
Pequenas Cidades Fluminenses: a Construção do Lugar através do Instagram¹

Thais NASCIMENTO²

Rebeca Jasmine Isidório BUENO³

Daniel Assumpção Rosina DE FARIA⁴

Universidade Federal Fluminense, Campos dos Goytacazes, RJ
Centro Universitário Fluminense – UNIFLU, Campos dos Goytacazes, RJ

RESUMO

Este ensaio procura analisar como os moradores de pequenas cidades fluminenses, sendo Rio das Flores e Laje do Muriaé as cidades escolhidas para o recorte deste estudo, usam o instagram para contribuir para a formação do sentido de lugar e suas paisagens a partir de suas experiências vividas neles, por meio de publicações em que retratam diversos lados da cidade, como seus espaços físicos e história de formação. O método de análise utilizado é o da Laurence Bardin de análise de conteúdo, onde o principal objetivo é ter uma visão crítica do material coletado, usando tanto uma abordagem qualitativa quanto quantitativa para isso. Edward Relph, Yi-Fu Tuan, Michel de Certeau e Anne Buttimer são os principais autores usados para pensar o conceito de lugar e contribuir para os estudos acerca de pequenas cidades.

PALAVRAS-CHAVE: lugar; pequenas cidades; instagram.

Introdução

No estado do Rio de Janeiro apenas seis municípios possuem população com menos de 10 mil habitantes, selecionamos dois deles para o recorte deste estudo: Rio das Flores e Laje do Muriaé. Analisaremos como os moradores dessas pequenas cidades fluminenses constroem o sentido de lugar através de publicações na rede social Instagram.

Elegemos um perfil de instagram referente a cada uma das cidades a serem analisadas e observamos que são perfis criados pelos moradores locais para retratar a cidade: seus espaços físicos, eventos, história de formação, comidas típicas e tudo relacionado a ela. Publicar fotos e informações da cidade contribui para a formação da identidade desses lugares de uma forma que os grandes meios de comunicação não fazem,

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Centro Universitário Fluminense – UNIFLU, Mestre em Sociologia e Antropologia pelo PPGSA-IFCS-UFRJ, e-mail: nascimentoth@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 3º semestre do curso de bacharel em Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense - UFF, e-mail: rjasmine@id.uff.br

⁴ Estudante de Graduação 3º semestre do curso de bacharel em Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense - UFF, e-mail: dfaria@id.uff.br

uma vez que os centros noticiosos estão geralmente localizados em cidades maiores, com maior relevância cultural e econômica, o que reduz a produção de notícias nessas pequenas cidades (DEOLINDO, 2018).

As pequenas cidades, porém, desejam se estabelecer como um lugar que é centro de significados e traz consigo uma rede de relações humanas repletas de identidade e emoções comuns, ou seja, cada cidade é uma entidade única, portadora de história e sentido. Para discutir o lugar como centro de significados, dialogaremos com o geógrafo Yi-Fu Tuan e sua abordagem humanista que deseja saber como o sentido de lugar é criado de acordo com a qualidade do pensamento e da emoção dos moradores locais (DEOLINDO et al: 2019; TUAN: 1975). Também trazemos para a discussão a geógrafa humanista Anne Buttmer (2015) que estabelece o lugar como profundamente interligado à identidade do indivíduo.

Os perfis de instagram das pequenas cidades trazem relatos dessas experiências que exprimem as identidades locais. Michel de Certeau (2004) escreveu que os relatos atravessam e organizam lugares, tornando-os frases e itinerários. Para o autor, os relatos são percursos de espaços. Através dos conceitos de espaço e lugar do autor supracitado, utilizaremos a metodologia da análise de conteúdo criada por Lawrence Bardin (1977?) com o objetivo de verificar como os perfis dessas cidades espelham sua condição de lugar. Ou, usando as palavras de Certeau, entender como os relatos nos perfis de instagram organizam os lugares das cidades.

