

sessões do  
**MAGINARIO**

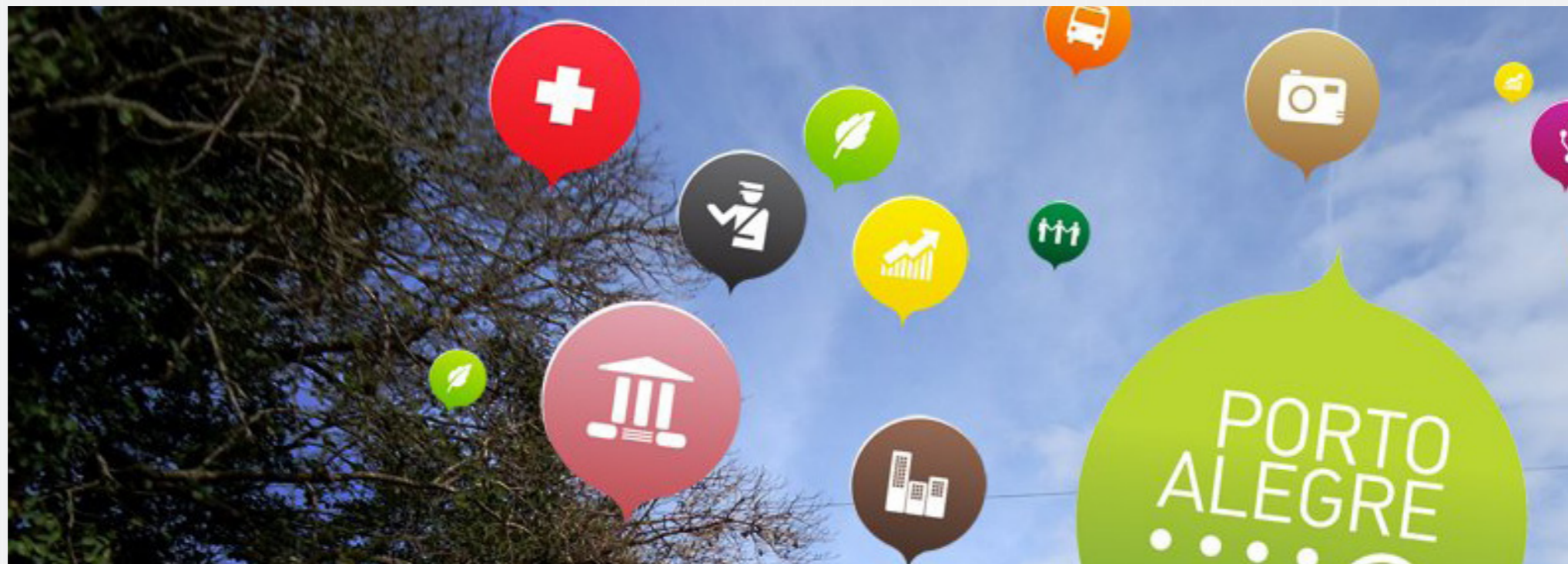
ano XVII | n28 | 2012/2



# 9

## Wikicidade e imaginário: a representação do espaço urbano a partir do projeto Porto Alegre.cc

Aline Bianchini<sup>1</sup>  
Daniela Grimberg<sup>2</sup>



## Resumo:

O presente trabalho busca compreender como o imaginário urbano coletivo é construído e como pode influenciar na atuação cidadã através do uso das novas tecnologias de informação e comunicação. Para tanto, é feito um estudo de caso sobre o projeto de wikicidade *PortoAlegre.cc*, um canal de comunicação baseado nas licenças *Creative Commons*, em que o usuário pode criar pequenas causas a serem defendidas na cidade, a partir de sua representação cartográfica no ciberespaço. O objetivo, assim, é analisar a repercussão do projeto nas mídias sociais, em especial o *Facebook*, e como os usuários se apropriam dessas ferramentas para discutir questões ligadas ao espaço urbano.

