

MESTRADO
SOCIOLOGIA

A Visibilidade na Esfera Pública: um
estudo exploratório sobre os Movimentos
Sociais emergentes no Porto
Maria Manuel Fernandes Gomes

M

2018



Maria Manuel Fernandes Gomes

**A Visibilidade na Esfera Pública: um estudo exploratório sobre os
Movimentos Sociais emergentes no Porto**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Sociologia, orientada pela Professora
Doutora Helena Carlota Ribeiro Vilaça

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
julho de 2018

A Visibilidade na Esfera Pública: um estudo exploratório sobre os Movimentos Sociais emergentes no Porto

Maria Manuel Fernandes Gomes

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Sociologia, orientada pela Professora
Doutora Helena Carlota Ribeiro Vilaça

Membros do Júri

Professor Doutor Fernando Vasco Moreira Ribeiro
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professora Doutora Helena Carlota Ribeiro Vilaça
Faculdade de Letras – Universidade do Porto

Professora Doutora Natália Maria Azevedo Casqueira
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Classificação obtida: 18 valores

“Numa época e num país no qual todos se pelam por proclamar opiniões ou juízos, o senhor Palomar ganhou o hábito de morder a língua três vezes antes de fazer qualquer afirmação. Se, à terceira dentada na língua, ainda está convencido daquilo que estava para dizer, di-lo; se não, fica calado.”

Italo Calvino, *Palomar*

Sumário

<i>Declaração de honra</i>	8
<i>Agradecimentos</i>	9
<i>Resumo</i>	10
<i>Abstract</i>	11
<i>Índice de Imagens</i>	12
<i>Introdução</i>	14
<i>I. Cidade e Comunicação</i>	16
a. A cidade: uma breve reflexão sobre o conceito	16
b. O espaço público e a esfera pública: os campos de produção de sentido	18
c. A semiótica social como abordagem disciplinar.....	29
<i>II. A exploração da Visibilidade</i>	35
a. A internacionalização da cidade e o conceito de <i>city branding</i> : o caso do Porto	39
i. A marca <i>Porto</i>	42
b. A emergência coletiva: entre a história e a teoria	44
i. As redes sociais como proposta para a mobilização	52
ii. O caso do Porto	55
<i>III. A esfera metodológica</i>	56
a. A imagem e o mundo virtual: possibilidades e limitações.....	56
b. As ferramentas de análise	61
i. Netnografia e análise de conteúdo.....	61
ii. Semiótica social visual	66
<i>IV. À descoberta do Porto (in)visível</i>	75
a. As páginas: o cruzamento da netnografia e os dados da análise de conteúdo	81
b. As imagens: a análise visual através da semiótica social.....	92
c. Discussão e cruzamento dos resultados	115
<i>V. Conclusão</i>	118
<i>VI. Referências bibliográficas</i>	122
<i>ANEXOS</i>	128

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 27 de junho de 2018

Maria Manuel Fernandes Gomes

Agradecimentos

Aos meus pais, por tudo. Por me ouvirem sempre que precisei, e preciso. É para vocês.

À Inês, por todas as conversas fora de horas.

À Mariana: desde o berço, que me mostras todos os dias o que significa dedicação e esperança. Se não fosses tão chata, até diria que és uma inspiração...

À Mafalda, por seres “a minha pessoa do outro lado da sala”. Até em Marte continuarias a fazer a diferença. A mais linda, para sempre.

À Inês, à Marga, à Mariana e à Natália, por estarem sempre ao meu lado e por nunca me deixarem desistir. Obrigada por todo o amor e por me fazerem acreditar.

Ao Queques, o meu melhor amigo. Tanto pediste um resumo que agora tens uma dissertação.

Ao *Direito à Cidade*, *O Porto não se Vende* e à *The Worst Tours*, pela autorização para o uso das imagens.

Especialmente, à minha orientadora, a Professora Doutora Helena Vilaça, por toda a disponibilidade e incentivo, que tornaram possível a realização deste trabalho. Um enorme obrigada.

Resumo

As cidades contemporâneas estão em constante mutação e vivem num regime de competitividade crescente. Os espaços urbanos, enquanto uma localidade global, assumem-se como o expoente da comunicação entre os diferentes indivíduos sociais, onde se definem estratégias de atuação nos vários níveis.

Partindo de um acontecimento relativo ao início das campanhas eleitorais da cidade do Porto, que viu, de um lado, o responsável pela governação local a denunciar, através da rede social Facebook, o abuso da utilização da imagem de marca da cidade para fins políticos, e do outro, um grupo de pessoas a negar esse intuito e a apelar ao direito à opinião, pretendeu-se refletir sobre o conceito de esfera pública, que, atualmente, deambula entre o offline e o online, e a emergência de determinados atores coletivos. No contexto do Porto, os movimentos sociais que surgiram nos últimos tempos, alavancados pela criação de páginas de mobilização e pela partilha de imagens a partir dessa plataforma, reclamam o espaço público e uma revisão às políticas de habitação vigentes, a nível local e nacional.

Tendo como objeto de estudo a imagem criada e partilhada por essas iniciativas, a presente dissertação tem como objetivo compreender o significado desse conteúdo imagético, enquanto produto de um contexto social, explorando-as através de uma abordagem qualitativa, com apontamentos netnográficos. Os resultados e as respetivas conclusões resultam de uma análise visual sustentada na vertente da semiótica social.

Palavras-chave: Cidade; Esfera Pública; Imagem; Movimentos sociais; Redes sociais.

Abstract

Contemporary cities are constantly changing and live in an environment of increasing competitiveness. Urban spaces, while a global locality, assume themselves as the exponent of communication between the different social individuals, where acting strategies are defined at various stages.

Starting from an event regarding the beginning of the electoral campaigns in Porto, which saw, from one side, the head of the local government denouncing, through Facebook, the abuse of the use of the city's brand image for political purposes, and on the other side, a group of people denying that goal and appealing for the right to an opinion, it was intended to reflect on the concept of public sphere, which nowadays wanders between offline and online spaces, and the rising of certain collective actors. In Porto, social movements that rose in the last years, supported by pages and images shared through Facebook, reclaim the public space and a revision to the existing housing policies.

Focusing on the image created and shared by those initiatives, the present dissertation intends to understand the meaning behind that visual content, as a product of a social context, exploring them through a qualitative approach with netnographic notes. The results and conclusions follow a visual analysis based on social semiotics.

Keywords: City; Public Sphere; Image; Social Movements; Social Media

Índice de Imagens

Imagem 1. Imagem 1 (Direito à Cidade).....	95
Imagem 2. Imagem 2 (Direito à Cidade).....	97
Imagem 3. Imagem 3 (Direito à Cidade).....	98
Imagem 4. Imagem 4 (Direito à Cidade).....	100
Imagem 5. Imagem 5 (Direito à Cidade).....	101
Imagem 6. Imagem 4 (O Porto não se Vende)	102
Imagem 7. Imagem 1 (O Porto não se Vende)	102
Imagem 8. Imagem 2 (O Porto não se Vende)	103
Imagem 9. Imagem 3 (O Porto não se Vende)	105
Imagem 10 Imagem 5 (O Porto não se Vende)	106
Imagem 11 Imagem 1 (The Worst Tours).....	108
Imagem 12 Imagem 2 (The Worst Tours).....	110
Imagem 13 Imagem 3 (The Worst Tours).....	112
Imagem 14 Imagem 4 (The Worst Tours).....	114
Imagem 15 Imagem 5 (The Worst Tours).....	115

Introdução

No passado dia 5 de agosto de 2017, o candidato independente e atual presidente da Câmara Municipal do Porto, Rui Moreira, manifestou o seu desagrado relativamente a uma imagem gráfica, em forma de autocolante, que, de acordo com o mesmo, começou a surgir pelas paredes, ruas e outras estruturas da cidade, dias antes das campanhas oficiais dos diferentes pretendentes terem iniciado a sua marcha.

Através da página oficial da candidatura, criada para a publicitação de vários pontos da sua estratégia para os próximos quatro anos, na rede social Facebook¹, Rui Moreira, num tom magoado e defensivo, condenou todos aqueles que, de alguma forma, se concentraram no “ataque” à imagem de marca criada para a cidade do Porto em 2014, *Porto*..

No centro de toda a polémica, está a alta semelhança entre a imagem criada e a identidade visual que consagra a renomeada marca *Porto*.. O autocolante usa a mesma cor azul como fundo, adotando o branco e o mesmo tipo de letra para realçar a parte textual, substituindo, somente, a letra *P* pela letra *M*, construindo, assim, a palavra “Morto.”. Todavia, a imagem partilhada pelo presidente é uma outra versão, que utiliza um fundo preto em substituição do azul.

O presidente da Câmara Municipal do Porto presume que “isto tem a ver com as eleições e são meus adversários. Ou achar que não, e que são, simplesmente, cobardes que nada têm a fazer ao dinheiro.”, clarificando, em última instância, que “quem o faz odeia o Porto. E odeia uma marca que procura maltratar por puro ódio e por aversão ao sucesso.”.

Os comentários realizados por Rui Moreira foram noticiados por diferentes jornais, na sua via online, o que, por sua vez, motivou uma resposta às acusações proferidas da parte daqueles que criaram a imagem. Surgindo em diversas páginas do Facebook, esta mesma resposta inicia-se com um irónico agradecimento pela atenção dada aos autocolantes. Seguidamente, invocam a existência de uma segunda parte associada, que havia sido retirada, onde surgia o texto “*European Best Gentrification 2017*”². Sempre no anonimato, e entre justificações para tal, ressaltam a sua não ligação a um partido político, opondo-se

¹ A respetiva publicação pode ser acedida a partir de <https://www.facebook.com/ruimoreira2017/photos/a.421318651308003.1073742020.356641914442344/1223575077749019/?type=3&theater>.

² “Melhor Gentrificação Europeia 2017” (traduzido pela autora).

à suspeição de Rui Moreira, e solidificam o seu amor pela cidade, corrigindo a afirmação de ódio destes pelo Porto redigida pelo presidente da Câmara Municipal do Porto.

Em conformidade, a visibilidade desta denúncia, e da respetiva resposta, foi considerável, contando-se cerca de oito referências à situação por diferentes elementos da imprensa nacional, via *online*, como por exemplo o Jornal de Notícias e o Observador. A pesquisa pelo acontecimento também revelou a partilha de alguns artigos de opinião sobre o mesmo.

Assim, a presente dissertação tem como objetivo compreender o uso da rede social Facebook pelas iniciativas *Direito à Cidade*, *O Porto não se Vende* e *The Worst Tours*, enquanto uma plataforma de comunicação alternativa aos *media* tradicionais, e a utilização da imagem como um modo de comunicação capaz de realçar os interesses de cada um, assim como o contexto em que foi produzida.

Nesta linha de pensamento, a dissertação foi dividida em cinco capítulos. O primeiro “Cidade e Comunicação” dedica-se à apresentação e ao desenvolvimento dos conceitos de cidade, espaço público e esfera pública, focando na relação existente entre cada um. A conclusão desta secção realiza-se tendo por base a semiótica social como uma proposta de reflexão sobre os primeiros.

No segundo capítulo, “A exploração da Visibilidade”, que se encontra dividido em dois momentos, assinala-se a visibilidade como o fio condutor para o entendimento da manifestação dos movimentos sociais no mundo contemporâneo e no universo digital, contando com uma sistematização histórica e concetual. Ainda aqui, menciona-se o caso da cidade do Porto como espaço para a emergência de atores coletivos.

No que diz respeito à terceira secção, “A esfera metodológica”, esta direciona para os primeiros passos metodológicos, com a referência às ferramentas de análise utilizadas, neste caso, num primeiro nível, a netnografia, e com mais relevância, a análise de conteúdo das páginas da rede social Facebook e análise visual através da semiótica social.

O quarto capítulo, “À descoberta do Porto (in)visível”, inscreve as movimentações metodológicas, os resultados obtidos e a discussão e o cruzamento dos mesmos.

Por último, a conclusão questiona alguns apontamentos teóricos revistos ao longo da dissertação.

I. Cidade e Comunicação

a. A cidade: uma breve reflexão sobre o conceito

A cidade, na sua dimensão concetual em constante evolução, é uma representação da relação simbiótica estabelecida entre vários atores e funções. A interdisciplinaridade compreendida neste território é o reflexo da subjetividade dos campos político, económico, social e cultural que operam conjuntamente com as mudanças na sua estrutura morfológica.

É impossível olhar e pensar o espaço citadino sem antes compreender que tipo de relações se fundam neste lugar: assim, a cidade pode ser entendida como um espaço de multiplicidade e de pressupostos, onde se fomenta a renovação e a discussão (Rémy & Voyé, 1992, p. 14-15). Há uma certa inevitabilidade no pensamento da cidade enquanto lugar de relações de reciprocidade, contudo a forma como estas ligações se afirmaram e manifestaram num dado espaço-tempo é distinta. Segundo Jean Rémy e Liliane Voyé, existem dois momentos para compreender a cidade e as suas estruturas: o momento antes do início dos processos de industrialização e urbanização e a fase posterior aos mesmos (Rémy & Voyé, 1992).

Os dois períodos convergem ao nível morfológico, onde a cidade se apresenta como “o lugar de estruturação de todos os campos de atividade” e “lugar de formalização” (Rémy & Voyé, 1992, p. 38), e divergem na exteriorização espacial e social das diferentes relações.

A partir de duas dicotomias - centro/periferia e interior/exterior – é possível descrever o regime de diversidade que impera na cidade. Iniciado no século XVIII e intensificado durante o século XIX, o processo de industrialização impôs sérias mudanças no quadro estrutural da cidade. É, essencialmente, na fase da industrialização que se iniciaram os questionamentos acerca da apropriação do espaço e do seu consumo. As novas formas de produção, não só económicas, mas também sociais, forçaram o

desenvolvimento de uma nova lógica de mobilidade, dado o aumento de zonas longe do centro com independência suficiente para a sua sobrevivência.

Com certeza, o sentido de progresso incutido ao setor dos meios transportes resultou na garantia de um produto que transformou, substancialmente, a maneira como o indivíduo presenciava e aproveitava o espaço (Rémy & Voyé, 1992, p. 58-59). O pensar a urbanização é alavancado com o processo moroso e transformativo da industrialização, que incentivou a hierarquização do solo e a sua perceção, enquanto garante de um estatuto e distinção social (Rémy & Voyé, 1992, p.19).

Numa renovada condição social questionou-se recursos, problemáticas e soluções. Em simultâneo, desenvolveu-se uma noção de cidade cada vez mais difusa na sua morfologia, onde o imprevisto se sobrepõe ao planeamento (Goitia, 2014, p. 173-174). A dita “transformação incongruente”, referida por Fernando Chueca Goitia como característica de um urbanismo em expansão (Goitia, 1994, p. 174), incentivou a necessidade de corresponder as tendências e formas de estar dos grupos sociais quanto ao uso do território feito pelos mesmos.

Neste sentido, é essencial aludir à teoria da ecologia humana, apresentada pela Escola de Chicago. A partir deste discurso, pretendeu-se perceber a íntima relação estabelecida entre as mudanças espaciais e as suas repercussões nos estilos de vida dos indivíduos, alicerçada nos conceitos de competição, comunicação e dominação e, acima de tudo, nas conceções valorizadas por Charles Darwin (Donne, 1979, p. 39-41).

Aqui, o sujeito é lido e descodificado com o recurso a processos existentes na natureza, como a concorrência e a seleção. O crescimento das cidades com o advento da era industrial quebrou a ideia do estabelecimento das chamadas “áreas naturais”, as quais apontavam para “o produto dos processos de ajustamento e cada uma delas com uma função própria no contexto urbano expressão de formações espontâneas de agregados” (Donne, 1979, p.41).

Se, em períodos anteriores, foi possível distinguir os espaços construídos e organizados de acordo com as especificidades de cada classe social, onde a questão da hierarquia era lida com um tom consonante (Rémy & Voyé, 1992, p. 45), nesta altura, a concretização de um modelo de desenvolvimento da cidade, apresentado por Ernest

Burgess, pediu um enraizamento conceitual e social que permitisse compreender a mobilidade, aos diferentes níveis, dos vários grupos (Donne, 1979, p. 41-43).

O esquema delineado por Burgess tinha como objetivo espacializar visualmente as orientações e comportamentos das classes sociais, no sentido de prever movimentações e problemas e, até que ponto, a fixação de certos grupos em certos espaços pode influenciar a ação do indivíduo (Donne, 1979, p. 43-44).

Deve-se ter em conta a fundamentação da ecologia humana como catalisador deste modelo, onde se toma a dominação como conceção crucial para a compreensão da distribuição dos indivíduos. Contudo, este modelo carece de generalização territorial, pois esquece os sistemas simbólicos inerentes a cada sociedade. Aliás, a partir das referências de Chueca Goitia, Robert E. Park, um dos teóricos fundadores da Escola de Chicago, num ensaio posterior ao lançamento deste esboço territorial, assumiu a cidade como um cruzamento natural das agitações sociais, carregadas de valores, história e tradições (Goitia, 1994, p. 32).

Desta forma, pensar a cidade é mais do que olhar para a sua questão formal ou para a maneira como os vários indivíduos se relacionam. É mais do que a regulação das interações e da apropriação hierarquizada do território. A cidade é a expressividade máxima do confronto entre historicidade, estruturação e planeamento. A cidade é a materialização de “um estado de espírito” (Goitia, 1994, p. 32-33).

b. O espaço público e a esfera pública: os campos de produção de sentido

No seguimento das primeiras considerações sobre o conceito de cidade, deste processo de materialização, perpetua-se um sistema simbólico, garante relacional entre a fisicalidade da cidade e a sua incorporeidade. É no plano do imaginário, de acordo com Rémy e Voyé (1992), que se intensificam os simbolismos propostos para o lugar citadino, onde a “constante presença do estrangeiro que nela introduz o exotismo” (Rémy & Voyé, 1992, p. 48), incentiva a interiorização dos cultos da exterioridade. Tal permite ao indivíduo-residente redescobrir a cidade, enquanto espaço de partilha, de rotinas, de privilégios e de contradições.

Neste lugar urbano, “cada grupo procura um lugar de identificação que, remetendo para a sua história particular, lhe é próprio e relativamente exclusivo”, o que projeta alterações ao nível da dinâmica coletiva e, por sua vez, na carga simbólica imposta nas interações e nos objetos presentes num dado espaço. Sustentados nesta passagem, os autores sublinham as ideias de priorização do signo sobre o símbolo apresentadas por Jean Baudrillard (Rémy & Voyé, 1992, p.93).

De acordo com o último, o objeto simbólico deixará de o ser a partir do momento em que o laço afetivo entre o mesmo, o indivíduo e o “outro”, desaparecer, e passará a ser olhado como signo assim que o seu uso seja para qualquer tipo de distinção social.

O desenvolvimento de uma estratégia política e a possibilidade de geração de uma massa crítica da mesma têm na cidade e nos seus espaços públicos a zona de atuação preferencial. Enquanto espaço público, percebem-se as infraestruturas físicas que compõem a área urbana e onde se formam as relações interpessoais, baseadas em códigos específicos (Aubin, 2014, p. 90).

Para Rémy e Voyé, “um espaço fica a ser visto como público quando é acessível a qualquer pessoa e, eventualmente, em qualquer altura; é considerado como privado quando o acesso é reservado a um grupo específico que o controla.” (Rémy & Voyé, 1992, p. 121). Assim, o conceito apresentado está, inevitavelmente, relacionado com a valorização social de cada indivíduo, que se integra e se move consoante as suas escolhas e necessidades (Rémy & Voyé, 1992, p. 121).

Nesta direção, é importante referir o conceito de gentrificação. Esta aceção surgiu nos anos 60 do século XX pelas mãos da socióloga inglesa, Ruth Glass e, de uma forma geral, retrata o processo de substituição territorial de grupos de baixos recursos socioeconómicos por outros com um currículo superior. Nos anos 80 do século XX, a atenção dada à gentrificação contribuiu para a ampliação teórica do termo e para a sua extensão, enquanto ferramenta de rentabilização de políticas urbanas neoliberais (Smith, p. 15-17).

O autor considerou a existência de diversos níveis no que diz respeito ao desenvolvimento da gentrificação: se, num primeiro momento, se verificou este processo no âmbito habitacional, atualmente, conjuga e manifesta-se nas diferentes atividades e

relações sociais. Neil Smith considera que o processo em discussão se foi tornando cada vez mais ordenado, com a capacidade de se adaptar à variabilidade dos ciclos económicos.

Também Walter Rodrigues se debate acerca da evolução do conceito de gentrificação, descrevendo que o mesmo “(...) ao contrário da formulação mais primitiva do conceito, é actualmente analisada não exclusivamente na sua dimensão residencial, mas sim numa vertente que implica uma reestruturação das cidades centro das metrópoles a duas velocidades e em diversas dimensões” (Rodrigues, 1999, p. 111).

No mesmo sentido, o próprio espaço é “reapropriado na lógica do indivíduo-massa e das diferenças ligadas à série e aos consumos”, algo que remete para a teorização da organização e produção do espaço proposta por Henri Lefebvre.

Das dicotomias sugeridas pelo autor, a oposição dominação *versus* apropriação está, invariavelmente, relacionada com a consagração de um lugar público ou privado. Para Lefebvre, “o espaço dominado é normalmente fechado, esterilizado e esvaziado”, e só poderá ser analisado quando em clara contraposição com a ideia de apropriação (1991, p. 165). A área dominada é, segundo o autor, aquela alterada pelo uso da tecnologia, resultando em infraestruturas com o intuito de serem usufruídas pelo indivíduo. Por sua vez, a partir do momento em que uma construção é introduzida tendo em vista as necessidades de um dado grupo, o espaço dominado passará a ser o espaço apropriado (Lefebvre, 1991, p.165-166).

A proximidade entre dominação/apropriação e público/privado, segundo Lefebvre, está delineada da seguinte forma:

O espaço privado é diferente, mas sempre ligado com o espaço público. Na melhor das circunstâncias, o espaço exterior da comunidade é dominado, enquanto o lugar interior da família é apropriado. (Lefebvre, 1991, p. 166)

Embalado pela argumentação exposta por Henri Lefebvre, que indica que o espaço público “(...) além de ser um meio de produção, é, também, um meio de controlo, e, portanto, de dominação, de poder” (Lefebvre, 1991, p. 26), Edward Soja apresenta o conceito de *terceiro espaço*, que envolve os planos de significação do quotidiano, onde se

constroem experiências e se definem sentidos para as ações decorrentes; é, por isso, um espaço em constante evolução.

Não desconsiderando as dimensões histórica e social que traduzem o espaço, Soja descreve, então, o *primeiro espaço* como a configuração do universo material, a territorialidade associada, em que se fundamentam as práticas sociais; o *segundo espaço* induz a percepção individual de cada ator no que concerne às atividades passadas no primeiro, que incita ao desenvolvimento de uma linguagem simbólica, e é, também, o local de formação das relações de poder e das representações ideológicas. Já o *terceiro espaço* é considerado pelo mesmo como um “compósito transcendente de todos os espaços” (Soja, 1996, p. 62, como citado em Saju, 2014, p. 118).

Ainda nas considerações de Rémy e Voyé, a coletividade tem no espaço público a possibilidade de tomadas de decisão enquanto um todo. O aspeto privado conta com a intimidade individual e com outros detalhes de segunda ordem. Contudo, é importante realçar que, dentro do espaço privado, e constatando a realidade da cidade da atualidade, consagram-se funções com influência para o mundo público (1992, p. 122).

Segundo Tonnelat, “(...) a necessidade e o sucesso do espaço público é, antes de tudo, predeterminado pela sua habilidade de conjugar duas qualidades principais e necessárias sobre as quais todo o resto depende: acessibilidade e comunicação”, considerando que “(...) a acessibilidade é o que garante a circulação livre de pessoas e bens. É, também, o que permite a emergência de representações coletivas, de onde são produzidas imagens da cidade” (Tonnelat, 2010, p. 2). Na perspectiva da autora, os conceitos em discussão neste capítulo apresentam-se como duas visões de difícil definição.

A dimensão física da cidade, entre as estruturas públicas e privadas, e a sua acessibilidade, à partida, inscrita por direito, são o reflexo da comunicação interiorizada e dos processos de significação inerentes. A revelação individual é expressa a partir do uso de determinados espaços e do estabelecimento de relações com o outro nesses mesmos locais. Aqui, a dicotomia privado/público expõe-se com um rigor que incentiva a sua confusão, onde os sistemas semânticos de cada um competem numa dimensão discursiva, sustentada no debate, acerca dos assuntos e problemáticas existentes no contexto cidadão.

À luz das reflexões destes autores, torna-se fulcral apresentar o conceito de esfera pública:

(...) o conceito de “espaço público” é fundado em dois objetos centrais: “o espaço público” como a localização física que forma os laços sociais (o espaço público) e “o espaço público” como a coleção de atributos que contribuem para a formação do debate público (a esfera pública) (Aubin, 2014, p. 90)

Segundo Hannah Arendt, “a esfera pública, enquanto mundo comum, reúne-nos na companhia uns dos outros e, contudo, evita que colidamos uns com os outros, por assim dizer”. A partir da consideração da autora, este local é essencial para as relações de troca presentes no quotidiano dos indivíduos, as quais se revelam fracas e cada vez mais díspares, quando inseridas no quadro da sociedade contemporânea (Arendt, 2007, p. 62).

Ainda nas considerações de Arendt, só a característica de publicidade inculcada na esfera pública poderá alavancar e dinamizar o espírito comunitário: “É o carácter público da esfera pública que é capaz de absorver e dar brilho através dos séculos a tudo o que os homens venham a preservar da ruína natural do tempo” (Arendt, 2007, p. 65).

O conceito de esfera pública foi o tema central para uma das contribuições mais marcantes para o pensamento político e social do século XX. De acordo com Jürgen Habermas, a esfera pública é reclamada como o lugar para a governação das trocas normalizadas entre os diferentes indivíduos sociais. O autor concentrou-se no desenvolvimento do conceito, através de uma perspetiva, essencialmente, histórica, partindo da classe burguesa e da esfera pública literária.

Para Habermas, a esfera pública burguesa é o culminar das esferas privadas dos indivíduos constituintes de uma sociedade (1992, p. 27). Estes últimos pediam o controlo e a regulação deste “espaço” acima de qualquer entidade e instituição de autoridade pública, sendo que o principal objetivo era “(...) envolvê-los num debate acerca das regras gerais que governam as relações na esfera basicamente privatizada, mas publicamente relevante de troca de bens e trabalho social” (Habermas, 1992, p. 27).

O ponto de partida para a discussão das problemáticas neste âmbito assenta no “uso público da razão” pelos diferentes intervenientes (Habermas, 1992, p. 27), alavancado pela igualdade de acesso a este círculo. Aliás, esta consideração enuncia os pilares que fundamentam a esfera pública burguesa: entrada universal e equidade argumentativa.

No que diz respeito à primeira condição, Habermas atenta que “(...) o público a ser considerado como objeto do estado constitucional burguês visualizava a sua esfera como algo comum neste estrito sentido; nas suas deliberações foi antecipado em princípio que todos os seres humanos lhe pertencem” (Habermas, 1992, p. 85). A transição cronológica efetuada pelo autor salienta o papel da classe burguesa literária na formação da esfera pública do século XVIII, sendo que os indivíduos integrados neste grupo social partilhavam características comuns: educação e propriedade.

Ora, de acordo com Habermas, a interiorização dos privilégios enumerados não constituía, necessariamente, uma limitação ao acesso à esfera pública de que se fala; na sua essência, assumiam-se, apenas, como a representação da esfera privada e das conquistas individuais de cada ator social implicado. Ainda nas palavras do autor,

a esfera pública estava salvaguardada sempre que as condições económicas e sociais garantiam a todos uma igual oportunidade para reunir os critérios de admissão: especificamente, para adquirir as qualificações para a autonomia privada do indivíduo educado e proprietário. (Habermas, 1992, p. 86)

Relativamente ao segundo parâmetro de organização descrito acima, o objetivo último é a construção de uma opinião pública, que, sustentada na primeira condição de uma representatividade múltipla, não enaltece as características da esfera privada de cada um, mas sim o poder dos argumentos utilizados durante o debate. Enquanto produto final de uma deliberação sem pressupostos desiguais no seu acesso, a consagração da opinião pública parte do uso da razão por cada ator em cena, descrevendo uma lógica de discurso interativa, para a afirmação consensual de objetivos comuns do quotidiano (Habermas, 1992, p. 54-55; Fraser, 1990, p. 59).

Ademais, a travessia histórica realizada por Jürgen Habermas posicionou-se entre o século XVII e o século XX, acentuando as alterações estruturais respeitantes à emergência e à queda da esfera pública.

Segundo o autor, no período da Alta Idade Média, a realização de uma esfera pública, como a divisão plena entre o público e o espaço privado, não teve lugar no estado feudal da sociedade medieval. Contudo, é nesta época que o conceito de publicidade começa a ser utilizado, este associado aos ideais de representatividade pública por um determinado elemento. Esta aceção, todavia, “(...) não foi constituída como um domínio social, isto é, como uma esfera pública; em vez, era algo como um atributo de *status* (...)” (Habermas, 1992, p. 7).

No século XVII, a contemplação do poder foi alterada, com a descentralização da influência anteriormente conferida a determinadas entidades, como os representantes monárquicos, a Igreja e a nobreza. Neste momento, emergem mecanismos e órgãos concordantes com a autoridade pública.

Nesta passagem, a transição de poderes salientou a importância social da classe burguesa, alavancada pelo alargamento das trocas comerciais. As novas relações transacionais implicaram a consciencialização de uma nova ordem social, onde as cidades se estabeleceram como o centro de operações e de regulação dos mercados (Habermas, 1992, p. 15). Em consequência da instituição de um regime com fundamentos capitalistas, e, também, das trocas de mercadorias de longa distância, “(...) uma rede de dependências económicas horizontais emergiu, que, em princípio, não poderia mais ser acomodada pelas relações verticais de dependência que caracterizam a organização de dominação num sistema imobiliário baseado sobre uma economia familiar autónoma” (Habermas, 1992, p. 15).

A multiplicação de pontos comerciais afirmou-se como um elemento de grande influência no que concerne à caracterização deste momento, a par da necessária troca de correspondência e de informação para o sucesso das transações de longo curso. Os processos de comunicação intercidades intensificaram-se, contudo, o conteúdo das mensagens e das notícias encaminhadas através da imprensa estava bastante limitado ao círculo correspondente aos atores sociais envolvidos nas trocas (Habermas, 1992, p. 16).

Já no século XVIII, a utilização de determinados espaços, como os salões, museus e casas de café, para a conversa e o debate entre elementos da classe burguesa estabeleceu a esfera pública literária. Aqui, discutiam-se assuntos de âmbito privado e público, difundindo, a partir desses lugares e da imprensa, a objetivação das matérias individuais e sociais. Aliás, a condição para a plena concretização da esfera pública privada assentava, exatamente, no desprendimento da subjetividade individual e na exaltação da capacidade de cada elemento “(...) enquanto proprietários desejosos por influenciar o poder público no seu interesse comum” para assim “(...) reforçar a eficácia da esfera pública no domínio político” (Habermas, 1992, p. 56).

De acordo com o sociólogo alemão, a relação entre o meio privado e a esfera pública com a compreensão dos pressupostos da sociedade civil, através da troca de bens e de cultura. Em concordância, o mesmo “(...) vê, inicialmente, a troca de cultura como um aspecto positivo da sociedade, pois é partir deste câmbio que ideias bem fundamentadas podem alcançar os outros, resultando em debates democráticos” (Adamoli, 2012, p. 22). Na segunda metade do século XIX, o fenômeno massificado de troca passou a ser considerado um princípio redutor da influência da esfera pública, muito por culpa da mercantilização da cultura pelos meios de comunicação: estes “(...) mais preocupados com dinheiro do que com qualidade e diversidade, negociavam a cultura para as massas, perdendo qualquer elemento democrático relevante” (Adamoli, 2012, p. 22).

Tomando, ainda, as considerações de Adamoli sobre o trabalho de Habermas, a aceitação da sua própria consciência, enquanto condição de excelência para a manifestação individual no espaço e esfera pública, e da valorização da liberdade discursiva, enquanto consequência da primeira, permitiu à esfera pública burguesa dar “(...) origem à ação, forçando o estado a adotar legislaturas de ‘interesse público’” (Adamoli, 2012, p. 22). Ora, este mesmo domínio “(...) pode ser descrito como uma rede para a comunicação de informações e pontos de vista” (Habermas, 1996, p. 360, como citado em Adamoli, 2012, p. 22-23).

A transição da esfera pública burguesa, imbricada, agora, em leis de troca de mercadorias, e não fundamentada pelo debate crítico-racional, significou a sua queda

como o espaço de desenvolvimento da opinião pública. Os constrangimentos e interesses económicos associados a este momento usurparam o princípio de acessibilidade universal, sendo que o indivíduo passou a ser visto como um mero consumidor num universo de espetacularização da cultura.

O trabalho e a sistematização do conceito em análise desenvolvidos no livro *A Transformação Estrutural da Esfera Pública* por Jürgen Habermas foi alvo de várias críticas em diferentes níveis.

Segundo Nancy Fraser, a esfera pública burguesa como apresentada por Habermas omitiu a manifestação de outros grupos sociais noutras esferas públicas. A retórica escolhida pelo mesmo colocou no esquecimento os discursos de atores individuais e coletivos que procuraram, também através da concretização de uma opinião pública, exercer influência sobre as instituições políticas vigentes (Fraser, 1990, p. 59).

No seguimento, Fraser afirma que “um discurso de publicidade que promove a acessibilidade, a racionalidade, e a suspensão de hierarquias de *status* é implantado como uma estratégia de distinção”. Entre os autores analisados por Fraser, e a sua respetiva argumentação, as problemáticas relacionadas com o regime excludente do discurso de Habermas são manifestas em várias situações: a leitura do mesmo não contou com a voz da classe operária que se opunha às estruturas do trabalho industrial e dos modos de produção; da mesma forma, relegou as movimentações das mulheres de diferentes classes na construção de uma sociedade civil alternativa, tendo em conta a sua exclusão da esfera pública legitimada, fundamentalmente, patriarcal (Fraser, 1990, pp. 60–61).

Em conformidade, e ainda na linha de pensamento da autora, “a esfera pública oficial, então, era – de facto, é – o local institucional principal para a construção do consentimento que define o novo, hegemónico modo de dominação” (Fraser, 1990, p. 62).

O autor Christian Fuchs também se debruçou sobre o assunto, acrescentando às críticas da classe operária e da exclusão por género, a tese da existência do “imperialismo cultural”, que se fundamenta na ideia de que “(...) a esfera pública é um conceito do iluminismo ocidental que as sociedades ocidentais usam para tentar impor os seus sistemas políticos, económicos e sociais a outros países” (Fuchs, 2014, p. 65).

O pensamento de uma esfera pública desprovida de hierarquias falha a partir do momento em que o seu reconhecimento só é garantido pela autoridade política e por grupos com um determinado registo de legitimação. Isto é, a concretização de uma representatividade do conceito na sua essência deveria constatar as diferenças de acesso dos diferentes atores sociais, nos vários níveis que competem as relações no espaço público, para assim garantir o propósito de desenvolvimento de uma opinião pública.

No seio da sociedade contemporânea, também denominada por Manuel Castells de sociedade em rede³, é verificável a complexificação dos processos de comunicação. Se, por um lado, a evolução das tecnologias de informação e comunicação encurtou as distâncias e a velocidade de interação entre os diferentes agentes sociais, por outro, a organização e a representação dos sujeitos e dos seus interesses nem sempre se viabiliza de forma transparente.

O fenómeno da globalização, que se descreve como “(...) o processo que constitui um sistema social com a capacidade para trabalhar como uma unidade numa escala planetária em tempo real ou escolhido” (Castells, 2008, p. 81), possibilitou, e inscreve, os indivíduos num universo de rápida conexão com as diferentes redes internacionais.

Partindo do princípio de capacidade, podendo este ser visto de ponto institucional (procedimentos e regras de um estado-nação para o seu território) e organizacional (gestão da flexibilidade das redes), Manuel Castells indica que as estruturas fundamentadas num âmbito de redes globais são desenvolvidas num regime de dependência, sendo que, qualquer alteração num nó de uma determinada rede, afeta todos os domínios e agentes sociais (Castells, 2008, p. 81).