Relatos Instagrâmicos e Construção da Identidade do Lugar

Fernandes (2018) aponta a importância dos estudos urbanos sobre pequenas cidades ressaltando que elas não estão isoladas na rede urbana do Brasil, mas se articulam com outras cidades e tomam parte do modo de produção capitalista e da globalização, com as glórias e os problemas desses fenômenos. Segundo o autor, 45,2% dos municípios brasileiros têm até 10 mil habitantes, sendo apenas seis no estado do Rio de Janeiro. Dessas, Rio das Flores e Laje do Muriaé foram selecionadas para o recorte desse estudo.⁵

⁵ É importante ressaltar que tal recorte não exclui a importância de analisar as outras pequenas cidades fluminenses, o que inclusive pretendemos realizar em trabalhos futuros, visto que esse artigo se insere numa pesquisa mais ampla junto a outros pesquisadores sobre pequenas cidades fluminenses, comunicação e desertos de notícia.

Segundo o IBGE⁶, Rio das Flores possui uma população residente estimada para 2020 de 9.344 habitantes, enquanto Laje do Muriaé conta com uma estimativa de 7.326 habitantes.

Yi-Fu Tuan (1975, p. 152, livre tradução) diz que “lugar é um centro de significado construído pela experiência”. Relph (1997) explica que o sentido de lugar é formado entre as características objetivas dos ambientes e as experiências subjetivas específicas deles. “Do ponto de vista objetivo, o lugar é considerado uma localização ou um conjunto de relações compartilhadas; do ponto de vista subjetivo, o lugar é um território de significados e símbolos” (RELPH, 1997, p. 5).

O lugar, para Yi-Fu Tuan (1975), “encarna a experiência e aspirações das pessoas” (DEOLINDO et al, 2019, p. 4), sendo possível ao pesquisador observar a perspectiva dos sujeitos que lhe dão sentido para que se possa classificar e compreender o lugar. Tuan (1975) afirma que para a maior parte das pessoas no mundo moderno, os lugares estão construídos numa certa gama de experiência. Tal gama de experiência é formada pelos cheiros do lugar, pelas sensações de temperatura climática durante as estações do ano, pelas cores, pela experiência visual que se tem dele... Sensações individuais e subjetivas que também são valorizadas por Anne Buttimer (2015), que está preocupada “em produzir um pensamento crítico-analítico para abordar experiências vividas – no lugar” (DEOLINDO et al, 2019, p. 6).

A relação do homem com o lugar possui vínculos emocionais e culturais. Para entender melhor esse relacionamento, Buttimer (2015) propõe que se compreenda o lugar para entender a auto-identidade. Deolindo et al. (2019) explica que a construção do lugar e do seu sentido ocorre no tempo. Este é necessário para que os moradores do lugar possam incutir nele as mudanças que vão lhe proporcionar “personalidade”.

Ao falar sobre o sentido de lugar, Edward Relph (1997, p. 2) explica que o conceito “é antes de tudo uma faculdade inata, possuída em algum grau por todos, que nos conecta ao mundo”, porém o sentido de lugar pode ainda ser desenvolvido através de nossas experiências ambientais, podendo ser compreendido como uma habilidade aprendida pelas tradições transmitidas por uma geração à seguinte na vivência cotidiana do lugar.

“Para os geógrafos, os lugares são aspectos da vida humana que carregam consigo todas as esperanças, realizações, ambiguidades e até horrores da existência. Eles veem o sentido de lugar como um fio que liga cada um de nós

⁶ O Censo mais recente data de 2010, porém em <https://cidades.ibge.gov.br/> há a indicação do contingente populacional estimado para cada cidade em 2020.

ao nosso ambiente e como uma forma aprendida de compreender em algum lugar em seus próprios termos. Como forma de conexão ambiental, o senso de lugar é existencial e político. Como uma habilidade geográfica aprendida, requer observações cuidadosas e críticas de lugares e o reconhecimento de que as aparências superficiais podem revelar tradições culturais compartilhadas ou disfarçar injustiças profundas. Na verdade, o desejo político de pertencer a algum lugar e de participar de suas tradições pode alimentar tentativas de exclusão sistemática de todos aqueles que se acredita não pertencerem a ele” (RELPH, 1997, p. 3, livre tradução).

