de “nona” e “nono” italianos preparam a massa de grostoli, o doce originado entre os romanos, mencionado anteriormente.

Mais adiante, mulheres com vestido preto com bolinhas brancas (poá), servem polenta feita em grandes panelas de inox.

Figura 29 – Dissecação 5



Fonte: Elaborado pela autora

Esse museu artístico à céu aberto, onde se percorre no presente uma tentativa de viajar por diferentes épocas, nos leva a recordar das camadas da imagem dialética. As imagens sobrepostas na imagem presente dialogam com o conceito benjaminiano de imagem-memória. Em *O Que Vemos, O Que Nos Olha*, Didi -Huberman explica a anatomia das imagens que são vistas nesta dissecação. A imagem dialética

corresponde a intersecção entre os sentidos sensoriais (ótico e tátil) e os sentidos semióticos, ou seja, aquelas imagens que cada observador evoca em sua memória e junto à imagem diante de seus olhos no presente, atualiza os sentidos, assim como um rio que aparentemente é igual, mas por onde jamais passa a mesma água.

Eis aí seu aspecto de choque e de formação, seu poder de morfogênese e de "novidade" sempre inacabada, sempre aberta, como diz tão bem. Walter Benjamin. E nesse conjunto de imagens "em via de nascer", Benjamin não vê ainda senão ritmos e conflitos: ou seja, uma verdadeira dialética em obra. (DIDI-HUBERMAN, 1998, p.171)

Benjamin diz que somente a imagem dialética pode ser considerada autêntica, pois trata-se de uma imagem que critica ao causar estranhamento e, conseqüentemente, força quem a contempla a olhá-la verdadeiramente. E, por esse motivo, olhando para as fotografias abaixo encontramos certa similaridade de posturas, estilo de trajés e endereço. A fotografia do casal de blogueiros foi feita defronte a residência onde residia a família Tomazzini (esquerda). As pessoas de ambas as fotos caminharam repetidas vezes por essa rua, assim como olharam para a mesma casa em algum momento. Passado e presente estão juntos em alguma temporalidade atualizada na imagem técnica.

Figura 30 – Dissecação 6



Fonte: Elaborado pela autora

O centro histórico e o espumante contribuíram para que o Garibaldi Vintage tenha se consolidado como uma festa popular, no entanto, outros simbolismos colaboram. A Serra Gaúcha possui um histórico de apoio aos governos de direita. Em 2022, Jair Bolsonaro (PL) foi o candidato mais votado para a Presidência da República em Garibaldi. Ele recebeu 16.455 votos, o equivalente a 75,81% do total da cidade. Nestas noites em que os moradores e turistas lotam a Buarque de Macedo, o lema *Deus, pátria e família* é revivido nostálgicamente por quem exalta valores políticos, sociais e religiosos conservadores; um tempo em que tudo era considerado melhor, pacífico e ordeiro. Por outro lado, a festa também agrada intelectuais ou quem pelo menos assistiu alguns filmes hollywoodianos e *western spaghetti*. A memória surge como um recurso simbiótico, carregando o presente de novos significados.

5.3 Dissecando a Mimetização do Frio

Havia uma estética que parecia mesmo unificar os brasileiros, uma estética para a qual nós, do extremo sul, contribuíamos minimamente; havia uma ideia corrente de brasilidade que dizia muito pouco, nunca o fundamental de nós. Sentíamos-nos os mais diferentes em um país de diferenças. Mas como éramos? De que forma nos expressávamos mais completa e verdadeiramente? (RAMIL,2003, p.14).

A autoproclamada “Europa brasileira” atrai pelas paisagens, gastronomia, cultura e peculiaridades de um povo que sente orgulho de se considerar diferente do restante do país, talvez por suas raízes europeias e tradicionalismo. De fato, a possibilidade de presenciar a precipitação de neve é um dos motivos que mais leva pessoas a Gramado. Ver esse fenômeno também habita o inconsciente dos moradores da região. A diferença é que esses sabem que neve abundante, por aqui, é rara e não necessariamente privilegia Gramado e Canela.

