

IMAGENS E METÁFORAS CULTURAIS AMAZÔNICAS - VER-O-PESO POR ENTRE RIOS, RUAS, FLORESTAS E REDES

Carolina Ma. M. Venturini PASSOS¹

Ana Laura CORRADI²

RESUMO

Este estudo traz um ensaio acerca do imagético e do imaginário na fotografia, em representações que tecem narrativas visuais poéticas da cultura amazônica observadas na interação dos sujeitos com seus lugares, enquanto consumidores e construtores de sua realidade. Verifica-se por meio de pesquisas exploratória e bibliográfica, a leitura qualitativa e subjetiva de traços culturais do mercado do Ver-o-Peso desvelados em imagens fotográficas compartilhadas na rede social Instagram, sob a hashtag #belem400anos. Espera-se refletir sobre o Ver-o-Peso por entre rios, ruas, florestas, e redes, suas imagens e metáforas que marcam a história, cultura e memória, produtoras de sentidos ao cotidiano cultural contemporâneo de Belém-PA.

PALAVRAS-CHAVE:

fotografia; cultura; consumo; Ver-o-peso; Amazônia.

ABSTRACT

This study presents an essay about photography's imagery and imaginary in representations that weave visual poetic narratives of Amazonian culture observed in subjects interaction within their places as consumers and constructors of their reality. Through exploratory and bibliographic research, the qualitative and subjective reading of the cultural features of the Ver-o-Peso market are revealed in photographic images shared at Instagram social network under the hashtag # belem400anos. So, this paper aims to reflect on the Ver-o-Peso through rivers, streets, forests, networks, images and metaphors that not only mark history, culture and memory of the city of Belém-PA, but also produces senses for it's contemporary cultural daily life.

KEYWORDS:

photography; culture; consumption; Ver-o-Peso; Amazon.

RESUMEN

Este estudio trae un ensayo acerca de lo imagético y lo imaginario fotográfico en representaciones que tejen narrativas visuales poéticas de la cultura amazónica observadas en la interacción de los sujetos con sus lugares como consumidores y constructores de su realidad. Se verifica por medio de investigaciones exploratoria y bibliográfica, la lectura cualitativa y subjetiva de rasgos culturales del mercado Ver-o-Peso desvelados en imágenes fotográficas compartidas en la red social Instagram bajo la hashtag # belem400anos. Se espera reflejar sobre el Ver-o-Peso entre ríos, calles, bosques, y redes, sus imágenes e metáforas que marcan la historia, cultura y memoria, productoras de sentidos al cotidiano cultural contemporáneo de Belém-PA.

PALABRAS-LLAVE:

fotografía; cultura; consumo; Ver-o-Peso; Amazonia.

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia. Bolsista PROSUP/CAPES. Pesquisadora no Grupo de Estudos "Arte, Imagem e Cultura" do Projeto de Pesquisa "Arte Contemporânea nos Acervos e Museus Paraenses: 1980-2016". Professora da Universidade Federal do Pará. E-mail: cventurini@ufpa.br.

² Doutora em Ciências Agrárias pela Universidade Federal Rural da Amazônia em Ecoagrossistemas Amazônicos. Docente titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura, da Universidade da Amazônia UNAMA). Integrante do Grupo de Estudos Narramazônia (UNAMA/UFPA), ITA Interações e Tecnologia da Amazônia

(UNAMA/ UFPA) e coordenadora do Grupo de Estudo Capital Social e Cultural no contexto midiático contemporâneo(UNAMA).

Ver-o-Peso por entre rios, ruas, florestas e redes

Com o exponente aumento do uso de novas tecnologias a margear as relações sociais, vive-se cada vez mais imageticamente, num emaranhado de códigos visuais do qual a fotografia faz parte. Na contemporaneidade, deparamos-nos com milhões de fotografias registradas e compartilhadas pelo mundo a todo segundo, imagens que na maioria das vezes são publicadas por impulso, levando-nos a refletir sobre: o que estas tantas imagens registradas revelam de um lugar, sobre como podem destacar-se dentre tantas e resgatarem memórias visuais culturais de seus sujeitos e sua história, sobre qual paisagem estamos construindo, e quais experiências nos possibilitam, enquanto produtores e consumidores de imagens e sentidos.

A Rede Social Instagram, *online* e gratuita, a partir de seu aplicativo para dispositivos móveis, possibilita o compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que podem curtir e comentar nas imagens compartilhadas, e indexá-las com o uso de *hashtags* (#) colaborando e correlacionando-se com outras imagens de mesma temática. Em 2016, a cidade de Santa Maria de Belém do Grão Pará completou 400 anos de sua fundação e em comemoração a mais um

centenário de histórias e sociabilidades, teve diversas imagens compartilhadas na rede social por seus sujeitos e suas subjetividades, representações, sob como vivem e vivem a cidade hoje; registros que possibilitam refletir sobre as relações sociais carregadas de memórias pelas suas ruas, contos, cotidianos, e redes.