Valendo-se de conceitos geográficos para falar da aventura de atravessar, contar e registrar o cotidiano, Certeau (2004, p. 201) assume que “um lugar é a ordem [...] segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência”. É onde impera o único, o próprio, o peculiar que define e distingue. Espaço, por sua vez, é considerado pelo autor como “um lugar praticado” (CERTEAU, 2004, p., 202) por aqueles que ali vivem, transitam, significam.

Este trabalho analisa imagens produzidas e veiculadas por perfis “da cidade” sobre a cidade, imagens estas que ressaltam aspectos locais muito específicos, como veremos mais adiante durante a análise. São o que Certeau (2004) chama de “relatos de espaço”: narrativas que percorrem e atravessam o lugar, selecionando e reunindo o que julgam ser relevante mostrar, ajudando a organizá-lo em um “lugar textual”.

“Os relatos efetuam portanto um trabalho que, incessantemente, transforma lugares em espaços ou espaços em lugares. Organizam também os jogos das relações mutáveis que uns mantêm com os outros. São inúmeros esses jogos [...] Seria possível uma tipologia de todos esses relatos, em termos de identificação de lugares e de efetuações de espaços. Mas, aí encontrar os modos segundo os quais se combinam essas distintas operações, precisa-se ter critérios e categorias de análise – necessidade que reduz aos relatos de viagem os mais elementares” (CERTEAU, 2004, p. 203).

Esses textos imagéticos, portanto, descrevem a cidade. Essa descrição, que como já dissemos, seleciona, enquadra, demarca, acaba por gerar mapas e indicar percursos — “duas linguagens simbólicas e antropológicas do espaço. Dois pólos da experiência” (CERTEAU, 2004, p. 204-205). O primeiro, segundo o autor, é uma anotação a ser lembrada e indicativa do segundo, que é a ação a ser feita ou o percurso a ser realizado. Assim, ao representarem e mapearem os pontos estratégicos ou memoráveis da cidade, essas imagens do Instagram que levam o nome das cidades estudadas serviriam para indicar como e onde o cidadão e os visitantes, de perto ou de longe, operariam seu cotidiano, repleto de laços de afeto e de vínculos vitais. “De uma geografia estabelecida,

[...] os relatos cotidianos contam aquilo que, apesar de tudo, se pode aí fabricar e fazer. São feitura de espaço” (CERTEAU, 2004, p. 207).

As cidades pequenas são a maior parte das cidades brasileiras (IBGE, 2010), mas muitas vezes carecem de equipamentos jornalísticos e midiáticos que representem seus acontecimentos e dilemas do cotidiano (PROJOR, 2021) e, em mais larga medida, colaborem para que esses lugares entrem no fluxo e contra-fluxo de informações que se estabelecem no mundo e que conectam nossas existências. Ainda que perfis de Instagram como os que aqui vamos estudar, não tenham necessariamente narrativas noticiosas, ao incluírem relatos multitextuais na web, usando um aplicativo com alto potencial de visibilidade em rede em diversas partes do mundo, apesar das restrições algorítmicas, eles são “fundadores de espaço” (CERTEAU, 2004, p. 209). Inscrevendo-os na existência midiática, articulando a linguagem e a memória na mesma frequência de seus usuários, esses perfis praticam o lugar e convocam à mesma prática aos seus seguidores, não raro “[marchando] à frente das práticas sociais para abrir-lhes um campo” (CERTEAU, 2004, p. 211).