Consumir imagens técnicas sobre essa Serra estereotipada é algo que se repete a cada ano na rotina de um espectador de televisão, o que atualmente se estende para outras mídias. A pauta sobre alguns poucos flocos caindo sobre os carros sempre causou admiração e movimentação econômica, mas de vez em quando

a natureza favorece para que a neve realmente mostre seu poder de comoção. Em 20 de agosto de 2020, uma forte massa de ar frio pintou de branco diversas cidades da região, incluindo Gramado, para a festa dos turistas.

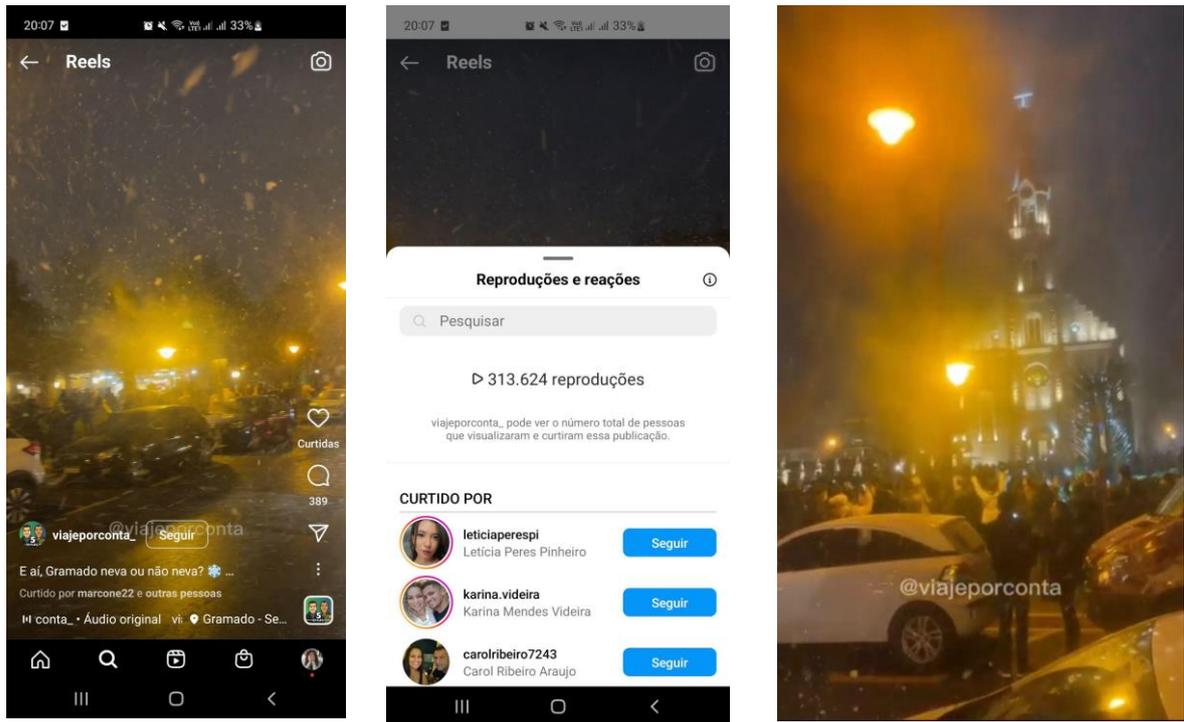
Um dos vídeos mais visualizados sobre esse tema no *Reels* do Instagram é bem simples. Trata-se de um giro de quase 360° mostrando a alegria e a emoção de quem presenciou aquele evento, embalado por uma trilha. Ao dizer que “o frio geometriza as coisas”, Ramil abre para a reflexão: o frio reduz as coisas, não só em seus efeitos físicos como metafóricos. De repente, um estado vasto e miscigenado se esconde propositalmente, e também por consequência das narrativas, por detrás de uma característica climática.

Na busca de relações com nosso problema de pesquisa, recorreremos ao raciocínio bergsoniano que associa a memória e a seleção das imagens, organizadas em nosso banco de dados: a mente. O consumo de imagens técnicas que mostram a neve caindo sobre Gramado, formam uma percepção de mundo e antecipam as experiências sensoriais que virão.