## Palavras Chave:

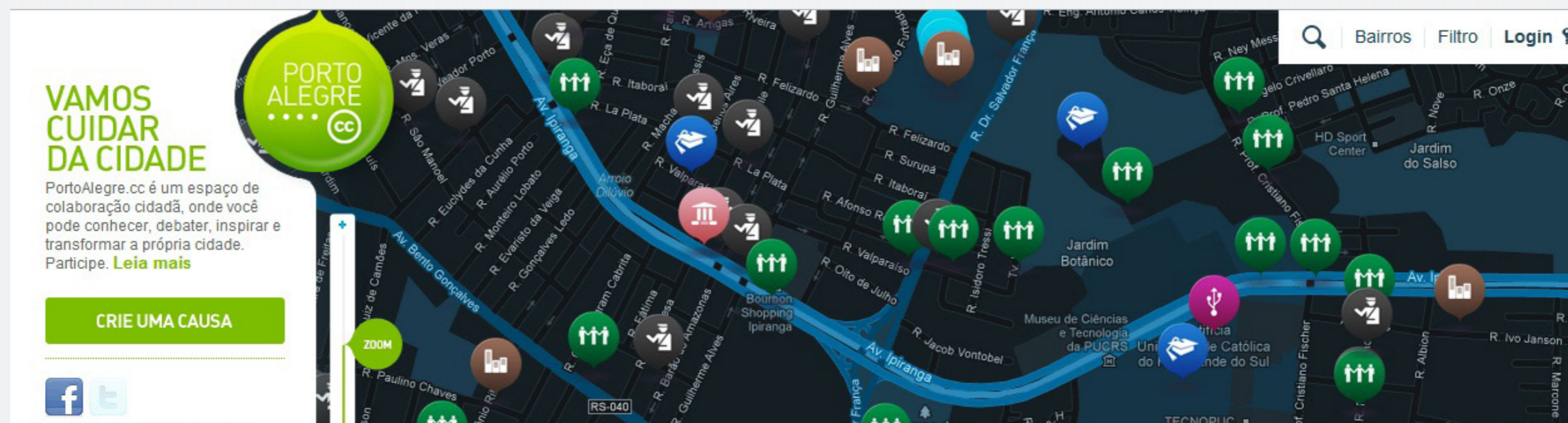
Wikicidades; imaginário urbano; cidadania.

## Abstract:

The present study aims to understand how the collective urban imaginary is built and how it can influence citizen action through the use of new information and communication technologies. To accomplish that, a case study was done on the wikicity project of *PortoAlegre.cc*, a communication channel based on Creative Commons licenses in which the user can create small causes to be defended in the city, starting in its cartographic representation on cyberspace. Thus, the objective is to analyze the project repercussion in social media, specially *Facebook*, and how the users appropriate these tools to discuss issues related to the urban space.

## Keywords:

Wikicities; urban imaginary; citizenship.



## Informação geolocalizada na sociedade em rede

Diferentemente da sociedade industrial, onde a ação do homem sobre o meio era direta e se dava em espaços delimitados em concordância temporal e física, na sociedade em rede, ou sociedade da informação, tais barreiras espaço-temporais são rompidas.

Segundo Castells (1999, p.17), esta nova sociedade é

[...] caracterizada pela globalização das atividades econômicas decisivas do ponto de vista estratégico; por sua forma de organização em rede; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e a individualização da mão de obra. Por uma cultura da virtualidade real construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. E pelas transformações das bases materiais da vida – o tempo e o espaço – mediante a criação de um espaço de fluxos e de um tempo intemporal como expressões das atividades e elites dominantes.

De acordo com o autor, a sociedade em rede é constituída a partir de fluxos – de capital, de informações, de tecnologias, de imagens, de sons e símbolos. Nessa perspectiva, um dos agentes transformadores do espaço urbano é o paradigma da tecnologia da informação, que leva a uma abordagem que prima pela interação entre a tecnologia, a sociedade e o espaço – tendo, este último, um papel central na organização do tempo.

Neste espaço urbano, as mídias locativas, segundo Lemos (2008), são capazes de promover relações até então inéditas entre lugares e dispositivos digitais. Para o autor, tais ferramentas

são “dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informações a partir de um determinado local [...]” (p. 207).

Conhecer os lugares em associação com seus fluxos de informação é condição básica para se compreender a noção de mídias locativas, já que estas adicionam e processam conteúdos informacionais a esses locais. Conforme Lemos (2009, s/p), “as mídias produzem espacializações, ação social sobre um espaço. Mídias produzem lugares [...]”.

Os indivíduos, por sua vez, ao transitarem no espaço urbano, passam a produzir e consumir informações, atribuindo aos lugares uma condição relevante nos processos comunicacionais.

Os fluxos de comunicação e os lugares são esferas que passam a ser compreendidas e combinadas entre si, uma vez que o lugar “deve ser visto como fluxo de diversas territorializações (sociocultural, imaginária, simbólica) + banco de dados informacionais. Espaços visíveis marcados por fluxos invisíveis de informação circulando por redes invisíveis [...]” (Lemos, 2009, s/p). Tais informações são potenciais transformadoras do cotidiano e do espaço urbano. Os fluxos invisíveis de informação circulando por redes invisíveis, como sugere o autor, estão presentes e constituídos no que ele chama de cibercidade.