Todavia, o autor refere que nem todos os indivíduos se encontram representados nestas redes, salientando que as mesmas “(...) conectam e desconectam ao mesmo tempo” através da exclusão “(...) de tudo e todos que não acrescentam valor à rede e/ou desorganize o processamento eficiente dos programas da rede” (Castells, 2008, p. 81).

³ O autor define a sociedade em rede como “(...) uma sociedade cuja estrutura social é feita de redes alimentada por tecnologias de informação e comunicação microeletrónicas”. Manuel Castells (2004), *Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint*.

Neste sentido, e na assunção de uma crise de habilidade dos estados-nação no que concerne à gestão de problemáticas a nível global, verificou-se o estabelecimento de uma sociedade civil global. Esta estrutura global é constituída por diferentes tipos de organizações, que, através das redes, legitimam a sua atuação e defendem os valores e interesses da população em geral. Desta forma, distinguem-se quatro tendências associadas à formação de uma sociedade civil global: (1) “atores da sociedade civil local”, que trabalham com base nas problemáticas do lugar e se assumem cada vez mais diversas no seu objeto; (2) “organizações não governamentais com um quadro de referência global ou internacional na sua ação e objetivos”; (3) “movimentos sociais que visam controlar o processo de globalização”; e (4) “o movimento da opinião pública” (Castells, 2008, p. 84).

A sociedade civil global, sustentada pelas várias organizações e movimentos supra apresentados, tem, a partir dos novos meios de comunicação, como a internet e as ligações sem fios, a possibilidade de garantir a sua legitimação, tendo em conta que esses mesmos meios promulgam “(...) uma rede de comunicação horizontal”. Além do mais, estes meios “(...) providenciam tanto uma ferramenta de organização como um meio para o debate, diálogo, e tomada de decisão coletiva”, e, também, garantem uma maior autonomia dos movimentos relativamente às instituições políticas e aos *media* convencionais (Castells, 2008, p. 86).

Em conformidade, o posicionamento de uma nova sociedade civil, com contornos globais, informa o estabelecimento de um novo sistema político: “esta transformação é influenciada e disputada sobre materiais culturais/ideacionais, através dos quais os interesses políticos e sociais trabalham para promulgar a alteração do estado”. No seguimento, os processos de tomada de decisão sobre as mais variadas temáticas são formulados a partir “(...) das mensagens e debates que ocorrem na esfera pública” (Castells, 2008, p. 89).

A esfera pública contemporânea, de caráter global, e a comunicação processada nesse meio, apresenta uma grande dependência face aos sistemas comunicacionais vigentes, como imprensa e a televisão, onde “(...) a Internet e as redes de comunicação horizontais desempenham agora um papel decisivo”. A alteração da manifestação deste

conceito foi acelerada por um sistema relacionado com a ideia de “auto comunicação em massa”, que se descreve como “(...) redes de comunicação que relacionam muitos para muitos no envio e na recepção de mensagens numa forma de comunicação multimodal que ultrapassa os *media* de massa e, frequentemente, escapam ao controlo governamental” (Castells, 2008, p. 90).

Compreendendo os processos de comunicação como a projeção das relações e ações sociais, “(...) em que os seres humanos interagem com a ajuda de símbolos e, assim, criam significado uns dos outros e sobre o mundo” (Fuchs, 2014, p. 66), torna-se crucial apresentar o conceito de *ação comunicativa* delineado por Habermas.

Segundo o autor, e numa tentativa de afastamento das críticas do seu trabalho anteriormente apresentado, a *ação comunicativa* realiza-se sempre que determinados atores sociais, a partir da discussão, apresentam as suas opiniões, com o intuito de definição de um consenso. Enquanto um processo alicerçado no ‘mundo da vida’, ação apresentada por Habermas como o espaço em que as experiências individuais e coletivas se desenvolvem, criando, assim, um currículo social cumulativo, a *ação comunicativa* deve trabalhar para a integração e renovação social, sustentada nos ideais de veracidade (objetividade), correção normativa (relações sociais) e, finalmente, autenticidade (subjetividade individual) (Habermas, 1987).

c. A semiótica social como abordagem disciplinar

“A cidade não se pode, portanto, conceber como um sistema significante, determinado e fechado enquanto sistema. (...) Todavia, a cidade teve a singular capacidade de se apoderar de todas as significações para as dizer, para as escrever (estipulando-as e “concedendo-lhes significado”), e aí se incluem aqueles que vieram do campo, da cidade imediata, da religião e da ideologia política.”

Henri Lefebvre, *O Direito à Cidade*

Para Umberto Eco, a semiótica como disciplina sustenta-se na tentativa de explicação dos processos de comunicação recorrentes no quotidiano das diferentes sociedades. Inerente à comunicabilidade entre indivíduos, os modos de significação do primeiro revelam-se a matéria-prima para a concretização da semiótica enquanto técnica de investigação das interações primárias e mais complexas dos seres sociais.

De acordo com Moerdisuroso, o conceito de semiótica, como o conhecemos hoje, foi apresentado no final do século XVII por John Locke, no ramo da filosofia, enquanto “a doutrina dos signos” (Moerdisuroso, 2014, p. 81). Os estudos teóricos que dizem respeito à linguística foram iniciados por Ferdinand du Saussure, nos finais do século XIX, com a introdução de semiologia francesa, e por Charles Sanders Peirce, no mesmo período, com o desenvolvimento da semiótica em Inglaterra.

No primeiro caso, o intuito recaiu sobre a necessidade de explicação do fenómeno e modelo de linguagem, na sua generalidade, tendo por base uma lógica estruturalista (Curtin, 2009, p. 53). Na área da linguística, Saussure apresentou os conceitos de significante e significado para esclarecer o sentido presente numa mensagem escrita. Segundo o mesmo, a sua ligação “(...) é arbitrária”, sendo que “(...) as entidades não precedem ou determinam a sua nomeação, caso contrário um nome significaria a mesma coisa em todas as linguagens” (Curtin, 2009, p. 53).

A dialética estruturalista da escola francesa, apresentada por Saussure, assentava numa convenção diádica, onde “(...) os signos são a unidade de um conceito mental (significado) e um veículo simbólico utilizado para expressar esse conceito a si mesmo ou a outro indivíduo (significante)” (Vannini, 2007, p. 7).

No que concerne aos preceitos avançados pela semiótica inglesa, Charles Sanders Peirce identificou três elementos que estão na base do processo de semiose: “(...) a unidade de um signo consistia na relação entre um referente (objeto), um veículo de signo usado para expressar esse referente (*representamen*), e o sentido que alguém faz da relação entre os dois (interpretante)” (Vannini, 2007, p. 7). Contrariamente a Saussure, a construção da semiótica *peirciana* incidiu sobre um modelo triádico, supra apresentado, com uma desenvoltura teórica desprendida do estruturalismo e garantida pelo pragmatismo.

A produção e receção de uma mensagem tem no campo da semiótica um importante meio para a sua máxima compreensão. De uma forma geral, a semiótica pode ser entendida como

o estudo geral da semiose, isto é, os processos e os efeitos da produção e reprodução, receção e circulação de sentido em todas as formas, utilizados por todos os tipos de agente de comunicação. (Hodge & Kress, 1995, p. 261)

O significado é o objeto de estudo desta matéria, sendo que a sua preocupação se centra na questão da representação e de como é interiorizado e conferido o sentido de uma mensagem. A análise dos processos de significação desta natureza deve ter em conta a complexidade inerente às relações interpessoais estabelecidas e como o indivíduo, parte de um dado contexto social, político, económico e cultural, pode receber e perceber o conteúdo (Curtin, 2009, p. 51).

O conceito de semiótica social apresentado por M.A.K. Halliday, nos anos 80 do século XX, procedeu os estudos da linguística de Saussure e Peirce, sendo que, neste ensaio, o autor contratualiza a matéria da linguística sistémico-funcional e pensa na disciplina da semiótica como o cruzamento das estruturas sociais vigentes com um dado sistema de linguagem. Isto é, os procedimentos de investigação semiótica devem estar embasados numa lógica de triangulação entre a linguagem interiorizada, aquele que a usa e o seu contexto de utilização.

Para Halliday, a linguagem é o mecanismo mais importante para o pleno desenvolvimento de um indivíduo social, reconhecendo que

(...) é o principal canal pelo qual os padrões de vida são transmitidos a ele, através do qual aprende a agir como membro de uma ‘sociedade’ – em e a partir de vários grupos sociais, da família, da vizinhança, e assim por diante – e a adotar a sua ‘cultura’, os seus modos de pensamento e ação, as suas crenças e os seus valores (Halliday, 1982, p. 18)

Desta forma, compreende-se que a ótica *hallidayana* pressupõe que a construção de um ser social é definida de forma cumulativa, através da conjugação das experiências do passado e dos acontecimentos e interações do dia-a-dia.

A proposição de Halliday sustentou-se numa procura de explicação dos processos de significação a partir do ambiente social de produção, distanciando-se, assim, do caráter de autonomia e formalidade proclamado pelas teorias linguísticas antecedentes. Segundo a Gramática Sistémico-Funcional desenvolvida pelo autor, existem três tipos de enunciados que trabalham de forma simultânea numa mensagem na procura da definição de sentido, aos quais Halliday apelidou de metafunções: (1) a metafunção ideacional; (2) a metafunção interpessoal; e (3) a metafunção textual (Jewitt & Oyama, 2001, p. 140) (ver anexo A, tabela 3).

A teoria da linguagem alocada à semiótica social desenvolvida por Halliday foi procedida por Robert Hodge e Gunther Kress. A interpretação deste estudo pelos autores demarca as diferenças existentes entre a semiótica estruturalista, protagonizada pela escola francesa, e os princípios da semiótica social.

Um primeiro aspeto a ter em atenção é o afastamento de “(...) todas as formas de determinismo estrutural” (Vannini, 2007, p. 3). No caso da semiótica social, o significado é conferido ao poder, enquanto na semiótica estruturalista se verifica a operação inversa (Hodge & Kress, 1988, p. 2, como citado em Vannini, 2007, p. 3). O entendimento dos processos de significação é efetuado através da manifestação das relações interpessoais nos mais variados percursos e eventos do quotidiano.

Nesta lógica, os autores desenvolveram o conceito de *sistema logonómico*: um sistema que pode ser analisado como um lugar de contestação; uma realidade transmitida por agentes específicos, em momentos exclusivos; uma realidade como um lugar desafiado pelos atores sociais educados. Segundo Hodge e Kress, este recurso é:

um conjunto de regras que determina as condições de produção e receção de sentidos; que especificam quem pode reclamar para iniciar (produzir, comunicar) ou conhecer (receber, compreender) sentidos, sobre quais os assuntos, sob quais circunstâncias e com quais modalidades (como, quando, porquê). Os sistemas

logonômicos inscrevem os comportamentos da semiótica social nos tópicos da produção e da recepção, para que possamos distinguir entre regimes de produção (regras que limitam a produção) e normas de recepção (regras que constroem a recepção) (Hodge & Kress, 1995, p. 4-5)

O sistema logonômico proposto pelos autores é visto como um resultado do confronto das relações e experiências dos diferentes atores sociais. Entendido, então, como uma matéria puramente social, “(...) os sistemas logonômicos refletem as estruturas da dominação sociopolítica presente nos contextos sociais onde a semiótica ocorre” (Vannini, 2007, p. 6)

Aludindo à semiótica social apresentada por Robert Hodge e Gunther Kress, salienta-se outro ponto que distancia a semiótica estruturalista da abordagem em análise: as várias áreas presentes no espaço público, no que concerne à realidade social capitalista contemporânea, estão estruturadas de um ponto de vista de dominação. A distribuição dos bens e os canais de influência estão demarcados a um ponto que

os grupos dominantes tentam representar o mundo de maneiras que refletem os seus próprios interesses, os interesses do seu poder. Mas também necessitam de sustentar os laços de solidariedade que são a condição do seu domínio (Hodge & Kress, 1995, p. 3).

Os produtos de ideologias associados à visão consciente de cada um, relativamente à sua envolvimento num dado panorama social, podem ser falaciosos, quando a sua descrição parte de duas perspectivas distintas: o olhar do grupo dominante e a visão do conjunto dominado.

Os autores consideram que a complexidade imposta nestes processos de significação implica o seu entendimento a partir de dois modelos: “(...) modelos relacionais (classificações de tipos de agente, ação, objeto social, etc.) e modelos de ação (especificações das ações e dos comportamentos, permitidos ou proibidos aos tipos de agente social).” (Hodge & Kress, 1995, p. 3)

No cerne destes planos, verifica-se a utilização de duas orientações para a explicação dos comportamentos sociais e a sua respetiva monitorização. Para Hodge e Kress, existem *complexos ideológicos* delineados para o controlo das condutas dos diferentes atores sociais, que, para o seu pleno funcionamento, se auxiliam em *sistemas logonómicos*, para determinar os ditames da criação e receção de mensagens e do seu sentido.

Numa linha de pensamento semelhante à de Henri Lefebvre no questionamento da produção do espaço, também Hodge e Kress incutem, tanto na semiótica social, como nas suas ferramentas de análise, a dimensão histórica e temporal como preponderante para o entendimento contextual da produção de mensagens.

Um terceiro elemento diferenciador é a rejeição da conceção da origem do signo enquanto “(...) algo que é pré-concebido e que transcende o uso” (Vannini, 2007, p. 7). Neste sentido, a presente abordagem pensa os signos como *recursos semióticos*: os sistemas significantes são um meio para a produção de sentido, e não um conjunto de normas (Moerdisuroso, 2014, p. 83; Vannini, 2007, p. 8).

Neste momento, e a partir da observação das características desta abordagem semiótica, é possível estabelecer um paralelismo com as considerações de Félix Guattari, relativamente aos níveis de significação e de poder existentes nos processamentos comunicacionais. Para Guattari,

(...) a significação é sempre o encontro entre a formalização de um dado campo social de sistemas de valores, sistemas de tradução, regras de conduta, e de uma máquina de expressões que por si só não tem significado, como a-significante, e que automatiza comportamentos, interpretações, e as respostas pedidas pelo sistema (Guattari, 1978, p. 230-231, como citado em Genosko, 2016, p. 21).

Segundo o autor, e relembrando a descrição do conceito de sistema logonómico apresentado por Hodge e Kress, a linguagem e o seu uso são o reflexo das propostas de atuação e de um conjunto de valores de uma classe dominante. A linguagem como um mecanismo de comunicação tende para a serventia ao estado, ao capital, às leis vigentes,

entre outras entidades. Desta forma, Guattari salienta que “(...) o significado não é um efeito de elementos dentro de estruturas de linguagem; pelo contrário, tem uma origem social em relações de poder às quais a significação está ligada e sem provocar uma reflexão crítica no que é axiomático” (Genosko, 2016, p. 21).

Em suma, a semiótica social, enquanto campo específico da semiótica, tem como objeto de estudo o processo de criação e reprodução de significados inerente à comunicação entre os diversos agentes sociais – *semiose humana* (Hodge & Kress, 1995, p. 261).

Desta forma, é perceptível que a compreensão da cidade, mais concretamente, na sua qualidade de espaço público, é o palco de excelência para a medição de forças entre diferentes grupos sociais, dominantes e dominados, cujos contextos e formas de atuação se assumem distintos. A semiótica social pode ser visualizada como uma abordagem, de certo modo, mais inclusiva, tendo em conta a proposta de estudo de diferentes formas e/ou recursos de comunicação, relevando os constrangimentos de produção e reprodução de determinados sistemas de significação – condições do meio.

II. A exploração da Visibilidade

Na obra *Seis propostas para o próximo milénio*, Italo Calvino inscreveu o resultado de cinco conferências, onde apresentou os valores excecionais que o campo literário deveria seguir no decorrer da atual época.

Assumindo um possível desprendimento da presente temática de estudo, salienta-se um aspeto, encarecido pelo autor, cuja perspetivação pode ser tida como uma característica transversal a qualquer área de conhecimento.

Para Calvino, a Visibilidade tem inerente o processo de imaginação particular ao indivíduo. As imagens mentais criadas a partir de perceções, recordações e representações, até mesmo, a imagética interiorizada, à partida, sem sentido e significado, são a matéria valorativa desta proposta e o produto do nosso consciente e inconsciente.

A sintética definição desta proposição permitiu a Italo Calvino delinear dois afluentes deste processo mental: “o que parte da palavra e chega à imagem visual e o que parte da imagem visual e chega à expressão verbal.” (Calvino, 1999, p. 103). Aquele que parte da palavra e viabiliza a criação de uma cena é facilitado pela leitura de um texto e pela capacidade deste mesmo nos transportar para a sua (i)materialização figurativa. O outro implica uma interiorização de uma já existente carga visual.

A proclamação de um estado em detrimento do outro é a questão para a qual Calvino procura uma resposta, acentuando que a importância da Visibilidade reside exatamente aqui: a indefinição processual da “ideia de imaginação” permitiu, e tem permitido, descobrir, contrastar e manobrar uma pluralidade de hipóteses e teorias, ampliando, assim, a problemática a outros âmbitos do saber. Enquanto conceito omnipresente, a imaginação é vista como um elo de ligação na complexa simbiose entre o ambiente e o indivíduo, contrapondo-se à noção de que é um mecanismo para a operacionalização da cultura.

O autor utiliza ensaios de outros escritores para iniciar e, em simultâneo, concluir a solidez do conceito de imaginação. Ciente da dificuldade já discutida, Italo Calvino deambula entre a sua própria experiência enquanto escritor de fantasias, para tentar decodificar a verdade e a origem do problema.

Fundamentalmente, a problemática revolve em torno da sua organização: é a palavra ou a imagem a dar o mote para a criação? A formação de expressões verbais ou de imagens estão, invariavelmente, embebidas em conceitos e significados. Cabe ao indivíduo pensante compreender aquelas que, dentro da situação em que se encontra, se enquadram e apresentam com a maior Leveza e que lhe permitem desenvolver, na sua Multiplicidade, uma linguagem própria.

Nas conclusões de Calvino, é perceptível a subjetividade subentendida nos processos incautos da imaginação. A tomada de decisão é efetivada tendo por base intenções, contextos e temporalidades. Na sua preocupação com a Visibilidade, o autor esclarece o impacto do fator espaço-tempo no desenvolvimento imaginativo, salientando a excessiva produção visual na chamada *civilização da imagem* (Calvino, 1999, p. 111).

Respeitando a ordem de ideias descrita, também Martine Joly inicia a sua obra *A Imagem e os Signos* partindo da estreita e, muitas vezes, indefinida proposição da primariedade construtiva do objeto de comunicação contemporâneo. Diga-se, e aproveitando a provocação de Italo Calvino, o mundo pós-moderno sustenta-se na produção imagética, assinalando, assim, a *era* ou *civilização da imagem*. Mas o que significam os processos comunicativos no interior desta realidade?

Entre referências a diversos autores, como Roland Barthes e Umberto Eco, até Christian Metz e Rudolph Arnheim – a disposição dos nomes não implica uma relação direta entre as ideias escritas –, ressaltam duas tomadas de posição: a primeira assume uma radicalidade perante a emergência da imagem como veículo comunicacional predominante, considerando o acontecimento como a “morte da palavra”; a segunda pressupõe o espaço de complementaridade possível entre as duas “linguagens”.

Retomando a premissa supra apresentada, e segundo Gillian Rose, “(...) o visual é central a toda a construção cultural da vida social das sociedades ocidentais contemporâneas” (Rose, 2001, p. 6). A evolução dos meios de comunicação tradicionais e, conseqüentemente, dos suportes de distribuição e de divulgação de informação inscrevem a necessidade de explicitar o que significa ver e ser visto. Nas palavras da autora, as imagens criadas neste contexto “(...) nunca são janelas transparentes para o mundo. Elas interpretam o mundo; exibem-no de maneiras bastante particulares” (Rose, 2001, p. 6).

Deste modo, Rose acresce a diferenciação existente entre o que é visto, diga-se num primeiro olhar, e o que é visualizado, ou seja, uma segunda leitura da informação: “Assim a distinção é, por vezes, feita entre visão e visualidade. A visão é o que o olho humano é capaz de ver fisiologicamente (...). A visualidade, por outro lado, refere-se à forma como a visão é construída de diferentes maneiras: ‘como vemos, como somos capazes, autorizados, ou feitos para ver, e como vemos este olhar e desolhar nessa situação’” (Rose, 2001, p. 6).

Alguns autores, tal como mencionado por Rose, indicam que o aumento abrupto da criação de conteúdo visual tende para a usurpação da visão, onde a visualidade, como

uma construção social e cultural, prioriza os princípios e valores de um grupo dominante (Haraway, 1991, p. 188, como citado em Rose, 2001, p. 9).

A realização descrita por Rose é partilhada, também, por Lincoln Dahlberg que assume a visibilidade como uma conceção com uma importância crescente, no que diz respeito à sua manifestação no plano da esfera pública. As suas considerações referem a origem do conteúdo partilhado através dos meios digitais de comunicação, com especial atenção dada às redes sociais, como, preferencialmente, imagético, e com a capacidade de incentivar determinados indivíduos a explorar as suas ideias e opiniões (Dahlberg, 2018, p. 35).

De acordo com Dahlberg, o conceito de visibilidade é de natureza polissémica, invocando diferentes significados de acordo com o contexto da sua utilização. Para o autor, a presente aceção “(...) é capaz de se referir a divulgação, abertura e expressão” e, em simultâneo, pode “(...) referenciar uma variedade de outros fenómenos avançados de publicidade crítica, intimamente relacionados, incluindo clareza, transparência, discernimento, esclarecimento, lucidez, reconhecimento, inteligibilidade e entendimento” (Dahlberg, 2018, p. 35).

Esta aceção tem uma estreita associação com os pressupostos que baseiam a esfera pública: “(...) a formação de qualquer esfera pública, e da própria democracia, (...) é a visibilidade – como na exposição a todos os afetados, seguido pela realização e reconhecimento – de um dissenso” (Dahlberg, 2018, p. 37). A formação de divergências a nível de opinião, e a consequente visibilidade, funciona como uma condição normativa para o estabelecimento de um regime democrático. Aliás, os fundamentos democráticos devem incitar os diferentes atores sociais para a exposição das opiniões individuais, que se revelam essenciais para o funcionamento da esfera política.

Também John B. Thompson reitera que o mundo contemporâneo está alicerçado no conceito de visibilidade. De acordo com o autor, o mesmo é “(...) uma estratégia explícita dos indivíduos que sabem bem que a visibilidade mediada pode ser uma arma nas lutas que travam nas suas vidas diárias” (Thompson, 2005, p. 31)

A digitalização dos meios de comunicação libertou a visão de constrangimentos temporais e espaciais e expandiu os estímulos sensoriais que descrevem o seu uso: “(...)

o visual não é uma dimensão sensorial isolada, mas é usualmente acompanhada pela palavra escrita ou falada – é o audiovisual ou o textual-visual” (Thompson, 2005, p. 36). Em conformidade, o mundo da comunicação virtual é um espaço de fluxos acelerados e volumosos, onde o controlo da informação se revela uma tarefa cada vez mais difícil de se concretizar.

Para os diferentes atores sociais, o processo de alcance da visibilidade dentro destas condições define os contornos da atuação sobre os conflitos da contemporaneidade e das relações de poder, pelas quais os primeiros se encontram estruturados. Os indivíduos integrados numa sociedade em rede, seja a título individual ou coletivo, institucional ou não-institucional, respondem a novos desafios decorrentes de uma interação digitalizada: “conquistar a visibilidade através dos *media* é obter uma certa presença ou reconhecimento no espaço público, que pode ajudar a chamar a atenção para uma situação ou para promover uma causa” (Thompson, 2005, p. 49).

a. A internacionalização da cidade e o conceito de *city branding*: o caso do Porto

“A cidade é redundante: repete-se para fixar alguma imagem na mente. (...) A memória é redundante: repete os símbolos para que a cidade comece a existir.”

Italo Calvino, *As Cidades Invisíveis*

A diversidade compositiva da população incita à criação de uma linguagem universal, por vezes, homogeneizadora da perceção da urbanidade. Perceba-se: o vaivém do “estrangeiro” contrastado com o agente permanente urge a perspetivação e o planeamento das infraestruturas em concordância com as necessidades e o conhecimento de ambos. Assim, o cidadão passa a reger-se por um código simbólico generalizado às intenções, cuja ação de reconhecimento facilita a gestão dos processos de comunicação e significação recorrentes (Rémy & Voyé, 1992, p. 94).

Em concordância, a liberdade de atuação e o crescente projeto de individualização do ser no meio social tem implicações nas estratégias municipais aplicadas, que, em

contexto de perda da força coletiva, tendem a legitimar traços paisagísticos e a inflacionar o aproveitamento de certas tradições festivas, como representativos da sua verdadeira identidade. A possibilidade de estandardização de comportamentos e simbologias acelera o sentimento de competitividade entre cidades, que, para a sua sobrevivência num panorama de abertura global, apostam no conceito de *marketing urbano*: “... política que visa criar e/ou desenvolver uma imagem positiva de uma cidade ou de uma região a partir de um objeto ou de uma função.” (1992, p. 95).

Esta “lógica de empresarialização”, apresentada por Paulo Peixoto, mercantiliza a própria cidade e o património simbólico adotado para a sua promoção numa nova faceta do mercado (Peixoto, 2003, p. 215). A apropriação do espaço público para este propósito põe em causa a especificidade das relações criadas no seu interior, despoletando a sensação de “crise nos espaços públicos das cidades”, como descrito por Carlos Fortuna (Fortuna, 2002, p. 129-130).

Para o autor, a vida social contemporânea fundamenta-se segundo pressupostos de anonimato e de mobilidade rápida, que, por seu turno, têm influência nas ações de planeamento urbanístico (Fortuna, 2002, p. 130). Focado no caso de Portugal, Fortuna pressupõe as alterações no campo governativo, ao que chama de “ciclos de governação política das cidades”, como o chamariz para a flutuação comportamental dentro do espaço público.

O pós-revolução de abril de 1974 demonstrou uma afluência atípica, no entanto carregada de simbolismo, da população, no que se refere à tomada do espaço público enquanto meio para uma cidadania e participação ativa. O segundo ciclo, este diretamente relacionado com o exposto anteriormente, centrou-se na reorganização da sociedade civil e no investimento socioeconómico e dos equipamentos funcionais das cidades. Neste momento, salienta-se, também, a entrada de Portugal na União Europeia. Finalmente, a terceira fase, denominada por Carlos Fortuna de *uropeização*, espelha uma nova direção nas estratégias políticas dos governos central e local, onde os planos e os respetivos objetivos passam a responder a uma norma europeia. Aqui, a cultura passa a ter um papel predominante na agenda política em vigor.

De acordo com o autor, e assinalando os três períodos, compreende-se um crescente constrangimento ao nível de atuação cívica, relevando uma estrutura dedicada a intenções globais, em detrimento de uma realidade local específica. Para Fortuna,

a participação pública dos cidadãos, grupos e movimentos sociais surge condicionada e, perante os efeitos sensíveis da globalização da economia, da cultura e da comunicação, o espaço público das cidades surge pautado pelos desígnios da massificação e da estetização dos consumos, do mesmo modo que o planeamento urbano e mesmo numerosas imagens identitárias e promocionais das cidades passam a sujeitar-se à lógica do mercado público urbano. É a chamada colonização do espaço (Fortuna, 2002, p.)

No seguimento deste discurso, também John Urry considera que se vive num contexto que premeia a idealização de um rosto urbano, preferencialmente, com contornos europeus, onde o sentido de competição entre as cidades incentiva a preservação e conservação do património com o intuito de exprimir a sua identidade e autenticidade para criar uma imagem de marca (Urry, 2002, p. 169-170).

Neste contexto, a cultura é entendida como uma variável transacionável, capaz de reinventar códigos simbólicos e a organização do espaço. Em simultâneo,

estas áreas, conforme são organizadas, produzem fronteiras invisíveis que legitimam as desigualdades sociais no e através do espaço, sendo essas as consequências do tão bem-sucedido planeamento urbano, tendo como principal produto espaços capazes de reiterar a fragmentação social (Teobaldo, 2010, p. 141).

Segundo Teobaldo, existe a tendência para a criação de uma imagem de marca das cidades politicamente correta e atrativa para o público exterior (Teobaldo, 2010, p. 141-142).

Durante os anos 90 do século XX, a cidade do Porto conheceu uma série de dinâmicas, com especial incidência no centro histórico da cidade, que garantiram o início da sua espacialização além-fronteiras: as iniciativas em questão centraram-se no melhoramento das condições de mobilidade, com a modernização das infraestruturas, e na criação de oportunidades que incentivassem o comércio e promovessem o turismo (Queirós, 2015, p. 168).

A promulgação do centro histórico portuense como Património Cultural da Humanidade pela UNESCO, em 1996, é o reflexo dessas movimentações e, segundo Carlos Fortuna, tal nomeação pode ser lida como um “recurso promocional da cidade” (Fortuna, 1997, p. 338). Um outro acontecimento que projetou a cidade do Porto para o panorama internacional foi a candidatura da cidade a Capital Europeia da Cultura: segundo Queirós, “(...) a Porto 2001 compreendia uma estratégia integrada de reabilitação urbana do centro da cidade baseada num conjunto significativo de intervenções urbanísticas no espaço público” (Queirós, 2007, p. 96).

De acordo com as considerações do mesmo autor, é no período camarário de Rui Rio que surgem as primeiras ações fundadas no conceito de *city branding*, onde a sua influência “(...) é particularmente perceptível nas iniciativas de promoção e legitimação das operações de reabilitação urbana do centro da cidade” (Queirós, 2007, p. 101).

Em 2014, já no mandato de Rui Moreira, foi criada uma marca para o Porto, sustentada nos traços do património material e imaterial da cidade, com o intuito de ampliar a visibilidade internacional e efetivar estratégias de afirmação nesse mesmo universo.

i. A marca *Porto*.

A marca *Porto*. foi apresentada à cidade, e a todo o panorama internacional, a 29 de setembro de 2014. Encomendada ao gabinete *White Studio*, sediado no Porto e liderado por Eduardo Aires, diretor artístico do atelier e professor da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, a imagem gráfica do centro urbano portuense foi idealizada a partir das pegadas materiais e imateriais que fazem desta mesma cidade um espaço de peculiaridades e de simbolismos.

Nas palavras do presidente da Câmara Municipal do Porto, Rui Moreira, que introduzem o manual de identidade da marca, a cidade do Porto pedia a concretização de uma identidade gráfica que manifestasse a sua personalidade; uma identidade que definisse, sem delimitações puramente simbólicas, o que representa a cidade para a sua população e para os seus visitantes.

A identidade escolhida inscreve os mais variados ícones, edifícios e instituições da cidade num traço simplista e reconhecível por aqueles que a habitam e por todos os que pretendem conhecê-la. De acordo com os responsáveis pelo desenvolvimento, a delineação de um plano de ação deveria corresponder a “(...) uma estrutura piramidal de comunicação (...), numa acentuação hierárquica que deveria ser respeitada”.⁴ A efetivação da expressão hoje conhecida teve como base as características de proximidade e pertença associadas à cidade portuense.

Nesse sentido, “a caracterização do Porto visava a síntese que acabou por se revelar na palavra. (...) Palavra e imagem sobrepõem-se, tornam-se uma e a mesma entidade, não se distinguem nem registo visual e registo verbal”. Os apontamentos da cor escolhida são, certamente, o recurso visualmente mais relevante, roubando a sua inspiração aos azulejos que constituem uma grande maioria dos edifícios característicos do Porto.

Para a sua exposição a nível internacional, a marca fundamenta-se na projeção de uma ideia da cidade do Porto enquanto um lugar “criativo, competitivo, jovem e atraente”, com o intuito de atrair potenciais investidores e de aumentar o fluxo turístico⁵.

⁴ White Studio (2014), *Porto. Manual de Identidade*. Disponível a partir de http://www.cm-porto.pt/assets/misc/documentos/Logos/01_Manual_14_digital_2017.pdf. As considerações e citações colocadas na secção dedicada à apresentação da marca *Porto*. foram retiradas da memória descritiva da mesma.

⁵ Lusa (2015, 27 de março) Câmara quer internacionalizar a marca “Porto.” e mostrar cidade “competitiva”. *Sapo 24*. Disponível a partir de https://24.sapo.pt/noticias/nacional/artigo/camara-quer-internacionalizar-marca-porto-e-mostrar-cidade-competitiva_19285438.html.

Desde a sua criação e implementação, a marca Porto. já recebeu diversos galardões de prestígio internacional na área de design gráfico⁶, tendo tido, também, o lisonjeio de uma tentativa de plágio por um projeto sediado em Berlim⁷.

A imagem de marca pode ser, também ela, entendida como um sistema logonómico, tendo em conta o seu carácter institucional demarcado pela autarquia e pelo conjunto de regras de utilização providenciado no manual de identidade da mesma. Através da sua leitura, todos os atores sociais podem fazer uso dos ícones desenhados de acordo com as suas pretensões, ou seja, de forma aberta, no entanto, a utilização deve corresponder a normas de *design* concebidas e somente após um pedido de autorização ao Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal do Porto.

A visibilidade da marca da cidade como o reflexo de um trabalho em evolução, seja pela história do urbanismo e património portuense que enverga nos símbolos utilizados ou pela abertura na reapropriação desses mesmos símbolos por elementos da população, responde, invariavelmente, a mecanismos de produção de sentido controlados por uma entidade com uma concessão institucional superior.

b. A emergência coletiva: entre a história e a teoria

Os primórdios da criação de movimentos sociais remontam aos finais do século XVIII e inícios do século XIX. As primeiras manifestações surgiram como “(...) uma estratégia padrão de ação coletiva”, com a utilização de determinados meios para a “(...) reivindicação a uma escala nacional” (Tilly, 1993, p. 10). De acordo com Charles Tilly, e com especial incidência na Grã-Bretanha, este período sedimentou um espaço de confronto e conflito – este baseado na exposição pública do descontentamento, através da organização de encontros, marchas, petições, entre outros – no panorama político e estabeleceu as condições para a definição dos movimentos sociais (Tilly, 1993, p. 11).

⁶ Porto. (2016, 29 de setembro) Marca Porto. faz hoje dois anos e é reconhecida internacionalmente. Disponível a partir de <http://www.porto.pt/noticias/marca-porto-faz-hoje-dois-anos-e-e-reconhecida-internacionalmente>.

⁷ Pedro Olavo Simões (2015, 28 de maio). Berlim copia a imagem gráfica do Porto. *Jornal de Notícias*. Disponível a partir de <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/porto/interior/berlim-copia-a-imagem-grafica-do-porto-4594646.html>.

A mobilização de elementos da população para a reclamação dos pressupostos vigentes

(...) constituiu uma alteração notável dos repertórios de reivindicação, da ação direta à indireta, da escala local à nacional, das relações relativamente privadas para amplamente públicas entre os que reclamam e os seus objetos, da aceitação ao desafio de desigualdade política. (Tilly, 1993, p. 11)

Com a emergência e o progressivo estabelecimento de movimentos sociais, tornou-se essencial desenvolver mecanismos que suportassem os propósitos de cada um, garantindo, assim, a transversalidade da agenda assumida. Neste âmbito, os processos e meios de comunicação utilizados informaram-se diversos, contando para a necessária divulgação “(...) palestras, panfletos, jornais especializados, e pasquins” e outras ações que conferissem credibilidade e união, tais como

(...) a formação deliberada de associações de propósitos específicos com a dupla finalidade de recrutamento de ativistas para o movimento e publicitação do programa do movimento; (...) o reforço da solidariedade dentro dos movimentos através de slogans, símbolos, crachás, vestuário, cores, insígnias, e outros dispositivos de identificação. (Tilly, 1993, pp. 11–12)

No início dos anos 90 do século XX, o sociólogo Mario Diani, a partir do artigo *The concept of social movement*, mostrou a sua preocupação para a necessidade de precisar uma dimensão concetual no que concerne ao desenvolvimento dos estudos dos movimentos sociais.