As imagens que nos cercam parecerão voltar-se em direção a nosso corpo, mas desta vez iluminada a face nos interessa; elas destaca de sua substância o que tivermos retido de passagem, o que somos capazes de influenciar. (BERGSON, 1999, p. 34)

Basta um aparelho celular e uma conta no *Instagram* para que a cena da neve seja registrada com intuito de representar as referências da memória. Para Flusser (2008), o caráter aparentemente não-simbólico dá a impressão de que as imagens técnicas não passam de uma continuidade do olhar, quando na verdade são a expressão de um imaginário cultural carregado de narrativas estabelecidas sobre o que é neve na Serra Gaúcha.

Figura 31 – Dissecação 7



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 32 – Dissecação 8



Fonte: Elabora pela autora

A audiência do vídeo traz reflexões sobre o impacto dessa criação nas memórias de quem visualizou, pois conflita com a lógica. Por que um *Reels* simples se torna preferido em comparação a outros que usaram edições elaboradas em aplicativos externos? Se somos guiados pela memória e os sentimentos que surgem quando vemos determinadas imagens, logo, não é a técnica que provoca o sucesso da preferência, mas talvez a combinação seja mais eficiente para essa finalidade.

O que se observa é que o *Instagram* apresenta os vídeos em um dos formatos e modos mais contemporâneos de nossa época, seguindo as tendências introduzidas pelo aplicativo TikTok. Sendo narrativa ou apenas uma soma de dados, o conteúdo gerado continua a flertar com formatos de mídias clássicas como o cinema, por exemplo. Um vídeo de 15 segundos pode apresentar diversos elementos de um filme como trilha sonora, filmagem em estilos diversos como *travelling*, câmera na mão, zoom in, entre outras, além de transições e efeitos especiais. Quando um usuário do *Instagram* assiste a um vídeo após o outro, na sequência que o formato *Reels* se propõe, acaba consumindo uma colcha de retalhos fílmicos não-linear, em que todos estão interligados, mas não precisam um do outro para fazer sentido.

O formato não é novidade. Em 1929, Dziga Vertov lançou o filme *O Homem com uma Câmera*. Trata-se de uma sequência nada lógica de imagens captadas em Moscou, Kiev e Riga, e tampouco se configura com uma narrativa linear. Se dá exatamente como a visualização dos *stories* ou os vídeos de *Reels* do *Instagram*: vídeos curtos e independentes, sem relação com os demais.