Tais questionamentos e pesquisas iniciais, levaram a primeira etapa desta pesquisa, apresentada no II Encontro de Antropologia Visual da América Amazônica³, ocorrido em outubro de 2016, em Belém, na Universidade Federal do Pará, demonstrando o uso de imagens e das redes sociais como representação social dos sujeitos, um ensaio narrativo visual acerca das poéticas registradas em memória aos 400 anos da cidade de Belém. Dentre tais imagens compartilhadas na rede, percebeu-se que grande parte mostravam no todo ou em partes, como paisagem ou foco visual, o mercado do Ver-o-Peso, a maior feira livre da América Latina, que em 2017, um ano após o centenário da cidade, completara seus 390 anos de edificação.

Diante do observado, esta pesquisa em segunda etapa, apresentada no VIII Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda⁴ ocorrido em maio de 2017, em Recife, na Universidade Federal de Pernambuco, focou no entrelaçar registros imagético-fotográficos do mercado do Ver-o-peso como marca de consumo, do construto histórico cultural da identidade amazônica; uma volta ao passado-presente por meio de imaginários poéticos contemporâneos compartilhados em redes de sociabilidade.

Assim, tem-se sob a *hashtag* #belem400anos, lugar e ferramenta para captação de imagens e reflexão neste ensaio; que com um arranjo de dez imagens, propõe observar metáforas a uma narrativa de traços culturais da cidade de Belém por meio de sua história social representada em imagens fotográficas do mercado do Ver-o-Peso, que, pelos seus sujeitos, marcam o cotidiano cultural da cidade no espaço-tempo em suas cores, texturas, cheiros, sabores, e memórias.

Dorotéia Lima (2007) define o Ver-o-Peso como um lugar de intensa vida social, decorrente de práticas cotidianas de trabalho que tecem redes de relações sócio-culturais; mercado aberto, localizado à beira rio da Baía do Guajará, em Belém do Pará, associa características das cidades ribeirinhas amazônicas às condições de uma cidade grande; ainda que em meio a todo fluxo turístico, percorrem lado a lado, tráfego intenso de pessoas, barcos e mercadorias, com situações de violência, carros, e interações com a mídia e com a publicidade.

Ver-o-Peso das linguagens, culturas, e imaginários fotográficos

A vida do ser humano está intimamente ligada aos processos de comunicação que acompanham a evolução humana. À medida em que se relacionam entre si e com o meio, multiplicam sua capacidade de comunicação; seja esta por texto, som, ou imagem, seja verbais ou não-verbais, interação contribuindo para a representação dos lugares nas cidades. Bakhtin (1981), direciona a linguagem a uma prática social, partilhada, uma “entidade” concreta e viva de signos carregados de ideologias que materializam as vozes sociais; línguas que se intercalam e se interpenetram de diferentes maneiras, em um processo dinâmico que garante a convivência social.

Ainda para o autor, a linguagem é entendida como um fenômeno que se institui na tensão de processos discursivos entre sujeitos, por uma interação verbal, que ocorre mediante signos ideológicos e dialéticos como enunciados, que possibilitam a compreensão das formas de linguagem que se convertem em sentidos, configurando-se no modo mais puro e sensível das transformações sociais.

Paes Loureiro (1995), em seu estudo sobre a poética do imaginário, entende o poema e a poesia como linguagens, que, por meio de cores, formas, e hábitos (civis ou religiosos) - tendo a função estética como dominante -, expressam palavras tal e qual significado. Assim, propõe que a linguagem poética possibilita uma interpretação dos

3 VENTURINI, Carolina M. *M. Narrativas fotográficas contemporâneas por entre rios, ruas, florestas e redes. In: Anais II EAVAAM - Encontro de Antropologia Visual da América Amazônica, IFCH, UFPA, Belém, 2016. Disponível em: <http://www.eavaam.com.br/>. Acesso em: 30mar. 2017*

4 VENTURINI P., Carolina M. M. *Ver-o-peso das narrativas fotográficas contemporâneas por entre rios, ruas, florestas e redes. In: Anais VIII PROPEQPP - Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, CAC, UFPE, Recife, 2017. Disponível em: <http://www.abp2.org/>. Acesso em 27jun. 2017.*

fenômenos culturais, que o autor designa como ‘conversão semiótica’ a essa ‘leitura’ e ‘tradução’ da poética.

Tal conversão se faz por intermeio da cultura, que formada por expressões artísticas, intelectuais, e morais (Benedito Nunes *apud* Paes Loureiro, 1995), se constitui em um feixe de representações, símbolos, atitudes, referências e imaginários, que expressam a relação do homem com o meio em suas contingências sócio-econômicas e poéticas. Como coloca Noth e Santaella (1998, p. 150), “as imagens se tornam símbolos quando o significado de seus elementos só pode ser entendido com a ajuda do código de uma convenção cultural”.

Barth (*apud* Poutignat, 2011) implica a cultura como um meio que possibilita descrever o comportamento humano, as ações humanas, em sua essência, compartilham uma cultura comum, mas que se distinguem em suas diferenças, às quais o autor coloca como “fronteiras”, processos sociais de exclusão e incorporação pelos quais categorias determinadas se mantêm, mesmo frente às transformações nas histórias de vida individuais.