Análise de Conteúdo dos Perfis de Instagram

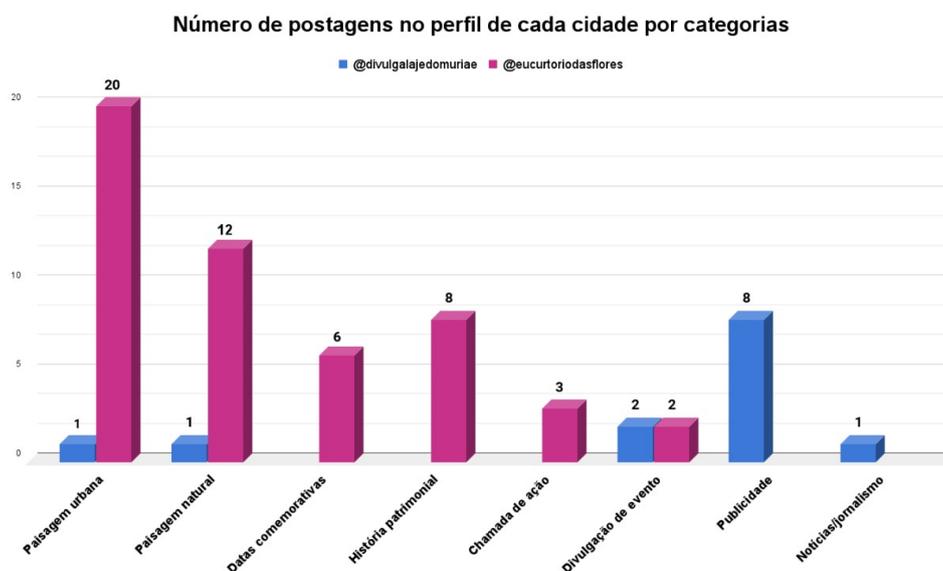
Para Certeau (2004) os relatos são organizadores do lugares pelos deslocamentos que “descrevem”, numa metáfora física da descrição de uma curva. Para entender tais deslocamentos, realizaremos a análise dos perfis de Instagram das cidades selecionadas utilizando a metodologia da análise de conteúdo, engendrada por Laurence Bardin (1977?). Trata-se de uma análise tanto quantitativa, pois avalia a frequência com que aparecem determinadas características do conteúdo, quanto qualitativa, ao determinar a presença ou a ausência de características de um dado fragmento. A metodologia usa a inferência para esclarecer as causas da mensagem ou as consequências que ela pode provocar.

Para realizar uma análise de conteúdo é necessário passar por três etapas: pré-análise, exploração do material e interpretação. Na etapa da pré-análise realizamos a coleta dos dados em cada perfil de instagram selecionados para o estudo das cidades. Essa coleta seguiu as regras que Bardin (1977?) enumerou: a exaustividade, que diz para considerar todos os elementos encontrados nos perfis de nossa amostragem; a representatividade, utilizada em caso do material selecionado ser muito extenso e, portanto, retirando-se uma amostra que seja representativa da seleção inicial; a

homogeneidade, isto é, a adoção de critérios homogêneos que não seja discrepantes entre um material e outro; e a pertinência, ou assegurar-se de que o material selecionado é adequado, enquanto fonte de informação, para atender aos objetivos da análise.

Para cada uma das cidades estudadas, escolhemos um perfil de instagram que fosse representativo para analisar. Os perfis deveriam ter o nome da cidade no @ da rede social e posts que mostrassem os lugares das cidades. Assim, das duas cidades estudadas nesse trabalho, obtivemos os perfis @divulgalajedomuriae da cidade de Laje do Muriaé e em Rio das Flores o perfil @eucurtorioidasflores. Os dados coletados são de julho de 2021 e, seguindo os critérios de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência de Bardin, chegamos ao seguinte resultado em números e categorias de postagem:

Figura 1 - Gráfico quantitativo de postagens no perfil de cada cidade por categorias



Fonte: elaborado pelos autores.

Analisamos tanto as imagens postadas quanto as legendas que as acompanhavam com o objetivo de verificar como os perfis dessas cidades espelham sua condição de lugar, seja através das paisagens, de dizeres ou de elementos que os moradores desejam enfatizar. Por esse motivo, alguns posts se encaixaram em mais de uma categoria ao mesmo tempo.