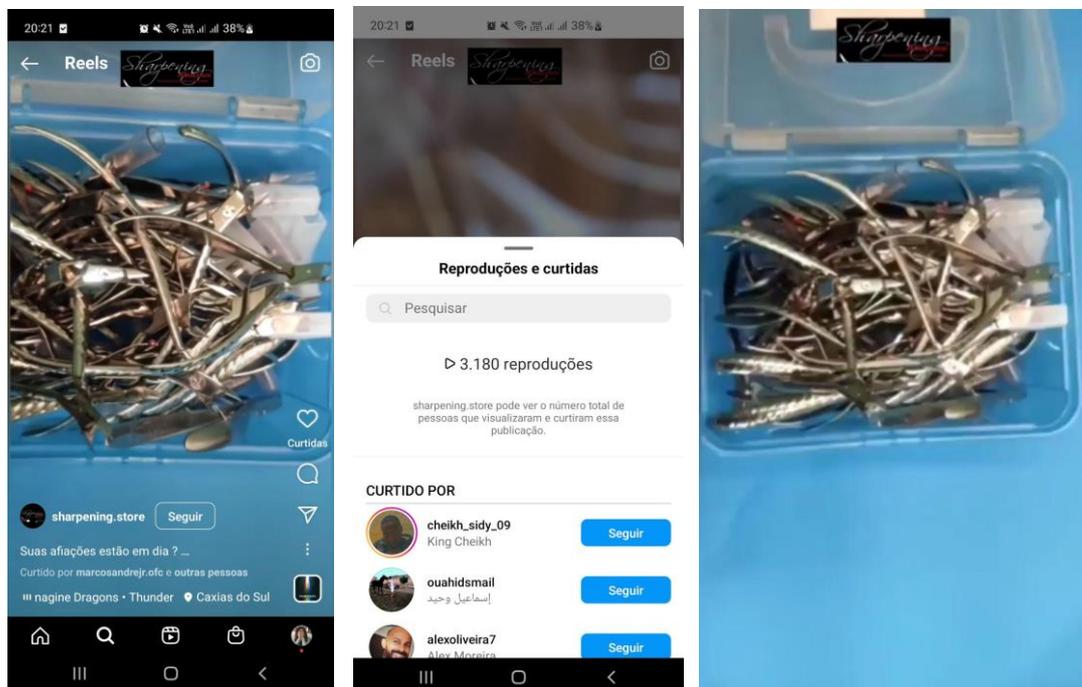
5.4 Dissecando As Diferenciações

A última dissecação compõe a constelação de diferenciações que não condizem com os resultados costumeiros encontrados quando fizemos buscas com as hashtags relacionadas à Serra Gaúcha. Nesse grupo, enquadrámos vídeos que se destacam por não trazerem significados específicos sobre o tema central, mas que ainda assim são indicados por razão do algoritmo.

Um dos vídeos com mais visualizações foi postado no @sharpening.store, da empresa Sharpening Afições. Foram mais de 3 mil reproduções para visualizar uma câmera em plongée que se movimenta até perder o foco em meio a muitos alicates de unha e ao retroceder o percurso, mostra o resultado das ferramentas embaladas e organizadas lado a lado. A edição encerra com um fundo preto opaco que contrasta com a logomarca e um rodapé em azul.

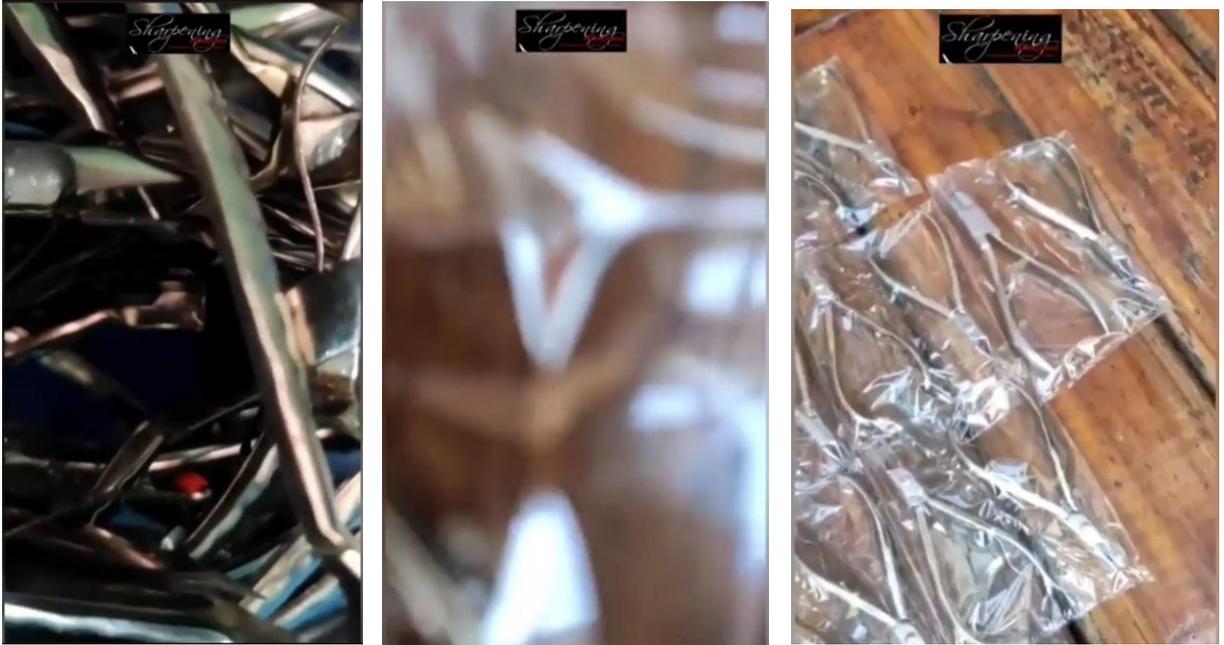
Como afirma Deleuze (2006), a intuição é um método que se distingue pela capacidade de encontrar similaridades, bem como diferenciações em meio a duração. No caso desse vídeo, o conflito está principalmente em ir contra a corrente do algoritmo, chamando atenção por estar contido dentro de um nicho massificado por imagens técnicas de construtos de Serra Gaúcha cristalizados pelo turismo. Não significa que são imagens falsas, pelo contrário, também são representações existentes dentro de uma ecologia audiovisualizada da Serra Gaúcha, no entanto não é comumente esperado encontrar ao pesquisar pela #serragaucha.