Desta maneira, Barth (*apud* Poutignat, 2011), designa a criação de grupos étnicos, que compartilham valores culturais fundamentais, por interação e comunicabilidade, nos quais os membros se identificam e são identificados de maneira a se organizarem socialmente; ressalta ainda que a linguagem é o fator “definidor” dessa identidade cultural étnica; o que ressalta-se em García Canclini (*apud* Escosteguy, 2001) não seja um traço identitário que perdure diante da heterogeneidade de arranjos e comunicações fluidas de diversos grupos que o ser humano consome em busca de símbolos que os unifiquem.

Foster (2014), afirma que o simbólico, domínio da linguagem e das trocas culturais, é fundamental à organização da realidade, estrutura o imaginário configurando em imagens aquilo que não se vê, simbolizando o real. Paes Loureiro (1995) retrata tal simbólico

como parte, espaço, do imaginário, um entrelaçar de sentidos, visões de mundo, linguagens e representações, explícitas nas produções culturais, que mostram um imaginário unificado, refletido em mitos e lendas locais, nas expressões artísticas e nas visualidades que caracterizam tais produções.

A cultura amazônica, como destaca o autor, tem em seu povo ribeirinho, tal representação; posto que, mergulhada em “oralidades”, melhor reflete a relação homem-natureza do mundo rural amazônida; repleta de valores históricos e sociais que possibilitam perceber-se o real e o surreal da vida cultural por meio da poética do imaginário, como aponta Paes Loureiro (1995), tal transcendência do real, acentua a passagem entre o cotidiano e a estetização da cultura.

O mercado do Ver-o-peso proposto por Luiz LZ Cezar Santos (2016) era e ainda é o coração pulsante do encontro entre o rio e a cidade; lugar do qual chegam e partem identidades, do qual se adentram em ruas ou rios, um universo de mercadorias, de gente, de histórias, de imaginários; que marcam no espaço e no tempo, as mudanças não só arquitetônicas e estéticas, mas sociais culturais da população da cidade de Belém. Ainda que alcunhado carinhosamente de ‘veropa’ (expressão popular), o Ver-o-peso em todas suas cores, sabores, cheiros, linguajares, tornou-se com o tempo, um símbolo da cidade de Belém, em todas as dimensões: social, cultural, artística, política, econômica, etc.

No final de século XX, a cultura amazônica talvez represente uma das mais raras permanências identitárias/étnicas, pois frente aos diálogos culturais, vem incorporando em sua subjetividade, no inconsciente coletivo, e, dentro de suas particularidades, motivações simbólicas que estreitam e humanizam as relações do homem com o ambiente. Grande desafio apontado por Foster (2014), sobre construir representações capazes de criticar sua própria natureza representacional e rompê-la em prol de algo maior: o “eu do sujeito”, construtor de sua própria realidade.

Ver, ouvir, cheirar, degustar, tocar, experimentar recriam e reproduzem o processo comunicacional, no qual estes sentidos, se fazem em universos constructos por repertórios de ambientes identitários caracteristicamente culturais, vividos pela sociedade em suas experimentações dialogadas e desveladas por suas representações e códigos que se transpõem em linguagens.

Em acordo ao pensamento de Barthes (1990) a fotografia em seu caráter de “texto visual”, de leitura aberta e multiforme, ao contar suas histórias, ultrapassa molduras e conta com o repertório do observador/leitor/decifrador, provocando-lhe, neste processo, novas percepções e transformações pela escrita luminosa. O que Maturana e Varela (2001) designam como *autopoiesis*, um ‘linguagear’, um fluir dos processos evolutivos enquanto seres que existem na produção de si mesmos quando em relação entre si e o ambiente, a viabilizar a comunicação e a história, quando passam a funcionar em um sistema semântico e não apenas linguístico.

Como coloca Noth e Santaella (1998, p.158), “[...] toda mudança no modo de se produzir imagens provoca inevitavelmente mudanças no modo como percebemos o mundo e, mais ainda, na imagem que temos do mundo”. Refletir acerca do olhar lançado sobre imagens que o cotidiano revela e, de como estas se constituem em reflexos da própria prática no espaço-tempo, privilegia especificidades e particularidades de uma totalidade, o que, pode significar a intenção de tornar invisível ou “visivelmente normal” alguma situação, que, sendo antes visível, incomodava ao olhar.

Para Baitello Junior (2005), nessa era contemporânea de cultura universalizada, pasteurizada e homogeneizada de imagens, pratica-se a iconofagia, uma relação de “alimento” à alma e à matéria entre o humano e a imagem, na qual ou devora-se as imagens, ou são estas quem nos devoram. A “era da visibilidade” como o autor nomeia, designa a tudo e a todos como imagens, como vetores da comunicação e da interação humana,

direcionando a uma ideia de visão que se satisfaz com a própria visão, na qual ocorre um esvaziamento de sentidos e sensibilidades, gerando um espaço vago no qual ecoam ao nada, valores referenciais e simbólicos de uma cultura; onde já não se vê mais nexos, nem relações, nem sentido.