Segundo o autor, “a ausência de discussão relativa ao conceito de movimento social tem sido usualmente atribuída à heterogeneidade e incompatibilidade das diferentes abordagens, o que tornaria qualquer síntese impossível” (Diani, 1992, p. 2). Todavia, Diani refere que, assumindo essa mesma diversidade e diferença, existem aspetos

comuns nas definições das várias academias de pensamento implicadas, podendo, assim, o processo de criação de um movimento social ser entendido como

(...) um processo onde diversos atores distintos, sejam eles individuais, grupos informais e/ou organizações, se juntam para elaborar, através de qualquer ação articulada e/ou comunicação, uma definição partilhada de si mesmos como sendo parte do mesmo lado num conflito social. (Diani, 1992, p. 2)

A revisão de literatura realizada por Mario Diani abarcou as formulações teóricas de diferentes autores, desde os anos 60 do século XX, contando, neste caso, com a explanação dos contributos de Alain Touraine, Alberto Melluci, Charles Tilly, e dos trabalhos conjuntos de John McCarthy e Mayer Zald e, ainda, de Ralph Turner e Lewis Killian.

Seguindo a articulação do autor, Turner e Killian, sustentados na ótica de comportamento coletivo, consideram que a definição do conceito de movimento social assenta na ideia de um ato conjunto, cuja intenção é “(...) promover ou resistir a uma mudança na sociedade ou organização da qual faz parte” (Turner & Killian, 1987, p. 223, como citado em Diani, 1992, p. 4).

Num outro enquadramento teórico, os ensaios de John McCarthy e Mayer Zald concentram-se na importância das condições sociais do meio para a produção e reprodução de determinados sistemas de valores em formas de atuação no ambiente que rodeia o indivíduo. De acordo com os mesmos, um movimento social é construído a partir de “um conjunto de opiniões e crenças que representam preferências para a mudança de alguns elementos da estrutura social e/ou da distribuição de recompensa de uma sociedade” (McCarthy & Zald, 1977, p. 1217-1218, como citado em Diani, 1992, p. 4).

A partir das considerações supra apresentadas, Diani descreve que essa mesma definição incute a assunção de uma interação necessária entre os elementos integrantes num dado movimento e outras instituições, no sentido de uma máxima organização e gestão de recursos.

Também Charles Tilly se debruçou na tentativa de delimitação do conceito de movimento social. Em conformidade, o autor associa o desenvolvimento de determinados movimentos com certas manifestações políticas: na sua perspectiva, os fundamentos para a mobilização respeitam a partilha de uma identidade e são baseados numa

(...) série de interações entre os detentores do poder e pessoas, alegadamente, com sucesso para falar em nome de um círculo eleitoral sem representação formal, no decorrer das quais essas pessoas tornam publicamente visíveis exigências para a mudança na distribuição e exercício de poder, e suportar esses pedidos com a demonstração pública de apoio (Tilly, 1984, p. 306, como citado em Diani, 1992, p. 5)

Por outro lado, o discurso teórico protagonizado Alain Touraine expande a área de formação e de atuação do conceito, cunhando o termo *Novos Movimentos Sociais*. Nesta matéria, Touraine considera que um movimento social “(...) é o comportamento coletivo organizado de um ator de classe que luta contra o seu adversário de classe pelo controlo social da historicidade numa comunidade concreta” (Touraine, 1981, p. 77, como citado em Diani, 1992, p. 5). O autor designa historicidade como “(...) a capacidade de produzir uma experiência histórica através de padrões culturais, isto é, uma nova definição de natureza e homem”, no entanto, demarcada pela existência de leis que decretam uma “(...) definição de natureza humana e de normas sociais legitimadas” (Touraine, 2016, p. 778).

Também Claus Offe se debruçou sobre a transição entre o “*antigo paradigma*” associado aos movimentos sociais e a consagração de um novo, motivado pelos *Novos Movimentos Sociais*. A realidade da manifestação de um novo paradigma refere-se à dificuldade em codificar os assuntos que movem os novos movimentos sociais de acordo com um modelo binário: a atuação dos atores coletivos inseridos nesta condição não é considerada pública ou privada; a ação ocorre num terceiro espaço, *não institucional*.

Enquanto elementos diferenciadores, as problemáticas, os valores, os atores e os modos de ação revelam-se preponderantes para a compreensão dos novos movimentos

sociais. Os assuntos que movem estes movimentos relacionam-se com a cidade, a identidade cultural, a saúde, a sustentabilidade ambiental, entre outros - com o *mundo da vida*, ou seja, “(...) as condições físicas da vida, e de sobrevivência da humanidade, de forma geral” (Offe, 1985, p. 829) Nesta leitura, é perceptível que o sistema de valores também se assume distinto, sendo que, no que concerne a este paradigma, a identidade e a autonomia são as máximas de atuação.

De acordo com Offe, o modo de ação, como definido, também, no anterior paradigma, divide-se em interno e externo. O primeiro descreve as relações no seio da organização que, neste caso, não traçam uma orientação horizontal ou vertical; aqui, verifica-se “(...) a fusão dos papéis públicos e privados, do comportamento instrumental e expressivo, da comunidade e da organização, e, em particular, uma demarcação pobre e, na melhor das hipóteses, transitória, entre os cargos de ‘membros’ e de ‘líderes’ formais” (Offe, 1985, p. 830). O segundo, relativo à exteriorização das agendas delineadas, sustenta-se “(...) no uso da presença física de (elevados números de) pessoas”, com o recurso a meios fora do comum para a mobilização (Offe, 1985, p. 830).

Por último, os elementos integrantes do movimento, ou os atores envolvidos, aproximam-se através de uma categorização “(...) retirada das problemáticas dos movimentos, como o género, idade, localidade, etc., ou, no caso dos movimentos ambientais e pacifistas, a raça humana como um todo” (Offe, 1985, p. 831).

Ainda tendo em conta as referências de Mario Diani, a proposta de conceitualização de Alberto Melucci inscreve o movimento social num ordenamento de classe, sustentado por um fenómeno conjunto. Esta caracterização é feita a partir de três diferentes níveis: (1) “(...) é uma forma de ação coletiva que envolve solidariedade”; (2) “(...) está envolvida em conflito, e, assim, em oposição com um adversário que reivindica os mesmos bens ou valores; (3) “(...) quebra os limites da compatibilidade do sistema que tolera sem alterar a sua estrutura” (Melucci, 1989, p. 29, como citado em Diani, 1992, p. 6). Para Melucci, os movimentos sociais devem procurar a efetivação de uma posição socialmente ativa na esfera de produção cultural, tratando, para tal, do desenvolvimento de ações em “(...) redes de grupos e indivíduos que partilham uma cultura conflitual e uma identidade coletiva” (Melucci, 1985, como citado em Diani, 1992, p. 7).

A sistematização concetual concretizada por Mario Diani tinha como objetivo a constituição de uma proposição síntese que compreendesse o contributo de cada autor para o estudo dos movimentos sociais. Nesse sentido, o mesmo considera que existem quatro características fundamentais para a explanação das formas de atuação de dado movimento, sendo elas: (1) redes relacionais de carácter informal; (2) partilha de crenças e solidariedade; (3) ação coletiva num ambiente conflitual; (3) manifestação da ação fora da esfera institucional e “(...) dos procedimentos de rotina da vida social” (Diani, 1992, p. 7).

Em concordância com a admissão destes aspetos, Diani condensa a sua definição da seguinte forma: “Um movimento social é uma rede de interações informais entre uma pluralidade de indivíduos, grupos e/ou organizações, envolvidos num conflito político ou cultural, na base de uma identidade coletiva partilhada” (Diani, 1992, p. 13). Esta mesma proposta de concetualização foi contestada por Charles Tilly, indicando que a mesma pode incluir “(...) uma vastidão de fenómenos que a maioria dos analistas querem distinguir dos movimentos sociais: revoluções, rebeliões tribais ou anticolonialistas, revivalismos religiosos, guerras nacionalistas, rivalidades intercomunitárias, e muitos mais” (Tilly, 1993, p. 5).

De acordo com Manuel Castells, os movimentos sociais “(...) são as fontes de mudança social, e, portanto, da constituição da sociedade” (Castells, 2015, p. 12). A leitura desta definição revela a influência de Alain Touraine no trabalho desenvolvido pelo primeiro: ambos os autores entregam o dever de estimulação das alterações sociais a estes movimentos, adquirindo, assim, o papel central nas relações de conflito (Vilaça, 1993, p. 65).

Para o sociólogo espanhol, a sua organização é fruto do crescimento de um sentimento de descrença para com as instituições políticas, cujas formas de governação podem incitar um desequilíbrio no acesso à vida social. Aliás, Castells realça que “(...) os movimentos sociais são frequentemente despoletados por emoções derivadas de alguns eventos significantes que ajudam os protestantes a ultrapassar o medo e a desafiar os poderes que, apesar do perigo, são inerentes à sua ação” (Castells, 2015, p. 246-247).

Retomando a visão de Alberto Melucci, torna-se imperativo referir a direção da ação dos movimentos sociais contemporâneos. Na sua perspectiva, os movimentos integrados neste período não têm as suas origens nos conflitos existentes no mundo industrial, cuja oposição face ao grupo dominante foi encabeçada pela classe operária (Melucci, 1989, p. 58) – acrescenta-se que as raízes do conceito em discussão “(...) surgiu, ou foi utilizado pela primeira vez, no princípio do século passado para designar o movimento operário ou a classe trabalhadora”, sendo assim tomada como “(...) a conceção clássica de movimento social, correlativa à instituição de uma nova ordem social e política, alterando por completo as instituições de propriedade e de distribuição de poder” (Vilaça, 1993, p. 63).

Em concordância, o autor salienta que os conflitos se desenvolvem em dimensões informacionais e simbólicas, que se revelam “(...) mais intensivos e expostos às pressões maiores pela conformidade” (Melucci, 1989, p. 59). Nesta situação, os agentes da mudança “(...) são cada mais temporários e a sua função é revelar os projetos, anunciar para a sociedade que existe um problema fundamental numa dada área” (Melucci, 1989, p. 59). Para Melucci, a realidade contextual descrita não permite inscrever a teoria de mobilização de recursos, pontualmente apresentada acima com a referência aos autores John McCarthy e Mayer Zald, como uma opção explicativa viável para a compreensão dessa mesma manifestação, especificando que a mesma “(...) não pode explicar porque a ação surge e para onde vai” (Melucci, 1989, p. 60).

Ainda tomando em consideração a perspectiva desenvolvida pelo autor, a contemporaneidade nos movimentos sociais evidencia o relacionamento em rede de nichos da população. A ação desta rede, ou redes, está assente numa modelação dicotómica, onde os conceitos de latência e visibilidade assumem diferentes posições. Desta forma, o primeiro produz “(...) novos códigos culturais e faz com que os indivíduos o pratiquem”; o segundo “(...) demonstra a oposição à lógica que leva à tomada de decisão com relação à política pública” (Melucci, 1989, p. 61).

Os movimentos sociais podem ser percebidos como agentes de mitigação, que atingem o sucesso da sua atuação, na esfera pública e no espaço público, assim que a

projeção de certas problemáticas sociais esteja a ser controlada a partir de planos de prevenção.

Enquadrando a temática dos movimentos sociais com o panorama urbano, espaço de manifestação pública delimitada na presente dissertação, é essencial descrever o contributo de Manuel Castells no desenvolvimento do pensamento sociológico acerca dos movimentos sociais urbanos.

Enquanto fenómeno social, os movimentos sociais urbanos podem ser entendidos como “(...) movimentos através dos quais os cidadãos tentam alcançar algum controlo sobre o seu ambiente urbano” (Pruijt, 2007, p. 1). Em traços gerais, estes movimentos distinguem-se pela habilidade de colocar no mesmo espaço de luta atores sociais, com diferentes características e experiências nos vários níveis que compõem uma sociedade.

Segundo Manuel Castells, o foco de atuação de um movimento urbano deve ser encaminhado para o impedimento de alterações ao nível da produção, da comunicação e do governo, que, caso se verifiquem, podem incitar à exclusão territorial de grupos mais desfavorecidos. Assim, “(...) o tipo de mudança social que um movimento urbano seria capaz de produzir é a resistência à dominação ou, noutras palavras, a alteração do ‘significado urbano’, resultando em ‘utopias reativas’” (Castells, 1983, como citado em Pruijt, 2007, p. 3).

Para alcançar as mudanças que definem as suas estratégias de atuação, os respetivos movimentos urbanos devem procurar a concretização de três objetivos: (1) “(...) compreender as demandas de consumo coletivo (como aquelas relacionados com habitação social) dentro de um quadro de promoção da cidade enquanto um valor de uso contra a mercantilização”; (2) “(...) estabelecer e fortalecer uma identidade cultural autónoma e promover a comunicação em vez de ‘fluxos de informação programados em sentido único’”; por último, (3) “(...) territorialidade baseada na autogestão” (Pruijt, 2007, p. 3).

A emergência dos estudos sociológicos relacionados com a organização e a mobilização dos movimentos sociais urbanos teve início após o movimento de Maio de 1968. Também neste ano, Henri Lefebvre apresentou a obra *O Direito à Cidade*.

As suas considerações, relativamente à construção social do espaço à proposição de uma revolução urbana, concedem, atualmente, uma linha discursiva e argumentativa aos movimentos sociais urbanos: o direito à cidade é interiorizado como o “direito à vida urbana” (Lefebvre, 2012, p. 119).

i. As redes sociais como proposta para a mobilização

A comunicação apresenta-se como o elemento fundamental para a execução das estratégias de atuação de um dado movimento social. Em concordância, e no seguimento da revisão teórica realizada até este momento, a discussão no seio da esfera pública pode ser exponenciada e os seus resultados materializados com o recurso aos meios de comunicação disponíveis: “os jornais, a rádio, a televisão, e a Internet, manipulam as habilidades do envolvimento dos cidadãos na esfera pública nos diferentes níveis comunicativos” (Lopes, 2014, p. 7).

Na matéria da digitalização das redes de comunicação, os movimentos sociais não são indiferentes às possibilidades que podem emergir da utilização desse meio. Em conformidade com a argumentação referenciada e apresentada no capítulo I, alínea b, da presente dissertação, a diversificação dos meios de comunicação, potenciados pela criação de uma sociedade baseada em redes, cujas ligações se descrevem no contacto de longa distância e de imediatismo, desbravou o caminho para a sustentação desprendida de determinadas iniciativas.

Seguindo o percurso teórico de Saskia Sassen, a autora declara, sustentada pelo fenómeno da globalização, “(...) a digitalização contribuiu para a ascensão e um maior peso de escalas subnacionais, como a cidade global, e escalas supranacionais, como os mercados globais, onde, anteriormente, a escala nacional era dominante” (Sassen, 2012, p. 5).

Nas considerações de Sassen, os meios de comunicação digitais desempenham um papel determinante para todas as formas de ativismo em desenvolvimento, encurtando os processos de comunicação e facilitando a mobilização e a concretização de relações no ambiente local e global (Sassen, 2012, p. 11). A utilização destes recursos pode expandir a área de atuação de um dado movimento, permitindo a pesquisa de outros elementos, a

nível internacional, de legitimação, que, por sua vez, podem aumentar o sentido de pertença e a realização de situações de conflito transversais a diferentes sociedades (Sassen, 2012, p. 14).

A mudança de paradigma na dimensão comunicativa da sociedade não significou, nem indica, que os meios de comunicação tradicionais tenham sido esquecidos pelos movimentos sociais, sendo que, a via digital, assume, muitas vezes, um caráter de complementaridade e funciona como um suporte desses recursos. Ainda na linha de análise de Sassen, a manifestação das dinâmicas dos movimentos sociais através dos *media* convencionais nem sempre foi fácil, pelo que este tipo de tecnologias pode possibilitar a formação de um projeto comunicacional livre de hierarquias (Sassen, 2012, p. 14).

A relação entre os movimentos sociais e os meios de comunicação é sustentada com a descrição de três grandes objetivos, sendo eles a mobilização, a validação e o aumento do alvo. De acordo com Lopes,

a mobilização é importante não só para os próprios participantes, mas também para a sua mensagem e para os problemas em relação aos quais o grupo coletivo se insurge. Ser exposto pelos *media* é importante para a validação da mensagem como relevante, e irá, também, encaminhar para o alargamento do escopo pela esfera pública, que poderá trazer novos membros à causa (Lopes, 2014, p. 7).

De acordo com Castells, o universo virtual confere ao ser social individual ou coletivo um “espaço de autonomia”, permitindo estabelecer, a partir desse mesmo contexto, relações interpessoais em rede desprendidas do “(...) controlo dos governos e corporações que monopolizaram os canais de comunicação como a fundação do seu poder, ao longo da história” (Castells, 2015, p. 2).

Na linha de pensamento do autor, o uso da Internet e das redes sociais permitem a gestão dos movimentos sociais com o intuito de aumentar nós da rede que os envolve, sendo que, nos dias de hoje, “(...) a continuidade da sua existência tem lugar no espaço livre da Internet” (Castells, 2015, p. 249). Neste domínio, o controlo e a filtragem da

informação disponibilizada pelos movimentos é praticamente inexistente, contrariamente à distribuição de conteúdo a partir dos meios de comunicação convencionais (Castells, 2015, p. 249).

O espaço de autonomia, conceito apresentado por Castells para a definição da interação entre o mundo virtual e o espaço público, surge como um novo local para o planeamento das estratégias de comunicação dos movimentos sociais:

(...) a autonomia só pode ser assegurada pela capacidade de organização no espaço livre das redes de comunicação, mas, ao mesmo tempo, só pode ser exercida como uma força transformativa ao desafiar a ordem disciplinar institucional pela reclamação do espaço da cidade pelos seus cidadãos (Castells, 2015, p. 250).

Para Christian Fuchs, as características de utilização associadas às redes sociais “(...) têm o potencial para ser uma esfera pública e o ‘mundo da vida’ da ação comunicativa, mas esta esfera é limitada pelos meios de orientação do poder político e do dinheiro, para que as corporações possuam e controlem e o estado monitorize os dados dos utilizadores nas redes sociais” (Fuchs, 2014, p. 89). Desta forma, os movimentos sociais, através destas plataformas de comunicação alternativas, vivem num clima de independência limitada, onde a autonomia descrita por Castells pode não estar garantida (Fuchs, 2014, p. 96).

De acordo com o mesmo autor, o controlo das redes sociais está circunscrito à ação e às decisões de empresas transnacionais, como a Google e o Facebook, invertendo as diretivas que constituem a ideia de um espaço livre para a expressão individual e coletiva (Fuchs, 2014, p. 96).

Também Manuel Castells reitera que as relações entre a configuração horizontal e vertical dos meios de comunicação em rede trabalham num regime simbiótico, “(...) cujos contornos e efeitos serão, em última instância, decididos pelas lutas dos poderes político e económico” (Castells, 2009, p. 70).

Se, por um lado, existem autores que olham as redes sociais como um caminho para a democratização da esfera pública, diga-se no desprendimento das limitações

políticas, económicas, culturais e sociais do indivíduo privado, por outro, há teóricos que sugerem que a própria construção destas plataformas é fruto de uma ideologia corporativista, que apenas dá continuidade à dominação do espaço público físico, não assumindo, assim, a revelia do pensamento inicialmente proposto.

ii. O caso do Porto

Compreender o Porto implica regressar, invariavelmente, às origens da sua expansão enquanto centro urbano de interesse; implica, também, perceber o que significa a identidade bairrista sugerida de cada vez que se reconhece este nome. Acima de tudo, o máximo entendimento da cidade assenta nas particularidades agregadas a cada momento de luta que se manifestou no seu espaço público.

Os anos 50 do século XX representam um período de mudanças significativas para a cidade do Porto. O progressivo êxodo rural e a revolução dos meios técnicos e de comunicação transformaram, irreversivelmente, os tecidos urbano e social (Salgueiro, 1992, p. 22). O planeamento urbano revelou-se difuso e sem a capacidade para satisfazer as necessidades da grande parte da população, onde a especulação imobiliária era cada vez mais uma realidade.

Antes da queda do regime do Estado Novo, Fernando Távora redigiu, a pedido da Câmara Municipal, um Estudo de Renovação Urbana do Barredo, que visava a manutenção do valor do centro histórico e a humanização dos processos de alojamento dos moradores (Queirós, 2015, p. 47-48). Em 1974, nasceu o Comissariado para a Renovação Urbana da Área da Ribeira- Barredo (CRUARB), que, entre várias propostas, pretendeu “a renovação do edificado e dos espaços públicos numa ótica de valorização do património histórico, cultural e social local, com manutenção do maior número de famílias possível nos respetivos lugares de origem” (Queirós, 2015, p. 118).

Após a revolução de Abril de 1974, as movimentações sociais no contexto portuense direcionaram-se para a discussão das condições habitacionais na cidade, com especial enfoque para os bairros camarários e as ilhas. A ação participativa dos residentes e o estabelecimento de comissões de moradores passam a ser uma realidade, sendo que o reconhecimento da degradação habitacional por parte do Estado levou à criação do

SAAL, “(...) corpo técnico especializado com vista a apoiar, através de autarquias, as iniciativas populares a nível de habitação” (Vilaça, 1991, p. 177).

De facto, os conflitos gerados no espaço público portuense estiveram, quase sempre, relacionados com um parque habitacional deteriorado, insuficiente, incapaz de responder às necessidades dos seus residentes e direcionado para os rendimentos da classe média e alta.

Atualmente, o universo mobilizador da cidade do Porto apela à mudança social fundado nessa linha reivindicativa. Focando na leitura de uma notícia da revista *Visão*, publicada a 29 de março de 2018⁸, a sistematização de acontecimentos que envolvem o ambiente urbano do Porto revela uma cidade atrativa para o investimento imobiliário e turístico e com uma visibilidade internacional em clara ascensão – lê-se na mesma que “O Porto está na moda”.

Todavia, relata outras situações que não se sustentam nessa verdade: em simultâneo, conhecem-se cada vez mais casos de despejo por pressões dos senhorios; descreve-se, com um certo saudosismo, a descaraterização da cidade e a perda de identidade, com o fecho de lojas inscritas na história portuense; e emergem as vozes que, através da manifestação no espaço público e da criação de páginas nas redes sociais, se opõem a esta realidade e reclamam o direito à habitação e à cidade.

III. A esfera metodológica

a. A imagem e o mundo virtual: possibilidades e limitações

A proposta metodológica para a presente dissertação tem assente a dimensão de possibilidades de abordagens de pesquisa que podem ser utilizadas para a compreensão da questão de partida. No entanto, e consoante a revisão de literatura realizada e envolta no âmbito sociológico, verificou-se que o desenvolvimento de um estudo com os pressupostos estruturados, cujo objeto de investigação é a imagem e

⁸ Miguel Carvalho (2018, 29 de março), SOS Porto. *Visão*, nº 1308 (edição impressa).

o seu veículo de divulgação são as redes sociais, ainda é relativamente recente a nível nacional.

Segundo Campos, “(...) a relação entre as ciências sociais e a imagem nunca foi fácil, e continua minada por uma série de dogmas e resistências” (Campos, 2011, p. 238). No entanto, esta mesma relação tem evoluído de forma positiva, sendo que a imagem e a aplicação de metodologias visuais começam a ser vistas como potenciais ferramentas de investigação das diferentes realidades sociais. De acordo com o mesmo autor, o uso da imagem tem sido efetuado de duas maneiras: “(...) apropriada como meio auxiliar de pesquisa, tendo por tarefa aperfeiçoar ou complementar a observação científica, disponibilizando dados analíticos” e, também, “(...) tomada enquanto objeto de estudo, remetendo-a para um vasto espectro concetual e empírico, que abarca múltiplos fenómenos da visualidade humana” (Campos, 2011, p. 240).

No mesmo caminho, a imagem associada e utilizada por movimentos sociais ainda não atingiu o foco do interesse do panorama académico. De acordo com Doerr, Mattoni e Teune, “(...) o trabalho relativo a movimentos sociais manteve o seu foco em fontes textuais em forma de manifestos, folhetos, websites, artigos de jornal ou entrevistas, enquanto informação visual, se usada, permaneceu um apêndice ilustrativo” (Doerr, Mattoni & Teune, 2015, p. 557). A atenção dedicada a documentos deste género é fruto da particularidade dos meios de comunicação tradicionalmente utilizados pelos movimentos: “Historicamente, os movimentos sociais têm estado dependentes da existência de mecanismos específicos de comunicação: rumores, sermões, panfletos, e manifestos, propagados de pessoa para pessoa, do púlpito, da imprensa, ou por qualquer meio de comunicação que estivesse disponível” (Castells, 2015, p. 15).

Nas últimas décadas, verificou-se a alteração da importância de conteúdo imagético para a perceção de determinados processos, motivada por acontecimentos que afetaram profundamente as estruturas sociais e pelos desenvolvimentos tecnológicos, que alavancaram a importância da visualidade no mundo contemporâneo. Em conformidade com as autoras, “(...) o lado visual dos

movimentos sociais foi moldado por diferentes constelações de meios e organizações tecnológicas” (Doerr et al., 2015, p. 561). No seguimento, as imagens criadas por movimentos sociais são consideradas uma parte crucial no apelo à participação pública e à consciencialização da problemática que pretendem solucionar. Assim, “(...) estas imagens tornam-se um ponto de referência para aqueles que procuram perceber ou interpretar um movimento social como também para aqueles que pretendem apoiar, cooptar, deslegitimar ou desmobilizá-lo” (Doerr et al., 2015, p. 561).

No que concerne aos desenvolvimentos tecnológicos dos últimos anos, estes influenciaram os modelos de comunicação vigentes. Conforme este argumento, Clay Shirky reitera que o universo comunicacional tem progredido para um estado “(...) mais denso, mais complexo, e mais participativo”, onde “(...) as redes sociais se tornaram um facto da vida da sociedade civil internacional, envolvendo vários atores – cidadãos comuns, ativistas, organizações não governamentais, empresas de telecomunicações, produtores de software, governos” (Shirky, 2011, p. 1).

Uma investigação concebida a partir deste meio de comunicação pode permitir a construção e compreensão dos estados relacionais entre diferentes atores sociais no contexto de uma sociedade em rede, como Manuel Castells indica, uma “nova sociedade” (Castells, 2000, p. 693).

A concetualização proposta por Castells, no final dos anos 90 do século XX, sustentada nos processos de construção e organização social, problematiza a evolução societal em quatro aspetos, onde a globalização e a informatização dos sistemas comunicacionais, alavancadas pelo rápido desenvolvimento das tecnologias de informação, representaram, e representam, as dimensões definidoras dos modos de atuação dos indivíduos nas várias áreas do quotidiano, tornando-se nos “(...) meios indispensáveis para a verdadeira manifestação de muitos processos de mudança social (...)” (Castells, 2000, p. 693-694).

A Internet, enquanto a materialização da conectividade das diferentes redes informáticas, preconiza um entendimento mais profundo sobre a estrutura social que caracteriza este momento. Assim, e de acordo com Castells, a Sociologia enquanto

disciplina, deverá adequar as suas ferramentas de pesquisa, criando e atualizando, se for o caso, perspectivas teóricas para os desafios desta realidade emergente.

As práticas metodológicas alocadas à exploração das redes sociais, idealizadas sob uma lente sociológica, comportam vários desafios e dificuldades.

Os fenómenos sociais que ocorrem em plataformas virtuais não podem ser percebidos como atos isolados, mas devem ser analisados como um elemento interligado às práticas do quotidiano das sociedades. As interações efetivadas neste âmbito, e entre os diferentes utilizadores, são o produto das relações interpessoais e dos acontecimentos num dado espaço e esfera pública (Quan-Haase & Sloan, 2017, p. 3-4).

A última década representou um aumento substancial no interesse em definir estratégias de pesquisa dedicadas ao estudo de conteúdos partilhados nas redes sociais – esta necessidade em muito se deveu a eventos a nível internacional e de carácter político, que utilizaram estas plataformas para aumentar a sua visibilidade.

De acordo com as autoras, e conforme referido anteriormente, a construção de um método de análise para este campo de estudo implica a reestruturação da convenção imposta entre a produção e recolha dos dados com o mundo exterior.

Segundo Quan-Haase e Sloan, é preciso ter em atenção a natureza da informação retirada: ao contrário de outras estratégias adotadas em investigação sociológica, os dados, aqui, não são criados somente para a pesquisa, sendo que os mesmos são visualizados quer seja para efeitos de observação académica ou não (Quan-Haase & Sloan, 2017, p. 5-6).

Para estudar um fenómeno através de plataformas sociais, tendo em conta as especificidades dos dados gerados, a explanação do método de pesquisa a utilizar tem de, primeiramente, responder a questões de ordem diversa.

Tendo em conta as características da informação neste campo (ver Anexo A, tabela 1), surgem obstáculos metodológicos no que concerne à natureza, recolha e credibilidade dos dados. O investigador deverá ter a destreza para seleccionar o conteúdo de interesse para a pesquisa, num universo onde o acesso a grandes quantidades de informação é facilitado: o volume de produção poderá dificultar a

obtenção dos elementos necessários e dispersar a atenção do mesmo para a questão de partida delineada (McCay-Peet & Quan-Haase, 2017, p. 19).

No que concerne à praticabilidade do desenho de exploração proposto, a preocupação direciona-se para os valores éticos inerentes a uma pesquisa acadêmica. A criação de dados nas redes sociais e a sua partilha, por norma, são considerados públicos.

Não obstante, o investigador deverá desenvolver procedimentos em conformidade com a legislação atual, respeitante aos termos de privacidade dos utilizadores observados, e que indiquem, de forma explícita, o objetivo de pesquisa. O pedido de consentimento feito aos visados pelo estudo é crucial e deve ser aplicado em investigações de *big data* e *small data* – na última, acresce a importância de solicitação prévia, devido à maior facilidade de identificação do participante, tendo em conta que a amostra a analisar é menor comparativamente à primeira.

Segundo Lori McCay-Peet e Anabel Quan-Haase, a dimensão da amostra populacional é, também, uma barreira para o sucesso da metodologia no mundo *online*. A escolha do tipo de dados a recolher irá depender do fenómeno que se pretende estudar, no entanto, a mesma matéria poderá ser observada tendo por base uma grande unidade de dados e outra de menor escala e produção (2017, p. 19).

Estes constrangimentos primários poderão ser colmatados com uma perspetivação metodológica multidisciplinar, criando oportunidades no lugar das hipotéticas ameaças.

Em concordância, uma pesquisa no universo virtual, “(...) pode providenciar respostas a novas perguntas que surgem das interações e do grau de envolvimento de indivíduos, organizações, e governos nestes espaços sociais e de informação.” (McCay-Peet & Quan-Haase, 2017, p. 19-20).

De acordo com as mesmas autoras, as redes sociais podem, também, ser utilizadas como ferramenta de investigação, ou seja, como um elemento de exploração com um alcance de observação distinto dos métodos ditos convencionais. A partir do seu uso, “fenómenos sociais como o envolvimento em movimentos sociais, caridade, e participação política e consumo podem ser examinados através

de uma análise de dados das redes sociais.” (McCay-Peet & Quan-Haase, 2017, p. 19-20).

b. As ferramentas de análise

i. Netnografia e análise de conteúdo

No espectro de organização metodológica de âmbito qualitativo, as possibilidades de pesquisa são várias e a escolha deverá ser adequada ao teor do assunto em exploração e da sua questão de partida.

Em conformidade com o elencar de desafios e oportunidades de investigação em meios virtuais, torna-se imprescindível adaptar as ferramentas de recolha de dados à permeabilidade discursiva inerente à análise de uma imagem. Compreenda-se: os conteúdos visuais publicados a partir das redes sociais, e de outras plataformas que não necessariamente virtuais, providas ou não de elementos textuais – seja na própria imagem ou como descrição/legenda –, implicam o reconhecimento do ambiente que as gerou e envolve.

No caso da presente dissertação, tendo em conta que se propõe o estudo de imagens partilhadas através do Facebook por movimentos emergentes na cidade do Porto, é crucial que o investigador procure coordenar a sua criação com o contexto social, económico e político vigente.

Através da proposição teórico-prática apresentada por Robert Kozinets, a netnografia surge, aqui, como uma possibilidade metodológica capaz de devolver ao pesquisador um entendimento sobre as relações estabelecidas no mundo virtual, e a partir deste espaço.

De acordo com o autor, a diversidade comportamental existente no contexto *online* poderá admitir a construção de uma base de dados densa, capaz de “(...) providenciar uma representação detalhada das experiências vividas online dos membros culturais.” (Kozinets, Dolbec & Earley, 2014).

Apesar da proximidade de nomenclatura, a recolha de dados em âmbito netnográfico pode ser efetuada sem a participação ativa do investigador, da mesma

forma que o utilizador nem sempre tem a percepção de estar a ser observado – contrariamente aos métodos ou propósitos da etnografia (Kozinets et al., 2014).

Esta ferramenta de pesquisa abastece-se do quadro informativo abrangente que existe no seu campo de estudo (Internet), alavancando a influência do observador na seleção de uma abordagem menos intrusiva para a coleta de dados e na disposição dos processos comunicacionais concorrentes e provenientes de um universo transcendental a um só contexto físico.

Concomitantemente, a netnografia sustenta-se num ambiente que acompanha a interação de vários atores sociais, fora das fronteiras institucionalmente estipuladas. A informação disponibilizada em plataformas de carácter virtual revela-se complexa, tendo em conta que as relações

(...) podem acontecer de forma privada e pública, assíncronico e sincronicamente, em diferentes períodos de tempo, e com inúmeros contribuidores, também a partir de várias fontes (p. ex. fóruns corporativos ou páginas de blog de comunidades) e em formatos distintos (p. ex. textual, visual, áudio). (Kozinets et al., 2014, p. 264)

A complexificação do trabalho do netnógrafo torna-se mais assertiva tomando estes pontos como referência para a análise de um dado fenómeno: partindo da ideia de uma comunicação múltipla, a pesquisa neste espaço deve reconhecer a variedade comportada na origem da informação, para, assim, conseguir classificar as conexões entre indivíduos/utilizadores e estruturar os acontecimentos “em linha”⁹ (Kozinets et al., 2014, p. 264).

A netnografia, no caso do presente estudo, não será utilizada em toda a sua dimensão e espaço de possibilidades. De acordo com as suas características metodológicas, a ferramenta é usada como o sustento e o reforço da análise de conteúdo projetada para a pesquisa, ou seja, a aplicação do plano de investigação

⁹ Com ligação direta ou remota a um computador ou a uma rede de computadores, como a Internet. = ONLINE. "em linha", em *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível a partir de: <https://www.priberam.pt/dlpo/em%20linha>.

netnográfico pode ser vista como uma *almofada metodológica*: (1) o ponto de partida para a seleção das páginas a analisar é realizado a partir da imersão nos detalhes de uma publicação, com a conseqüente verificação das ligações entre comunidades virtuais; (2) através desta entrada no contexto das páginas escolhidas, é possível ter uma primeira ideia da relevância da imagem para as iniciativas visadas; (3) em simultâneo, é concretizado o pedido de consentimento para a utilização do conteúdo imagético, após a procura de meios de contacto com os responsáveis nas respetivas páginas; e, por último, (4) a exploração netnográfica permite descobrir padrões de utilização, que, por sua vez, possibilitam uma forma de codificação da informação para a categorização presente na análise de conteúdo.

A análise de conteúdo apresenta-se, no presente estudo, como uma ferramenta essencial para a compreensão das redes sociais enquanto uma plataforma para a sustentação discursiva de determinados movimentos sociais. Concretamente o Facebook como meio e o conteúdo partilhado como um modo de divulgação, podem permitir o enquadramento situacional do objeto de estudo em análise.

De acordo com White e Marsh, a “análise de conteúdo é um método de pesquisa flexível que pode ser aplicado a vários problemas em estudos de informação, como um método por si só ou como uma conjugação com outros métodos” (White & Marsh, 2006, p. 23).

Enquanto técnica de investigação, a análise de conteúdo trabalha numa lógica de inferência, que, por sua vez, pode permitir a replicabilidade de ação, no que diz respeito à contextualização do universo informacional em busca das conclusões associadas à questão de partida delineada (Rose, 2001, p. 55; White & Marsh, 2006, p. 27). A partir da inferência, possibilita-se “(...) a passagem da descrição à interpretação, enquanto atribuição de sentido às características do material que foram levantadas, enumeradas e organizadas.” (Bardin, 1979, como citado em Vala, 1986, p. 103-104)

Para o desenvolvimento do método através da inferência, o investigador deve sustentar-se em determinadas “construções analíticas” que podem resultar de “(...) (1) teorias ou práticas existentes; (2) da experiência ou conhecimento de

especialistas; e (3) de pesquisas anteriores” (Krippendorff, 2004, p. 173, como citado em White & Marsh, 2006, p. 27).