Figura 33 – Dissecção 9



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 34 – Dissecação 10



Fonte: Elaborado pela autora

O trabalho de dissecação consiste justamente em retirar as imagens da obviedade e considerar seus traços de diferenciação, proporcionando uma reflexão sobre a produção de sentidos imbricada pelo processo de seleção do *software* e, depois, pelo filtro do usuário do Instagram. Esse estranhamento que leva o pesquisador a considerar o vídeo passível de diferenciação provém de sua falta de referências tecnoculturais na construção do próprio imaginário da Serra Gaúcha. As imagens-lembranças estão intimamente ligadas aos conflitos internos e externos acionados no ato de observar as tesouras de cutículas audiovisualizadas. Tal resultado contrapõe os sentidos conceituais e estéticos pré-estabelecidos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao final da dissertação com a certeza de termos aberto muitas rotas possíveis. A audiovisualização da Serra Gaúcha é um tema desafiador, que nos provoca a ir além do discurso propagandeado. Quando nos propomos compreender o problema da pesquisa (*Quais sentidos são gerados pela audiovisualização da Serra Gaúcha nos Reels do Instagram?*), deixamos a intuição nos guiar e, assim, tivemos acesso a materiais que se revelaram um após o outros, feito frames de um vídeo.

Nossos esforços foram direcionados para encontrar sentidos gerados por essa audiovisualização cada vez mais crescente de um território que tem povoado o imaginário daqueles que nele residem, assim como quem o visita. Dessa forma, assumimos o compromisso de primeiramente deixar de lado o olhar viciado de quem vive a Serra Gaúcha, o que aos poucos foi se mostrando uma experiência para a pesquisadora. De repente, as certezas sobre o lugar começaram a desmoronar e muitas perguntas passaram a indicar a direção para as respostas. Permitimos vagar como flâneur, sem o olhar viciado de outrora, como quem perambula despreocupado, deixando-se guiar por uma coleção de símbolos para aos poucos ir encontrando conexões.

O laboratório foi o *Instagram*. Ali começamos a olhar para os detalhes da tela que geralmente passam despercebidos: ícones desenhados, números de curtidas, nome da trilha, música, comandos de ação, legendas, camadas de diferentes *softwares* e, finalmente, a imagem que rouba a atenção e torna o restante meros coadjuvantes.

Respondendo o problema central, recorreremos a Flusser (2007) para lembrar que vivemos uma realidade formatada por imagens técnicas que retroalimentam o sistema. É a técnica que permite dar forma a cultura de um povo, dando contornos à sua expressividade e deixando rastros para a perpetuação de sua história. Quando a cultura vira matéria-prima do *software*, nasce uma expressividade no imaginário tecnocultural. A Serra Gaúcha é mais que ângulos mostrando o nevoeiro, gastronomia, casais apaixonados no Lago Negro (Gramado) ou um gaúcho pilchado servindo chimarrão. A Serra Gaúcha se apresenta no ritmo em que a memória vira matéria-prima para imagens técnicas potencializadas pelo *software*. O resultado é a

produção potencializada de vídeos com resquícios de memória cinematográfica e televisiva.

Em busca de respostas sobre quais sentidos são gerados pela audiovisualização da Serra Gaúcha nos *Reels* do *Instagram*, lembramos da análise de Didi-Huberman (1998) sobre as imagens que olhamos e que nos olham. Ocorre uma certa simbiose de significados nessa relação e nenhum dos lados é passivo. As imagens capturam o olhar, informam, são armazenadas no subconsciente e são fonte de produção de novas imagens que atualizam os significados. Esse imaginário Serrano é alimentado constantemente pela memória e abre espaço para novas narrativas jamais imaginadas. As redes sociais apresentaram uma maneira de narrar o mundo que somente as mídias tradicionais podiam fazer. Por essa geração de produtores de conteúdo ter crescido consumindo televisão e cinema, as referências de estilo e design memorizados conduzem a técnica.