As cibercidades são construções digitais de cidades reais que se utilizam do potencial das novas tecnologias de comunicação. Diferentemente do tecido urbano, constituído pelo trânsito de pessoas e coisas, a cibercidade é um espaço eletrônico, em que as relações e o fluxo de informação ocorrem através de *bits* e *bytes*. Lemos (2004) afirma ainda que, na rede, há diversos grupos de pessoas que

se identificam e passam a ter uma relação afetiva com um espaço virtual – o que não deixa de ser uma forma de territorialização. A chave eletrônica dá acesso à rede e novos territórios culturais imaterializados. O espaço urbano passa, assim, a ter também uma dimensão imaterial onde há trocas dos mais variados tipos: financeiras, educacionais, sociais, etc.

## Cibercultura e cultura participativa

Em meio à hipertextualidade e não linearidade dos fluxos de informação, a possibilidade de o público intervir no conteúdo abre novas perspectivas para a experiência coletiva. Esse é um aspecto de grande importância da chamada *Web 2.0*, termo cunhado por O’Reilly (2005) para designar a segunda geração de serviços *online*. Essa nova fase se caracteriza pela combinação entre técnicas informáticas e novos aspectos relacionais da comunicação mediada por computador: por meio da plataforma *web*, o usuário pode controlar parte ou a totalidade do conteúdo e compartilhá-lo de múltiplas formas.

A partir disso, o autor aponta seis competências essenciais à *Web 2.0*: disponibilização de serviços *online* em vez da obrigatoriedade de instalação de um *software*; arquitetura da informação em função das interconexões e do compartilhamento de conteúdo; melhor relação custo-benefício; possibilidade de transformação de dados e recombinação entre fontes de informação; *softwares* que superam a existência de um dispositivo único; e aproveitamento da inteligência coletiva. Uma das principais diferenças entre a *Web 1.0* e a *Web 2.0*, segundo O’Reilly, reside nos limites de cada uma delas. No primeiro caso, os sites são estáticos e atuam isoladamente. Já no segundo, tem-se um sistema complexo e

integrado de conteúdos e funcionalidades.

Para além das especificações tecnológicas da *Web 2.0*, Primo (2007, p. 1) sustenta que sua influência “potencializa processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática”. Desta forma, o aspecto relacional da *Web 2.0* aponta para um uso funcional e colaborativo da informação, em que, conforme o autor, há uma relação híbrida entre os modelos *pull* (conteúdo “puxado” pela audiência, de acordo com o interesse de cada usuário) e *push* (conteúdo “empurrado” para a audiência, como no caso das mídias de massa). Isso porque o usuário passa a organizar e controlar a informação que lhe interessa, como no caso do RSS (*Real Simple Syndication*), sistema de assinatura de sites que congrega, em um só local, conteúdos específicos veiculados nos sites de preferência do usuário, como uma espécie de *clipping* personalizado.

Da relação simbiótica entre a sociedade informacional, a cultura e as novas tecnologias de informação, surge a cibercultura (Lèvy, 1999), que consiste em uma reconfiguração das práticas sociais e comunicacionais que potencializa o surgimento de situações lúdicas, coletivas e imaginárias a partir dessas novas tecnologias. Nesse contexto, nota-se o surgimento crescente de diversas iniciativas no ciberespaço<sup>3</sup> com o objetivo de promover a colaboração em torno da produção de bens culturais e informacionais de interesse comum. Essas iniciativas demonstram a emergência de uma nova forma de produção em rede, baseada na colaboração em larga escala e movida por indivíduos auto-motivados (Benkler, 2002).

No âmbito da cibercultura, diversas iniciativas apontam para a emergência de novas formas de produção colaborativa: enciclopédias, *crowdfunding*<sup>4</sup>, guias turísticos, banco de dados sobre artistas, músicas, filmes e séries de TV, sites de notícias, desenvolvimento de *softwares* etc. A natureza comunitária das diversas manifestações da cibercultura torna natural o surgimento de iniciativas que se utilizam do ciberespaço com o objetivo de realizar ações colaborativas. O ciberespaço pode ser visto, assim, como um dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresentando-se como um instrumento a serviço da inteligência coletiva<sup>5</sup> (Levy, 2001). Sua representação pode se dar, também, como um espaço político, de comércio e troca de bens, de debate, de ativismo e diversas outras formas de ações colaborativas.

As facilidades de acesso e uso da informação congregam, também, as mídias sociais. Como fenômeno sistêmico, uma rede social *online*, para Primo (2007, p.5), vai além da simples conexão entre máquinas, sendo, acima de tudo, “um processo emergente que mantém sua existência através de interação entre os envolvidos”. Seu foco, porém, não são os indivíduos em si, mas o meio pelo qual ocorre a interação. Por sua agilidade e grande popularização, as mídias sociais se ferramentam com as quais imaginários podem ser constantemente partilhados e modificados, e em que a ação colaborativa também assume resultados que podem ultrapassar o ciberespaço e acabar se transformando em ações concretas. Quando usadas para uma mobilização comum, as mídias sociais viabilizam, também, iniciativas que congregam relações sociais amplas, como a cidadania e a busca conjunta para a resolução de problemas de grandes espaços, como o urbano.