Segundo Laurence Bardin, a análise de conteúdo tem como objetivo explicitar e rever o processo comunicativo, de diferentes ordens, e tem como base ferramentas objetivas e sistemáticas (Bardin, 2010). A sua utilização permite um aprofundamento da interpretação de códigos linguísticos e visuais, revelando os tipos de interação e relação criados entre o interior da mensagem e o seu contexto.

Segundo Raymond Quivy, a ferramenta de análise de conteúdo permite ao investigador estabelecer uma técnica de pesquisa ritmada e metódica e, também, “satisfazer harmoniosamente as exigências do rigor metodológico e da profundidade inventiva, que nem sempre são facilmente conciliáveis.” (Quivy, 1995, p. 226). Esta técnica de pesquisa pode ter um caráter quantitativo (extensivo) ou qualitativo (intensivo), dependendo do teor do estudo e das pretensões do investigador.

De acordo com Quivy, e este sustentado no trabalho desenvolvido por Laurence Bardin, a análise de conteúdo pode ser dividida em três categorias distintas, cuja escolha, novamente, é influenciada pela questão e respetivas hipóteses de partida. A pesquisa pode ser temática, formal ou estrutural. Cada uma delas encontra-se repartida noutras subcategorias (Quivy, 1995, p. 227). Segunda Vala, as proposições da investigação respondem a determinados níveis de pesquisa, que, por sua vez, afetam a recolha, seleção e análise dos dados a partir desta ferramenta: “(...) descrever fenómenos (nível descritivo), descobrir covariações ou associações entre fenómenos (nível correlacional), descobrir relações de causa-efeito entre fenómenos (nível causal)” (Vala, 1986, p. 105).

A análise de conteúdo de caráter qualitativo é indutiva, sendo que “(...) pode produzir hipóteses testáveis, mas não é o seu propósito imediato” (White & Marsh, 2006, p. 34). Aqui, a questão de partida proposta pelo investigador é aberta e indica o caminho da pesquisa, podendo ter influência na análise dos dados recolhidos: a escolha de uma abordagem de natureza qualitativa pode potenciar a emergência de outras questões relevantes para o estudo.

A seleção da amostra numa abordagem deste cariz recai numa lógica de transferibilidade, onde existe a problematização da adaptabilidade de certas conclusões situacionais num outro contexto de pesquisa: “Deverá ter como objetivo providenciar a base para a identificação de todos os padrões relevantes nos dados ou para a caracterização de um fenómeno” (White & Marsh, 2006, p. 36).

Em conformidade, o processo de codificação, e de posterior categorização desses mesmos códigos, torna-se crucial no momento da análise dos dados. Neste caso, este desenvolvimento é concretizado através de um discurso indutivo, onde a formulação de códigos é realizada ao longo da leitura, de forma iterativa, com o intuito de descobrir certos indicadores de proximidade, que, por sua vez, permitem a construção de categorias para a sua identificação (Hansson, 2015, p. 31; Vala, 1986, p. 110; White & Marsh, 2006, p. 37).

De acordo com Vala, “a construção de um sistema de categorias pode ser feita *a priori* ou *a posteriori*, ou ainda através da combinação destes dois processos”. Após a definição das categorias a utilizar, o investigador deve ter o cuidado de garantir que as mesmas se inscrevem nos valores da exaustividade e exclusividade: “(...) no primeiro caso, que todas as unidades de registo possam ser colocadas numa das categorias; e, no segundo caso, que uma mesma unidade de registo só possa caber numa categoria” (Vala, 1986, p. 113)

Relativamente à escolha da análise de conteúdo na proposta metodológica da presente dissertação, a ferramenta permite verificar as características e determinados padrões de uso e comportamento dos movimentos e iniciativas identificados, no que concerne à utilização da rede social Facebook como um meio de transmissão de informação relevante sobre os objetivos das organizações. A partir deste método, é possível obter um enquadramento geral da atuação de cada uma, permitindo, ainda, reconhecer o contexto envolvente e a audiência que pretendem atingir.

O processo de codificação da análise foi definido com o recurso a outras pesquisas teóricas dentro da temática dos movimentos sociais e das redes sociais, conferindo especial ênfase para o artigo *Ativismo digital em Portugal: um estudo*

exploratório, de Ricardo Campos, Inês Pereira e José Alberto Simões, que procurou cruzar a utilização de plataformas de âmbito digital com projetos de caráter ativista.

Deste modo, os códigos determinados *a priori* para a verificação da informação disponibilizada nas publicações são os seguintes: (1) Comunicação, que diz respeito ao conteúdo submetido para a apresentação e sustento da iniciativa, seja da criação dos responsáveis ou de terceiros; (2) Demonstração, relativa à mostra dos processos e passos delineados para a definição de dadas ações e os seus resultados; (3) Mobilização, dedicada ao apelo à participação de todos os interessados nas ações e eventos planeados; (4) Organização, respeitante aos recursos e à logística necessários para a criação de determinadas iniciativas.

Tendo em conta que a análise de conteúdo qualitativa será realizada dentro de uma perspetiva netnográfica, assume-se que, após a fase de imersão no contexto digital de cada página, os códigos idealizados poderão ser alterados e construídos em conformidade com as descobertas inerentes a esta primeira fase da pesquisa. A conjugação de uma lógica de vaivém entre a dedução e a indução sustenta-se no proposto por Vala, relativamente às estratégias possíveis para a construção categórica:

(...) definido o quadro teórico e um leque de hipóteses, parte para um trabalho exploratório sobre o *corpus*, o que lhe permite, através de sucessivos ensaios, estabelecer um plano de categorias que releva simultaneamente da sua problemática teórica e das características concretas dos materiais em análise. Neste caso, as referências teóricas do investigador orientam a primeira exploração do material, mas este, por sua vez, pode contribuir para a reformulação ou alargamento das hipóteses e das problemáticas a estudar (Vala, 1986, p. 112).

ii. Semiótica social visual

Para analisar uma imagem, seja ela como documento informacional secundário, seja enquanto o foco de pesquisa, o investigador deve ter em mente que

não existe uma metodologia absoluta para o efeito, sendo que, e como nas ferramentas da netnografia e da análise de conteúdo, os motivos do estudo são os principais responsáveis pela concretização de uma abordagem de pesquisa adaptada ao assunto.

Em concordância com a introdução efetuada acima, o estado polissêmico associado ao reduto imagético viabiliza a construção de diferentes métodos de pesquisa capazes de responder às questões que surgem no momento de visualização de uma imagem.

De acordo com Rose, a escolha de uma determinada metodologia visual deve ter presente as perguntas quem, por quem, quando, para quem e porquê. As questões elencadas encaminham para o que a autora considera como as três situações para a produção de sentido: “(...) os contextos de produção da imagem, a própria imagem, e os contextos onde é vista por diferentes audiências” (Rose, 2001, p. 16). Em simultâneo, concorrem outras variáveis nestes precisos contextos, que possibilitam a compreensão de significados, às quais Gillian Rose denomina como modalidades.

Para a autora, na diversidade de modalidades existente nas situações enunciadas, existem três que se revestem de grande importância para a interpretação de uma imagem, sendo elas as modalidades tecnológica, composicional e social (Rose, 2001, p. 17). A relação entre estas e as situações de produção de sentido é complexa e nem sempre se desenrola de forma transparente para o seu entendimento: em cada contexto referido, cada uma das três modalidades se manifesta de forma distinta (ver Anexo A, tabela 2). A configuração da relação existente entre os contextos e as modalidades descritas por Gillian Rose permitem ao investigador pensar na imagem enquanto objeto de estudo e na multiplicidade de significados inerentes à mesma.

Segundo Martine Joly, a interpretação de conteúdo visual tem na ideia de reconstrução a sua matéria. Para a autora, “(...) a sua prática pode, a posteriori, aumentar a fruição estética e comunicativa das obras, uma vez que agudiza o sentido da observação e o olhar, aumenta os conhecimentos e permite deste modo alcançar mais informações (...)” (Joly, 2008, p. 52).

A realidade funcional da utilização de uma análise da imagem pode permitir a compreensão da verdade ou mentira do *modus operandi* de uma certa mensagem. A abordagem de caráter semiótico é tida como um recurso para o aprimoramento de dados processos de comunicação.

A linha de pensamento adotada para uma análise desta índole pode partir do método apresentado por Roland Barthes, aquando do seu estudo acerca de uma imagem publicitária, que assenta na procura da ligação entre um significante e um significado – “(...) partir dos significados para encontrar os significantes, e, portanto, os signos, que compõem a imagem (...)” (Joly, 2008, p. 55).

A metodologia descrita identifica três tipos de signos constitutivos da imagem, estes podendo ser icónicos, plásticos ou linguísticos, que, conjuntamente, facilitam a criação de um segundo sentido associado. Os primeiros, os signos icónicos, são os elementos que codificam a imagem através de códigos de representação; os segundos, tal como o nome indica, referem-se aos componentes que moldam a imagem – a composição, a cor, entre outros; finalmente, os signos linguísticos compreendem a palavra e a sua função (Joly, 2008, p. 86).

Enquanto linguagem, a imagem “quer ela seja expressiva ou comunicativa, (...) constitui sempre uma mensagem para o outro, mesmo quando este outro é o próprio autor da mensagem”. Para tal, “(...) para melhor compreender uma mensagem visual é procurar para quem ela foi produzida.” (Joly, 2008, p. 61).

Tendo esta afirmação em consideração, a função de uma dada mensagem visual é crucial para o entendimento do seu significado. A comunicação efetivada a partir de uma imagem deve ter em conta um contexto/referente e a presença de uma codificação partilhada entre aquele que emite uma mensagem e aquele que a recebe, de outra forma o sentido da mesma seria perdido nesse caminho. Por fim, deverá existir “um canal físico entre os protagonistas que permite estabelecer e manter a comunicação” (Joly, 2008, p. 62).

A receção da mensagem e a compreensão da sua significação parte de um sistema e de um contexto assimilado pelo indivíduo, que, por sua vez, cria expectativas relativamente à visualização de uma dada imagem e à sua leitura. A

interpretação efetuada a partir desta aceção pode permitir ao investigador olhar para além da imagem e da sua formalidade: “(...) a faculdade de provocar uma significação segunda a partir de uma significação primeira, de um signo pleno” (Joly, 2008, p. 95).

A teoria semiótica *barthsiana* assenta nos pressupostos da denotação e conotação. O primeiro pretende retratar a camada inicial visível numa imagem, ou seja, os signos que permitem descrever algo e reconhecer o conteúdo e as ações da imagem a ser analisada (Rose, 2001, p. 79; van Leeuwen, 2001, p. 94). O segundo proclama a inferência de uma cadeia de conceitos e valores que possibilita o cruzamento entre a identificação dos elementos da primeira camada com determinadas associações sociais e culturais (Rose, 2001, p. 82; van Leeuwen, 2001, p. 97).

Numa outra perspetiva de análise visual, Erwin Panofsky introduziu o método da iconografia no início do século XX. Esta metodologia “(...) é um ramo da história da arte que se preocupa com o assunto ou significado de obras de arte, em oposição à sua forma” (Panofsky, 1955, p. 26). No entendimento do autor, “os limites de uma perceção puramente formal” são ultrapassados a partir do momento em que se reconhecem “(...) determinadas formas visíveis com certos objetos conhecidos através da experiência prática, e pela identificação da alteração da sua relação com outras ações e eventos” (Panofsky, 1955, p. 26). A capacidade para a deteção desta realidade é assimilada, também, em conjugação com a reação daquele que vê às sensações produzidas em si: este confronto é considerado pelo autor como “(...) a classe dos significados primários ou naturais” (Panofsky, 1955, p. 27).

Tanto a abordagem *barthsiana* como o método delineado por Panofsky, e de acordo com Theo van Leeuwen, “(...) são particularmente úteis para a investigação dos significados representacional (‘denotativo’) e simbólico (‘conotativo’) das pessoas, lugares e coisas (incluindo ‘coisas’ abstratas) presentes em diferentes tipos de imagens” (van Leeuwen, 2001, p. 117).

No que diz respeito à presente dissertação, e tendo em conta que a semiótica social se assume aqui como um pilar teórico, a análise das imagens associadas e

produzidas pelos movimentos sociais existentes na cidade do Porto vai ter por base um método sustentado na comunicação visual da semiótica social.

A comunicação visual sustentada na semiótica social “(...) envolve a descrição de recursos semióticos, o que pode ser dito e feito com imagens (e outros meios de comunicação visual) e como as coisas que as pessoas dizem e fazem com as imagens podem ser interpretadas” (Jewitt & Oyama, 2001, p. 134). De acordo com a explicação dos pressupostos da semiótica social, já apresentados na primeira parte da presente dissertação, o conceito de recurso assenta a viragem entre a semiótica estruturalista e esta abordagem.

Segundo van Leeuwen,

(...) em semiótica social os recursos são significantes, ações observáveis e objetos trazidos para o domínio da comunicação social e que têm potencial semiótico teórico constituído por todas as utilizações passadas e todos os seus potenciais usos, e um potencial semiótico real composto por todos os usos passados pelo qual são conhecidos e considerados relevantes pelos utilizadores do recurso, e por um potenciais usos que podem descobertos pelos mesmos com base nas suas necessidades e interesses específicos. (van Leeuwen, 2005, p. 4)

Em conformidade, as autoras Carey Jewitt e Rumiko Oyama consideram que “a semiótica social visual é funcionalista no sentido em que vê recursos visuais como tendo sido desenvolvidos para realizar tipos específicos de trabalho semiótico” (Jewitt & Oyama, 2001, p. 140).

As metafunções apresentadas por Halliday para a área da linguística foram adaptadas por Gunther Kress e Theo van Leeuwen, com intuito de serem utilizadas nos processos de significação da imagem. Neste caso, os autores substituíram a nomenclatura da seguinte forma: (1) metafunção ideacional por representacional; (2) metafunção interpessoal por interativa; e (3) metafunção textual por composicional (ver Anexo A, tabela 3). As metafunções declaradas pelos autores

retratam as diferentes camadas de significado presentes numa imagem, sendo que cada uma contém diferentes variáveis de análise que permitem uma exploração mais detalhada dessas metafunções. De acordo com Jewitt e Oyama,

qualquer imagem, segundo eles, não só representa o mundo (seja de forma abstrata ou concreta), mas também desempenha um papel em alguma interação e, com ou sem texto a acompanhar, constitui um tipo de texto reconhecível (uma pintura, um poster político, uma revista publicitária, etc.). (Jewitt & Oyama, 2001, p. 140)

Em concordância com a tabela supra apresentada, o significado representacional descreve a representação de determinados elementos da imagem e a sua conexão com o universo fora das linhas imagéticas. Nesta categoria, o destaque da análise é efetivado a partir da sintaxe da imagem e de dois géneros de estruturas: “as representações narrativas relacionam os participantes em termos de ‘feitos’ e ‘acontecimentos’, do desenrolar de ações, eventos, ou processos de mudança. Os padrões conceituais, representam os participantes em termos das suas ‘essências’ mais generalizadas, estáveis ou intemporais” (Jewitt & Oyama, 2001, p.141).

O modo narrativo é compreendido através da presença de vetores, que “(...) definem processos de ação (...) e dão direção às narrativas visuais” (Kress & van Leeuwen, 57, como citado em Hornberg, 2004, p. 37). Já a estrutura conceitual não implica a existência de vetores, estando dependente das limitações sociais e culturais da leitura (Hornberg, 2004, p. 38), que “(...) visualmente ‘define’ ou ‘analisa’ ou ‘classifica’ pessoas, lugares e coisas (incluindo outra vez coisas abstratas)” (Jewitt & Oyama, 2001, p. 143).

A camada interativa corresponde às relações entre aqueles que olham a imagem, os espectadores, e os elementos compreendidos no enquadramento escolhido. A procura de potenciais significados a partir daqui está sujeita à diferente manifestação de três variáveis: (1) contacto, que está relacionado com a interação

entre os participantes e a audiência, de forma direta e indireta, entre o ‘apelo’ e a ‘oferta’; (2) distância, que é retratada a partir do tamanho do enquadramento escolhido pelo criador da imagem e influenciada pelas regras das relações sociais do cotidiano; e, finalmente, (3) ponto de vista ou perspectiva, que diz respeito à representação de elementos através de diferentes dimensões angulares, criando mais ou menos envolvimento com a audiência (Carvalho, 2012, p. 67; Hornberg, 2004, pp. 39–40; Jam, Roohani, & Jamshidzadeh, 2016, p. 42; Jewitt & Oyama, 2001, pp. 145-147).

No que concerne ao sistema composicional, este posiciona “a forma como os elementos representacional e interativo se relacionam entre eles; a forma como são integrados num todo significante” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 176, como citado em Jam et al., 2016, p. 43). Segundo Claire Harrison, “(...) a composição de uma imagem (...) representa a sintaxe visual. Se os signos não são colocados de acordo com um sistema de regras, os espectadores vão ver uma mistura de imagens em vez de um todo coerente” (Harrison, 2003, p. 55).

Neste modo visual, há três recursos que trabalham em conjunto na procura dos potenciais significados de uma dada imagem: o valor da informação, enquadramento e saliência. Alguns autores consideram ainda a modalidade como um recurso do sistema em discussão, como o caso de Carey Jewitt e Rumiko Oyama, pelo que, aqui, será apresentado em conformidade.

O valor da informação ocupa-se com a atribuição de sentido aos constituintes imagéticos consoante o seu posicionamento dentro dos limites visuais: “a ideia é que o papel de um elemento particular num todo vai depender se está colocado na esquerda ou na direita, no centro ou na margem, na parte superior ou inferior do espaço da imagem ou página” (Jewitt & Oyama, 2001, p. 147). Ora, nesta lógica, é importante salientar que a interpretação efetuada estará sempre de acordo com a interiorização de determinados valores e conceitos respeitantes ao sistema cultural do leitor – a desconstrução de cada variável associada a este recurso será realizada de acordo os pressupostos de leitura estabelecidos na sociedade ocidental (Carvalho, 2012, pp. 67–68; Harrison, 2003, p. 50).

Desta forma, e ainda descrevendo o recurso do valor da informação, a localização a partir do conceito ‘esquerda-direita’ concebe uma estrutura de ‘dado-novo’: os elementos colocados no lado esquerdo de uma imagem têm o estatuto de familiaridade, de algo já conhecido pelo espectador e que, por sua vez, dão o mote para o entendimento do resto da mensagem; a informação presente no lado direito é assumida como novidade, “(...) como algo para o qual o espectador ou o leitor devem dar especial atenção” (Carvalho, 2012, p. 68; Jewitt & Oyama, 2001, p. 148).

O olhar do ‘topo-base’ baseia-se no discurso ‘ideal-real’, ou seja, os componentes situados na parte superior da imagem indicam um sentido de imaginário e apelam à essência da informação, esta mais abstrata e ideologicamente saliente. Já os constituintes colocados no fundo ou base do enquadramento transportam o espectador para detalhes mais concretos, factuais e técnicos, normalmente orientados para a apresentação de evidências e encaminhados para a ação (Carvalho, 2012, p. 68; Harrison, 2003, p. 57; Hornberg, 2004, p. 42; Jewitt & Oyama, 2001, p. 148).

Finalmente, a aceção a partir do ‘centro-margem’ identifica os elementos centrais como o sustento de todos os que são colocados nas margens, sendo que os últimos estabelecem uma certa de relação de dependência face à estrutura presente no centro.

De acordo van Leeuwen, baseado no trabalho conjunto com Gunther Kress, o termo enquadramento “(...) significa a desconexão dos elementos de uma composição visual, por exemplo por linhas de moldura, dispositivos de enquadramento pictórico – limites formados pelo canto de um edifício, uma árvore, etc. – espaço vazio entre elementos, descontinuidades de cor (...)” (van Leeuwen, 2005, p. 7). Este conceito integra, também, o contrário, ou seja, a conexão dos diferentes componentes da imagem “(...) através de similaridades e rimas de cor e forma, a partir de vetores que ligam elementos, e claro através da ausência de linhas referenciais ou espaços vazios entre constituintes” (Jewitt & Oyama, 2001, p. 150).

A saliência de uma imagem é verificada a partir da clareza de apresentação e disposição de determinados elementos, capazes de reter a atenção do espectador: o

tamanho dos elementos, a nitidez do foco, os contrastes tonais, os contrastes de cor e o jogo entre o primeiro plano e o fundo. De acordo com Harrison, e em jeito de exemplo, os objetos maiores têm mais saliência, assim como as zonas com um contraste tonal alto (Harrison, 2003, p. 57). O recurso em análise “(...) pode gerar relações de hierarquia e poder entre os elementos. (...) é o grau de saliência que define a trajetória da leitura da página iniciando do elemento mais saliente e, de forma decrescente, deslocando para o menos saliente” (Carvalho, 2012, p. 70).

Por último, as autoras Carey Jewitt e Rumiko Oyama apresentam a modalidade como um recurso com potencial semiótico e parte integrante do sistema composicional. A modalidade representa a possível validade e credibilidade de uma imagem: um conteúdo imagético com alta modalidade está associado ao realismo presente no mesmo, ao passo que, uma imagem com um nível baixo de modalidade representa, por norma, elementos caricaturais, que existem no imaginário e não na realidade.

Através do trabalho de Kress e van Leeuwen, é possível distinguir quatro padrões de modalidade: (1) naturalista, onde a representação de um elemento está em concordância com a sua realidade visual; (2) sensorial, relativo a um retrato do real, algo mais “fantástico”, e, por isso, afetivo; (3) científico, que se preocupa com o estado das coisas na sua generalidade e com a procura de uma “verdade escondida”, onde o detalhe não tem relevo para o entendimento; (4) abstrato, diz respeito à passagem do objeto concreto para a sua essência (Carvalho, 2012, p. 73; Jewitt & Oyama, 2001, p. 151)

A avaliação dos graus de modalidade presentes numa imagem é realizada a partir de diferentes marcadores. Neste caso, a cor é dividida pelas escalas de saturação, diferenciação e modulação. Um outro marcador a ter em atenção é a contextualização, que compreende o nível de detalhe do fundo. A perspetiva também se informa como relevante para a compreensão da modalidade, sendo que uma profundidade mais vincada apresenta um maior nível de modalidade. Por fim, o jogo de luz e sombra, ou também denominado só como iluminação, tem influência

numa imagem com maior ou menor modalidade (Carvalho, 2012, p. 74; Harrison, 2003, p. 58).

Tendo em conta os constrangimentos formais da presente dissertação, a análise visual proposta está de acordo com o sistema composicional detalhado, visto que o mesmo “(...) desempenha um papel significativo na integração das outras metafunções de forma a que as mensagens retóricas da imagem e do texto combinem sem obstáculos e falem em alto e bom som ao espectador” (Harrison, 2003, p. 56). As imagens escolhidas de cada iniciativa vão ser revistas de uma forma exaustiva, respondendo a cada um dos recursos com potencial semiótico associados à camada composicional, sendo que a descrição pormenorizada do conteúdo imagético de cada página será cruzada com os resultados obtidos nas fases de pesquisa anteriormente apresentadas.

IV. À descoberta do Porto (in)visível

O processo de chegada ao objeto de análise da presente dissertação sustentou-se na naturalidade da pesquisa característica à plataforma Facebook: a seleção das páginas de estudo foi efetuada através da exploração dos gostos, reações, comentários e partilhas da publicação que motivou a questão de partida e a resposta à mesma, e dos respetivos redirecionamentos para outras páginas criadas nessa rede social, com uma intenção próxima de teor e manifestação social.

Através desta condicionante, foram desconsiderados perfis de utilizadores individuais e privados, grupos abertos de uso livre com utilizadores identificáveis, grupos fechados e páginas de comunidade e causa com o foco de atuação para além da cidade do Porto¹⁰.

¹⁰ A rede social Facebook permite criar páginas consoante as características do projeto que se pretende divulgar: existem seis categorias de possibilidades, que se desdobram em subcategorias, sendo que uma das opções iniciais é a definição de uma página como Causa ou Comunidade. Neste caso, um utilizador escolhe esta categoria tendo em vista a representação de determinadas organizações, associações, iniciativas e outras atividades que ocorrem no mundo *offline*. James Parsons (2017, 5 de outubro). Complete List of Facebook Page Categories and Subcategories. *Blog Boostlikes*. Disponível a partir de <https://boostlikes.com/blog/2017/05/list-categories-subcategories>.

Desta forma, numa primeira fase de recolha e seleção da amostra a considerar, foram revistos o número de gostos, reações, comentários e partilhas da publicação realizada pelo presidente da Câmara Municipal do Porto. A atualização da cronologia da página de campanha do mesmo contava, no momento da recolha em março de 2018, com 6500 gostos, 2282 reações, 963 comentários e 691 partilhas¹¹. Após a análise de cada métrica, e apenas a partir das partilhas, foi possível distinguir uma página com um propósito aproximado aos objetivos elencados pelo grupo responsável pela distribuição dos autocolantes. Esta página foi explorada com o intuito de encontrar outras relacionadas.

Neste segundo processo de pesquisa, verificou-se que a mesma também partilhou a contrarresposta à denúncia efetuada pelo presidente da CMP – de salientar que não existe, à partida, uma página oficial que se possa ligar à iniciativa. No mesmo sentido, a resposta do grupo responsável foi analisada numa procura de elementos que pudessem integrar o elenco de páginas a ter em conta para a definição da amostra das imagens. A publicação foi submetida por sete utilizadores diferentes num grupo aberto, enquadrado no contexto do Porto. Na totalidade, o conteúdo publicado por estes teve 507 gostos, 72 reações, 61 comentários e 240 partilhas, no entanto, e depois da verificação de cada variável, não foi possível encontrar um local virtual que dispusesse uma agenda com objetivos concorrentes aos mencionados acima.

Desta forma, a página encontrada na primeira parte da pesquisa tornou-se crucial para a procura e indicação de outros movimentos e iniciativas. Para tal, foi realizado um terceiro momento de imersão nas publicações partilhadas pela mesma, onde o quadro temporal foi alargado desde a criação da página até ao momento da recolha – março de 2018.

Esta terceira e última fase de pesquisa revelou-se frutífera, sendo que, de acordo com as condições de seleção propostas – movimentos e/ou iniciativas emergentes no âmbito da cidade do Porto –, foram encontradas seis páginas com conteúdo e problemáticas correspondentes. Embora todos os espaços tenham sido

¹¹ A respetiva publicação em análise está disponível a partir de <https://www.facebook.com/ruimoreira2017/photos/a.421318651308003.1073742020.356641914442344/122357507749019/?type=3&theater>.

considerados como legíveis para o estudo da presente dissertação, duas páginas não revelaram constância na atualização e publicação de material que pudesse ser analisado, sendo que a regularidade de ocorrências foi tida como uma nova condicionante para a definição da amostra – para uma compreensão solene do significado das imagens colocadas pelos movimentos, todo o conteúdo publicado deverá acompanhar a periodicidade do material imagético.

Após a finalização de um processo de revisão com três fases, foram consideradas quatro páginas como relevantes para o encontro das imagens a analisar. Terminado este passo, foi necessário proceder ao contacto com cada uma das páginas, no sentido de apresentar os objetivos da presente investigação, com o respetivo pedido de consentimento para menção e utilização de determinadas imagens publicadas pelos mesmos através da plataforma Facebook.

No seguimento, duas páginas foram contactadas através de mensagem por Facebook e as outras duas receberam o pedido via e-mail, sendo que o endereço eletrónico está disponível na página criada na rede social de interesse. Do rol de iniciativas contactadas, apenas uma não respondeu à mensagem encaminhada.

Assim, como parte do repertório que retribuiu de forma afirmativa, contámos com três espaços virtuais de movimentos e iniciativas que se adequam aos objetivos e condições delineados para a investigação decorrente. Como tal, podemos nomear as páginas *Direito à Cidade*, *O Porto não se Vende* e *The Worst Tours*.

Antes de se proceder à apresentação de cada uma das páginas, com o recurso às informações disponibilizadas no universo virtual, deve salientar-se que a recolha dos dados associados a cada uma das publicações partilhadas foi realizada com o recurso a uma aplicação construída para a contabilização dos detalhes das interações de cada tipo de publicação, sendo que a sua utilização se indaga, apenas, para fins de investigação académica.

Nesta primeira fase da análise, verificou-se a variedade no tipo de conteúdo colocado e o volume de informação produzido, pelo que foi necessário adotar uma estratégia concreta para a definição dos dados a explorar e a descrever. Desta forma, e tendo por base referências teórico-práticas das áreas de gestão e *marketing*, foi

adotado e adaptado à pesquisa em curso um índice de *engagement*, que indicasse as publicações com maior envolvimento do público interessado.

A partir desta interação, também foi possível adaptar o discurso de codificação do conteúdo partilhado, que serve de sustento à criação de determinadas categorias de análise, sendo que a revisão definiu como códigos: (1) Demonstração, que atenta às fases de planeamento, concretização e aos resultados de determinada ação; (2) Divulgação, respeitante ao conteúdo das publicações que pretendem dar a conhecer eventos criados pelo movimento ou enquanto participantes, e em relação com a sua agenda; (3) Mobilização, relativo aos pedidos de participação da comunidade nas iniciativas planeadas; (4) Organização, relacionado com a gestão dos recursos necessários para a realização de determinadas ações; (5) Informação, que diz respeito à partilha de conteúdo informativo sobre as problemáticas visadas pelos movimentos; (6) Representação, relativo às publicações criadas pelos responsáveis sobre o movimento ou partilha de conteúdo exterior sobre o mesmo.

No segundo momento da explicação metodológica, o conceito apresentado acima será devidamente enquadrado nos preceitos da análise proposta, que se move entre o primeiro estado da ferramenta netnográfica e de uma análise de conteúdo, imbricada na matéria retirada da imersão no contexto das páginas a tratar.

Definição do Índice de *Engagement*

Para a segunda fase da pesquisa, foi desenvolvido um índice de *engagement*, após uma primeira revisão ao conteúdo partilhado que se revelou diverso na sua tipologia e regular na sua exposição e temporalidade – tornou-se essencial definir este indicador precedentemente à apresentação das páginas, para que pudesse ser incluído no plano de organização da análise de conteúdo.

Desta forma, e de acordo com Magno, o conceito de *engagement* existente na rede social Facebook permite medir o impacto que uma dada publicação ou um conjunto de várias tem nos seguidores de uma determinada página (Magno, 2016: 40). A própria plataforma possibilita ao utilizador este cálculo automático, no

entanto, o acesso a estes valores é privado e restrito aos administradores de um dado espaço virtual.

As fórmulas adotadas por diferentes investigadores, com pesquisas centradas na interação dos consumidores com algumas marcas presentes no mundo *online*, incluem o número de gostos, reações, comentários e partilhas de uma publicação, assim como o número de pessoas que gostam da página (Hansson, 2015; Jayasingh & Venkatesh, 2015; Magno, 2016; Smura, 2016). A equação descrita pode ser apresentada da seguinte forma:

$$IE = \frac{\text{Número de Gostos} + \text{Reações} + \text{Comentários} + \text{Partilhas}}{\text{Número de Gostos da Página}}$$

IE: Índice de *Engagement*

No entanto, a equação apresentada acima desconsidera o peso implicado em cada variável no momento da interação entre um utilizador e uma publicação, ou seja, de acordo com Ruijter, “(...) as pessoas têm mais propensão para clicar no botão de gosto do que deixar um comentário ou partilhar uma mensagem no Facebook.” (Ruijter, 2015, p. 9).

Neste sentido, o mesmo autor argumenta que se deve ter em conta o valor de cada elemento para a determinação do índice de *engagement*, sendo que, no que pode ser considerado o espectro de interação na plataforma Facebook, colocar um gosto representa o nível mais baixo de esforço e interesse do utilizador e a partilha de uma publicação encontra-se no lado oposto: “Partilhar uma mensagem pode indicar que as pessoas não só gostam da mensagem, mas consideram que os amigos também poderão gostar, ao passo que escrever um comentário não.” (Ruijter, 2015, p. 9).

Para o desenvolvimento de um cálculo adaptado ao conteúdo que se pretendeu recolher, não foi acrescentada a variável de número de gostos da página, por se desconhecer este valor no momento de partilha de uma publicação, assim como o seu possível crescimento. No que diz respeito ao peso de cada um dos elementos a considerar na fórmula, assumiu-se a seguinte importância percentual: os gostos

representam 10%, as reações 20%, os comentários têm um peso de 30% e, finalmente, as partilhas significam 40%.

Ora, a equação delineada para presente investigação tem o seguinte aspeto:

$$IE = \frac{(G * 10 + R * 20 + C * 30 + P * 40)}{100}$$

IE: Índice de *Engagement*; G: Gostos; R: Reações; C: Comentários; P: Partilhas

Após a definição do índice de *engagement*, procedeu-se à recolha de informações sobre os propósitos de cada página escolhida, sendo que se deu primazia ao separador *Sobre*, criado para a descrição da comunidade ou causa. Caso não existisse alguma explicação submetida pelos próprios, foi necessário efetuar uma pesquisa fora desta rede social, que nos indicasse algo mais acerca da página.

No que diz respeito à recolha dos dados para exploração através da ferramenta de análise de conteúdo, foi utilizada uma aplicação desenvolvida pelo investigador Bernard Rieder, com o intuito de facilitar a extração de dados de uma base de informação. A aplicação *Netvizz* integra o diretório de aplicações da rede social Facebook e pode ser considerada como uma ferramenta auxiliar para uma pesquisa académica (Rieder, 2013, p. 5). A construção deste software sustentou-se numa procura da garantia de privacidade neste âmbito, pelo que os dados retirados respeitam as definições de privacidade escolhidas pelos utilizadores e se baseiam no total anonimato (Rieder, 2013, p. 4).

Em conformidade com o planeamento supra apresentado, as páginas serão descritas individualmente, sendo que o conteúdo retirado será encadeado e explicado na mesma linha discursiva.

A partir de um primeiro deambular exploratório, integrado numa lógica de apontamento netnográfico, pretendeu-se efetivar o caminho traçado para a escolha das páginas de interesse para o presente estudo, assente numa proposta de exaustão revisional, que permitisse sustentar estas opções e validar o processo de seleção do

objeto de investigação em análise: as imagens produzidas e partilhadas através do Facebook pelos grupos visados.

a. As páginas: o cruzamento da netnografia e os dados da análise de conteúdo

Direito à Cidade

Uma das três páginas escolhidas para a análise visual tem como nome *Direito à Cidade*. Como referido anteriormente, no sentido de contextualizar o movimento e os seus objetivos, foi analisado o separador *Sobre*. Neste caso, as informações disponibilizadas não revelaram detalhes concretos, estando visível o tipo de página em questão – *Comunidade*. No entanto, verificou-se a existência de uma frase de ordem em letras maiúsculas, em jeito de lema: “MAIS HABITAÇÃO, MENOS ESPECULAÇÃO!”.

Desta forma, foi essencial procurar mais esclarecimentos relativamente ao respetivo grupo, pelo que a partir de uma pesquisa com as palavras-chave “direito à cidade”, “movimento” e “porto”, foi possível encontrar o que se pretendia inicialmente através de diferentes notícias de imprensa, que se referem ao movimento e a ações específicas do mesmo.

O espaço online do jornal *Diário de Notícias* publicou uma notícia, no passado dia 9 de março de 2018, com o título “*Movimento Direito à Cidade avança com concentração e reivindicações para o Porto*”. A leitura integral da mesma permitiu um enquadramento dos motivos de atuação do grupo, onde os responsáveis defendem o respeito pelos moradores da cidade, reiterando a acessibilidade à habitação como direito fundamental e apresentando o aumento especulativo dos preços do arrendamento tradicional como o maior obstáculo. Na agenda de pontos de análise do mesmo, é possível alargar o discurso de ação¹²:

¹² Lusa (2018, 9 de março), Movimento Direito à Cidade avança com concentração e reivindicações para o Porto. *Diário de Notícias*. Disponível a partir de <https://www.dn.pt/lusa/interior/movimento-direito-a-cidade-avanca-com-concentracao-e-reivindicacoes-para-o-porto-9174726.html>

o movimento Direito à Cidade defende a limitação do licenciamento de alojamento local, hotéis e hostels, assim como reivindicam a ilegalização do 'Airbnb' (plataforma online para reservar alojamento), e que a verba da taxa turística reverta toda para um banco público de habitação a preços controlados para as pessoas que queiram viver no Porto.

Ainda no mesmo artigo, foi possível perceber a escolha do nome para a iniciativa, que, apesar de partilhar o nome com a proposição descrita por Henri Lefebvre em 1968, e já enunciada no decorrer da revisão teórica da dissertação em curso, que se assumiu como a aposta na igualdade de acesso às condições básicas de vivência no espaço urbano, afinal, se posiciona como uma reminiscência dos processos de negociação entre os residentes da cidade do Porto com o programa SAAL.