Assim, Baitello Junior (2005, p. 15) sintetiza que a importância cultural das imagens se deve justamente pelo valor dos símbolos e simulacros que representam as experiências e vivências de todos os tipos, que “portam valores, elas sustentam os vínculos entre o homem e suas raízes culturais e históricas”. É preciso convergir ações perceptivas em um mesmo plano de valores, a exemplo a audição (vinculada ao sentir) e a visão (vinculada ao fazer), para conduzir o homem a experiências mais intrínsecas, a nexos mais valorativos, a redescobertas de uma nova cultura do ouvir, do ver, levando a um novo “sentir”.

Como aborda Panofsky (1997) a leitura iconográfica da obra se faz por uma análise detalhada de fatores que constam na imagem, já a leitura iconológica se faz por uma interpretação da visualidade proposta. Assim, num estudo iconológico, a percepção visual perpassa por imagens que remontam religiosidade, manifestações lúdicas, folclore, culinária, arquitetura, pessoas em interação, paisagens, etc.

Ao se ler uma imagem, propõe-se observar primeiramente os detalhes identitários contidos na imagem e compreender os objetos revelados, para obter uma melhor interpretação e adequação da imagem fotográfica ao contexto sociocultural que representam. Assim, é gerada a análise dedutiva e comparativa da fotografia, na qual descreve sentimentos, crenças e valores por expressões artísticas. Como expresso por Feldman-Bianco e Leite (2006, p. 199), fotografias apresentam o cenário no qual as atividades diárias, os atores sociais e o contexto sociocultural são articulados e vividos.

A imagem fotográfica neste ensaio, é principalmente utilizada como uma representação do espaço da sociedade por traços culturais visuais cujas características

transcendem a representação linguística, na compreensão dos processos de simbolização dos universos culturais sociais, em análise entre o visual representado e as interpretações culturalmente construídas sobre ele.

Como ressalta Rancière (2012, p. 17) quando diz que a imagem é tripla; a imagem da arte que separa da técnica, que produz semelhanças, mas que a reencontra na possibilidade de relação de um ser com sua proveniência e sua destinação, “corpo glorioso da comunidade ou marca da própria coisa”. A isso, o autor chama de “arquissemelhança”, a semelhança originária que não fornece “a réplica de uma realidade, mas o testemunho imediato de um outro lugar, de onde ela provém”.

A fotografia em seu contexto e sua intertextualidade (verbal, visual) com outras áreas do conhecimento, escreve uma narrativa histórica de determinado espaço-tempo, o que acontece segundo Achutti (1997) ao ultrapassar seus aspectos ilustrativos a compor coleções de sentidos lineares entre semelhanças e diferenças existentes nas imagens.

Compreender os processos simbólicos da fotografia desde os primórdios até o momento contemporâneo atual nas redes sociais, em sua dimensão simbólica e material, como apontam Fragozo, Recuero e Amaral (2011) por estarem em constante interação, possibilita captar a essência do comportamento cotidiano contemporâneo, e poucas são as pesquisas acerca da materialidade da comunicação proposta por Felinto (2006).

Ver-o-Peso das redes, sujeitos e cidades

Em *paper* acerca da fotografia nas ciências sobre e na Amazônia, Ligia Simonian (2006, p. 4) eleva as contribuições da documentação fotográfica quanto ao ambiente, populações e culturas, como fundamentais enquanto documento e imagens com possibilidades múltiplas de análise, posto que contribuem significativamente no identificar, analisar e entender o imaginário, as sensações e também as materialidades.

García Canclini (2008) aborda e demonstra tal relação do homem com as imagens, como um comportamento ligado ao ato de consumir, que para o autor, envolve processos socioculturais mais amplos, que dão sentido e ordem à vida social e se constroem identidades; posto que, o consumo, no contexto pós-moderno, se faz de “investimento afetivo”, no qual os bens são “acessórios rituais” que dão sentido ao “fluxo simbólico” da vida social; “consumir é tomar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora” (GARCÍA CANCLINI, 2008, p. 58-59).

No contemporâneo, frente ao crescimento das redes sociais e seus usuários, principalmente no que tange o uso e compartilhamento de imagens fotográficas para expressar sentimentos e vivências, e como tais dinâmicas sociais constituem teias de significados, torna-se legítimo uma das proposições de Hine (2004) acerca de um estudo etnográfico ‘vitruai’ destes espaços e das relações provenientes das trocas e formas de sociabilidade possibilitadas por estes.

Simel (apud Rodrigues; Cavalcanti (2010, p. 230) conceitua a sociabilidade como forma lúdica, igualitária e afetiva de associação, uma abordagem útil para entender, no contexto da cidade, as redes de relações estabelecidas pelos sujeitos, bem como os processos de construção das identidades em espaço urbano. Para Carmem Rodrigues e Josefa Cavalcanti (2010, p. 230) a presença cotidiana do sujeito, migrante na cena urbana, de suas falas e modos de representação, leva-nos à questão das identidades constituídas na relação com a cidade e com os seus habitantes.

Como observa Dorotéia Lima (2007), uma análise das cidades a partir de suas transformações socioeconômicas, culturais e históricas, permite identificar o papel dos mercados, no caso específico, o mercado do Ver-o-Peso, em equilibrar a produção do comércio e, também, propiciar o acesso dos cidadãos às especialidades distantes disponibilizadas nas feiras periódicas.