Aqui estamos expondo as categorias já em união com a segunda fase da análise de conteúdo: a exploração do material, ou o momento de segmentar o material coletado para facilitar a análise, através de operações de codificação de acordo com as regras

previamente formuladas (Bardin, 1977?). Este processo permite a junção de um número significativo de informações organizadas em duas etapas: inventário (no qual se isolam os elementos comuns) e classificação (no qual se dividem os elementos, organizando-os). É importante lembrar que estamos analisando as representações das cidades numa rede social, logo consideramos importante estabelecer categorias referentes aos metadados do instagram, como número de posts com hashtags e com geolocalização:

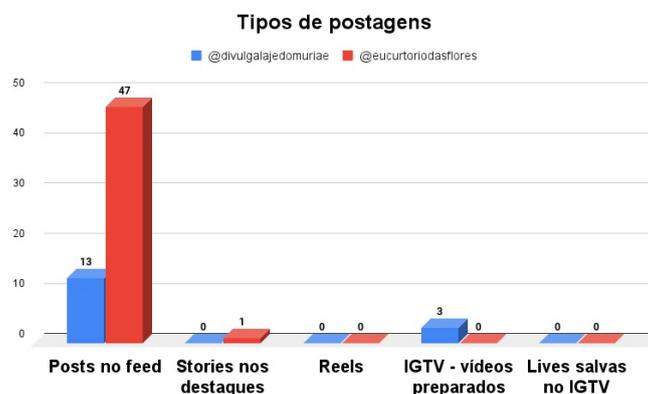
Figura 2 - Tabela de metadados

	Número total de posts	Posts que usam hashtags	Posts que usam geolocalização
Laje do Muriaé	13	2	5
Rio das Flores	47	40	46

Fonte: elaborado pelos autores.

O Instagram é uma rede social que funciona através de um aplicativo para telefones celulares. A rede existe desde 2010 e nela são compartilhadas fotos e vídeos dos usuários em diversos formatos (Duarte, 2019): as publicações do Feed, que podem ser em foto ou vídeos de até 1 minuto, e os Stories, que permitem o compartilhamento rápido de momentos do dia a dia (em fotos ou vídeos de 15 segundos), são as tipos de posts mais utilizados pelos perfis analisados. Os Stories geralmente têm duração de 24 horas, mas podem ser salvos em Destaques que ficam acessíveis no perfil do usuário. O IGTV permite a publicação de vídeos mais longos. Com relação aos tipos de postagens, observamos o seguinte:

Figura 3 - Gráfico de tipos de postagens em cada perfil



Fonte: elaborado pelos autores.

A última fase do processo de análise de conteúdo é a interpretação, que consiste em analisar todo o conteúdo já categorizado, correlacionando o material com o referencial teórico, para que dessa forma tenha um resultado do estudo.

Análise de Laje do Muriaé

Laje do Muriaé, @divulgalajedomuriae, conta com 13 publicações, 179 seguidores e 251 seguindo. A descrição da bio diz: “O objetivo é divulgar as coisas boas de nossa cidade e as coisas ruins tbm para saber a opinião dos nossos munícipes! Se quer ser divulgado chama aq!”

Figura 4 - Tela inicial (ou bio) do perfil de instagram de Laje do Muriaé



Fonte: <https://www.instagram.com/divulgalajedomuriae/>

O perfil não costuma ser atualizado com frequência e não tem um objetivo único, contando com publicações que vão desde fotos da natureza até publicidade. O administrador utiliza vídeos para promover eventos e comércios locais, com linguagem descontraída e chamativa para atrair os moradores.

A primeira postagem da conta foi em 6 de março de 2021, é o Brasão do local, não há legenda alguma acompanhando a imagem, também é a mesma foto que identifica o perfil. Dessa forma, o administrador demonstra um apego pelo lugar, além de permitir a identificação de outros moradores com o perfil. A única informação atribuída à postagem é uma hashtag com o nome de usuário da conta.