O projeto SAAL – Serviço de Apoio Ambulatório Local direcionou a sua ação com a intenção de “(...) apoiar as iniciativas dos moradores insolventes ou de fracos recursos nas zonas de habitação degradada”, e inscreveu como pressupostos de concretização “a participação ativa e organizada dessas populações na solução dos seus problemas habitacionais; a apropriação pelas camadas populares dos espaços urbanos, onde se radicavam «sob forma marginal»” (Pereira, 2014, p. 14).

Também a vertente virtual do jornal *Expresso* descreveu o caderno reivindicativo do movimento, que apreende o acesso à habitação como o valor prioritário no contexto urbano atual. A notícia, com a mesma data de publicação que a apresentada acima, acrescenta, ainda, que o coletivo foi criado em outubro de 2017 e desenvolveu a sua agenda após um apanhado dos pontos principais de dois encontros abertos à participação dos cidadãos¹³.

¹³ André Manuel Correia (2018, 9 de março), Movimento cívico quer um Porto de abrigo para todos e ilegalizar a Airbnb. *Expresso*. Disponível a partir de <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2018-03-09-Movimento-civico-quer-um-Porto-de-abrigo-para-todos-e-ilegalizar-a-Airbnb#gs.OcrNX8E>

A partir de um primeiro enquadramento, que se revelou necessário acontecer fora da plataforma Facebook, já foi possível iniciar o processo de análise de conteúdo, através da utilização da aplicação Netvizz.

Após a extração dos dados com o recurso da ferramenta, foi realizada uma revisão aos detalhes retirados, contudo, verificou-se que dados de algumas publicações submetidas pelo grupo não coincidiam com a realidade – mais concretamente, o número de gostos, reações, comentários e partilhas. Desta forma, os dados foram corrigidos e a recolha das mais restantes informações foi efetuada manualmente. Apesar desta contrariedade, o *output* disponibilizado pela aplicação revelou-se bastante útil, no que concerne à organização do conteúdo e à sua categorização, pelo que a estrutura foi adaptada para a análise.

Assim, e em conformidade com a exposição metodológica respeitante a esta fase da pesquisa, os dados foram observados e analisados através das seguintes categorias: Tipo de publicação, Natureza da publicação, Data de publicação, Número de gostos, reações, comentários e partilhas e índice de *engagement*. A primeira categoria desdobra-se em quatro diferentes variáveis, sendo elas Estados, Evento, Links e Vídeos – nesta fase, as imagens não serão consideradas, visto serem o objeto de estudo relativo ao segundo momento de investigação. A Natureza da publicação foi dividida tendo por base as subcategorias descritas anteriormente, baseadas na informação teórica respeitante ao tema exploratório e na análise netnográfica efetuada inicialmente. Assim, esta categoria foi dividida em Demonstração, Divulgação, Informação, Mobilização, Organização e Representação. No que concerne ao Número de gostos, reações, comentários e partilhas, foi realizada a quantificação de cada detalhe por cada publicação, de modo a permitir o cálculo do índice de *engagement* e, assim, compreender o conteúdo com maior envolvimento dos utilizadores interessados nas páginas. O número total de publicações da iniciativa *Direito à Cidade*, desconsiderando as imagens, é de 55, diferentemente distribuídas.

De acordo com o planeamento exposto, verificou-se que 71% das publicações partilhadas pela página dizem respeito a Links, ou seja, fontes externas de documentação. Os Estados representam 20% do conteúdo, os Eventos são 7%, sendo

que os Vídeos significam apenas 2% da totalidade das publicações (ver Anexo B, ponto 1, alínea a).

Relativamente à Natureza da publicação, a maior fatia corresponde à subcategoria Informação – neste caso, 60% – e é seguida pela Mobilização, que contabiliza 20% do conteúdo submetido. As subcategorias Divulgação e Organização têm uma distribuição próxima, com 7% e 6% cada uma, e a variável Representação tem um ponto percentual abaixo da anterior. A representatividade da Demonstração é de 2% (ver Anexo B, ponto 1, alínea b).

Os dados retirados ao nível de Data de publicação, considerando os meses entre novembro de 2017 até março de 2018, indicam que fevereiro de 2018 foi o mês de maior partilha de publicações pelos responsáveis da iniciativa, contando com 27% de conteúdo produzido. Imediatamente a seguir, surge o mês de março de 2018, com 24 pontos percentuais, seguido de novembro de 2017, janeiro de 2018 e, finalmente, dezembro de 2017 – com 22%, 18% e 9%, respetivamente (ver Anexo B, ponto 1, alínea c).

Os Estados foram, preferencialmente, utilizados para a Mobilização, com mais de metade das publicações partilhadas, de acordo com o especificado para a subcategoria, que, neste caso, corresponde a 55%. Por outro lado, 85% do conteúdo submetido a partir dos Links diz respeito a Informação. Os Eventos foram apenas utilizados para a Divulgação de ações promovidas pelo movimento e os Vídeos assumiram-se totalmente direcionados para a Mobilização – salienta-se que existe apenas uma publicação com estas designações (ver Anexo B, ponto 1, alínea d).

Através da determinação do índice de *engagement* para cada publicação, verificou-se que o conteúdo mais relevante e com maior nível de envolvimento diz respeito a publicações com carácter de Informação e Mobilização e disponibilizados via Estados e Links. Analisando com maior pormenor os dados retirados a partir desta categoria, as cinco publicações com maior interação foram colocadas, uma em fevereiro de 2018, e as restantes durante o mês de março, sendo que a que foi identificada com o maior índice diz respeito a um estado: esta publicação tem o objetivo de mobilizar todos os interessados para uma concentração realizada em abril

de 2018, e onde os responsáveis elencaram os motivos para esta iniciativa, que, por sua vez, correspondem à agenda do movimento já apresentada acima, onde conferem a necessidade de uma revisão da legislação relativa ao mercado de arrendamento permanente (ver Anexo B, ponto 1, alíneas e/f).

Em suma, pode-se concluir que as categorias e subcategorias delineadas *a priori* se fundem com o conteúdo realmente partilhado pela página *Direito à Cidade*. Tendo como ponto de referência que a criação da iniciativa data de outubro de 2017, poderá ser compreensível que, num primeiro momento, exista a necessidade de enquadramento dos pressupostos delineados e defendidos pela mesma com conteúdo desenvolvido externamente, daí que a Informação se assume como a subcategoria com maior valor percentual e a publicação de Links, tipologia com maior valor, esteja, em grande parte, concentrada no mês de novembro de 2017. Na mesma lógica de análise, é perceptível que os meses em que foram concretizadas e antecederam ações organizadas pelo movimento¹⁴, fevereiro e março de 2018, correspondem aos períodos de maior utilização da página e com maior diversidade tipológica e de natureza de publicação.

A página *Direito à Cidade*, criada na rede social Facebook, surge, principalmente, como um potencial meio de legitimação do movimento e da agenda defendida, onde os responsáveis têm a mobilidade para partilhar conteúdo que sustenta esses valores e que poderá justificar a necessidade de atuação sobre as problemáticas que pretende alterar. Num nível secundário, essencialmente, é uma plataforma que é utilizada para a mobilização dos cidadãos para a participação nas diferentes iniciativas desenhadas e promovidas pelo movimento.

¹⁴ As ações descritas acima dizem respeito ao *Encontro pelo Direito à Cidade*, realizado a 10 de fevereiro de 2018 (<https://www.facebook.com/events/130650701077492/>), *II Encontro pelo Direito à Cidade*, organizado a 24 de fevereiro de 2018 (<https://www.facebook.com/events/163233284330908/>), e, finalmente, *Concentração + Desfile pelo Direito à Cidade*, que se realizou a 7 de abril de 2018 (<https://www.facebook.com/events/1998506657136998/>).

O Porto não se Vende

Para o enquadramento do movimento *O Porto não se Vende* e a compreensão da agenda que pretende divulgar, e em conformidade com o caminho utilizado anteriormente, foi revisto o separador Sobre. Nesta página, a iniciativa surge como *Causa* e é visível um pequeno texto acerca das intenções para a criação com o seguinte conteúdo: “Trabalhas em atividades turísticas e és explorado? Foste expulsa/o da casa que habitavas para dar lugar a arrendamentos turísticos?”. A partir desta entrada, é compreensível que o movimento assume uma preocupação com as condições de trabalho no setor turístico e com a temática da habitação. Também através da análise deste separador, verificou-se a colocação de um texto a 28 de março de 2018, em jeito de manifesto e proposta de atuação.

A leitura integral do mesmo permitiu contextualizar a origem do movimento, sendo que consideram o investimento na indústria turística como uma variável que permeia a especulação imobiliária na cidade, assinalando, ainda, o aumento dos preços do arrendamento permanente nas várias freguesias e concelhos do Porto. No texto, os responsáveis pelo movimento descreveram a emergência de um processo de gentrificação no contexto urbano portuense¹⁵:

Este processo de gentrificação da cidade, empurra cada vez mais a população de baixos rendimentos para a periferia da cidade, tornando o centro progressivamente mais elitista. Esta reestruturação da cidade, com pesados custos sociais e ambientais, promove a exclusão de grupos sociais economicamente desfavorecidos, estudantes, reformados/as, comerciantes locais, negócios familiares e tradicionais. Este fenómeno tem sido acompanhado com cortes nos apoios e direitos sociais, equipamentos públicos e serviços de proximidade.

¹⁵ O respetivo texto descritivo do movimento está disponível a partir de: https://www.facebook.com/pg/portonaosevende/about/?ref=page_internal.

Ainda nesta passagem, o movimento apelou ao reconhecimento das necessidades da população residente, referindo a urgência na consagração de soluções no âmbito da habitação e da proteção do comércio tradicional. A iniciativa *O Porto não se Vende* é parte integrante de um outro movimento, como se pode ler no final do texto, denominado *Caravana pelo Direito à Habitação*. Este projeto visa a colocação da problemática da habitação na agenda pública, proclamando os direitos à cidade e à participação dos cidadãos¹⁶.

No que concerne à página *O Porto não se Vende*, à semelhança da descrita primeiramente, o tipo de publicação Links representa a maioria do conteúdo submetido pelos responsáveis, com 55%. Aqui, os Vídeos correspondem a 19% das publicações partilhadas, os Eventos divulgados a 13% e os Estados surgem com 11% da distribuição pela tipologia estipulada (ver Anexo B, ponto 2, alínea a).

Ao nível da Natureza da Publicação, a subcategoria Informação assume 55% da origem do conteúdo colocado, sendo que os valores em falta se encontram aproximadamente distribuídos pelas outras subcategorias. Dessa forma, a Demonstração conta com 14%, a seguir, com menos dois pontos percentuais, aparece a subcategoria Divulgação, e ainda nesta cadeia de valores surge a Mobilização com 10% de publicações partilhadas com essa natureza. Nos últimos lugares, figuram as subcategorias Representação e a Organização, com 6% e 3%, respetivamente (ver Anexo B, ponto 2, alínea b).

O mês de setembro de 2017 foi aquele que registou maior atividade na página do movimento, contabilizando 25 publicações partilhadas neste período, ou seja, cerca de 36% da totalidade. Em novembro de 2017, foram submetidas 8 publicações, assumindo-se, assim, como o segundo mês com mais conteúdo colocado. No presente ano, o período relativo a março representa 10% da atividade total da página (ver Anexo B, ponto 2, alínea c).

Relacionando o Tipo de Publicação com a sua Natureza, é visível que os Estados são utilizados para a Informação, correspondendo a 57% do conteúdo desta

¹⁶ A proposta de atuação do movimento *Caravana pelo Direito à Habitação* pode ser lida na totalidade através do *blog* dedicado à iniciativa, disponível a partir de <https://carvanapelahabitacao.wordpress.com/o-projeto/>.

subcategoria. Aqui, a Representação aparece com um valor relevante, consumando 29% das publicações. Os Links foram, maioritariamente, utilizados para a partilha de Informação, contando com 32 publicações. A subcategoria Evento contabiliza 67% do conteúdo submetido baseado em Divulgação, sendo que os Vídeos dizem respeito à vertente de Demonstração, que aparece com 54% da respetiva distribuição (ver Anexo B, ponto 2, alínea d).

Após o cálculo do índice de *engagement*, as publicações com maior envolvimento dos utilizadores dizem respeito à subcategoria Informação, com a Demonstração a surgir em segundo lugar, a Mobilização no terceiro posto e, por último, a Representação. As subcategorias Divulgação e Organização não apresentam conteúdo com um índice acima da média. Ainda no que diz respeito a esta dimensão de análise, os Vídeos e os Links são o tipo de publicação com mais interação: o vídeo com maior destaque foi colocado em setembro de 2018 e diz respeito a um testemunho de um residente do centro histórico do Porto, que, por sua vez, faz parte de uma iniciativa elaborada pelo movimento que visa recolher declarações de diferentes pessoas que vivem na cidade portuense¹⁷. Já o conteúdo com maior envolvimento relativo aos Links, redireciona o utilizador para uma notícia do *P3* do jornal *Público*, esta também relacionada com o depoimento de dois residentes do centro da cidade ¹⁸ (ver Anexo B, ponto 2, alíneas e/f).

A página *O Porto não se Vende* e a direção dada à mesma pelos respetivos responsáveis é muito próxima à do movimento *Direito à Cidade*: de acordo com os dados retirados, os Links e a Informação são as subcategorias que correspondem à maioria do conteúdo partilhado entre os meses de dezembro de 2016 e março de 2018. O mês de setembro de 2018, onde se verificou um uso mais frequente da página na colocação de várias publicações, também aqui, se relaciona com a primeira

¹⁷ O vídeo colocado pelo movimento *O Porto não se Vende*, submetido a 16 de setembro de 2017, está disponível a partir de: <https://www.facebook.com/portonaosevende/videos/1495566720530284/>.

¹⁸ Mariana Correia Pinto (2018, 3 de janeiro). Ana resiste, Alice resignou-se: a luta invisível dos despejados. *P3*. Disponível a partir de: <http://p3.publico.pt/actualidade/sociedade/25269/ana-resiste-alice-resignou-se-luta-invisivel-dos-despejados>.

iniciativa criada e organizada pelo movimento¹⁹. Neste período, foram colocados 11 links, que redirecionavam, na sua maioria, para notícias de jornais *online*, 9 vídeos, 2 estados e 2 eventos.

Na mesma linha discursiva, esta página sustenta-se na procura de documentação criada por elementos e entidades não integrantes do movimento, que permita credibilizar os valores estabelecidos pelo mesmo. No mesmo sentido, é perceptível que os processos traçados para a concretização de uma iniciativa e os produtos resultantes (Demonstração) são uma necessidade e uma aposta da iniciativa, com o sentido de apresentar a todos os interessados o seu *modus operandi*.

The Worst Tours

Consoante o discurso adotado na pesquisa das outras duas páginas em análise, o primeiro passo foi verificar a informação colocada acerca do projeto no separador para o efeito: a *The Worst Tours* surge identificada como Agência de Turismo e é disponibilizado um link para o website dedicado à iniciativa, para obter mais detalhes sobre a sua posição e organização.

A iniciativa *The Worst Tours*, criada pela associação sem fins lucrativos *Simplesmente Notável*, tem como objetivo principal deambular pelas ruas da cidade do Porto e debater sobre o desenvolvimento urbano e social. A revisão ao *website* do projeto verificou os propósitos para a elaboração de uma alternativa no setor turístico, que consideram estar centrado numa monocultura de gestão e atuação.

O projeto *The Worst Tours* incentiva os passeios pelo Porto menos conhecido e que não entra nos mapas dos guias ditos convencionais, apostando, durante a caminhada, refletir com todos os participantes sobre as questões do panorama citadino da atualidade. De acordo com a apresentação da iniciativa no *website* para o efeito, os responsáveis pretendem “(...) discutir propriedade, gentrificação, emigração, trabalho, centro, periferia, quarteirões, história, política”, assumindo que se trata de “(...) um debate ambulante e um convite à imaginação.”, após um elencar

¹⁹ A primeira iniciativa levada a cabo pelo movimento, intitulada “O Porto não se Vende, Ponto!” teve lugar no passado dia 23 de setembro de 2018 (<https://www.facebook.com/events/1287373631388821/>).

de premissas e perguntas que revolvem em torno das problemáticas da habitação, do comércio tradicional, do património e de um planeamento urbano que, segundo os mesmos, tende para a homogeneização do espaço²⁰.

Ainda numa pesquisa na imprensa *online*, a iniciativa fez as manchetes do jornal *P3*, a 16 de outubro de 2016, após a reabilitação e a ocupação de um quiosque junto ao jardim de São Lázaro, que funciona como ponto de apresentação dos passeios, de informação sobre a cidade e de divulgação de outros projetos – a estrutura encontra-se decorada com cartazes que direcionam para diferentes temáticas e iniciativas com um propósito social, onde qualquer pessoa tem a possibilidade de contribuir para a sua ornamentação.

Através da leitura da respetiva notícia, compreendeu-se o mote para a criação da *The Worst Tours*, idealizada por três amigos arquitetos como “(...) uma resposta à falta de trabalho, mas também à “turistificação” do Porto.”²¹. No seguimento, verificou-se, novamente, os objetivos dos passeios, onde a história, a evolução e as problemáticas da cidade portuense funcionam como o ponto de partida. Mais no final da notícia, há a referência à elaboração da *The Worst Tours* não só como um projeto com conteúdo artístico, mas também político, em que “(...) acabam por «usar o turismo como uma forma de crítica política»”.

A página de Facebook relativa a *The Worst Tours* está no ativo desde 2012. No entanto, as publicações revistas nesta fase da análise compreendem-se apenas a partir de 2014.

Relativamente ao Tipo de Publicação, os Links surgem com a maior percentagem relativa, com cerca de 75% do conteúdo a ser publicado através desta tipologia. Os Estados assumem 21% das publicações e os Eventos e Vídeos aparecem na última posição, com 2% cada (ver Anexo B, ponto 3, alínea a).

A subcategoria Representação corresponde a 48% do conteúdo partilhado, relativamente à dimensão Natureza da Publicação, contrariamente às outras duas

²⁰ O *website* do projeto *The Worst Tours* está disponível a partir de: <https://theworsttours.weebly.com/>.

²¹ Amanda Ribeiro (2016, 16 de outubro). *Worst Tours: mudar um quiosque como quem muda o mundo*. *P3*. Disponível a partir de: <http://p3.publico.pt/vicios/em-transito/21894/worst-tours-mudar-um-quiisque-como-quem-muda-o-mundo>.

páginas em revisão na presente dissertação. Com 25 pontos percentuais, a Informação aparece em segundo lugar, com as subcategorias Demonstração e Divulgação a ocuparem os postos seguintes, com 14% e 11%. A Mobilização, aqui, surge apenas com 2% da representação no que refere à origem das publicações. Os dados extraídos da página *The Worst Tours* não se inserem na subcategoria Organização, pelo que não foi considerada (ver Anexo B, ponto 3, alínea b).

No que diz respeito ao espaço temporal com um maior uso da parte dos responsáveis, compreende-se que, tendo em conta as subcategorias do Tipo de Publicação escolhidas para este momento de pesquisa, os meses de julho, outubro e dezembro de 2014 foram os períodos com mais conteúdo submetido – cada mês conta com 4 publicações. Os restantes meses, entre 2015 e 2018, contabilizam entre 1 a 3 publicações, sendo que a frequência de utilização pode ser considerada como pontual (ver Anexo B, ponto 3, alínea c).

A maioria do conteúdo submetido através dos Estados é direcionado para a Representação – a subcategoria surge com 53%. Aqui, nenhuma publicação colocada está relacionada com Informação. Os Links aparecem com uma distribuição mais equilibrada a este nível, sendo que a subcategoria Representação é a que figura, também, em primeiro lugar, com 15 publicações, seguindo-lhe Informação com 33% do conteúdo total. As subcategorias Demonstração e Divulgação aparecem com 12% e 9%, respetivamente (ver Anexo B, ponto 3, alínea d).

No que concerne ao índice de *engagement*, e em sequência dos resultados apresentados anteriormente, mais uma vez, a Representação, e o conteúdo partilhado em conformidade, assume-se como aquele com maior envolvimento dos utilizadores, onde a Demonstração e a Divulgação também contribuem com algumas publicações – mais concretamente com 3 publicações no total. Nesta dimensão, o conteúdo com maior interação encaminha para um link do jornal *Público*, relativo a uma notícia de fevereiro de 2018, onde se constata a proposição de compra do quiosque pelos inquilinos (os responsáveis da *The Worst Tours*), após anulação do contrato de

arrendamento pela Câmara Municipal do Porto, com o intuito de demolição do espaço²² (ver Anexo B, ponto 3, alíneas e/f).

Tendo em conta os dados recolhidos e analisados, pode-se verificar que o discurso de utilização da página *The Worst Tours* é realizado numa ótica distinta às páginas *Direito à Cidade* e *O Porto não se Vende*.

O conteúdo partilhado é direcionado para a vocalização de publicações fora da plataforma que escrevem sobre a iniciativa, assim como se compreende a apresentação de publicações criadas pelos interlocutores, com o mesmo objetivo. Acima de tudo, e consoante o conceito delineado para o projeto, a página do Facebook respetiva contextualiza a sua atuação no ambiente turístico da cidade do Porto, utilizando as diferentes formas de partilha de informação como uma ponte essencial para a divulgação e exposição da *The Worst Tours* como uma alternativa aos guias convencionais, onde se prioriza o debate e a crítica como a melhor forma de conhecer um espaço e a sua comunidade.

b. As imagens: a análise visual através da semiótica social

Para a presente análise visual, as imagens dos movimentos foram selecionadas através do cálculo do *índice de engagement*. Desta feita, foram escolhidas as cinco imagens com maior interação de cada página, sendo excluídas aquelas que correspondessem às seguintes condições: (1) distanciamento da temática em questão; (2) fora do contexto urbano do Porto; (3) presença de indivíduos facilmente identificáveis. As imagens foram analisadas e dispostas de forma decrescente, considerando esse mesmo valor.

²² Miguel Dantas (2018, 9 de fevereiro). Criadores da The Worst Tours querem comprar quiosque à câmara. *Público*. Disponível a partir de: <https://www.publico.pt/2018/02/09/local/noticia/proposta-de-privatizacao-de-quiisque-da-the-worst-tours-enviada-a-camara-municipal-1802519>.

Direito à Cidade

A. Imagem 1

A imagem em análise está inserida na categoria de design gráfico e é de natureza de divulgação, assumindo-se como a imagem com maior envolvimento – o índice de *engagement* respetivo é de 9,6.

A visualização da presente imagem e a conseqüente divisão pelos recursos considerados no sistema composicional indica-nos uma sobreposição e a determinação de mais do que um significado de alguns elementos distribuídos. Ao analisar os conceitos ‘**dado-novo**’ e ‘**ideal-real**’, é possível verificar que a colocação dos detalhes relativos à iniciativa que pretendem anunciar, com a presença da data, horas e locais de passagem da concentração, no lado esquerdo (‘**dado**’), concorre com a posição ‘**ideal**’, no topo da imagem. Se, por um lado, esta informação assume uma postura de familiaridade para com o espectador, o ponto de partida para o entendimento do sentido, por outro, existe um apelo à importância da participação dos cidadãos, com as indicações temporais e espaciais.

Ainda o lado esquerdo em revisão, encontra-se o *slogan* do movimento, a ocupar, também, a dimensão ‘**real**’. A divisa “MAIS HABITAÇÃO, MENOS ESPECULAÇÃO!” contextualiza o teor da ação em curso, com a orientação para a problemática urbana que pretendem discutir e solucionar. Também na posição ‘**real**’, a margem direita, dedicada à situação ‘**novo**’, direciona a audiência para as formas de contacto com o movimento (página do Facebook e e-mail), concordando com a ideia da atenção redobrada que o indivíduo deve dar a esta secção. O ‘**centro**’ prestado à exposição do nome da ação – “*Concentração pelo Direito à Cidade*” – tem um efeito mediador, integrando os elementos colocados nas margens esquerda e direita, os quais perderiam o fulgor informacional sem a presença de tal centralidade.

No que concerne ao recurso de saliência, os componentes textuais são amplamente destacados através da utilização de diferentes tamanhos da fonte escolhida e da cor branca, ressaltando ao centro o título da iniciativa. A saliência destes elementos é superior ao conteúdo imagético, tendo em conta que o cartaz é

fundado pelas cores vermelha, preta e cinzenta com um grau baixo de saturação, garantindo, assim, a importância do texto.

Através da caracterização da modalidade, constata-se que a variação de tonalidades e de diferentes cores é bastante baixa, sendo que a imagem é composta por quatro cores. O fundo é composto por uma montagem com ícones monumentais da cidade do Porto, que, pela pouca saturação, não viabiliza a pormenorização visual dos detalhes associados ao mesmo. No entanto, a utilização destes símbolos da cidade permite circunscrever a área de atuação do movimento *Direito à Cidade*. Em concordância, a imagem descreve um padrão de modalidade sensorial, onde a desconstrução do assunto imagético, utilizando vários elementos do espaço público da cidade sobrepostos e com uma baixa saturação, direcionam a audiência para os elementos textuais, estes destacados pela ausência de perspectiva e pela luz direcionada.

Em suma, a presente imagem e a sua composição integram o discurso associado a um conteúdo encaminhado para a divulgação de algo. A leitura da imagem pode ser feita de acordo com o seguinte caminho: centro-topo-base, ou seja, do elemento mais saliente para aquele com menor saliência. Assim, o cartaz de apresentação da “*Concentração pelo Direito à Cidade*” apela à participação dos residentes e de todos os interessados para uma iniciativa no centro histórico portuense, que pretende sensibilizar os diferentes atores sociais para a problemática da habitação.

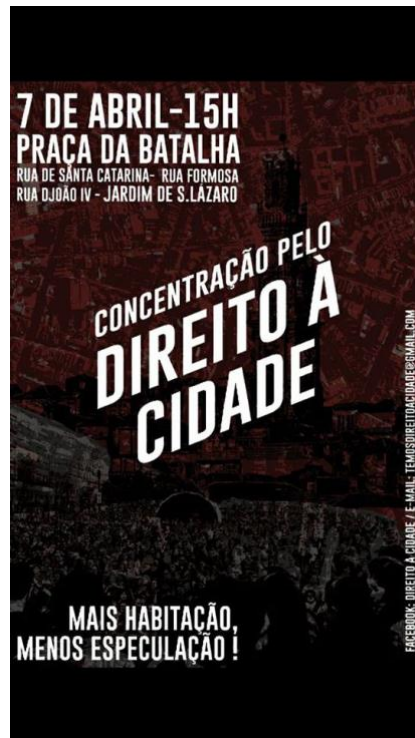


Imagem 1. Corresponde à Imagem 1
(Direito à Cidade)

B. Imagem 2

A leitura do valor informacional da imagem, apresentada em suporte fotográfico, é realizada desde a margem esquerda para o lado direito. Neste caso, constata-se que os elementos compositivos da fotografia estão apenas dispostos nas alas, sendo, ainda, possível considerar a base da imagem como relevante: o lugar do *'real'* corresponde à concentração dos quatro cartazes dispostos na parede, encaminhando o espectador para os pormenores que envolvem as ações de divulgação do movimento *Direito à Cidade*.

Por sua vez, o plano **'dado'** apresenta dois cartazes: um, colocado na posição mais marginal, não diz respeito à iniciativa organizada pelo movimento; o outro representa a imagem gráfica detalhada na descrição da Imagem 1 – aqui, compreende-se o estatuto de informação já conhecida pela audiência, tendo em conta

que essa mesma foi, primeiramente, partilhada na página do *Direito à Cidade*. Deste modo, a fotografia assume uma posição relevante, no que concerne à sua natureza de demonstração e à mostra do planeamento de ações pontuais fora do mundo virtual, utilizando o espaço público da cidade do Porto para a distribuição dos suportes documentais e visuais associados ao movimento.

O lado direito, ou seja, o estatuto ‘**novo**’ revela a disposição de três cartazes, estes elaborados manualmente, e deduzem-se correspondentes aos resultados das reuniões realizadas para a organização dos recursos disponíveis, inscrevendo-se, assim, como um elemento desconhecido para o espectador.

O recurso de enquadramento descreve uma ordem de contraste²³, que pende para a desconexão compositiva, tendo em conta que os cartazes que representam a ação do movimento foram elaborados com tamanhos, cores e fontes distintas. A margem direita da imagem é a mais saliente pela oposição tonal, sendo que o cartaz fundado na cor verde se releva dos restantes elementos nessa posição.

A imagem está integrada no padrão de modalidade naturalista, visto que representa, sem a manipulação da composição, a disposição de cartazes num espaço público. O caráter realista da fotografia é confirmado pela envolvência dos suportes no ambiente em questão (máxima contextualização) e pela presença demarcada de luz e sombra, este último definido pela forma como alguns cartazes foram colados na parede.

A presente fotografia é um exemplo de demonstração das atividades levadas a cabo pelo movimento e da necessidade de exposição das ações associadas no espaço público, numa procura de credibilidade e legitimação.

²³ Contraste: “(...) dois elementos diferem em termos de uma qualidade, materializada por uma cor, por características formais, por tamanho, dentre outros.” (Carvalho, 2012, p. 71).



Imagem 2. Corresponde à Imagem 2 (*Direito à Cidade*)

C. Imagem 3

O caso da imagem abaixo apresentada distancia-se das anteriores pela clara imposição de um componente textual em relação aos restantes: a apreciação é veiculada do topo para a base, com o enquadramento da imagem incluído num regime entre a conexão e a desconexão através da integração²⁴ e da separação²⁵, com a presença dos elementos textuais no mesmo espaço do conteúdo graficamente desenhado e, em simultâneo, pela delimitação dos primeiros em caixas de texto.

O conteúdo que surge no topo corresponde a um testemunho de um dos responsáveis pela organização do movimento *Direito à Cidade*: aqui, o estatuto **‘ideal’** confere ao objeto uma posição ideológica, tendo em conta que representa um discurso baseado nas considerações presentes na agenda deste ator coletivo. Essa mesma declaração descreve as dificuldades que motivaram a concretização do movimento, onde a carência habitacional a preços acessíveis surge como a problemática prioritária.

Na dimensão **‘real’**, e com apresentação de detalhes direcionados para a ação, verifica-se a colocação das indicações do espaço e do horário de um dos primeiros encontros organizados pelo *Direito à Cidade*, com o objetivo de definição de estratégias

²⁴ Integração: “(...) Na integração, texto e imagem ocupam o mesmo espaço – ou o texto está integrado no espaço pictórico, ou a imagem no espaço do texto.” (Carvalho, 2012, p. 71)

²⁵ Separação: “(...) dois ou mais elementos encontram-se separados por um espaço vazio ou outro recurso de enquadre, o que sugere que deveriam ser vistos como semelhantes em determinados aspectos, mas também possuindo algumas diferenças.” (Carvalho, 2012, p. 71)

e da realização de um levantamento de histórias de residentes implicados na realidade descrita – pode-se ler “Encontro pelo Direito à Cidade – Café Ceuta, Rua de Ceuta 20, Porto – 17h, 10/02”.

No que concerne ao recurso de saliência, o destaque é dado aos elementos textuais, que, quer pelo tamanho, quer pela utilização da cor azul como fundo e do branco na fonte, são realçados em relação à imagem que se encontra em segundo plano. Todavia, a disposição do testemunho encontra-se sobreposta com o desenho desse mesmo fundo, pelo que pode dificultar a sua leitura. O conteúdo colocado em segundo plano é a mesma composição icónica que surge na Imagem 1, no entanto, neste caso, foram utilizados tons de azul.

À semelhança da primeira imagem analisada, o design descreve uma modalidade sensorial, através da manipulação do conteúdo presente no segundo plano, formulado a partir de diferentes tonalidades de azul. A contextualização do testemunho e das indicações geográficas e temporais com os componentes icónicos relativos à cidade do Porto invocam a natureza de divulgação da imagem.

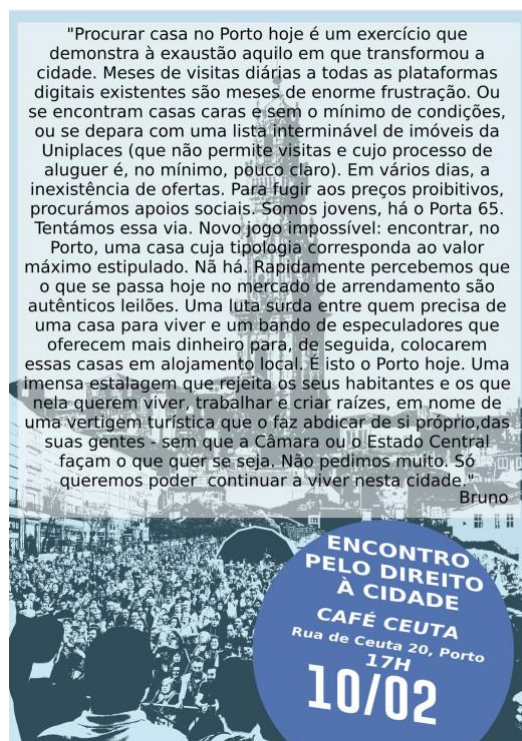


Imagem 3. Corresponde à Imagem 3 (*Direito à Cidade*)

D. Imagem 4

A fotografia em análise descreve uma configuração análoga à da Imagem 2, no que diz respeito à sua natureza. O valor informacional da mesma está concentrado no centro, onde surge um pano pintado à mão e amarrado a uma estrutura, com informações acerca da “*Concentração pelo Direito à Cidade*” – locais de passagem do desfile divulgado, do lado esquerdo, e formas de contacto com os responsáveis pelo movimento, do lado direito.

Através da leitura deste suporte, verifica-se o acrescento de outras frases de apelo à mobilização da população, como “Vem e traz o vizinho!”, assim como o aumento do *slogan* normalmente utilizado, desta feita com o uso de um tom plural de reclamação, afirmando um sentido de unidade e de interesses partilhados – “-> Queremos + Habitação e - Especulação <-”.

Ademais, o pano pintado é o elemento mais saliente da fotografia, assumindo essa mesma relevância com o uso de um fundo branco e das cores vermelha e preta para os elementos de texto presentes. A oposição entre o primeiro plano e o fundo, a contextualização do pano com o ambiente envolvente (o espaço público) e a profundidade visível atingem o nível máximo de modalidade.

Deste modo, o padrão naturalista associado permite ao espectador revisitar a contratualização da necessidade de expandir as suas formas de atuação para além dos limites da rede social Facebook, apresentando, assim, através de uma fotografia partilhada na página do movimento, a sua manifestação e respetiva demonstração no espaço público – neste caso, o pano foi colocado na praça dos Poveiros, um ponto bastante próximo ao Jardim de São Lázaro, este último definido como o local final da passagem do desfile.



Imagem 4. Corresponde à Imagem 4 (*Direito à Cidade*)

E. Imagem 5

A descodificação da respetiva fotografia é efetuada através da sobreposição das configurações ‘**esquerda-direita**’ e ‘**topo-base**’. No que diz respeito à primeira condição, os elementos dispostos no campo ‘**dado**’, encaminham o olhar do espectador para o cartaz da iniciativa “Encontro pelo Direito à Cidade”, já apresentada na Imagem 3, e, também, para a placa indicativa do nome do local onde foi colocado esse mesmo suporte – Livraria Alfarrabista João Soares. A presença deste espaço na realidade do centro histórico do Porto assinala a ideia de familiaridade, associada à disposição em análise. Já na dimensão ‘**novo**’, é visível a porta de entrada para o local, o que pode ser tomada como uma referência simbólica, ou um apelo à entrada de quem passa nas proximidades, tendo em conta a ação de despejo recebida pelo alfarrabista no fim do mês de setembro de 2017²⁶.

No campo do ‘**ideal**’, aparece, mais uma vez, o cartaz do movimento, sendo que, como ponto de partida para a leitura da mensagem, também se inscreve como o elemento mais emotivo. Imediatamente abaixo, e competindo a proposta ‘**real**’ com o ‘**novo**’, aparece a placa com o nome do estabelecimento, que permite circunscrever o mesmo no plano de ação que surge na dimensão ‘**ideal**’.