Para Rodrigues e Cavalcanti (2010, p. 221) devemos refletir a contemporaneidade com Agier ou Castells, e pensar as culturas como interligadas, interconectadas, em redes, posto que as sociedades são sempre influenciadas culturalmente, num amplo circuito de trocas culturais, que emergem identidades múltiplas e multifacetadas produzidas por processos de criação que, ao propiciar tal 'retorno à etnia' (entende-se aqui como memória e história), atualiza a hibridez dos processos culturais contemporâneos (AGIER, 2001, p. 07 *apud* RODRIGUES; CAVALCANTI, 2010, p. 229).

García Canclini (*apud* Escoteguy, 2001) eleva a importância de se observar as cidades não só como objeto, mas também como cenário onde se imagina e se narra, o que se faz possível pela figura do *flâneur* remontando conceitos de Baudelaire e Benjamin, sujeito que passeia pelas ruas, pelos cotidianos, pelas culturas, um observador da vida urbana, que imagina e cria associações aleatórias acerca de representações do consumo imagético.

Para tanto, García Canclini (2008) ressalta que o maior desafio para se refletir sobre identidade hoje em relação aos diversos suportes culturais existentes, é estudar os modos como são produzidas tais relações, como se hibridizam no tempo e espaço, e como se recompõem nos circuitos de produção, comunicação e apropriação da cultura, elevando a importância do método à construção de narrativas.

Homi Bhabha (2013) elabora o conceito de hibridização cultural aplicado às artes visuais por meio de uma analogia, na qual

a hibridização da arte é mais direcionada à não preocupação com uma estética definida, pelos que estão às margens do sistema tradicional dominante (sustentado por museus, galerias e publicações) e por suas obras serem desafiadoras, e não traduzirem uma linguagem artística livre de padrões estéticos.

Assim, Homi Bhabha (2013) fala em lidar com situações em que o poder cultural é assimétrico, e propõe o termo "iminência das poéticas", no qual a iminência é tornar visível um valor intrínseco de algo que já estava ali, é como pegar uma memória e dar a ela uma nova perspectiva simbólica, evocar anterioridades; a iminência das poéticas é compreender por exemplo, que obras de arte, ao mesmo tempo que são inesquecíveis são difíceis de serem lembradas por evocarem muitos aspectos de comoção em alguém.

Carmem Rodrigues e Josefa Cavalcanti (2010, p. 220) classificam tais aspectos como "metáforas sedentárias de enraizamento, pertencimento e exclusividade", com base em Bhabha e Featherstone, elevam o uso de metáforas para expressar sentidos polissêmicos a respeito de fenômenos complexos de que os conceitos científicos não abrangem; e elencam conceitos ambíguos como "fronteiras, limites, culturas híbridas", importantes a revelarem a "plasticidade e fluidez de alguns processos de interação que recortam a realidade, e talvez consigam expressar de um modo bastante original a indeterminação, a ambiguidade e a permeabilidade dos sentidos produzidos em um campo de interações culturais fragmentadas" (RODRIGUES; CAVALCANTI, 2010, p. 220).

Dorotéia Lima (2007) traz como definidores do patrimônio cultural do Ver-o-Peso em sua pesquisa etnográfica, abordando as dinâmicas e práticas sociais culturais do dia a dia do mercado e os sujeitos que nele e com ele se interrelacionam dando sentido ao lugar, e criando significados próprios, peculiares, que se costuram e reconstruam também em imaginário, seja pela feira, seja pelo rio, pelas histórias das edificações antigas,

pelo entorno de prédios e igrejas e praças, seja pela paisagem que se consolidou como principal "cartão-postal" da cidade de Belém.

Ligia Simonian (2006) suscita a importância da experiência pessoal do pesquisador/fotógrafo, no sentido de que as imagens ou fotografias - em termos de evidências -, são mais que meras ilustrações, possuem representatividades e significados próprios, e revelam muito além de sua simples aparência ou visualidade material, e citando E. Edwards (1997 *apud* Simonian, 2006, p. 27), eleva a importância de se perceber o que as imagens revelam em sua essência.

Ver-o-Peso das imagens culturais contemporâneas

A REDE SOCIAL INSTAGRAM EM 2015 REGISTROU UM CRESCIMENTO DE 29 MILHÕES DE USUÁRIOS⁵, e, em infográfico⁶ informa que os usuários passam cerca de 257 minutos por mês, conectados à rede e a cada segundo acontecem cerca de 575 curtidas e 81 comentários; porém, revela o Norte do Brasil, como o menos representado na rede, possuindo apenas cerca de mil usuários.

Em comemoração a mais um centenário, a cidade de Belém se apresenta em mais de 25 mil imagens⁷ compartilhadas por seus viventes/transeuntes na rede social em torno de *hashtags* como #belem400anos, #beleminspira, #belemeuamoeucuido, #belemcity, #belemdopara, #cidadedasmingueiras, entre outras mais. Tais *tags* são criadas pelos próprios envolvidos por ser um dispositivo do aplicativo Instagram que possibilita organizar e classificar imagens que tenham um tema em comum.