Uma certa margem é, portanto, necessariamente deixada desta vez à fantasia; e, se os animais aproveitam muito dela, cativos que são da necessidade material, parece que o espírito humano, ao contrário, lança-se a todo instante com a totalidade de sua memória de encontro à porta que o corpo lhe entreabrir: daí os jogos da fantasia e o trabalho da imaginação (BERGSON, 1999, p 203)

Também chegamos ao final da dissertação com uma consciência expandida sobre como se deu a construção imagética da Serra Gaúcha desde a sua formação sociocultural. Para isso, investigamos sobre como se apresentaram as imagens técnicas ao longo dos últimos 150 anos e compreendemos que muitos imigrantes europeus ficaram encantados pelas imagens que viram sobre a *cucagna* (terra prometida), pelos significados que elas despertaram e as expectativas geradas.

Com o passar da organização social, os preceitos católicos deram contornos aos significados da Serra Gaúcha em colônias italianas, enquanto o mesmo era feito pelo protestantismo nas colônias alemãs. Esse modo de ser da Serra Gaúcha foi se moldando ao tempo, mas carregando consigo pistas da imagem dialética. Todas as coleções nos apresentaram descobertas valiosas, mas, em especial, o Garibaldi Vintage se mostra um laboratório a céu aberto em potencial para pesquisar a imagem

dialética. Benjamin (1989) dava a esse conceito o poder de provocar a lembrança sem permitir a imitação, pois o que se vê é uma imagem fragmentada, polarizada entre o pretérito e o agora. Assim como ressalta Rouanet (1981), esse evento se parece como um sonho, cujas imagens carregam a aspiração de felicidade, onde o homem deixa-se acionar pela memória e revive os momentos nostálgicos de felicidade.

Outro ponto que nos despertou interesse foi olhar para além dos vídeos e perceber que há muito mais. O *software* possui seu modo de ser e de organizar esse banco de dados (e o usuário de *Instagram*). Tudo parece fazer parte, mas ainda assim são concebidos separadamente. O ecossistema do *Reels* do *Instagram* reúne um vasto arsenal de imagens técnicas que seguem se multiplicando, seja pela inserção de novos vídeos ou pelo *remix*.

O audiovisual do *Instagram* se configura como um conjunto de elementos onde o vídeo também é importante, mas não único. O audiovisual, nesse caso, ganha vida dentro do *software* por seu motor de busca (*hashtag*) e seu produtor (usuário criador de audiovisual e inquilino de uma conta do *Instagram*). Esse modo de ser e estar do vídeo responde a imagicidade do meio, descrito por Eisenstein. De fato, essa qualidade é maior que o meio e carrega consigo vestígios culturais e cotidianos, seguindo uma tendência a atualizar seus significados neste ambiente virtual.

Em possíveis trabalhos futuros, espera-se aprofundar a pesquisa e focar mais especificamente nos sentidos dialéticos e auráticos que o evento Garibaldi Vintage evoca por meio de suas imagens técnicas. Como mencionado anteriormente, trata-se de um interessante sítio arqueológico imagético com vias de revelar as raízes mais escondidas de Serras Gaúchas escondidas sob vestígios da memória, da temporalidade, camadas e simbologia.

REFERÊNCIAS

BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna**. Trad. Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

BERGSON, Henri. **Memória e Vida; textos escolhidos por Gilles Deleuze**. 2 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

BERGSON, Henri. **Matéria e Memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. Tradução de Paulo Neves. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BENEDUZI, Luís Fernando. Mal di Paese: **As Reelaborações de um Vêneto Imaginário na Ex-Colônia de Conde D'eu (1884-1925)**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica**. In Os pensadores XLVIII. São Paulo: Editora Abril, 1975.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BITTENCOURT, Pedro de Alcântara César; BRAMBATTI, Luiz Ernesto, Marchesinic; ZATTERA, Thaise **O papel da ferrovia na definição do território turístico e da hospitalidade: um estudo sobre o Hotel Veraneio Desvio Blauth (farroupilha/RS)**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2019.

BRAMBATTI, Luiz Ernesto. **Racionalização, Cultura e Turismo em Meio Rural na Serra Gaúcha**. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. – UFRGS. 2005.