²⁶ Lusa (2017), *Alfarrabista João Soares despejado devido a venda de prédio na rua das Flores, no Porto*. Disponível a partir de <https://www.dn.pt/lusa/interior/alfarrabista-joao-soares-despejado-devido-a-venda-de-predio-na-rua-das-flores-no-porto-8829115.html>.



Imagem 5. Corresponde à Imagem 5 (Direito à Cidade)

O Porto não se Vende

A. Imagem 1 e Imagem 4

As imagens 1 e 4 foram analisadas de forma conjunta por se revelarem iguais no enquadramento e suporte visual: ambas são o resultado da captura fotográfica de notícias de jornais relacionadas com o movimento e o contexto do Porto.

O valor de informação responde às regras de disposição de elementos de um texto da imprensa, sendo que o topo de cada uma das notícias, o campo do **'ideal'**, está destinado ao título da mesma e a uma imagem ilustrativa do conteúdo, isto é, à essência da informação. Este local também revela os elementos mais salientes, pelo tamanho da fonte do título e pela colocação de imagens a cores. Já no domínio do **'real'**, surge o desenvolvimento textual relativo a cada acontecimento, com a apresentação de factos e evidências documentais que sustentam o primeiro.

A imagem 1 está integrada na categoria de Informação, sendo que o enquadramento fechado da fotografia encaminha o olhar do espectador para a realidade

do conteúdo: a notícia informa o fecho de mais um restaurante no centro do Porto, neste caso, do emblemático *O Buraquinho*, e das intenções da sua inscrição no programa *Porto de Tradição*, que visa a salvaguarda e proteção de lojas que fazem parte da história da cidade.

A imagem 4 é uma fotografia a uma notícia do Jornal de Notícias, produto de uma reportagem realizada durante a primeira concentração do movimento *O Porto não se Vende* em setembro de 2017, pelo que se inclui na categoria de Demonstração.



Imagem 7. Corresponde à Imagem 1 (*O Porto não se Vende*)

B. Imagem 2

A imagem em análise, representação de uma composição gráfica, deve ser interpretada do topo para a base.

No local do **'ideal'**, surgem várias caixas de texto, com formas e tamanhos diferentes, onde foi utilizada a cor azul para realçar os elementos textuais sobre o fundo branco que envolve a imagem. Estas caixas – ao todo, contam-se dez – invocam alguns argumentos que resumem a agenda do movimento *O Porto não se Vende*. Em traços gerais, as frases de ação enquadram a atuação do mesmo: preocupação com a



Imagem 6. Corresponde à Imagem 4 (*O Porto não se Vende*)

descaraterização da cidade, apelo ao direito à habitação e à cidade e proteção do comércio local.

No domínio do **'real'**, aparece o nome da iniciativa que estão a divulgar – “O Porto não se Vende,” (O Porto não se Vende vírgula ponto), e as indicações relativas à concentração, com a colocação do local, da data e das horas da ação. Ademais, o nome tem uma ligação direta com a marca *Porto*.. Ainda neste local, foram colocadas as formas de contacto com os responsáveis do movimento, indicando, assim, a especialização deste campo para a apresentação de detalhes mais técnicos e encaminhados para a ação.

A modalidade da imagem considera-se abstrata, tendo em conta que o suporte utilizado é o desenho gráfico de um cartaz, onde a saturação e a diferenciação descrevem níveis baixos de modalidade, através do uso de apenas duas cores – azul e branco. A utilização desta paleta relembra as cores definidas para a imagem da marca *Porto*., podendo, assim, ser entendido como uma forma de chamar a atenção e facilitar o reconhecimento da ação pela audiência.



Imagem 8. Corresponde à Imagem 2 (*O Porto não se Vende*)

C. Imagem 3

No caso da presente imagem, foi privilegiada a construção visual com recurso ao desenho gráfico. Integrada na categoria de Divulgação, a imagem é indicativa de uma ação promovida pelo movimento *O Porto não se Vende*, com o objetivo de debater a problemática da habitação na cidade do Porto e ouvir testemunhos de residentes afetados pela mesma.

O centro da composição apresenta o conteúdo direcionado para a informação relativa à ação: distribuídas em diferentes caixas de texto, verifica-se, do lado direito, a colocação do nome da iniciativa – “*Do centro às periferias: um problema de habitação no Porto.*” – e, imediatamente abaixo, o nome do movimento responsável pela sua organização, *O Porto não se Vende*. No lado esquerdo, surgem as indicações respeitantes ao local, horário e data de realização da discussão, e também a apresentação dos elementos constituintes do painel escolhido para a conversa.

Os componentes textuais foram colocados sobre um fundo que representa, a partir da ilustração, a morfologia de uma cidade, enquadrando, assim, a temática da discussão para o ambiente urbano. Desta forma, o texto afirma-se como o elemento mais saliente da imagem, pela sua disposição em caixas preenchidas a vermelho e colocadas no primeiro plano da visão.

Nesta imagem, releva-se o distanciamento das cores usualmente utilizadas pelo movimento *O Porto não se Vende*, o azul e o branco, sendo que foi usada uma paleta construída a partir de vermelho e amarelo, que pode ser indicativo de uma ação conjunta com outras associações da cidade do Porto, neste caso, a *Gazua*, um espaço de ação comunitária.



Imagem 9. Corresponde à Imagem 3 (*O Porto não se Vende*)

D. Imagem 5

O valor informacional respeitante à imagem 5 está concentrado no topo, no domínio do ‘ideal’, com a leitura da frase “*Especula-me isto*”. Os campos relacionados com a base, o centro e as margens esquerda e direita não revelam nenhuma informação relevante, contudo, o enquadramento utilizado regista o componente textual no espaço público: a frase apresentada foi pintada numa parede da cidade.

Em concordância, a componente textual ressalta ao olhar do espectador, não só pela escolha do ponto de vista de quem fotografou, mas também pela cor preta, com apontamentos a vermelho, utilizada para pintar a respetiva frase naquele local.

O conteúdo da imagem é relacionável com os pontos da agenda proposta pelo movimento *O Porto não se Vende*, sendo que o tom informal, expressivo e, de certa forma, popular escolhido para a abordagem da frase condensam o seu significado. Neste caso, é uma tirada ao fenómeno de especulação imobiliária que envolve a cidade do Porto²⁷, onde a elevada procura e a pouca oferta de imóveis levam ao aumento acentuado dos preços dos mesmos, em situação de venda e arrendamento, e à revelação de um mercado habitacional cada vez mais inacessível para uma grande maioria da população.

²⁷ Mário Cruz (2018, 29 de maio), Mediadores alertam para “bolha” imobiliária em Lisboa e no Porto. Disponível a partir de <https://observador.pt/2018/05/29/mediadores-alertam-para-bolha-imobiliaria/>



Imagem 10 Corresponde à Imagem 5 (*O Porto não se Vende*)

The Worst Tours

As imagens escolhidas e analisadas relativas a esta página são de caráter ilustrativo e são da autoria de Margarida Castro Felga, arquiteta e uma das responsáveis pelo projeto *The Worst Tours*.

A. Imagem 1

A trajetória da leitura da presente imagem é efetuada através da configuração ‘centro-margem’. Neste caso, a ancoragem imagética sobrevive a partir dos elementos centrais, sendo que a base, ou seja, o campo do ‘real’ assume a sua importância estabelecendo uma ponte com o centro.

Desta forma, na posição central, encontra-se o desenho de uma serpente a engolir a própria cauda, com a inscrição: “*O turismo de massas pode bem ser autofágico*”. Esta figura informa-se, também, como o elemento mais proeminente da imagem, destacando-se pelo preenchimento a verde e pelo seu tamanho, quando confrontado com os outros constituintes.

No interior deste enquadramento, surge uma outra componente textual, relacionada com a apresentada anteriormente, que descreve, através de comparações, o plano urbano atual da cidade do Porto: “*Se quando o Porto parecer Praga cheirar*”

a Veneza souber a Barcelona e soar a Lisboa quem é que vai querer visitar o Porto?”. Imediatamente abaixo do círculo caracterizado pela serpente, e acentuando a ideia de um enquadramento composto por separação, aparece a uma frase, desta feita em inglês, que parte do mesmo conceito, onde se lê “*If everywhere looked, smelled, tasted and felt the same, why would anyone travel?*”²⁸.

A figura da serpente, representada no centro, tem uma conotação simbólica, cujo sentido pode ser sustentado a partir de distintas considerações culturais da antiguidade. Esta representação é, usualmente, conhecida pelo nome de *ouroboros*²⁹, que, traduzindo à letra, significa devorador de cauda. Utilizado ao longo da história como um elemento iconográfico por várias contextos, mitologias e culturas, o conceito pressupõe os ideais de repetição e renovação, como também, a ideia de eternidade e de um ciclo do tempo, enquanto unidade com um início e um fim.

Todavia, no caso da presente imagem, pode-se assumir a construção de um ciclo findável, com a associação ao conceito de autofagia, que, por sua vez, significa “a manutenção da vida à custa da própria substância do indivíduo”³⁰. Compreende-se que o turismo de massas, se não planeado de acordo com o ambiente envolvente, pode esgotar os recursos que permitem a sua existência, através da exclusão da população autóctone e de uma crescente pressão urbana e ambiental. No interior da figura da serpente, surgem várias cidades europeias, incluindo a capital portuguesa, que sofrem, diariamente, com a realidade apresentada³¹.

²⁸ “Se todos os locais parecessem, cheirassem, soubessem e fizessem sentir o mesmo, porque é que alguém viajaria?” (traduzido pela autora).

²⁹ Disponível a partir de <http://www.bbc.com/culture/story/20171204-the-ancient-symbol-that-spanned-millennia>.

³⁰ “autofagia”. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível a partir de <https://www.priberam.pt/dlpo/autofagia>.

³¹ Lusa (2017, 29 de setembro), Analistas defendem que turismo de massa corre o risco de se autodestruir. *Diário de Notícias*. Disponível a partir de <https://www.dn.pt/lusa/interior/analistas-defendem-que-turismo-de-massa-corre-o-risco-de-se-autodestruir-8807166.html>.



IF EVERYWHERE LOOKED,
SMELLED, TASTED AND FELT
THE SAME, WHY WOULD
ANYONE TRAVEL?

Imagem 11 Corresponde à Imagem 1 (*The Worst Tours*). Autoria: Margarida Castro Felga

B. Imagem 2

Através de uma composição com suporte no design gráfico, a imagem deve ser lida a partir do centro, tendo em conta que todo o conteúdo se concentra nessa localização.

Ora, em concordância, é visível a colocação de elementos textuais, delimitados pela moldura do *mupi*³², em jeito de sobreposição³³, que se informam como os constituintes mais salientes da imagem. A razão de saliência é superior na frase “Vote Porto.”, que se destaca do resto do texto pelo tamanho da fonte utilizada.

³²Painel urbano vertical, mais alto do que largo e menor do que um *outdoor*, destinado a conter mapas, informações ou publicidade “*mupi*”. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível a partir de <https://www.priberam.pt/dlpo/mupi>.

³³ Sobreposição: “(...) parte da imagem “invade” o espaço pertencente a outro enquadre com caracteres ou imagens.” (Carvalho, 2012, p. 71)

A centralidade associada a esta composição é realçada com a utilização de um segundo plano fotográfico desfocado, que permite direcionar o olhar do espectador para os componentes considerados relevantes. Em simultâneo, o conteúdo no interior do *mupi* assume a posição mais importante também pelo uso de um fundo azul, que contrasta com os tons monocromáticos do segundo plano.

A imagem apresenta um padrão de modalidade abstrata, distanciando-se do caráter de realidade, que podia ser garantido pelo uso da fotografia, através da colagem de elementos gráficos no *mupi*. Ademais, o uso de apenas duas cores e o enquadramento do texto numa estrutura de publicidade mostram a importância que esse conteúdo textual tem para a compreensão da imagem.

No seguimento, o texto está relacionado com a entrega do prémio de “Melhor Destino Europeu 2017” à cidade do Porto, após a contagem dos votos do público³⁴. Aqui, é possível ler várias razões que não constituem a realidade proposta pelo recebimento dessa distinção. A leitura permite verificar referências à monocultura do turismo, a desregulação dos preços no mercado imobiliário e, conseqüente, dificuldade no seu acesso. Salienta-se, também, a primeira frase – “Vote no turismo como tábuas de salvação” –, que pode ser indicativa de uma visão do planeamento urbano direcionada para o setor turístico.

³⁴ Porto. (2017, 20 de abril). European Best Destination entregou o galardão do “Melhor Destino Europeu” à cidade. Disponível a partir de <http://www.porto.pt/noticias/european-best-destination-entregou-galardao-do-melhor-destino-europeu-2017-a-cidade>.



Imagem 12 Corresponde à Imagem 2 (*The Worst Tours*). Autoria: Margarida Castro Felga

C. Imagem 3

A leitura da ilustração em análise é realizada a partir do centro, que revela a presença da figura de um sapo, o elemento visual mais saliente – o tamanho do desenho, o preenchimento do mesmo a cor verde e os contrastes entre a mesma e os restantes apontamentos de cor (cinzento, preto e branco) fundamentam a sua posição enquanto o constituinte mais relevante.

Do centro da imagem, o recurso encaminha o olhar do espectador para o topo, onde surge uma palavra de ordem em inglês e em maiúsculas (“ATTENTION”). Seguindo o caminho até a chegada à base, encontra-se uma espécie de aviso, enquadrado numa caixa de texto com um fundo cinzento – pode-se ler *“All visitors: Frog statues place at the entrance of business establishments signify that foreigners are not*

welcome.”³⁵. A concentração do texto no campo do **‘ideal’**, inscreve o mesmo na cadeia ideologicamente mais saliente: esta componente descodifica e define o elemento figurativo num espaço de significado.

Já no domínio do **‘real’**, lê-se a frase *“Please respect the xenophobic traditions and refrain from entering comercial spaces with frogs at the door”*³⁶, que complementa o texto apresentado anteriormente com uma ideia de ação.

Em termos de simbologia, a figura do sapo é vista, na cultura portuguesa, como um elemento de discriminação perante uma minoria étnica, a comunidade cigana - para esta comunidade, o símbolo representa a ideia de azar e conflito³⁷. A colocação de sapos à porta de alguns estabelecimentos tem um carácter, de certa forma, subtil de proibição da entrada de elementos da comunidade cigana e, também, mostra que a sua presença não é bem-vinda.

No caso da imagem, a reconversão do significado alterando o objeto da discriminação, passando o foco para os turistas que visitam a cidade, deve incitar à inversão do seu sentido. Isto é, a leitura feita pelo visitante deve ser no caminho da procura do porquê desta afirmação, e não a inibição da entrada do mesmo em determinados espaços. O objetivo final será a discussão sobre a simbólica utilização da figura do sapo, que detém uma configuração tradicionalmente discriminatória perante uma minoria.

³⁵ “A todos os visitantes: as estátuas de sapos colocadas à entrada dos estabelecimentos significam que os estrangeiros não são bem-vindos” (traduzido pela autora).

³⁶ “Por favor respeitar as tradições xenófobas e evitar entrar em espaços comerciais com sapos à porta” (traduzido pela autora).

³⁷ (2013, 11 de junho). Sapos: o tabu da etnia cigana. *Sol*. Disponível a partir de: <https://sol.sapo.pt/artigo/77785/sapos-o-tabu-da-etnia-cigana>.

ATTENTION



Imagem 13 Corresponde à Imagem 3 (*The Worst Tours*).
Autoria: Margarida Castro Felga

D. Imagem 4

A imagem em análise representa uma ilustração baseada numa notícia publicada no jornal *Público*³⁸.

A sua configuração de leitura é efetivada a partir do topo para a base, onde apresenta os elementos mais figurativos da imagem. Desta forma, na posição **'ideal'**, surge uma citação retirada da notícia: “o turismo tem esta tendência canibal de devorar aquilo que o atraiu e de transformar o real em simulacro, evento e espectáculo. Não havia necessidade.”. Reconhecendo o domínio ideológico desta localização, mais uma vez,

³⁸ Mariana Abrunhosa Pereira e Álvaro Domingues (2017, 16 de junho), “World of Wine”: a vista do Porto para Gaia com mais um chiringuito. *Público*. Disponível a partir de: <https://www.publico.pt/2017/06/16/local/opiniao/world-of-wine-a-vista-do-porto-para-gaia-com-mais-um-chiringuito-1775636>.

existe uma referência à falta de sustentabilidade do setor turístico e das pressões que coloca na paisagem, material e imaterial, onde se desenvolve. Também se pode deduzir que o turismo, e tudo o que o envolve, pode incentivar à criação de uma imagem sustentada no exagero e exaustão identitários.

No centro da imagem, aparecem como que uma espécie de dois monstros, um preenchido a rosa escuro e o outro a verde, tornando-os nos elementos mais salientes, a caminhar sobre a paisagem urbana de Vila Nova de Gaia. Assumindo que a ilustração não encaminha para a cidade do Porto, aqui, torna-se imperativo ler a notícia – na mesma, os autores reportam a intenção de inscrever a área apresentada, o Entreposto de Vila Nova de Gaia, no Património Mundial da UNESCO enquanto uma extensão do centro histórico portuense. Estes monstros podem ser entendidos como o retrato da chegada do turismo a esse local, reforçado pela colocação de um balão com a onomatopeia “...WOW...”, uma referência à ideia projetada para esse local, *World of Wine*, podendo indicar, também, o estado de maravilha para com o espaço em questão.

Já na base da imagem, ou seja, no campo do ‘**real**’, foi colocada uma outra citação do texto – “o dinheiro não é a única medida do valor das coisas” –, que direciona para a inflação do valor de troca do património em questão, em detrimento do seu valor de uso.

A ligação entre os elementos textuais é efetivada através da utilização da mesma fonte e do mesmo tamanho, assumindo, assim, um enquadramento próximo da conexão, pela rima visual³⁹.

³⁹ Rima visual: “(...) dois elementos, embora separados, possuem uma qualidade em comum.” (Carvalho, 2012, p. 71).

“O TURISMO TEM ESTA
tendência carnibal
DE DEVORAR AQUILO QUE O
ATRAIU E DE TRANSFORMAR
O REAL EM SIMULACRO,
EVENTO E ESPECTÁCULO.
NÃO HAVIA NECESSIDADE.



Imagem 14 Corresponde à Imagem 4 (*The Worst Tours*).
Autoria: Margarida Castro Felga

E. Imagem 5

No caso da presente imagem, e contrariamente às anteriores, a interpretação é feita através da configuração **‘topo-base’**.

Colocados sobre uma fotografia da Ribeira do Porto, os elementos textuais apelam à emotividade do espectador. Na localização do **‘ideal’**, pode-se ler a frase “pobres com vista de rio?... o mercado resolve!” – o texto inserido neste domínio descreve argumentos e condensa numa frase certas problemáticas sociais, neste caso, a especulação imobiliária na área da Ribeira portuense.

Em baixo, no campo do **‘real’**, visualizam-se as casas características dessa zona, funcionando como um elo de ligação entre o texto e o espaço urbano a que se referem.

O padrão de modalidade é sensorial, tendo em conta que o plano de enquadramento está sustentado na integração dos elementos textuais e visuais no mesmo campo pictórico. Além disso, é perceptível que as cores das casas da área foram acentuadas, não estando, assim, em correspondência com os tons da realidade.

No que concerne ao recurso de saliência, compreende-se que o texto é realçado, pelo uso da cor branca, com o sombreado a preto, e pelo tamanho da fonte, indicando a sua importância face aos restantes componentes.

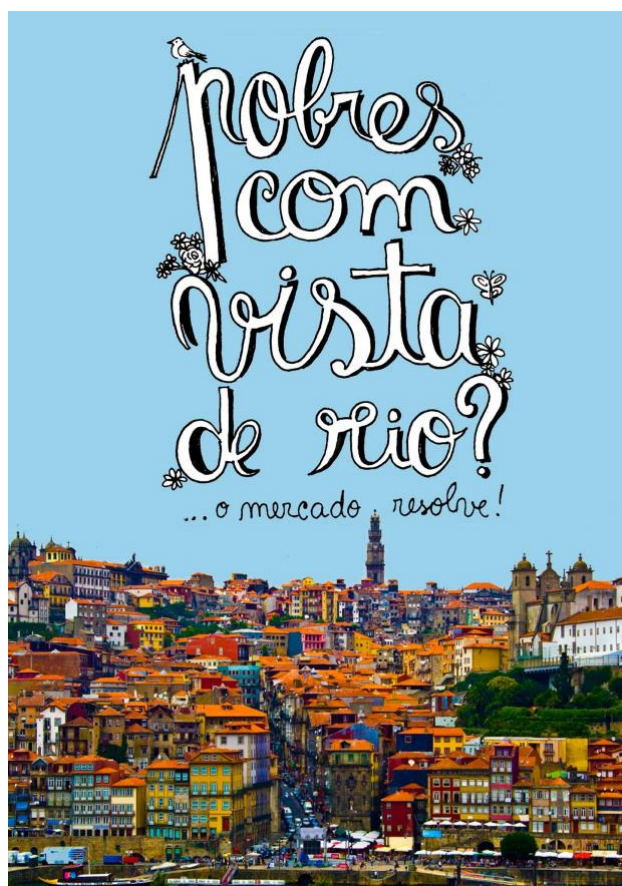


Imagem 15 Corresponde à Imagem 5 (*The Worst Tours*).
Autoria: Margarida Castro Felga

c. Discussão e cruzamento dos resultados

Através da leitura do meio de comunicação alternativo em discussão – a rede social Facebook –, compreende-se a complementaridade teórica no que diz respeito às estruturas mobilizadoras dos movimentos sociais: as redes sociais não são o meio

de comunicação por excelência de determinadas iniciativas, mas funcionam como uma realidade capaz de sustentar e exponenciar as ações resultantes de uma lógica coloquial presente no espaço público.

Nesta perspectiva, a criação de uma página para a divulgação de movimentos sociais tem assumido uma importância crescente na agenda dos mesmos, tendo em conta que a construção de uma plataforma nas redes pode revelar uma maior horizontalidade na apresentação de informação relevante (Youmans & York, 2012, p. 315).

Tendo em conta a análise de conteúdo efetuada a cada uma das páginas, verificou-se que a sua utilização é percebida de um ponto de vista de partilha de informação relativa e enquadrada com os objetivos que pretendem alcançar e de conteúdo direcionado para a demonstração de algumas iniciativas organizadas pelos movimentos – neste momento, focaliza-se o uso da rede social Facebook pelos movimentos *Direito à Cidade* e *O Porto não se Vende*. No que concerne ao caso do *The Worst Tours*, a caminho delineado na utilização recorre, na sua generalidade, à colocação de links que descrevem a sua forma de atuação no espaço público, enquanto uma alternativa aos guias turísticos convencionais.

Desta forma, os pressupostos, à partida, estipulados no uso livre das redes sociais por movimentos sociais são visíveis nestes resultados: cada uma das identidades coletivas procura a sua legitimação no panorama virtual e no espaço público, através da partilha de conteúdo direcionado para a fundamentação do movimento, a nível de ação, assim como para a mobilização de outros atores sociais e para a demonstração da sua capacidade organizativa (Castells, 2015, p. 249-252; Lopes, 2014, pp. 8–9).

À semelhança dos resultados obtidos de uma pesquisa primária do uso da plataforma, constata-se que a imagem produzida e partilhada pelos movimentos *Direito à Cidade* e *O Porto não se Vende* convergem no que diz respeito à sua intenção: entre a fotografia e o design gráfico, o conteúdo imagético com maior *índice de engagement* revela-se um veículo de divulgação e demonstração das ações de cada um. As imagens analisadas não contraem um simbolismo imerso na

conotação, mas pautam pela reflexividade do primeiro olhar da audiência. A composição das mesmas, revista através do sistema composicional proposto pela semiótica social visual, informa de imediato o espectador para a realidade das problemáticas sociais que pretendem solucionar, com a criação de cartazes alusivos a iniciativas e concentrações no centro histórico portuense, demarcando, também, a sua posição e presença no espaço público que pretendem atingir, com a captação e partilha de fotografias em locais da cidade.

Por outro lado, o projeto *The Worst Tours*, enquanto identidade coletiva, utiliza a ilustração como um meio para a construção da crítica. Neste caso, o desenho, mergulhado num guia metonímico, problematiza os conceitos – como, por exemplo, o turismo de massas, a gentrificação ou a especulação imobiliária – usando elementos figurativos que substituem a objetividade de reconhecimento: uma primeira leitura destas imagens não é suficiente; é necessário, aqui, absorver as figuras enquanto um referente, auxiliadas pelos componentes textuais, para, de seguida, concluir a lógica por detrás da sua configuração. O simbolismo icónico e o processo de conotação envolvente implicam uma leitura subjetiva da parte do espectador, que poderá confrontar os seus interesses e conhecimentos enquanto ser individual e social.

Em conformidade com esta realização, e assumindo o *índice de engagement* proposto como um recurso para o entendimento da interação entre os movimentos e o seu público, compreende-se que a imagem é vista como um recurso fulcral para a sua demarcação no processo de consciencialização de determinadas problemáticas: as imagens e os símbolos utilizados auxiliam os atores coletivos na definição da sua posição na esfera pública e têm a capacidade para orientar a audiência nos processos de identificação e partilha de interesses comuns (Doerr, Mattoni & Teune, 2013, p. 13).

V. Conclusão

Não coube na presente dissertação esmiuçar as relações de causalidade da argumentação utilizada pelos movimentos sociais em análise ou a inteiração da produção e reprodução societal de determinadas problemáticas associadas ao espaço público urbano. Através da pesquisa realizada, pretendeu-se delinear orientações teóricas e metodológicas que tornam possível a observação da manifestação de agendas que fomentam a mudança social, imbricadas na era da digitalização da comunicação.

Desta feita, compreende-se, aqui, um irrefutável mecanismo de reprodução da relação de dominação existente no espaço público, ademais mencionado no I capítulo da presente dissertação.

Esta afirmação parte da análise das agendas dos movimentos sociais *Direito à Cidade*, *O Porto não se Vende* e *The Worst Tours*. A atuação das três iniciativas insurgem-se contra uma política habitacional deficiente e desproporcional, assumindo o processo de gentrificação, com raízes no investimento acelerado do setor turístico, como a prática urbanística de excelência no contexto portuense - para tal afirmação, toma-se a definição dos objetivos e movimentações de cada identidade coletiva em estudo.

O regime excludente imposto por tal processo é o reflexo de um discurso hegemónico invariável na produção do espaço, isto é, os interesses de determinados núcleos sociais com um currículo político, económico, cultural e social superior à média populacional envolvente descrevem, ou podem influenciar, as diretivas das escolhas e do planeamento do espaço público partilhado. A perpetuação de uma lógica urbana com estes desígnios pode incentivar as desigualdades de acesso e de atuação no espaço público, que, por sua vez, se manifestam na concretização imaterial da esfera pública.

Em jeito de uma conclusão sistematizada, e tendo em atenção a revisão de literatura efetuada ao longo do desenvolvimento da presente dissertação, a criação de uma imagem de marca redireciona o escopo teórico para as ideias apresentadas por Guy Debord no livro *A Sociedade do Espetáculo*, onde o pressuposto da espetacularização da sociedade torna todo e qualquer objeto num produto, fundamentado pelo seu valor de troca e, por sua vez, passível de ser transacionado. O que significa para um espaço urbano a delineação de uma estratégia assente no conceito de *city branding*? Quais os processos

de decisão próprios da escolha de uma dada imagem? Acima de tudo, reconhecendo a possibilidade de uma homogeneização de culturas e valores, o que significa para a população estar, invariavelmente, envolvida neste planeamento?

A atuação dos movimentos sociais, enquanto agentes de mudança, relembram um ensaio escrito por Jacques Rancière relativamente à emancipação do espectador na esfera artística:

Quanto à emancipação, essa começa quando se põe em questão a oposição entre olhar e agir, quando se compreende que as evidências que assim estruturam as relações do dizer, do ver e do fazer pertencem elas próprias à estrutura da dominação e da sujeição. A emancipação começa quando se compreende que olhar é também uma ação que confirma ou transforma essa distribuição de posições. (Rancière, 2010, p. 22)

Se assim é, então os movimentos sociais podem ser percebidos como um grupo de espectadores emancipados, que, pela realização da existência de desequilíbrios sociais e de desigualdades no acesso ao espaço e esfera pública, se insurgem contra o sistema vigente, através da criação de estratégias que potenciem a transformação social e, dessa forma, se emancipem, coletivamente, das forças de dominação.

Como uma condição normativa e indicativa do pleno estabelecimento de um regime democrático, a visibilidade é o objetivo máximo dos movimentos sociais. Alberto Melucci fala da estruturação de um projeto bipolar no que concerne à composição dos movimentos sociais, que considera ser “(...) uma rede de pequenos grupos imersos na vida quotidiana que requerem um envolvimento pessoal na experimentação e na prática da inovação cultural” (Melucci, 1989, p. 61). O modelo proposto revela as funções da *visibilidade* e da *latência* como fundamentais para a organização e sucesso dos movimentos sociais:

(...) a latência permite a visibilidade por alimentar o primeiro com recursos de solidariedade e com uma estrutura cultural para a mobilização. A visibilidade

reforça as redes submersas. Fornece energia para renovar a solidariedade, facilita a criação de novos grupos e o recrutamento de novos militantes atraídos pela mobilização pública (...) (Melucci, 1989, p. 62).

Aliás, a imersividade dos seres sociais no contexto da *sociedade em rede* exalta a necessidade crescente de criação de estratégias de afirmação. A exposição destes movimentos em determinados meios de comunicação digitais permite a expansão da agenda dos mesmos e a mobilização de atores e recursos. Todavia, a panaceia prometida por estas plataformas pode negligenciar a atuação dos movimentos sociais, quando se reconhece as tensões económicas e políticas que gerem, de forma quase implícita, a organização dessas redes. Basta olhar para a polémica mais recente que envolveu a empresa Facebook, detentora da rede social com o mesmo nome, e a Cambridge Analytica, uma consultora política, que obrigou ao reforço do Regulamento Geral de Proteção de Dados, imposto pela União Europeia: a primeira é acusada de ter vendido dados privados dos seus utilizadores para a concretização de um algoritmo, pela segunda, que terá tido influência nos resultados das eleições dos Estados Unidos da América e no referendo do *Brexit*⁴⁰.

Nesta medida, pode ser de interesse sociológico aprofundar o entendimento do início das relações entre o indivíduo, privado e coletivo, e a virtualidade, assim como da afetação que determinados acontecimentos, revelados no panorama do mundo digital transnacional, podem ter na quebra de confiabilidade dos seres sociais para com estas plataformas.

Como garantir a emancipação da imagem produzida pelos movimentos, se o ambiente social continua embebido na temática da espetacularização? Isto é, enquanto espectador que vive nessa realidade, como é que se garante a perceção de determinado conteúdo visual, tendo em conta a volumetria e o controlo dessa informação na *civilização da imagem*?

⁴⁰ Filipe Fialho e Patrícia Fonseca (2018, 29 de março), O génio do mal contra o grande irmão. *Visão*, nº 1308.

Chegada ao fim, é possível afirmar que Italo Calvino tinha razão quando declarou que a visibilidade seria um valor excepcional para o século XXI. Assim, será a imagem da inquietação o caminho para a sobrevivência?

VI. Referências bibliográficas

- Adamoli, G. C. E. (2012). *Social Media and Social Movements: A Critical Analysis of Audience's Use of Facebook to Advocate Food Activism Offline*. Florida State University.
- Arendt, H. (2007). *A Condição Humana* (10ª edição). Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Aubin, F. (2014). Between Public Space(s) and Public Sphere(s): An Assessment of Francophone Contributions. *Canadian Journal of Communication*, 2014. p. 89–110.
- Bardin, L. (1975). Le texte et l'image. *Communication et langages*.
- Calvino, I. (1992). *Seis propostas para o próximo milênio*. Lisboa: Teorema.
- Calvino, I. (2003). *As Cidades Invisíveis*. São Paulo: Biblioteca Folha.
- Campos, R. (2011). Imagem e tecnologias visuais em pesquisa social: tendências e desafios. *Análise Social*, XLVI(199), 237–259.
- Carlomagno, M. C., & Rocha, L. C. da. (2016). Como criar e classificar categorias para fazer Análise de Conteúdo: uma questão metodológica. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, 7(1), 173–188.
- Carvalho, F. F. (2012). *Semiótica Social e Imprensa: o layout da primeira página de jornais portugueses sob o enfoque analítico da gramática visual*. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Castells, M. (2000). Toward a Sociology of the Network Society. *Contemporary Sociology*, 29(5), 693–699.
- Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks and, Global Governance. *The ANNALS*, 616(1), 78–93
- Castells, M. (2009). *Communication Power* (1st ed.). New York: Oxford University Press Inc.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: social movements in the Internet Age* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Curtin, B. M. (2009). *Semiotics and Visual Representation*.

- Dahlberg, L. (2005). The Habermasian public sphere: Taking difference seriously? *Theory and Society*, 34(2), 111–136.
- Dahlberg, L. (2018). Visibility and the Public Sphere: A Normative Conceptualisation. *Javnost - The Public*, 25(1–2), 35–42.
- Debord, G. (2012). *A Sociedade do Espectáculo*. Lisboa: Antígona.
- Diani, M. (1992). The concept of social movement. *The Sociological Review*, 40(1), 1–25.
- Doerr, N., Mattoni, A., & Teune, S. (Eds.). (2013). *Advances in the Visual Analysis of Social Movements* (1st ed.). Bingley: Emerald.
- Doerr, N., Mattoni, A. & Teune, S. (2015) Visuals in Social Movements. In Della Porta, D. & Diani, M. (Eds.), *The Oxford Handbook of Social Movements* (pp. 557-566). Oxford: Oxford University Press.
- Donne, M. (1990). Teoria Ecológica. *Teorias sobre a Cidade* (pp. 39-50). Lisboa: Edições 70.
- Eco, U. (2017). *O signo*. Lisboa: Editorial Presença, 2017.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 26(25/26), 56.
- Fuchs, C. (2014). Social Media and the Public Sphere. *TripleC (Cognition, Communication, Co-Operation): Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 12(1), 57–101.
- Genosko, G. (2016). *Critical Semiotics: Theory, from Information to Affect* (1st ed.). London: Bloomsbury.
- Goitia, F. C. (2014). *Breve História do Urbanismo*. Lisboa: Editorial Presença.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action, Vol. 2: Lifeworld and System: a Critique of Functionalist Reason*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1992) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Halliday, M. A. K. (1982). *El Lenguaje como Semiótica Social: La interpretación social del lenguaje y del significado* (1^a ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Hansson, A. (2015). *The power of Facebook: An investigation of how International New*

Ventures use marketing communications on Facebook to engage their fans. Copenhagen Business School.

Harrison, C. (2003). Visual Social Semiotics: Understanding How Still Images Make Meaning. *Technical Communication*, 50(1), 46–60.

Hodge, R., & Kress, G. (1995). *Social Semiotics* (3rd ed.). New York: Cornell Paperbacks.

Hornberg, B. A. (2004). *Beyond the word/image dialectic: a Visual Grammar for contemporary picturebooks.* University of British Columbia.

Jam, B., Roohani, A., & Jamshidzadeh, Z. (2016). Hidden Meanings of Visual and Verbal Layers of American English File Textbook Series: A Semiotic Approach. *International Journal of Educational Investigations*, 3(8), 40–50.

Jayasingh, S., & Venkatesh, R. (2015). Customer Engagement Factors in Facebook Brand Pages. *Asian Social Science*, 11(26), 19–29.

Jewitt, C. & Oyama, R. (2001) Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. In Jewitt, C. & van Leeuwen, T. (Eds.), *Handbook of Visual Analysis* (pp. 134-156). London: SAGE.

Joly, M. (2005) *A Imagem e os Signos.* Lisboa: Edições 70.

Joly, M. (2008) *Introdução à Análise da Imagem.* Lisboa: Edições 70.

Kozinets, R. V., Dolbec, P-Y. & Earley, A. (2014). Netnographic Analysis: Understanding Culture through Social Media Data. In U. Flick (Ed.), *Sage Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 262–275). London: SAGE.

Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space* (1st ed.). Oxford: Blackwell.

Lefebvre, Henri (2012). *O Direito à Cidade.* Lisboa: Livraria Letra Livre.

Lopes, A. R. (2014). The Impact of Social Media on Social Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure. *Journal of Political Science Research.*, 1–23.

Magno, L. (2016). Using Facebook Metrics to Measure Student Engagement in Moodle. *IJODEL*, 2(2), 39–48.