Para esta pesquisa, além do aplicativo da Rede Social Instagram, também foram utilizados dois outros sites de renome e amplitude para organização, seleção e leitura das imagens, e para auxílio na quantificação de dados: o tagborad.com - *cloud generator*; e o keyhole.co - *hashtag tracking*. Ressalta-se que, foram utilizadas

5 Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,com-29-milhoes-de-usuarios-brasil-impulsiona-crescimento-do-instagram,10000028875>.

6 Disponível em: <http://adnews.com.br/internet/infografico-mostra-perfil-do-usuario-brasileiro-no-instagram.html>.

7 Pesquisa em abril/2017. Disponível em instagram.com

as versões gratuitas, portanto, ainda, apresenta-se alguns limites em certos dados que interessariam à pesquisa, como por exemplo, épocas de maior número de postagens, qual a primeira postagem, o usuário “criador” da *hashtag*, entre outros.

A *hashtag* #belem400anos, selecionada como filtro para este ensaio, apresenta mais de 13 mil imagens compartilhadas⁸. Uma média (não exata) de 13 postagens por dia, calculada com base nos dados extraídos de pesquisas desenvolvidas durante a produção da primeira etapa deste ensaio em outubro de 2016 nos sites/aplicativos referidos acima. Entre dois dias, foram publicados 16 posts, que foram visualizados (impressões de tela) cerca de 93 mil vezes, e tiveram um alcance de aproximadamente 30 mil usuários, ou seja, pessoas que interagiram com as imagens (curtindo ou comentando)⁹. Em uma semana, a *hashtag* teve 90 posts publicados, com 370 mil visualizações e 81 mil interações¹⁰. E nas análises de interação dos usuários a cada postagem (curtidas e comentários), os sites demonstraram que 81,3% dos posts tiveram reação neutra, e 18,8% positiva. Estes dados aqui expostos, demonstram apenas a demanda de usuários e de interações na rede social, porém, não validam quaisquer estatísticas por serem dados variáveis, que dependem não só da imagem publicada, mas da amplitude da rede do usuário, da interação tida, do uso de *hashtags*, da data da postagem, entre outros fatores característicos do espaço estudado, como a instantaneidade elencada por Hine (2004).

Na *hashtag*, revelou-se na tessitura narrativa, palavras-chave que marcam a história e a identidade da cidade

como cidade morena, cidade das mangueiras, chuvas de verão, “esse rio é minha rua”, “antes ou depois da chuva”, “cheiro do Pará”, pimenta de cheiro, Belém portuguesa, “francesinha dos trópicos”, o Círio, “o sagrado e o profano”, brinquedos de miriti, folclore, e regionalidades.

Dentre as imagens encontradas na *hashtag* observada, percebe-se uma grande quantidade de imagens que apresentavam o mercado do Ver-o-Peso: em imagem (fosse como paisagem/índice, ou objeto foco visual/icone, ou representação/símbolo); ou, na geolocalização (marcada pelos dispositivos utilizados na captura da imagem); ou, na legenda descritiva do usuário; ou, que apresentam *hashtags* como #veropeso, #veropa, #veropeso390anos (que em 2017, também teve publicações em referência a seu aniversário). O que demonstra um diálogo entre as visualidades amazônicas e a marca e a identidade que o mercado representa aos sujeitos sob múltiplos olhares que embalam-se nas redes sociais e revelam imaginários culturais identitários característicos da cidade.

Luiz LZ Cezar Santos (2016) em sua pesquisa, remonta um levantamento histórico e imagético acerca dos significantes e significados do mercado do Ver-o-Peso, e demonstra através das imagens pesquisadas (fotografia, cartão-postal, poesia, curta-metragem, ilustração, anúncio publicitário), o “lugar” do mercado no tempo e no espaço – uma vida cidadina, com seus hábitos, costumes e histórias, possibilitando conhecer e entender um pouco da trajetória dos quatrocentos anos de história da cidade de Belém.

Ainda para o autor, é importante frisar a importância do mercado do Ver-o-peso como patrimônio cultural para a história da cidade de Belém, tanto pelo seu valor material (paisagem urbana, arquitetônica, vias, praças, entorno), quanto, principalmente por seu valor imaterial, como forma de valorização e preservação das práticas e expressões culturais e das relações sociais entre os

sujeitos que frequentam o mercado e nele trabalham e vivem.

Neste ensaio, não se procurou levantar a qualidade estética das imagens, nem aprofundar uma análise técnica fotográfica ou categórica cultural dos traços contidos nas imagens; também não se procurou pelas imagens que tiveram maior interatividade e certo grau de interação, nem analisar a interatividade das imagens selecionadas; também não se procurou analisar os discursos promovidos, nem as *hashtags* utilizadas, nem por uma correlação entre imagens, legendas, *hashtags* e interações; também não foi interesse analisar o grau de representatividade presente em tais dados contidos nas imagens compartilhadas. Porém, no intuito de organizar e observar com uma visão mais ampla e generalizada, apresenta-se abaixo um quadro com síntese dos dados retirados das imagens selecionadas.