CINQUANTENARIO DELLA COLONIZZAZIONE ITALIANA NEL RIO GRANDE DEL SUD. Porto Alegre: Posenato Arte e Cultura, 2000.

COSTA, Rovílio; DE BONI, Luis Alberto. **Os italianos do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Est Edições, 2011.

COSTA, Rovílio; DE BONI, Luis Alberto; SALVAGNI, Nilo; Grison, Élyo Caetano. **As Colônias Italianas Dona Isabel e Conde D'Eu**. Porto Alegre: EST Edições, 2016.

CHUN, Wendy Hui Kyong. **On software, or the persistence of visual knowledge**. *grey room*, n. 18, p. 26-51, 2005.

DA SILVA, Alexandre Rocha. **Semiótica e audiovisuais: ensaio sobre a natureza do fenômeno audiovisual**. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 9, n. 3, p. 145-154, 2007.

DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Felix. **Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia**. Rio de Janeiro: ed. 34, 1995

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. São Paulo: Ed 34, 1999

DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 2006

DELEUZE, Gilles. **Cinema – a imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1983

DELEUZE, Gilles. **A ilha deserta**. São Paulo: Iluminuras, 2005

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 1998.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, Vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

FAUSTO, Bóris. **História do Brasil**. 8 ed. São Paulo: EDUSP, 2000.

FISCHER, Gustavo Daudt. **Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisuais**. In: KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo Daudt (orgs.) *Para entender as imagens: como ver o que nos olha?*. Porto Alegre: Entremeios, 2013. P. 41-54.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. Org Rafael Cardoso. São Paulo: Coasac Naify, 2007.

_____. Filosofia da caixa preta. São Paulo: Relume Dumará, 1985.

FRIGHETTO, Frei Hilário. **Italianos no Borghetto em Garibaldi e no RS**, 2007.

GILLONNAY, Bruno de. **A Igreja e os Capuchinhos do Rio Grande do Sul: correspondência – 1895 – 1909**. Frei Bruno de Gillonnay. Porto Alegre: EST Edições, 2007.

HUHTAMO, Erkki; PARIKKA, Jussi. **An archaeology of media archaeology**. In: Media archaeology: approaches, applications and implications. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press, 2011. p. 1-21.

KILPP, Suzana. **Imagens conectivas da cultura**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 17, n. 3, p. 181-189, 2010.

KILPP, Suzana. **Tele-visões em interfaces contemporâneas**. Revista Famecos, v. 25, n. 3, p. ID28757-ID28757, 2018.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MANOVICH, Lev. **The algorithms of our lives**. The Chronicle of Higher Education, v. 60, n. 16, 2013.

MANOVICH, Lev. **Banco de dados**. Revista ECO-Pós, v. 18, n. 1, p. 7-26, 2015.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1999.

_____. What Comes After *Remix*?. 2007a. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix>>. Acesso em: 26 mar.2023.

_____. Information as an Aesthetic Event. 2007b. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/information-as-an-aesthetic-event>> . Acesso em: 26 mar. 2023.

NEUMANN, Rosane Marcia. **Imagens das colônias da empresa de colonização Meyer no Rio Grande do Sul, 1906**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2007.

RANCIÈRE, Jacques. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

RAMIL, Vitor. **A estética do frio**, Pelotas, 2003.

RIBEIRO, Cleodes Maria Piazza. A celebração da festa: conhecer e de dar a conhecer a própria identidade. Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de São Carlos, 1998.

ROUANET, Sergio Paulo. **Édipo e o anjo: itinerários freudianos em Walter Benjamin**. Vol. 63. Edições Tempo Brasileiro, 1981.

SANTAELLA, Lucia; RIBEIRO, Daniel Melo. **A arqueologia benjaminiana para iluminar o presente midiático. Comunicação, mídias e temporalidades**. Brasília: EDUFBA, 2017.

TOMAZZONI, Edegar Luis. **Análise do discurso turístico da Serra Gaúcha. Em Questão**. 2006, 12 (2), 339-365. ISSN: 1807-8893.

ZOTTIS, Alexandra Marcella; BERND, Zilá. **A invenção da imagem turística da Serra Gaúcha: relações de memórias e identidades através da gastronomia e das festas temáticas**. Sefic 2016, 2017.