McCay-Peet, L. & Quan-Haase, A. (2017). What is Social Media and What Questions can Social Media Research help us answer?. In A. Quan-Haase & L. Sloan (Eds.), *The Sage Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 13-25). London: SAGE.

- Melucci, A. (1989). Um Objetivo para os Movimentos Sociais? *Lua Nova*, (17).
- Moerdisuroso, I. (2014). Social Semiotics and Visual Grammar : A Contemporary Approach to Visual Text Research. *International Journal of Creative and Arts Studies*, 1(June), 80–91.
- Offe, C. (1985). New Social Movements: Challenging the Boundaries of Institutional Politics. *Social Research*, 52(4).
- Panofsky, E. (1955). *Meaning in the Visual Arts: Papers in and on Art History*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Pereira, G. M. (2014). SAAL: um programa de habitação popular no processo revolucionário. *Revista Da FLUP Porto*, 4(IV série), 13–31.
- Pruijt, H. (2007). Urban Movements. In G. Ritzer (Ed.), *Blackwell Encyclopedia of Sociology* (pp. 5115–5119). Malden: Blackwell.
- Quan-Haase, A. & Sloan, L. (2017). Introduction to the Handbook of Social Media Research Methods: Goals, Challenges and Innovations. In A. Quan-Haase & L. Sloan (Eds.), *The Sage Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 1-10). London: SAGE.
- Queirós, J. (2007). Estratégias e Discursos Políticos em torno da Reabilitação de Centros Urbanos - Considerações exploratórias a partir do caso do Porto. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (nº 55), 91–116.
- Queirós, J. (2015). *No centro, à margem: Sociologia das intervenções urbanísticas e habitacionais do Estado no centro histórico do Porto*. Porto: Edições Afrontamento. ISBN 978-972-36-1450-3.
- Quivy, R. & van Campenhout, L. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (4a ed.). Lisboa: Gradiva.
- Rancière, J. (2010). *O Espectador Emancipado* (1ª ed.). Lisboa: Orfeu Negro.
- Rémy, J. & Voyé, L. (1992) *A Cidade: Rumo a uma nova definição?*. Edições Afrontamento: Porto.
- Rieder, B. (2013). *Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application*. Paris.
- Rodrigues, W. (1999). Globalização e Gentrificação: Teoria e empiria. *Sociologia –*

Problemas e Práticas, 29, 95-125.

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials* (1st ed.). London: SAGE.

Ruijter, B. E. W. (2015). *Using Facebook as a marketing tool in veterinary practice: the key to customer engagement*. Utrecht University.

Sassen, S. (2012). Interactions of the Technical and the Social: Digital formations of the powerful and the powerless. *Information, Communication & Society*, (7), 1–24.

Saju, Y. (2014). *Spatiality of Social Life: A Model of Spatial Complexes*. Mahatma Gandhi University.

Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change. *Foreign Affairs*.

Smith, N. *The Evolution of Gentrification*, pp. 15-25.

Smura, M. (2016). *Comparative research on engagement in social media platforms: Using multiple measurements to analyse the attractiveness of content on social media platforms*. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences.

Thompson, J. B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31–51.1

Tilly, C. (1993). Social Movements as Historically Specific Clusters of Political Performances. *Berkeley Journal of Sociology*, 38, 1–30.

Teobaldo, I. (2010). A cidade espetáculo: efeito da globalização. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Vol. XX, pp. 137-148.

Tonnelat, S. (2010). The sociology of urban public spaces. In H. Wang, M. Savy, & G. Zhai (Eds.), *Territorial Evolution and Planning Solution: Experiences from China and France*. Paris: Atlantis Press.

Touraine, A. (2016). An Introduction to the Study of Social Movements. *Social Research*, 52(4), 749–787.

Urry, J. (2002). *Consuming Places*. London: Routledge.

Vala, J. (1986). A Análise de Conteúdo. In A. Santos Silva & J. Madureira Pinto (Eds.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 101–128). Porto: Afrontamento.

van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics* (1st ed.). Routledge.

van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and Iconography. In Jewitt, C. & van Leeuwen, T.

(Eds.), *Handbook of Visual Analysis* (pp. 92-117). London: SAGE.

Vannini, P. (2007). Social Semiotics and Fieldwork: Method and Analytics. *Qualitative Inquiry*, 13(1), 1–36.

Vilaça, H. (1991). Associativismo urbano e participação na cidade. *Revista Da Faculdade de Letras Da Universidade Do Porto*, 175–185.

Vilaça, H. (1993). Território e identidades na problemática dos movimentos sociais: algumas propostas de pesquisa. In *Dinâmicas culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local* (p. 51/73). Vila do Conde.

Youmans, W. L., & York, J. C. (2012). Social Media and the Activist Toolkit: User Agreements, Corporate Interests, and the Information Infrastructure of Modern Social Movements. *Journal of Communication*, 62, 315–329.

ANEXOS

Anexo A

Tabelas Complementares

Tabela 1 Características dos dados produzidos em plataforma virtuais, baseado em McCay-Peet & Quan-Haase, 2017.

	Definição	Desafios
Volume	Quantidade de dados produzidos	Recolha de informação requer tempo e competências específicas
Variedade	Diversidade da natureza dos dados (texto, imagem, áudio, etc.)	Idealização e adaptação de uma metodologia multimodal
Velocidade	Rapidez na criação de informação e na capacidade de resposta	Implementação de software dedicado para acompanhamento da recolha de dados
Veracidade	Rigor e qualidade da informação	Possibilidade de análise de conteúdo não representativo
Virtude	Pressupostos éticos associados à pesquisa	Colisão entre valores éticos da investigação académica e termos legais das plataformas
Valor	Determinação da importância de um estudo desta índole para a compreensão do contexto social	Concretização de uma metodologia coerente com o objeto

Tabela 2 Relação entre os contextos e as modalidades da imagem, baseada em Gilian Rose, 2001.

		Modalidades		
		Tecnológica	Composicional	Social
Contextos	Produção	As tecnologias visuais utilizadas definem a forma, o significado e o efeito da imagem.	As condições de produção influenciam a composição da imagem (p. ex. forma de expressão visual como a pintura).	Os processos económicos e culturais e as identidades políticas e sociais moldam o contexto de produção.
	Imagem	Os componentes formais são influenciados pela escolha tecnológica.	A organização espacial da imagem pode indicar a perspetiva do autor.	A imagem é afetada pela experiência e motivos do seu criador.
	Audiência	As várias tecnologias podem acionar determinadas reações na audiência.	A composição formal do conteúdo influencia o olhar do espectador.	Uma dada imagem num certo espaço é vista de uma certa maneira, sendo o ponto de vista moldado pelas diferentes práticas sociais.

Tabela 3 As metafunções da linguística de Halliday e da gramática visual de Kress & van Leeuwen, baseada em Carey Jewitt e Rumiko Oyama, 2001.

	Halliday	Kress e van Leeuwen
METAFUNÇÕES	Ideacional: a linguagem enquanto produtora de representações	Representacional: associada às pessoas, lugares e objetos de uma imagem
	Interpessoal: parte da linguagem dedicada ao estabelecimento da interação entre emissor e recetor	Interativa: relações criadas entre o espectador e o conteúdo imagético
	Textual: organização dos significados das metafunções ideacional e interpessoal, para o reconhecimento de um todo	Composicional: combinação das metafunções representacional e interativa, com o intuito de chegar a um significado total

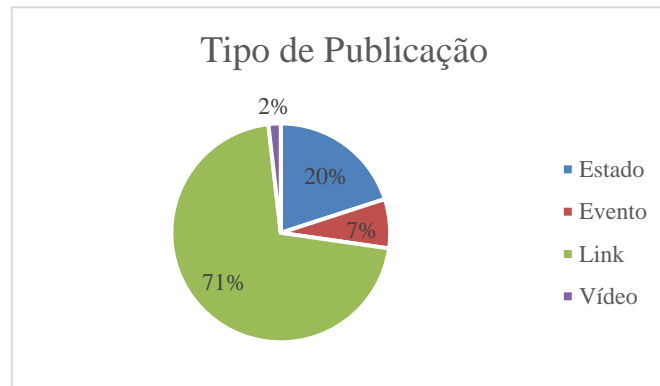
Anexo B

Dados da Análise de Conteúdo

1. Direito à Cidade

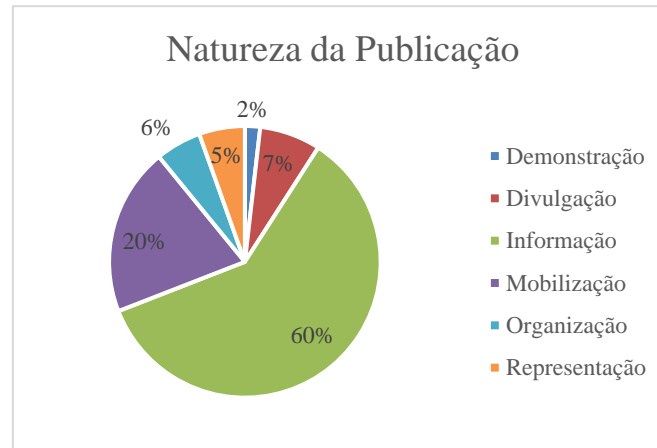
a) Tipo de Publicação

Tipo de Publicação	Total
Estado	11
Evento	4
Link	39
Vídeo	1



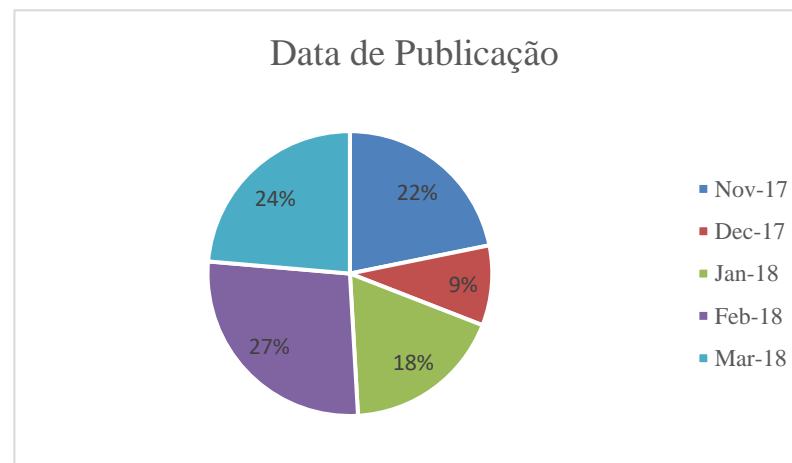
b) Natureza da Publicação

Natureza da Publicação	Total
Demonstração	1
Divulgação	4
Informação	33
Mobilização	11
Organização	3
Representação	3



c) Data da Publicação

Data	Nº de publicações
Nov/17	12
Dez/17	5
Jan/18	10
Fev/18	15
Mar/18	13



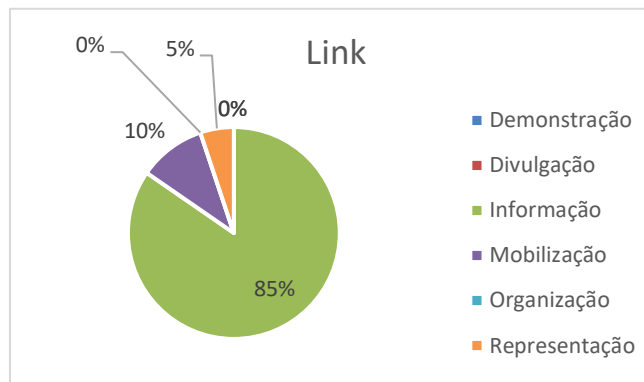
d) Natureza da Publicação/Tipo de Publicação

	Estado
Demonstração	1
Divulgação	0
Informação	0
Mobilização	6
Organização	3
Representação	1

	Evento
Demonstração	0
Divulgação	4
Informação	0
Mobilização	0
Organização	0
Representação	0



	Link
Demonstração	0
Divulgação	0
Informação	33
Mobilização	4
Organização	0
Representação	2



	Vídeo
Demonstração	0
Divulgação	0
Informação	0
Mobilização	1
Organização	0
Representação	0



e) Índice de *Engagement*

Tipo de publicação	Data de publicação	Índice de <i>Engagement</i>
Estado	nov/17	5,8
Link	jan/18	2,8
Link	jan/18	3
Estado	fev/18	7,8
Link	fev/18	3,2
Link	fev/18	4,8
Link	mar/18	3,9
Estado	mar/18	16,6
Link	mar/18	7,3
Link	mar/18	6,7
Link	mar/18	4,4
Estado	mar/18	3,7
Link	mar/18	6,7
Estado	mar/18	7,1
Link	mar/18	5,3
Link	mar/18	15,9
Vídeo	mar/18	5,2

Natureza da publicação	Data de publicação	Índice de <i>Engagement</i>
Representação	nov/17	5,8
Informação	jan/18	2,8
Informação	jan/18	3
Mobilização	fev/18	7,8
Informação	fev/18	3,2
Informação	fev/18	4,8
Representação	mar/18	3,9
Mobilização	mar/18	16,6
Mobilização	mar/18	7,3
Informação	mar/18	6,7
Informação	mar/18	4,4
Organização	mar/18	3,7
Representação	mar/18	6,7
Demonstração	mar/18	7,1
Mobilização	mar/18	5,3
Informação	mar/18	15,9
Mobilização	mar/18	5,2

f) As cinco publicações com maior Índice de *Engagement*

Tipo de Publicação	Data da Publicação	Natureza da Publicação	Índice de <i>Engagement</i>	Conteúdo
Estado	09/03/18	Mobilização	16,6	Esta publicação refere diferentes motivos que incentivam a organização de iniciativas pelo próprio movimento, onde surgem os vários problemas que os mesmos consideram de urgente resolução, como a falta de oferta e de rendas acessíveis no mercado de arrendamento permanente e a legalização, para já, das plataformas online dedicadas ao alojamento local. Num último momento, pede a participação de todos os cidadãos numa concentração em abril de 2018, para assinalar estes problemas.
Link	31/03/18	Informação	15,9	O conteúdo desta publicação redireciona o utilizador para uma notícia do jornal <i>Público</i> , sobre a realidade de algumas famílias em situação de despejo na cidade de Lisboa. A descrição desta publicação é feita a partir da utilização de passagens da respetiva notícia.

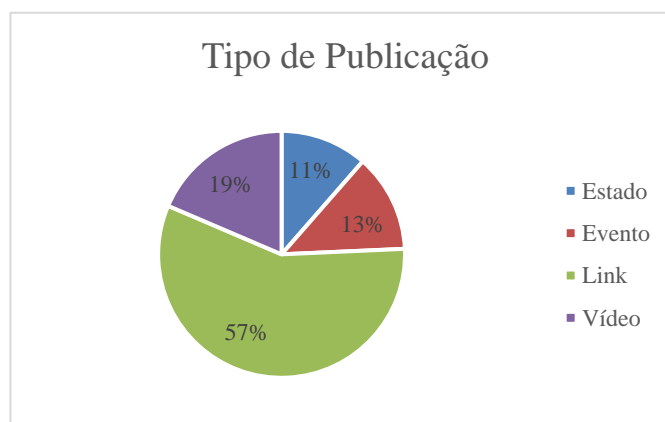
Estado	04/02/18	Mobilização	7,8	Este <i>post</i> apresenta os primeiros passos delineados pelo movimento para a sua estruturação. Aqui referem a falta de reação dos governos local e nacional no possível processo de perda de identidade das cidades e na insuficiência de oportunidades de habitação digna e acessível, terminando com o pedido de participação dos residentes numa conversa e partilha de realidades, que teve lugar em fevereiro de 2018.
Link	09/03/18	Mobilização	7,3	A publicação encaminha para uma notícia do <i>Diário de Notícias</i> , relativamente à mobilização e concentração dos cidadãos que apoiam o movimento.

Estado	19/03/18	Demonstração	7,1	O conteúdo desta publicação é referente a uma iniciativa criada pelos responsáveis, com o intuito de recolher testemunhos de diferentes residentes da cidade do Porto acerca dos problemas que consideram como ponto de partida para a sua agenda.
--------	----------	--------------	-----	--

2. O Porto não se Vende

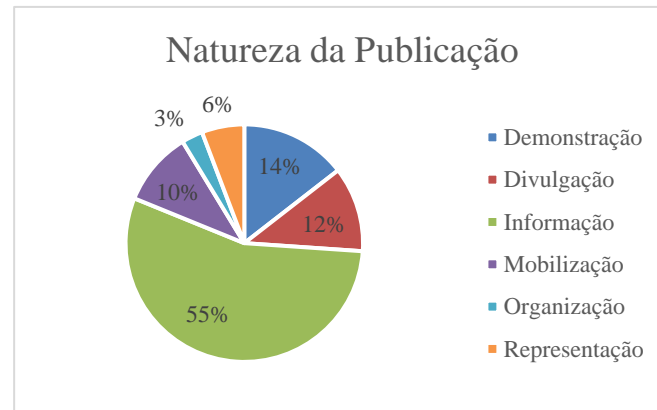
a) Tipo de Publicação

Tipo de Publicação	Total
Estado	8
Evento	9
Link	40
Vídeo	13



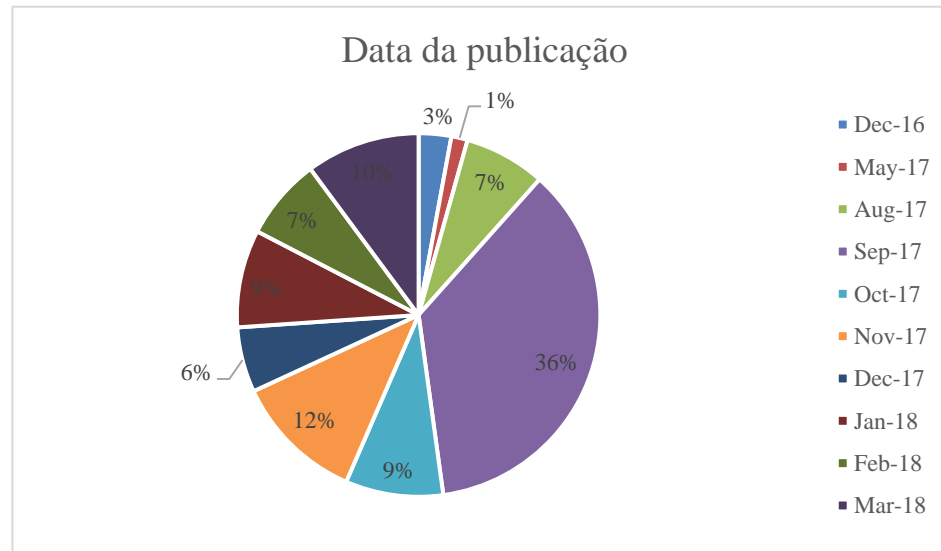
b) Natureza da Publicação

Natureza da Publicação	Total
Demonstração	10
Divulgação	8
Informação	38
Mobilização	7
Organização	2
Representação	4



c) Data de Publicação

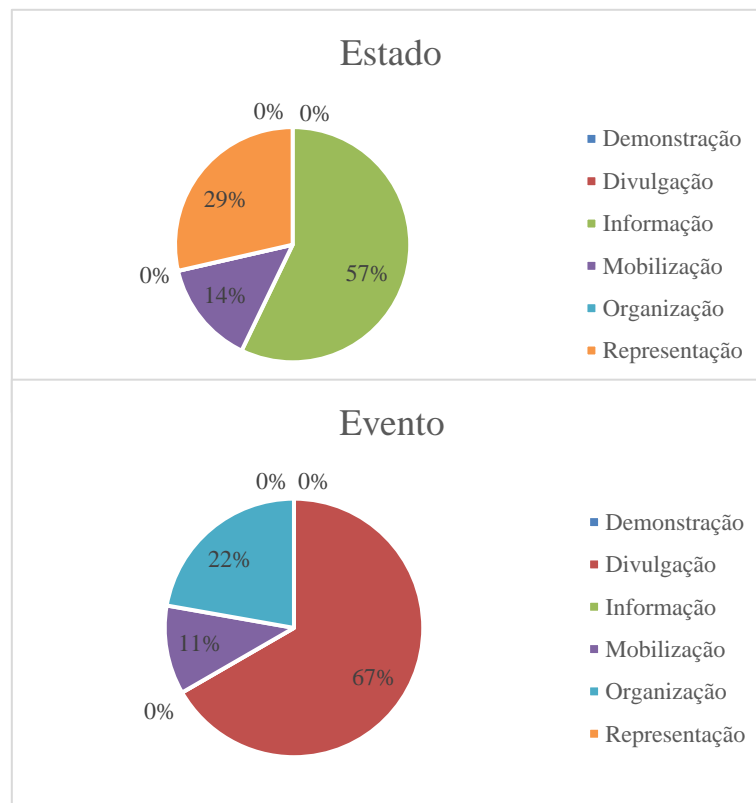
Data	Nº de Publicações
Dez/16	2
Mai/17	1
Ago/17	5
Set/17	25
Out/17	6
Nov/17	8
Dez/17	4
Jan/18	6
Fev/18	5
Mar/18	7



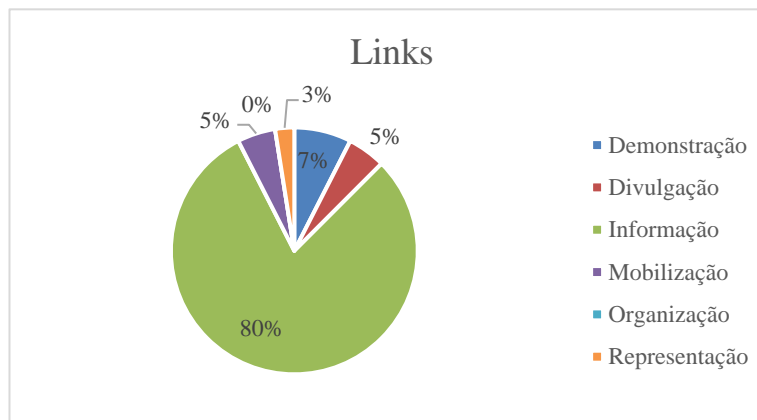
d) Natureza da Publicação/Tipo de Publicação

	Estado
Demonstração	0
Divulgação	0
Informação	4
Mobilização	1
Organização	0
Representação	2

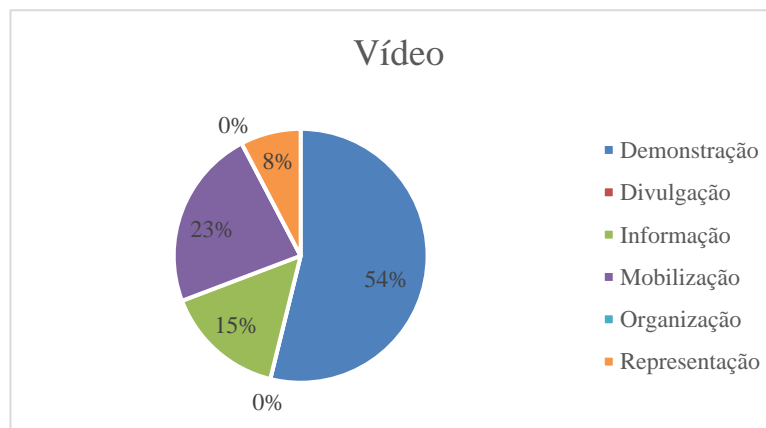
	Evento
Demonstração	0
Divulgação	6
Informação	0
Mobilização	1
Organização	2
Representação	0



	Links
Demonstração	3
Divulgação	2
Informação	32
Mobilização	2
Organização	0
Representação	1



	Vídeo
Demonstração	7
Divulgação	0
Informação	2
Mobilização	3
Organização	0
Representação	1



e) Índice de *Engagement*

Tipo de publicação	Data de publicação	Índice de <i>Engagement</i>
Vídeos	set/17	18,3
Vídeos	set/17	137,1
Vídeos	set/17	8,6
Vídeos	set/17	9,1
Vídeos	set/17	23,3
Vídeos	set/17	7,6
Links	set/17	9,5
Links	out/17	8,9
Links	nov/17	8,6
Links	nov/17	11,7
Vídeos	dez/17	34,1
Links	jan/18	16,5
Links	jan/18	18,8
Links	jan/18	7,5
Estados	fev/18	7,2
Links	mar/18	8,6
Links	mar/18	16,9
Links	mar/18	12,8

Natureza da Publicação	Data de publicação	Índice de <i>Engagement</i>
Mobilização	set/17	18,3
Demonstração	set/17	137,1
Representação	set/17	8,6
Demonstração	set/17	9,1
Demonstração	set/17	23,3
Demonstração	set/17	7,6
Demonstração	set/17	9,5
Informação	out/17	8,9
Informação	nov/17	8,6
Informação	nov/17	11,7
Mobilização	dez/17	34,1
Informação	jan/18	16,5
Informação	jan/18	18,8
Informação	jan/18	7,5
Informação	jan/18	7,2
Informação	fev/18	7,2
Informação	mar/18	8,6
Informação	mar/18	16,9
Informação	mar/18	12,8

f) As 5 publicações com maior Índice de *Engagement*

Tipo de Publicação	Data da Publicação	Natureza da Publicação	Índice de <i>Engagement</i>	Conteúdo
Vídeos	16/09/17	Demonstração	137,1	A publicação é relativa a um vídeo realizado pelos responsáveis do movimento, com o testemunho de uma residente da zona da Sé, enquadrada no centro histórico do Porto. Este vídeo integra uma iniciativa organizada pelo <i>O Porto não se Vende</i> , que pretende recolher as declarações de moradores acerca do atual contexto da cidade.
Vídeos	20/12/17	Mobilização	34,3	O conteúdo do vídeo representa uma ação de divulgação por elementos do movimento, em que surgem a colocar diferentes imagens pelas

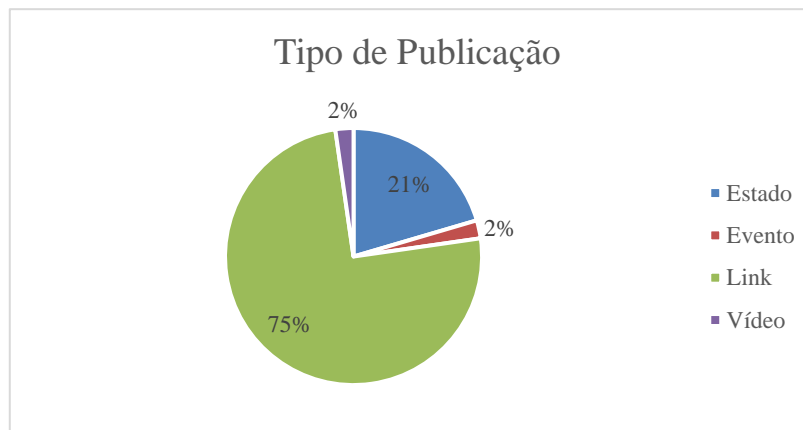
				ruas da cidade do Porto. A descrição do mesmo apela à participação e ao pedido de testemunhos de cidadãos que se encontram em risco de despejo ou com dificuldades em arranjar alojamento acessível.
Vídeos	20/09/17	Demonstração	23,3	A publicação apresenta um vídeo que filma integrantes da iniciativa a entregar panfletos nas ruas para uma concentração que teve lugar em setembro de 2018.
Links	04/01/18	Informação	18,8	Esta publicação redireciona o utilizador para uma notícia online do jornal <i>P3</i> , que descreve os depoimentos de duas residentes no centro histórico do Porto, visadas por ordens de despejo das suas habitações.

Vídeos	12/09/17	Mobilização	18,3	O conteúdo do vídeo remete para um testemunho, parte de uma iniciativa do movimento, de uma residente na cidade do Porto. A descrição é utilizada para apelar à regulação do mercado de arrendamento permanente, o que consideram ser um problema urbano em crescimento e que deverá ser discutido por todos.
--------	----------	-------------	------	---

3. The Worst Tours

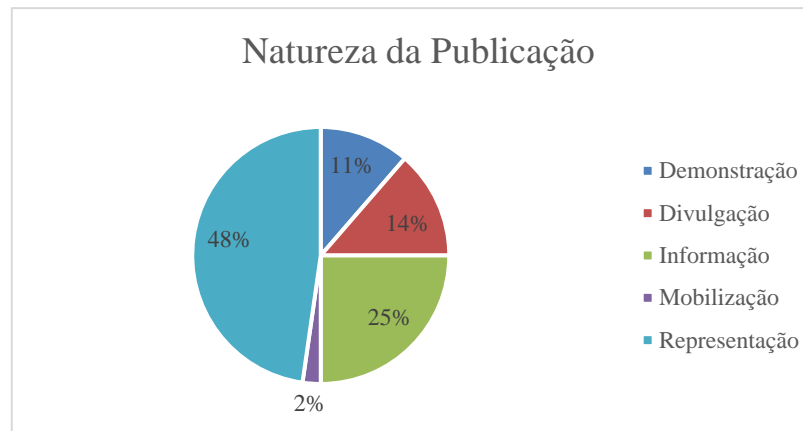
a) Tipo de Publicação

Tipo de Publicação	Total
Estado	9
Evento	1
Link	33
Vídeo	1



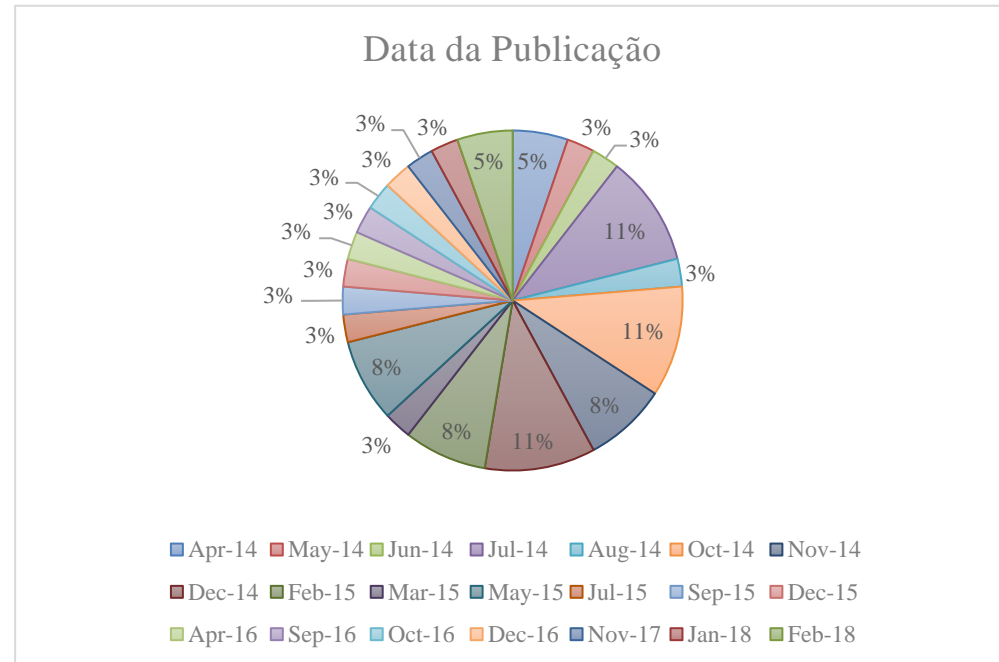
b) Natureza da Publicação

Natureza da Publicação	Total
Demonstração	5
Divulgação	6
Informação	11
Mobilização	1
Representação	21



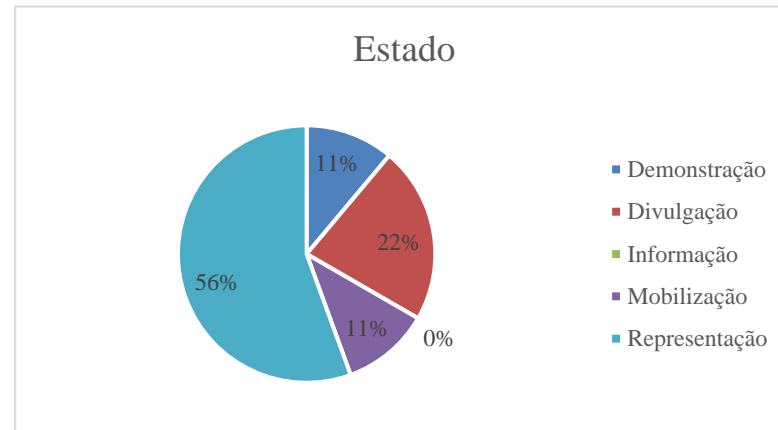
c) Data da Publicação

Data	Nº de Publicações
Abr/14	2
Mai/14	1
Jun/14	1
Jul/14	4
Ago/14	1
Out/14	4
Nov/14	3
Dez/14	4
Fev/15	3
Mar/15	1
Mai/15	3
Jun/15	1
Jul/15	1
Set/15	1
Dez/15	1
Abr/16	1
Set/16	1
Out/16	1
Dez/16	1
Nov/17	1
Jan/18	1
Fev/18	2



d) Natureza da Publicação/Tipo de Publicação

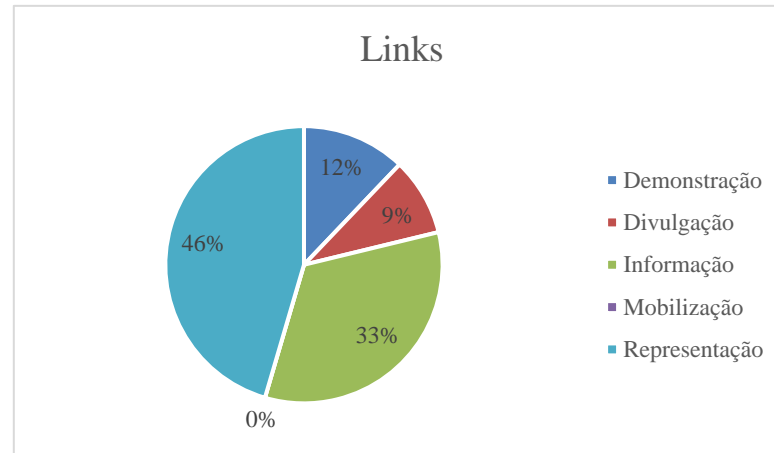
	Estado
Demonstração	1
Divulgação	2
Informação	0
Mobilização	1
Representação	5



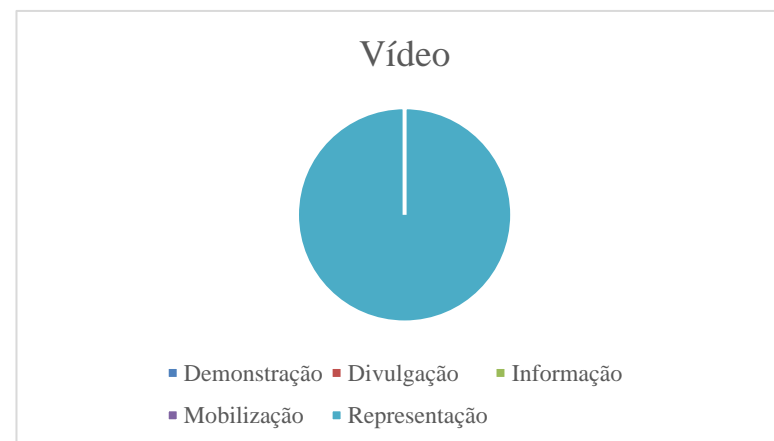
	Evento
Demonstração	0
Divulgação	1
Informação	0
Mobilização	0
Representação	0



	Links
Demonstração	4
Divulgação	3
Informação	11
Mobilização	0
Representação	15



	Vídeo
Demonstração	0
Divulgação	0
Informação	0
Mobilização	0
Representação	1



e) Índice de *Engagement*

Tipo de publicação	Data de publicação	Índice de <i>Engagement</i>
Links	out/14	18,6
Links	dez/14	7,7
Links	dez/14	23,4
Estados	jul/15	11,7
Estados	dez/15	9,8
Estados	abr/16	9,6
Links	set/16	15,5
Links	out/16	14,1
Links	dez/16	10,2
Links	nov/17	32,8
Vídeos	jan/18	26,4
Estados	fev/18	28,7
Links	fev/18	38,8

Natureza da Publicação	Data de publicação	Índice de <i>Engagement</i>
Representação	out/14	18,6
Representação	dez/14	7,7
Representação	dez/14	23,4
Representação	jul/15	11,7
Demonstração	dez/15	9,8
Representação	abr/16	9,6
Representação	set/16	15,5
Representação	out/16	14,1
Demonstração	dez/16	10,2
Representação	nov/17	32,8
Representação	jan/18	26,4
Divulgação	fev/18	28,7
Representação	fev/18	38,8

f) As cinco publicações com maior Índice de *Engagement*

Tipo de Publicação	Data de Publicação	Natureza da Publicação	Índice de <i>Engagement</i>	Conteúdo
Links	09/02/18	Representação	38,8	O conteúdo da publicação encaminha para uma notícia online do jornal Público, que indica a intenção de compra do quiosque pelos responsáveis da iniciativa <i>The Worst Tours</i> , após o término antecipado do contrato de arrendamento pela Câmara Municipal do Porto.
Links	21/11/17	Representação	32,8	Esta publicação redireciona o utilizador para uma notícia do jornal P3, que refere o fim da concessão do espaço do quiosque pela Câmara Municipal do Porto, por incumprimento do contrato. Na mesma notícia, os responsáveis relatam desconhecer as razões para o fim do acordo de arrendamento, alegando que sempre cumpriram as condições descritas e propostas no contrato. Na descrição colocada na página da rede social e associada ao link disponibilizado, perguntam se o

				fecho não poderá estar relacionado com questões políticas.
Estados	04/02/18	Divulgação	28,7	O estado publicado apresenta na íntegra a proposta de privatização encaminhada pelos responsáveis da <i>The Worst Tours</i> à Câmara Municipal do Porto.
Vídeos	11/01/18	Representação	26,4	A publicação encaminha para um vídeo publicado na plataforma online do <i>Porto Canal</i> , onde surge uma das responsáveis do projeto a explicar a situação do quiosque, após decisão da demolição do mesmo pela Câmara Municipal do Porto.
Links	04/02/14	Representação	23,4	O conteúdo da publicação conduz ao website da <i>BBC</i> , mais concretamente, do programa <i>The Travel Show</i> . O vídeo apresenta a cidade do Porto no momento da crise económica e a <i>The Worst Tours</i> surge como um projeto local alternativo.