O grande interesse deste ensaio, faz-se simplesmente, no apresentar livremente através do conjunto de dez imagens selecionadas (dentre as milhares publicadas sob a #belem400anos), as que contém certa narratividade, certa poética, que demonstrem imaginários amazônicos, que remontem os traços culturais elencados por Paes Loureiro (1995), que em diálogo entre elas, trouxessem em narrativa um olhar subjetivo viajante, passeador sobre a cidade, e que representassem nas redes, a cidade de Belém em suas relações com os rios, as ruas, e florestas marcadas pelo mercado do Ver-o-Peso, no seu cotidiano, dia à noite, em suas dinâmicas sociais.

Seja por meio da legenda, ou da *hashtag*, ou da localização, ou da fotografia retratada nas dez imagens selecionadas a este ensaio, o mercado do Ver-o-Peso se apresenta enquanto paisagem/índice, imagem/icone, e memória/símbolo. Enquanto paisagem, se apenas faz parte do enquadramento proposto pelo olhar do sujeito na fotografia; enquanto imagem, se é o objeto de foco e interesse visual na fotografia; e enquanto memória, se não aparece visualmente na imagem mas é remetido ao imaginário do mercado.

8 Pesquisa em outubro/2016.

Disponível em [instagram.com](https://www.instagram.com)

9 Pesquisa de 20 a 21 de outubro de 2016. Disponível em [keyhole.co](https://www.keyhole.co)

10 Pesquisa entre 14 e 21 de outubro de 2016. Disponível em [keyhole.co](https://www.keyhole.co)

Quadro 1: Síntese de dados apresentados nas imagens (Elaboração própria)

#belem400anos						
Imagem	Legendas	Hashtags relevantes	Ver-o-Peso na imagem	Localização	Curtidas	Comentários
1	a cultura tradicional resiste, mesmo após 400 anos	#veropeso #feiradoaçai #fortedopresepio #amazonia	paisagem índice	-	21	1
2	veropa (ícone de um guarda-chuva)	#belemdopara	imagem ícone	Ver-o-Peso	67	0
3	cotidiano paraense	#belemdopara #belemeuamoeucuido #belemcity #mangacity #mangueirosa	paisagem índice	Praça do Relógio	88	3
4	chegada de pupunha e cupuaçu no mercado do Ver-o-peso, em Belém, Foto Walda Marques	#belemdopara #amazonia	paisagem índice	-	15	0
5	cheiros, cores, sabores, crenças, dicas e perfumes do Pará	#mercadodoveropeso #veropa #ervasdoveropeso #belemdopara #belemcity #cheirosdopara	memória símbolo	Mercado do Ver-o-Peso	19	2
6	Happy Hour	#veropeso #belem #belemdopara	memória símbolo	Feira do Ver-o-Peso	50	2
7	-	#veropeso #belemcity #meubempara	paisagem índice	-	27	0
8	amanhecer no mercado de ferro, ver-o-peso, belém, Pará	#belemdopara #belempabrazil #pará #amazonia #mangueirosa	imagem ícone	-	177	0
9	-	#veropeso #belemdopara	memória símbolo	-	16	2
10	-	#belem400anos	paisagem índice	-	24	0

Imagens que trazem o Mercado banhado pelo rio, abraçado pelos barcos, fulgurante à cidade, animado pelos sujeitos, embelezado pelos produtos da diversidade da floresta amazônica; lugar onde dialogam saberes e imaginários amazônidas; metáforas culturais que remontam Ver-o-Peso da cultura, da cidade, do cotidiano, do mercado, do consumo, da memória, da identidade, da história, da imagem, e da paisagem.

Nas impressões de tela a serem mostradas neste ensaio, as imagens se apresentam em duas colunas; do lado esquerdo é mostrada a fotografia postada; e, do lado direito dela, no topo, a tela apresenta uma pequena fotografia em ícone do usuário que fez a postagem, ao lado, seu codinome de acesso na rede, e localização da captura da fotografia (quando marcado); abaixo mostra a quantidade de curtidas que

a imagem teve, a quantas semanas ela foi postada, seguindo de uma possível legenda descrita pelo usuário (quando feita) com as *hashtags* utilizadas, seguida de possíveis comentários que tenham gerado na rede. Para a legenda das imagens neste ensaio, optou-se por utilizar a legenda dos próprios usuários em seus *posts*.

Imagem 01: A cultura tradicional resiste, mesmo após 400 anos. Belém, janeiro de 2016, Pedro Victor.



pedrodabike

Follow

21 likes

61w

pedrodabike A cultura tradicional resiste, mesmo após 400 anos. Belém, janeiro de 2016.

#veropeso #belem400anos #feiradoaçai #fortedopresepio #amazonia

hugofpaixao Pedro da bike? Isso é nome de candidato a vereador. "Alô amigos da bike, vc me conhece e sabe o que passamos todos os dias nesse trânsito de Belém. Sou o Pedro da bike..."



Add a comment...



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BBsT34NRHC/>

Imagem 02: veropa #rainyday. Alexandre Prestes.



prestesalex

Ver-o-peso

Follow

67 likes

54w

prestesalex veropa 🌧️
#belemdopara #belem400anos
#photography #vscocam #rainyday



Add a comment...