O último post foi dia 20 de maio de 2021, é uma propaganda do comércio local, um vídeo simples de seis segundos de duração com uma música de fundo, sobre a venda de produtos alimentícios. A seguinte descrição é feita: “Os melhores produtos vc encontra aqui, só chamar nosso amigo @pedro.nettoc !!!”. A postagem mostra alguns alimentos como suco, banana e tomate sobre a mesa, como foco do vídeo, o que evidencia a tentativa do administrador tornar seu conteúdo mais interessante, atraindo mais pessoas.

Apenas três postagens do perfil contém hashtags, essas reforçam o objetivo da conta: ser um espaço de divulgação da cidade de Laje do Muriaé. O post com mais hashtag é uma foto capturada de cima da cidade, com foco na rua, datada do dia 11 de março de 2021, com cinco no total: “#boatarde #lajedomuriae #divulga #rj #brasil”. Esses metadados fazem referência a lugares que o administrador possui algum tipo de afeto, também é uma forma mais ampla de divulgar seu conteúdo, abarcando possíveis visitantes.

A Publicidade é a categoria preponderante no perfil Laje do Muriaé, a última postagem dos stories também segue nesse sentido, portanto parece ser essa a maior preocupação do administrador. Vale destaque por ser o conteúdo capaz de captar mais visualizações, condição que coincide com os modelos enquadrados na categoria Divulgação de eventos. Não somente essa característica se apresenta nos dois tipos, a linguagem imperativa, a utilização de vídeos e o protagonismo de um indivíduo também são marcas convergentes. Na publicação do dia 6 de março, o administrador divulgou um evento que tem o objetivo de realizar atendimentos médicos gratuitos à população, com foco no organizador do evento. Desse mesmo modo são divulgados os comércios locais, como a postagem do dia 9 de abril de 2021, feita para mostrar a loja de eletrônicos, World cell.

É interessante notar que esse perfil foi criado em meio à pandemia de covid-19, portanto, quando ainda há restrições do ir e vir dos munícipes. Sem dúvida, essas alterações e quebras de rotina tiveram efeitos em todo o mundo. Ao discutir as mudanças de organização dos lugares, Buttimer afirma que transformações no comércio e transporte de uma cidade podem romper a harmonia das paisagens camponesas e mudar a “linguagem de lugar”. Podemos inferir que a criação de um perfil de instagram para divulgar os comerciantes de Laje do Muriaé é um dos, possivelmente, muitos reflexos do isolamento social, abrindo um novo caminho para que os moradores locais tenham contato com os produtos e serviços oferecidos.

A urbanização trouxe sua própria onda de rebelião contra as mudanças abruptas: o antigo mosaico de distritos artesãos, mercados abertos e vilas burguesas começou a ser distorcido e desmantelado à medida que o antigo equilíbrio cultural e econômico abriu caminho para o novo dentro da própria cidade. (BUTTIMER: 2015, p. 5.)

Deolindo et al (2019) explica que a preocupação de Buttimer está no modo como os indivíduos continuamente criam seus mundos sociais para além das trocas

interpessoais, pois “são impactados pelo dinamismo da contemporaneidade e sua complexidade tecnológica” (DEOLINDO et al: 2019, p.5). Assim, não só os comércios locais são divulgados no instagram da cidade, mas outra categoria que deve ser destacada é a de Jornalismo, que aparece somente em Laje do Muriaé. Esse tipo de post busca alcançar todos os moradores locais por se tratar de eventos que fogem do cotidiano, como a publicação do dia 31 de março de 2021 que relata um fenômeno meteorológico ocorrido no dia. Na postagem é usado um vídeo filmando a rua para capturar a intensidade da chuva de granizo, não há falas, apenas o barulho da queda das pequenas pedras de gelo. A seguinte legenda é utilizada: “Chuva de Granizo tingiram nosso município, vamos rezar para não ter causado estragos”.