Anexo C

Fichas de Análise das Imagens

Nota: Os níveis de desconexão e conexão utilizados para a descrição do tipo de enquadramento foram retirados de: Carvalho, F. F. (2012). *Semiótica Social e Imprensa: o layout da primeira página de jornais portugueses sob o enfoque analítico da gramática visual*. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

Direito à Cidade

Ficha de Análise da Imagem 1

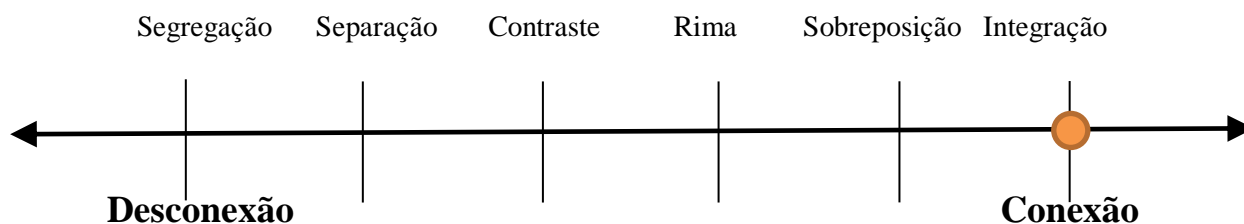
Data de Publicação: 20/03/2018

Índice de Engagement: 9,6

Suporte: Design Gráfico

Natureza: Divulgação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): informação dominante no lado esquerdo, com a presença da data, hora e locais de passagem da concentração; slogan do movimento - Novo (direita): formas de contacto com os responsáveis do movimento
	Topo-Base
	- Ideal: indicações sobre a concentração - Real: slogan do movimento/contactos
	Centro-Margem
	- Dependência: nome da ação posicionado no centro, o que acaba por integrar as informações nas margens - Independência:
Enquadramento	Conexão
	Não se aplica.
	Desconexão
	O texto é distribuído pelo espaço da imagem (fundo), no entanto, a baixa saturação do fundo realça o conteúdo textual



Saliência	Tamanho
	O nome da ação, disposta ao centro, encontra-se destacada pelo tamanho da fonte e pela cor branca – alta saliência.
	Nitidez do Foco
	Não se aplica.
	Contrastes tonais
	O destaque é dado à componente textual da imagem, com o uso da cor branca, em detrimento do fundo, que apresenta um menor grau de saliência.
	Contrastes de cor
	O texto tem uma saturação alta, com o uso da cor branca. O fundo é construído pelas cores vermelha, preta e cinza, no entanto, tem um grau baixo de saturação, assinalando a importância para o texto.
Primeiro plano-Fundo	
O cartaz é fundado por uma montagem com diferentes ícones da cidade do Porto, onde se sobrepõe o texto de divulgação da ação.	

Modalidade - Sensorial: desconstrução e montagem da imagem com a utilização de diferentes ícones da cidade, adotando 3 cores para a sua representação e uma baixa saturação que direciona o espectador para a componente textual; afastamento do estado naturalista.	Cor
	- Saturação: texto em máxima saturação; imagem com pouca saturação. - Diferenciação: - Modulação: 4 cores diferentes,
	Contextualização

	A montagem e a saturação da imagem não viabilizam um detalhe exaustivo da mesma, apesar de ser perceptível a existência de um fundo – média modalidade
	Perspetiva
	Ausência de perspetiva – baixa modalidade
	Iluminação
	Mais uma vez, a luz destaca o texto. A baixa saturação do fundo aumenta a oposição luz-sombra na imagem.

Ficha de Análise da Imagem 2

Data de Publicação: 30/03/2018

Índice de Engagement: 9,1

Suporte: Fotografia

Natureza: Demonstração

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerdo): A informação colocada no lado esquerdo diz respeito a dois cartazes, um relativo ao movimento e outro a uma ação não relacionada - Novo (direito): É possível verificar 3 cartazes acerca da concentração, redigidos manualmente pelos elementos/interessados
	Topo-Base
	- Ideal: Ausência de elementos inteiros na parte superior da imagem - Real: 4 cartazes
	Centro-Margem
	- Dependência: ausente - Independência: O centro é indefinido, pelo que as margens funcionam de forma autónoma

	Os cartazes surgem colados na parede, onde a sombra possibilita a definição de um fundo
--	---

Modalidade - Naturalista: a fotografia representa o grau mais elevado de realismo, associado a este padrão, sem a alteração da composição dos elementos no espaço e da sua cor.	Cor
	- Saturação: estão presentes diferentes cores – máxima saturação - Diferenciação: as cores da imagem são fiéis à realidade – máxima diferenciação - Modulação: média modulação
	Contextualização
	Os cartazes estão envolvidos no ambiente em questão, sendo perceptível um fundo pela sombra dos cartazes do lado direito – máxima contextualização
	Perspetiva
	Ausência de perspetiva – baixa modalidade
	Iluminação
Todos os elementos que compõem a fotografia estão igualmente iluminados, sendo que a colagem de alguns cartazes inscreve a imagem num jogo de sombras.	

Ficha de Análise da Imagem 3

Data de Publicação: 08/02/2018

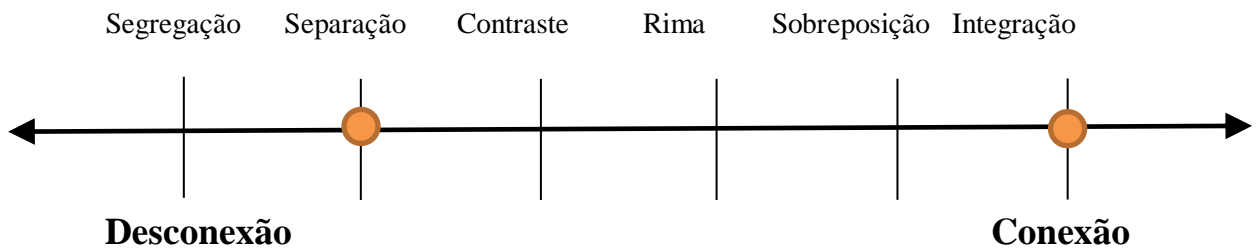
Índice de Engagement: 6,2

Suporte: Design Gráfico

Natureza: Divulgação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): ausente - Novo (direita): ausente

	Topo-Base
	- Ideal (topo): surge um elemento de texto, em jeito de declaração. - Real (base): neste campo, apresentam-se as indicações para um encontro organizado pelo movimento
	Centro-Margem
	- Dependência: não se aplica. - Independência: o topo e base são autónomos do centro.
Enquadramento	Conexão
	Os elementos textuais da imagem encontram-se integrados no conteúdo imagético, estando os mesmos enquadrados em formas retangular e circular
	Desconexão
	Também pode ser vista através de uma lente de separação, pela presença das caixas de texto.



Saliência	Tamanho
	O texto que se encontra na posição real é considerado o mais saliente, pelo uso da cor branca e pelo tamanho da fonte escolhida.
	Nitidez do Foco

	Não se aplica.
	Contrastes tonais
	O texto que se encontra na base é o mais saliente, pelo contraste do azul e branco com as cores do resto da imagem.
	Contrastes de cor
	Mais uma vez, o componente textual no campo do real é o mais saliente.
	Primeiro plano-Fundo
	O destaque é, mais uma vez, dedicado aos elementos de texto presentes no primeiro plano, em detrimento do fundo.
Modalidade - Sensorial: manipulação da imagem de fundo, com o intuito de realçar a importância para o conteúdo textual,	Cor
	- Saturação: exploração da cor azul – máxima saturação - Diferenciação: uso de diferentes tons de azul – média diferenciação - Modulação: baixa modulação
	Contextualização
	Presença de detalhes no fundo – média contextualização
	Perspetiva
	A perspetiva perde-se pela colocação da caixa com a declaração.
	Iluminação
	Não se aplica.

Ficha de Análise da Imagem 4

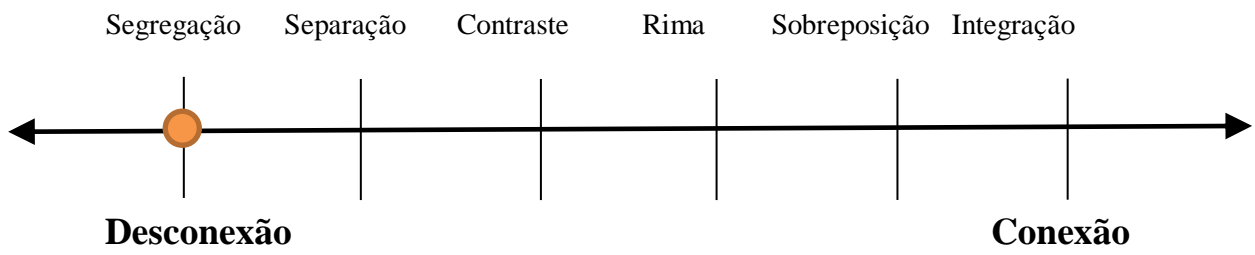
Data de Publicação: 25/03/2018

Índice de Engagement: 5,4

Categoria: Fotografia
Natureza: Divulgação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado: ausente - Novo: ausente
	Topo-Base
	- Ideal: ausente - Real: ausente
	Centro-Margem
	- Dependência: o conteúdo da imagem está focado no centro da composição fotográfica. - Independência:

Enquadramento	Conexão
	Não se aplica.
	Desconexão
	Segregação: a distribuição dos elementos não indica semelhança de significado.



Saliência	Tamanho
------------------	----------------

	O ponto de vista tomado coloca o painel como o mais saliente.
	Nitidez do Foco
	A nitidez do foco vai-se perdendo com a passagem do olhar para o segundo plano.
	Contrastes tonais
	O fundo e o primeiro plano apresentam tonalidades contrastantes.
	Contrastes de cor
	As cores do fundo do painel e do respetivo texto tornam-no o mais saliente.
	Primeiro plano-Fundo
O painel, em primeiro plano, é o mais saliente.	
Modalidade - Naturalista: a imagem é uma fotografia de um painel elaborado pelo movimento amarrado a uma estrutura no espaço público.	Cor
	- Saturação: exploração máxima dos tons - Diferenciação: luz amarelada que envolve a imagem torna difícil a perceção de variadas cores - Modulação: relacionada com a anterior
	Contextualização
	Presença de um fundo perceptível – alta contextualização
	Perspetiva
	Alguma profundidade pela existência de edifícios no segundo plano.
	Iluminação
	Representação de luz e sombra evidente.

Saliência	Tamanho
	Nitidez do Foco
	Os elementos encontram-se no mesmo plano focal.
	Contrastes tonais
	O cartaz do movimento e a placa da livraria destacam-se pelos contrastes nas cores utilizadas.
	Contrastes de cor
	Primeiro plano-Fundo
A placa é o elemento mais saliente, tendo em conta que se encontra no primeiro plano.	

Modalidade - Naturalista: a imagem representa uma fotografia capturada no local onde o cartaz da ação foi colocado.	Cor
	- Saturação: presença de várias cores – alta saturação
	- Diferenciação: as cores são correspondentes às visíveis no mundo real – alta diferenciação
	- Modulação: alta modulação
	Contextualização
	Perspetiva
Perspetiva garantida pela presença de indivíduos no interior da livraria.	
Iluminação	

	Representação máxima de luz e sombra, pelos aspetos exteriores e interiores que constroem a imagem.
--	---

O Porto não se Vende

Ficha de Análise da Imagem 1

Data de Publicação:19/12/2017

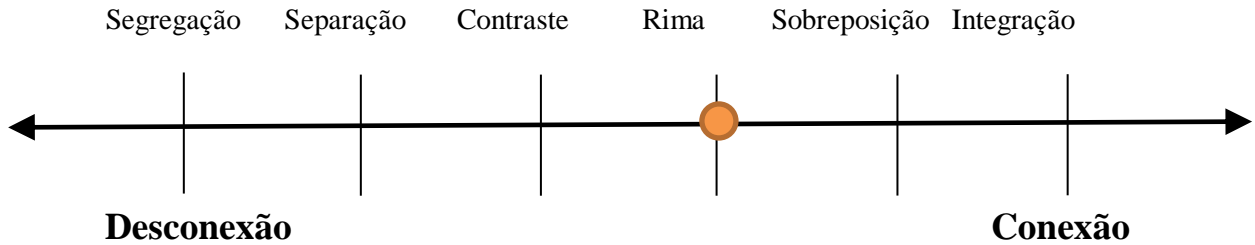
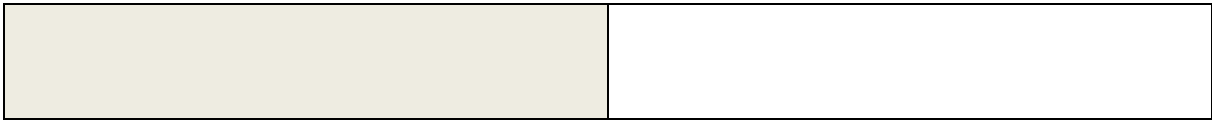
Índice de Engagement:15,9

Suporte: Fotografia

Categoria: Informação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado: ausente - Novo: ausente
	Topo-Base
	- Ideal: o topo é dedicado à colocação do título e da imagem ilustrativa da situação - Real: neste local, surge o desenvolvimento do conteúdo textual
	Centro-Margem
	- Dependência: ausente - Independência: ausente

Enquadramento	Conexão
	Os elementos textuais são configurados de acordo com a mesma fonte e cor – rima visual.
	Desconexão



Saliência	Tamanho
	O título, pelo tamanho da fonte, e a imagem, pelas cores, são os elementos mais salientes.
	Nitidez do Foco
	Baixa nitidez do foco, o que pode dificultar a sua leitura.
	Contrastes tonais
	A imagem destaca-se do restante conteúdo.
	Contrastes de cor
	Conforme o anterior.
Primeiro plano-Fundo	
Não se aplica.	

Modalidade - Naturalista: a imagem é uma fotografia a uma notícia de um jornal impresso.	Cor
	- Saturação: máxima - Diferenciação: máxima - Modulação: máxima

	Contextualização
	Sem contextualização, tendo em conta que os elementos são dispostos sobre um fundo branco
	Perspetiva
	Não se aplica.
	Iluminação
	Sem zonas de sombra.
Ficha de Análise da Imagem 2 Data de Publicação: 11/09/2017 Índice de Engagement: 15,2 Suporte: Design Gráfico Categoria: Divulgação	
Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado: ausente - Novo: ausente
	Topo-Base
	- Ideal: frases de ordem que enquadram a iniciativa - Real: indicações relativas à organização da ação
	Centro-Margem
	- Dependência: não se aplica - Independência: não se aplica

Modalidade - Abstrata: elaboração de um cartaz de divulgação através do desenho gráfico.	Cor
	- Saturação: exploração máxima da cor azul. - Diferenciação: uso de duas cores (azul e branco) - Modulação: baixa modulação
	Contextualização
	Presença do fundo branco – baixa contextualização
	Perspetiva
	Sem perspetiva pelo uso do fundo branco.
	Iluminação
	Não são visíveis zonas de sombra.

Ficha de Análise da Imagem 3

Data de Publicação: 29/03/2018

Índice de Engagement:

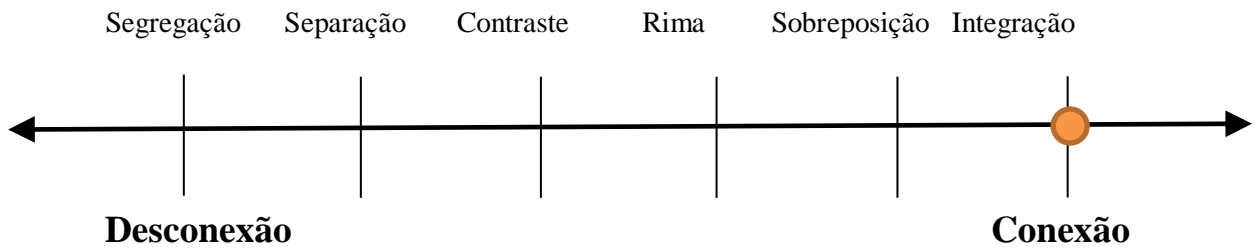
Suporte: Design Gráfico

Categoria: Divulgação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado: ausente - Novo: ausente
	Topo-Base
	- Ideal: ausente - Real: ausente
	Centro-Margem

	<ul style="list-style-type: none"> - Dependência: o centro é o núcleo da informação, sendo que as margens funcionam como adorno pictórico. - Independência:
--	---

Enquadramento	Conexão
	Integração do texto com os elementos pictóricos.
	Desconexão



Saliência	Tamanho
	Nítidez do Foco
	Todos os elementos se encontram perceptíveis.
	Contrastes tonais
	O texto, disposto em caixas, é o mais saliente.
Contrastes de cor	

	O vermelho usado como preenchimento das caixas realça o conteúdo textual.
	Primeiro plano-Fundo
	O primeiro plano, o texto, é o mais saliente.
Modalidade - Abstrata: o cartaz de divulgação elaborado foi criado com o recurso ao desenho gráfico.	Cor - Saturação: exploração máxima da paleta usada. - Diferenciação: uso de duas cores (vermelho e amarelo) - Modulação: não se aplica
	Contextualização
	O fundo é constituído por ilustrações da morfologia de uma cidade.
	Perspetiva
	Perspetiva garantida pela sobreposição dos elementos pictóricos.
	Iluminação
	Não se verificam zonas de sombra.

Ficha de Análise da Imagem 4

Data de Publicação: 25/09/2017

Índice de Engagement: 5,2

Suporte: Fotografia

Categoria: Demonstração

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado: ausente - Novo: ausente

	A imagem da notícia é o elemento mais saliente.
	Contrastes de cor
	Em concordância com o anterior.
	Primeiro plano-Fundo
O primeiro plano é correspondente a toda a informação disposta.	
Modalidade	Cor
<p>- Naturalista: a imagem é uma fotografia de uma notícia publicada num jornal impresso.</p>	<p>- Saturação: alta saturação, com a colocação da imagem a cores</p> <p>- Diferenciação: alta diferenciação, com a presença da imagem a cores</p> <p>- Modulação: alta modulação, com a manutenção da cores da imagem da notícia.</p>
	Contextualização
	Presença de fundo branco.
	Perspetiva
	A imagem não tem profundidade.
	Iluminação
Não se verificam zonas de sombra.	

Ficha de Análise da Imagem 5

Data de Publicação: 10/11/2017

Índice de Engagement: 3,7

Suporte: Fotografia

Categoria: Informação

	Nitidez do Foco
	A frase encontra-se em foco.
	Contrastes tonais
	O elemento mais saliente é o texto, comparativamente com a tonalidade da envolvência.
	Contrastes de cor
	Em conformidade com o anterior.
	Primeiro plano-Fundo
Não se aplica.	
Modalidade - Naturalista: a imagem é uma fotografia de uma frase pintada numa parede da cidade do Porto.	Cor
	- Saturação: alta saturação – correspondência com a realidade. - Diferenciação: alta diferenciação – presença de diferentes cores na imagem - Modulação: alta modulação – não foram alteradas as cores da imagem
	Contextualização
	A imagem sobrevive apenas num plano.
	Perspetiva
	A imagem não tem profundidade.
	Iluminação
Não se verificam zonas de sombra.	

The Worst Tours

Ficha de Análise da Imagem 1

Data de Publicação: 06/07/2017

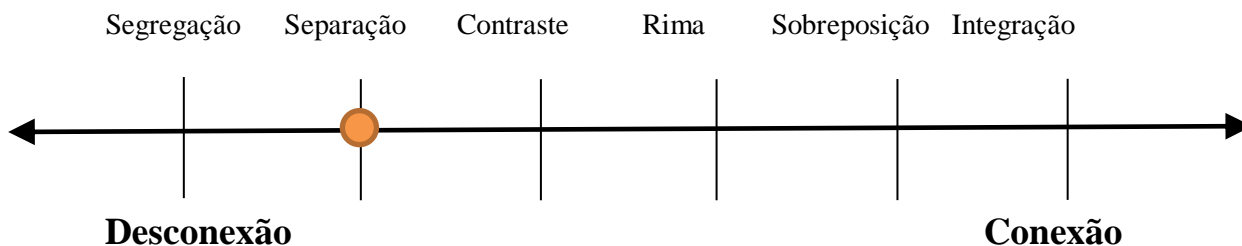
Índice de Engagement: 166,3

Suporte: Ilustração

Natureza: Informação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): ausente - Novo (direita): ausente
	Topo-Base
	- Ideal (topo): ausente - Real (base): encontra-se a tradução para inglês do conteúdo textual presente no centro.
	Centro-Margem
	- Dependência: a imagem está inteiramente dependente dos elementos centrais, sendo que o trajeto de leitura é feito do centro para a base (real) - Independência:

Enquadramento	Conexão
	Desconexão
	Espaço vazio e enquadramento distinto, através do fechamento do círculo – distanciamento do conteúdo textual em português e da sua tradução para inglês na base da imagem – separação.



Saliência	Tamanho
	O elemento mais saliente é o desenho da serpente, sendo que o texto inserido no interior desse círculo se informa como o segundo componente mais saliente.
	Nitidez do Foco
	Não se aplica.
	Contrastes tonais
	O desenho da serpente preenchido a verde destaca-se das frases a preto.
	Contrastes de cor
	A saturação da cor da serpente torna o elemento como o mais saliente.
Primeiro plano-Fundo	
O uso de fundo branco permite destacar os elementos textuais escritos a preto e o desenho circular da cobra, a verde.	

Modalidade - Abstrata: o objeto imagético é retratado simbolicamente, onde o conceito de turismo de massa é substituído pelo desenho de uma serpente a engolir a própria cauda.	Cor
	- Saturação: existe saturação da imagem, tendo em conta que o verde é usado para relevar a ilustração do animal.
	- Diferenciação: além do uso do preto para realçar o texto, a cor verde
	- Modulação: ausente
	Contextualização

	A ilustração funciona no primeiro plano, estando colocado num fundo branco – sem contextualização.
	Perspetiva
	Ausência de profundidade
	Iluminação
	O fundo branco inscreve a imagem num quadro de luz.

Ficha de Análise da Imagem 2

Data de Publicação: 27/06/2017

Índice de Engagement: 97,3

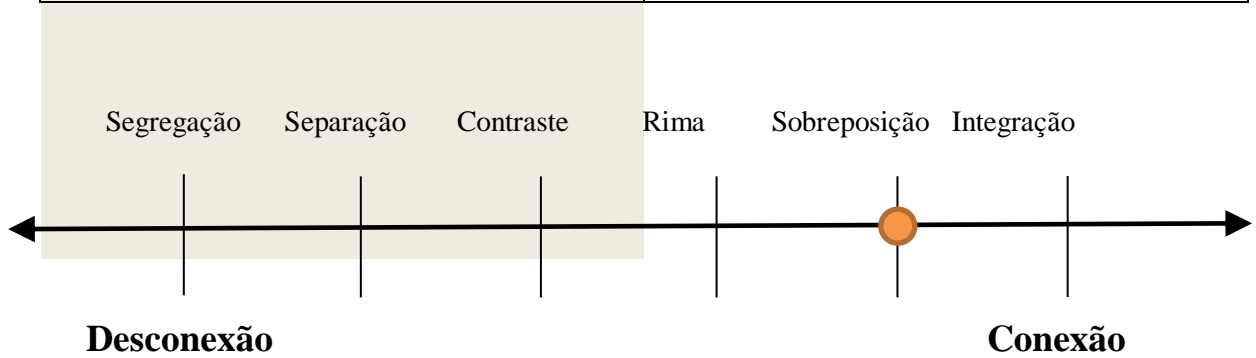
Suporte: Design gráfico

Natureza: Informação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): ausente - Novo (direita): ausente
	Topo-Base
	- Ideal (topo): ausente - Real (base): ausente
	Centro-Margem
	- Dependência: O centro como o núcleo de toda a informação relevante da imagem. - Independência:

Enquadramento	Conexão
----------------------	----------------

	A trajetória de conexão é dada através do ultrapassar de um enquadramento já garantido na fotografia de fundo, onde a composição do fundo azul e do texto conquista o espaço do mupi.
	Desconexão



Saliência	Tamanho
	O texto “Vote Porto.” destaca-se da restante componente textual, pelo tamanho da fonte.
	Nítidez do Foco
	O primeiro plano é o elemento mais saliente, sendo que o fundo se encontra desfocado.
	Contrastes tonais
	O azul sobressai em comparação com o fundo do espaço público, em tons monocromáticos.
	Contrastes de cor
	O azul sobressai em comparação com o fundo do espaço público, em tons monocromáticos.
Primeiro plano-Fundo	
	O enquadramento da imagem a azul funciona como primeiro plano, que se destaca perante o fundo desfocado.

Modalidade - Abstrata: composição realizada a partir do suporte de design gráfico.	Cor
	- Saturação: neste caso, a saturação é garantida pela imagem colocada no enquadramento do <i>mupi</i> , com a presença do azul e do branco. - Diferenciação: média diferenciação, tendo em conta que a imagem é composta por azul e branco, além da fotografia a preto e branco. - Modulação: ausente.
	Contextualização
	A composição que surge no interior do <i>mupi</i> é ambientada pela fotografia de fundo, que indica a sua colocação num espaço público.
	Perspetiva
	A profundidade é garantida com o desfoque do fundo da fotografia.
	Iluminação
Existem zonas de sombra, garantidas pelo desfoque da imagem de fundo.	

Ficha de Análise da Imagem 3

Data de Publicação: 09/07/2017

Índice de Engagement: 83,2

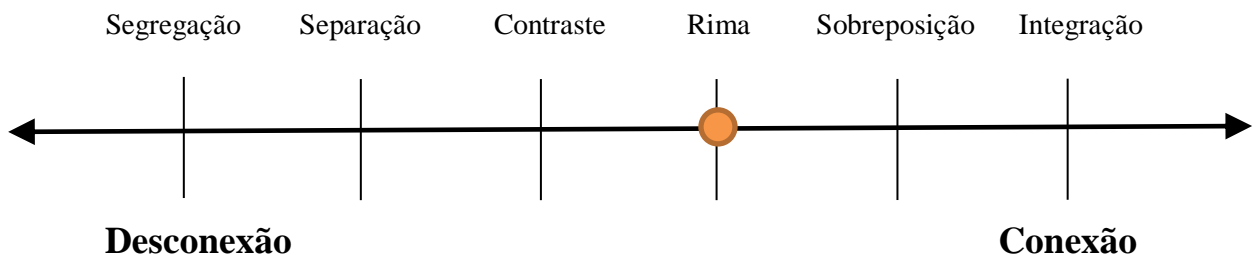
Suporte: Ilustração

Natureza: Informação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): ausente - Novo (direita): ausente
	Topo-Base

	- Ideal (topo): Verifica-se uma palavra de ordem que encaminha para a decodificação do significado do elemento central
	- Real (base): nesta posição, o texto surge em jeito de plano de ação do significado proposto no topo da imagem.
	Centro-Margem
	- Dependência: O desenho do sapo colocado no centro ilustra o conteúdo textual presente no topo e na base.
	- Independência:

Enquadramento	Conexão
	O caminho para a conexão é efetivado com a presença de dois campos de texto que, embora separados pela composição, partilham a mesma fonte, tamanho e cor preta – rima visual.
	Desconexão



Saliência	Tamanho
	O sapo desenhado destaca-se dos restantes elementos do grupo, auxiliado pelo preenchimento a verde. O texto colocado numa caixa de cor cinzenta é o segundo elemento mais saliente.
	Nitidez do Foco

	Todos os elementos no mesmo plano focal.
	Contrastes tonais
	A área tonal do sapo é, também, a mais saliente da imagem.
	Contrastes de cor
	O preenchimento da figura do sapo ressalta imediatamente, em oposição às outras cores da imagem.
	Primeiro plano-Fundo
Nesta imagem, percebem-se 3 níveis de saliência: o primeiro plano dedicado à figura do sapo; o segundo plano é a caixa de texto; e o terceiro plano é dado pela colocação dos restantes componentes textuais em fundo branco.	
Modalidade - Abstrata: utilização de ícones para a representação de uma ideia.	Cor
	- Saturação: a saturação é verificada com o uso do verde no desenho do sapo e com a cor cinzenta da caixa de texto.
	- Diferenciação: a imagem é composta por 4 cores.
	- Modulação: ausente
	Contextualização
	Média contextualização: o sapo é colocado sobre dois campos de cor, com conteúdo distinto.
	Perspetiva
	Profundidade garantida pela caixa de texto.
Iluminação	
A cor branca, do considerado terceiro plano, envolve os outros elementos.	

Ficha de Análise da Imagem 4

Data de Publicação: 22/08/2017

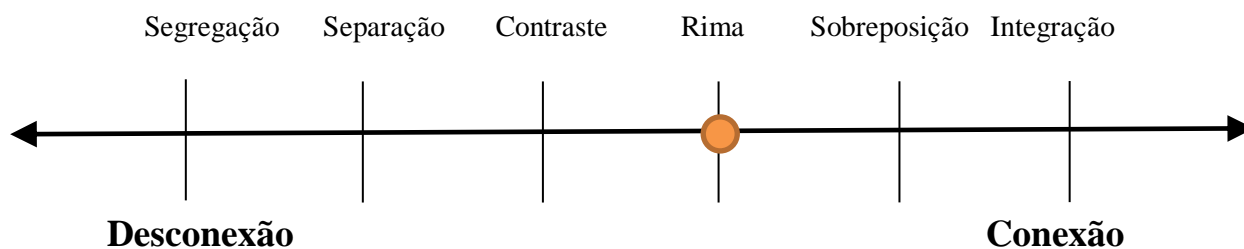
Índice de Engagement: 67

Suporte: Ilustração

Natureza: Informação

Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): ausente - Novo (direita): ausente
	Topo-Base
	- Ideal (topo): nesta posição, surge uma citação, com a respetiva ilustração do seu significado imediatamente abaixo, onde aparecem dois monstros a tomar o espaço público desenhado. - Real (base): a citação iniciada no campo do ideal é terminada na base da imagem.
	Centro-Margem
	- Dependência: percebe-se uma certa dependência entre a citação no campo do ideal e a ilustração presente no centro. - Independência:

Enquadramento	Conexão
	Os elementos textuais conectam a imagem pela proximidade da fonte utilizada e do seu tamanho – rima visual
	Desconexão

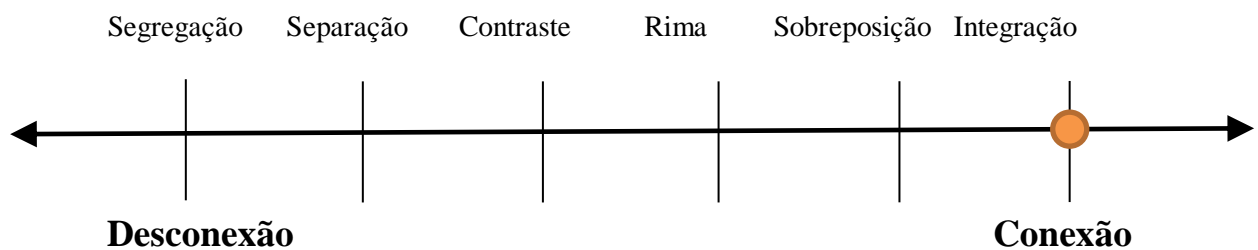


Saliência	Tamanho
	Nitidez do Foco
	Todos os elementos se encontram bem definidos.
	Contrastes tonais
	A caixa de texto preenchida a preto, na base da imagem, é a mais saliente nesta situação
	Contrastes de cor
	O primeiro elemento textual sobre o fundo branco; os monstros preenchidos a cor sobre a cidade desenhada a linha preta; a citação na posição real escrita a branco sobre um fundo preto.
Primeiro plano-Fundo	
Os componentes das posições topo, centro e base são configuradas em 3 fundos diferentes, podendo-se assumir que a ilustração é tripartida. No entanto, cada uma funciona como a âncora da anterior.	

Modalidade	Cor
	<ul style="list-style-type: none"> - Saturação: o verde e o rosa escuro que preenchem os monstros garantem a saturação da imagem. - Diferenciação: - Modulação: não se aplica
<ul style="list-style-type: none"> - Abstrata: a imagem é uma ilustração inspirada em conteúdo noticioso. 	

	Contextualização
	O fundo é perceptível com a colocação das figuras sobre a paisagem.
	Perspetiva
	A profundidade da imagem é dada pela linha do horizonte desenhada e pelos dois monstros a galgar o espaço.
	Iluminação
	Verificam-se zonas de sombra e luz.
Ficha de Análise da Imagem 5	
Data de Publicação: 29/06/2017	
Índice de Engagemet: 30,8	
Suporte: Ilustração	
Natureza: Informação	
Valor da Informação	Esquerda-Direita
	- Dado (esquerda): ausente - Novo (direita): ausente
	Topo-Base
	- Ideal (topo): o texto é colocado na posição superior da imagem - Real (base): na base, surgem os edifícios caraterísticos da zona da Ribeira no Porto
	Centro-Margem
- Dependência: - Independência: neste caso, a imagem não indica a existência de um centro, sendo que o topo e a base configuram a leitura da mesma.	

Enquadramento	Conexão
	Integração: a imagem é composta por uma fotografia como fundo, onde o texto é colocado.
	Desconexão



Saliência	Tamanho
	O tamanho da fonte do texto e o uso da cor branca, com o sombreado a preto, descrevem este componente como o mais saliente.
	Nitidez do Foco
	Os elementos da fotografia encontram-se em foco, ampliando a sua saliência na composição.
	Contrastes tonais
	Contrastes de cor
	Há uma elevada exploração da cor no campo da imagem, na base, aumentando a saliência destes elementos.
Primeiro plano-Fundo	

	O primeiro plano é constituído pelo texto e a imagem funciona como fundo, sendo que existe um sentido de complementaridade na informação de cada um.
--	--

Modalidade - Sensorial: a imagem utiliza uma fotografia da paisagem da Ribeira, inscrevendo uma frase na mesma e saturando as cores dos edifícios.	Cor
	- Saturação: grande nível de saturação - Diferenciação: uso de diferentes cores - Modulação:
	Contextualização
	Máxima contextualização: o sentido do elemento textual, em primeiro plano, é criado com os elementos da imagem em segundo plano (as casas da zona da Ribeira).
	Perspetiva
	Profundidade garantida com um segundo plano detalhado.
	Iluminação
A configuração luz-sombra é predominante no texto, com a utilização da cor branca sobre um sombreado a preto.	