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BDtk0QzwqA5/>

Imagem 03: Cotidiano paraense... Paulo Puget.



Disponível em: https://www.instagram.com/p/BJyHEYiASb_/

Imagem 04: Chegada de pupunha e cupuaçu no Mercado do Ver-o-Peso, em Belém. Paulo Faustino.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BEsB3XCH7oW/>

Imagem 05: cheiros, cores, sabores, crenças, dicas e perfumes do Pará, Mundo Agni.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BLrZpbjAcGa/>

Imagem 06: Happy Hour, Apoená Afonso.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BFkF-Ldgj5j/>

Imagem 07: #veropeso #belem400anos. Socorro Simonetti.



socorrosimonetti

Follow

27 likes

33w

socorrosimonetti #veropeso #noite
#nikon #igersbelem #ig_para
#igclub_brasil #minhabelem
#gostefotografei #ngbrasil #travelphoto
#instabrazil #Instagram #fridayfowl
#belemcity #belem400anos #belmilgrau
#olharbrasil #brasifotos #photonature
#brasildosmeusolhos_ #lovebrasil
#azulmagazine #belemfotos #oliberal
#meubempara



Add a comment...



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BJg9--kjl9-/>

Imagem 08: Amanhecer no Mercado de Ferro, Ver-o-Peso, Belém, Pará. Otavio Henriques.



otaviohenriquess

Follow

177 likes

23w

otaviohenriquess Amanhecer no
Mercado de Ferro, Ver-o-Peso, Belém,
Pará

#pará #amazônia #igers_belem
#igersbrasil #ig_para #ig_para_
#belemdopara #belempabrazil
#urbanarts #minhaamazonia
#belemphotos #photobrasil #paráliberal
#amazônia #olharparaense
#manaqueirosa #fotografabelem



Add a comment...



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BMUFu3ih29F/>

Imagem 09: #veropeso #belemphotos #belem400anos #belemdopara Cynthia Mutran.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BJoeXI4hdFH/>

Imagem 10: #belem400anos. Neto.



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BJoML2lAmnK/>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perceber a cidade por meio de sua história social representada em imagens fotográficas que registram seus cotidianos culturais no espaço-tempo, possibilita compreender o amazônida e seu modo-de-vida, sua relação com o ambiente natural, seus processos

de civilização e ocupação, hábitos, costumes, e linguagens; os espaços se caracterizam a cada clique refletindo suas relações culturais entre o humano e as imagens, expressas em paisagens/horizontes/olhares de suas memórias e trocas afetivas.

Observar a vivência de cidadania e pertencimento por meio da fotografia, enquanto instrumento de cultura permite levantar quais são os valores com que os sujeitos se associam e se apropriam, no momento em que reconhecem a cidade, como parte da reflexão do olhar deles.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo R. *Fotoetnografia: um Estudo de Antropologia Visual sobre o Cotidiano, Lixo e Trabalho*. Porto Alegre: Palmarinca, 1997.

BAITELLO JUNIOR, Norval. *A Era da Iconofagia – Ensaio de Comunicação e Cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 2.ed. São Paulo: HUCITEC, 1981.

BARTHES, R. *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BHABHA, H. K. *O Local da cultura*. 2.ed. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. (pp. 139-185)

FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. M. (orgs.). *Desafios da imagem: Fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas, SP: Papyrus, 2006.

FELINTO, Erick. *Passeando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidade da comunicação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FOSTER, H. *O Retorno do real*. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

GARCÍA CANCLINI, N. *A Sociedade sem relato: antropologia e estética da iminência*. São Paulo: USP, 2016.

_____. *Consumidores e Cidadãos*. 7.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

HINE, C. *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC, 2004.

LIMA, Maria Dorotéia de. *Ver-o-peso, patrimônio e práticas sociais: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará*. Dissertação de Mestrado em Antropologia. Universidade Federal do Pará, Belém, 2008. (219fls).

MATURANA, H., VARELA, F. J. *A Árvore do Conhecimento*. São Paulo: Palas Athena, 2001.

NOTH, W.; SANTAELLA, L. *Imagem, Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.

PAES LOUREIRO, J. J. *Cultura Amazônica - uma poética do imaginário*. Belém: CEJUP, 1995.

PANOFSKY, E. *Significado nas Artes Visuais*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1987.

POUTIGNAT, P. *Teorias da Etnicidade*. São Paulo: UNESP, 2011.

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

RODRIGUES, Carmem Izabel; CAVALCANTI, Josefa. *Entre fronteiras: identidades e culturas na modernidade*. Revista Anthropológicas [online], ano 14, vol. 21, n. 2, 2010, pp. 217-234. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/revistaanthropologicas/index.php/revista/article/viewFile/195/146>. Acesso em: 16 abr. 2017.

SANTOS, Luiz LZ Cezar S. dos. *Ver-o-peso da publicidade de Belém como marca significante de lugar*. In: VII PROPESQPP - Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, SOCICOM, PUC-Rio, 2016.

SIMONIAN, Ligia T. L. *Uma relação que se amplia: fotografia e ciência sobre e na Amazônia*. In: Papers do NAEA, n.196, out.2006, Belém, UFPA/ NAEA, ISSN:15169111.