Análise de Rio das Flores

O perfil analisado da cidade de Rio das Flores foi @eucurtoriodasflores. A conta possui 47 publicações, 640 seguidores e segue 49 perfis. A descrição da bio diz: “Um perfil para contar um pouco da história do Município de Rio das Flores - RJ através de fotografias 📷🌍👤 🏠🏰🌻🌱🍵 #eucurtoriodasflores #riodasflores www.facebook.com/eucurtoriodasflores”

Figura 3 - Tela inicial (ou bio) do perfil de instagram de Rio das Flores



Fonte: <https://www.instagram.com/eucurtoriodasflores/>

A primeira postagem no feed do perfil é da data de 19 de fevereiro de 2019, é uma foto tirada de baixo para cima da Igreja Matriz de Santa Tereza D'Ávila, que é o local que

mais aparece na conta, sendo sua importância frisada através da legenda de cunho histórico de cada postagem; sua relevância advém do fato de Santos Dumont e de sua irmã Sofia terem sido batizados nela. Deolindo et al (2019) ressalta que a construção do lugar e do seu sentido ocorre ao longo do tempo, podendo ser um símbolo público, quando imbuído das características semelhantes a uma aura conferida, nesse caso, pela passagem de Santos Dumont por Rio das Flores.

A foto mais recente do perfil foi postada em 21 de fevereiro de 2021, a postagem mostra o horizonte da cidade: céu azul, com mata virgem e a Igreja Matriz de Santa Tereza D'Ávila ao fundo, palmeiras e algumas árvores floridas ao redor. A publicação é acompanhada de uma legenda de caráter histórico que reafirma o valor da cidade: “A partir desta foto é possível contar um pouco de tantas histórias que Rio das Flores possui... desde a ocupação do seu território, passando pelo registro de batismo de Santos Dumont... e as festividades da Padroeira da cidade que estão bem registradas e guardada na memória de cada rioflorense e visitantes...” A maioria das publicações possuem legenda, geralmente de conteúdo histórico, trazendo a história patrimonial da cidade. O perfil tem como objetivo aproximar os rioflorenses de seu patrimônio. Esse objetivo fica mais em evidência quando olhamos para as hashtags usadas, todas elas reivindicam de alguma forma a condição de lugar de Rio das Flores: #valedocafé (39), históriadobrasil (33), #igrejahistórica (9), #SantosDumont (31), #cultura (12), #educacaopatrimonial (29), #turismocultural (31), #historiacomaromadecafe (19), #patrimoniocultural (20), #heritagecultural (19), #turismohistorico (18), #pertodeminas (18), #historiadocafe (17), #achadosrj (8). Essas são apenas algumas das hashtags usadas.⁷

Dentro das postagens do perfil de Rio das Flores, as categorias de Paisagem urbana, Paisagem natural e de História patrimonial são as com maior número de postagens e quantidade de curtidas. Como a própria bio do perfil diz, o propósito dele é contar a história de Rio das Flores através de imagens, por isso é comum encontrar no perfil publicações que se encaixe em mais de uma categoria ao mesmo tempo; a imagem se encaixa em uma categoria (Paisagem urbana ou Paisagem natural) e a legenda, junto com os metadados, aborda a história patrimonial da cidade. O vídeo publicado pela conta no dia 5 de junho de 2020 sucinta isso, nele é apresentado vários espaços da cidade — como a Câmara Municipal, a Rua Leoni, a Praça da bandeira, as montanhas —, que são repletos

⁷ Os números entre parênteses indicam a quantidade de vezes que essas hashtags foram utilizadas, selecionamos apenas algumas das que apareceram no perfil.

de significados para as pessoas que os experimentaram, a legenda no vídeo personifica isso, apresentando a história daquele espaço e curiosidades, convidando as pessoas a conhecerem Rio das Flores, assim como a legenda da própria publicação, que diz “Conhecer é valorizar... O primeiro vídeo da série que tem por objetivo aproximar os rioflorenses de seu patrimônio!”. Todas essas informações formadas pelas imagens e legendas, dão à cidade o que os geógrafos chamam de sentido de lugar, isto é “um fio que liga cada um de nós ao nosso ambiente e como uma forma aprendida de compreender em algum lugar em seus próprios termos” (RELPH: 1997, p. 03). A conexão não é apenas ambiental, pois o sentido de lugar é também existencial e político, já que de acordo com Relph (1997) há um desejo político de pertencer a algum lugar e de participar de suas tradições.

Considerações Finais

Foi possível perceber que os dois perfis de instagram das cidades analisadas usam estratégias diferentes para atingir o mesmo objetivo: valorizar o lugar e suas características. Através de uma linguagem acessível e popular, uso de hashtags, informações históricas sobre as cidades e das próprias fotos, os perfis de Rio das Flores e Laje do Muriaé realizam relatos imagéticos e textuais dos lugares. Tais informações são importantes tanto para os moradores locais, ao criar um sentido de lugar e reforçar a identidade do rio-florense ou do lajense, quanto para o visitante que tenha contato com as cidades pelo instagram, que ressaltam a importância desses lugares.

O perfil @divulgalajedomuriaé utiliza o plano de divulgar os comércios locais, ressaltando o fácil acesso de seus moradores a produtos alimentícios de qualidade, serviços diversos, lojas e centros educacionais. Importante enfatizar que se trata de um perfil recente, criado no presente ano de 2021 em plena pandemia de covid-19 e sua necessidade de isolamento social, o que mostra influências da tecnologia no cotidiano da pequena cidade. Já o perfil @eucurtoriodasflores tem por método belas fotografias, especialmente de paisagens urbanas e naturais da cidade, e a forte e constante associação da cidade a Santos Dumont, enfatizando ainda mais a importância deste lugar no cenário nacional, quiçá mundial.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977?.

BUTTNER, Anne. **Lar, horizontes de alcance e sentido de lugar**. In: Geograficidade, Niterói, v. 5, n. 1, 2015. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/geograficidade/article/view/12915/pdf>. Acesso em: 5 abr. 2021.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **O deserto da notícia no interior Brasil**: apontamentos para uma pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41. 2018, Joinville. Anais do 42. Joinville: Intercom, 2018. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-2022-2.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2020.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva; RIBEIRO, Anelize dos Santos; ZANI, Milena Firmino. **Que lugar é esse?** Da geografia humanista aos estudos de comunicação local. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42. 2007, Santos. Anais do 42. Intercom. São Paulo: Intercom, 2019. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1968-2.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2021.

DUARTE, Ana Rita Fonseca. **A influência das tecnologias de informação nas formas de representação da cidade através do Instagram**: Análise de conteúdo do Instagram Visit Lisboa. 2019. Tese de Doutorado. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/19621/1/master_ana_fonseca_duarte.pdf. Acesso em: 4 ago. 2021.

FERNANDES, Pedro Henrique Carnevalli. **O urbano brasileiro a partir das pequenas cidades**. In: Revista Eletrônica Georaguaiá. Barra do Garças, v. 8, n.1, p. 13 – 31, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/geo/article/view/6981/4579>. Acesso em: 6 abr. 2021.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Censo Demográfico 2010** - Número de municípios por tamanho da população. 2010. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9662-censo-demografico-2010.html?=&t=destaques> . Acesso: 6 ago. 2021.

PROJOR. **Atlas da Notícia**. 2021. Disponível em <https://www.atlas.jor.br/plataforma/dados/> . Acesso em 6 ago. 2021.

RELPH, Edward. **Sense of Place**. 1997 [on-line]. Disponível em: https://www.academia.edu/6922983/Sense_of_Place. Acesso em: 1 jul. 2019.

SOFFIATI, Arthur. **Metrópole, submetrópole e província no estado do Rio de Janeiro**: uma breve reflexão sobre a cultura fluminense. *Revista Discente Planície Científica*, Campos dos Goytacazes – RJ, v. 1 n. 1. P. 1-5. Jan./Jul. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/planiciencia/articula/view/28953>. Acesso em 2 jul. 2021.

TUAN, Yi-Fu. **Place**: an experiential perspective. *Geographical Review*, [S.L.], v. 65, n. 2, p. 151-165, abr. 1975. JSTOR. Disponível em <http://dx.doi.org/10.2307/213970>. Acesso em: 4 ago. 2021.