## Imaginário Urbano

O imaginário urbano pode ser uma ferramenta metodológica poderosa para analisar como as pessoas outorgam diferentes significados a uma determinada cidade, seus espaços e os sujeitos com os quais interagem. Mais que uma construção mental, este conceito permite que se compreenda a organização da sociedade em um determinado território e as expressões de suas diferenças sociais, desejos ou temores relativos aos elementos socioespaciais que a compõem.

Dessa forma, o imaginário urbano se constitui em “uma dimensão por meio da qual os diferentes habitantes de uma cidade representam, significam e dão sentido a suas diversas práticas cotidianas no ato de habitar [...] uma dimensão na qual se estabelecem diferentes identidades e [...] se reconhecem diferenças” (Nieto, 1998, p.125).

Os imaginários, como representações sociais<sup>6</sup>, levam à crença contínua e indeterminada em figuras, formas e imagens de vários aspectos da cidade. Através deles, busca-se compreender as características e atributos reais ou irrealis da cidade e da vida urbana, qualificando pessoas e espaços. Dessas imagens surgem caracterizações como “inseguro”, “poluído”, “monótono”, “perigoso”, etc. Neste contexto, os imaginários urbanos representam aspectos dinâmicos, tendo a capacidade de operar nas ações e de reelaborar a realidade social e as dimensões da cultura urbana (Aguilar, Nieto e Cinco, 2001).

A ideia central do imaginário urbano provém, em grande parte, da criação de uma imagem visível e da abstração de um símbolo pelos atores sociais. Para Canclini (2005, p.47)<sup>7</sup>, “muitos pressupostos que guiam a ação ou omissão dos cidadãos derivam de como percebemos os usos do espaço urbano, os problemas de consumo,

trânsito e comunicação, e também de como imaginamos as explicações a estas questões”. Sob esta perspectiva, portanto, o imaginário é constituído por duas dimensões: uma material e outra simbólica.

Conforme Figueroa (2001), na construção conceitual do imaginário é contemplado tudo aquilo que se estrutura a partir do real e das práticas sociais. Uma imagem é uma forma material cuja representação também pode estar direta ou indiretamente vinculada a um material moral ou intelectual. Já as imagens mentais são aquelas ligadas às percepções e efeitos da imaginação e estão associadas a palavras e conceitos.

As imagens mentais, produzidas a partir de um objeto no meio urbano, se fazem sociais quando são comunicadas e, para que representem o imaginário urbano, devem conter elementos socialmente compartilhados. Assim, o simbólico se relaciona com a produção social de um tipo de cultura, cujos significados e símbolos permeiam certa territorialidade a partir da interação.

Outro aspecto importante ligado ao imaginário é a memória coletiva. A partir do resgate histórico é possível explicar, por exemplo, representações sociais que têm por função atribuir um sentido à realidade e definir e orientar os comportamentos e práticas. Tais representações portam a marca do sujeito e de suas práticas sociais. Assim, o imaginário social é uma produção de discursos e ações de naturezas diversas.

O imaginário urbano, então, é uma representação dinâmica, psico-sócio-cultural e simbólica, criada e vivenciada de maneira individual e coletiva, e se origina, principalmente, do uso e da apropriação cotidiana do espaço. A partir disso, criam-se pontos de referência, locais onde as relações e as práticas socioculturais se intensificam. É onde também surgem identidades

individuais ou coletivas, locais ou regionais, onde se estabelecem raízes e redes sociais.

Com o crescimento da urbanização, passou-se, pouco a pouco, da vivência da cidade para a megacidade, da cultura urbana à multiculturalidade: a coexistência de múltiplas culturas urbanas em uma mesma cidade. Nesta complexidade multicultural, nota-se a existência de diferentes “cidades” dentro das megacidades, não podendo mais ser possível distinguir o que é específico da cultura urbana, já que esta se mostra tão heterogênea.

Neste contexto, como aponta Certeau (1997), a cidade multicultural é uma guerra de relatos, contendo múltiplas vozes que a conformam: desde os grandes relatos da mídia, da publicidade, até os pequenos relatos que circulam em grupos menores, de rua ou de bairro. Além disso, está implícita na cidade multicultural a heterogeneidade das experiências humanas, marcada pelas clivagens de etnia, gênero, classe social etc.

Junto a isso, as modificações na própria geografia urbana alteram os usos dos espaços, sendo hoje observável a passagem de uma configuração centralizada para uma organização multifocal e policêntrica. Desta forma, é necessário ao habitante adaptar-se a todas essas mudanças e situar-se continuamente no mesmo espaço. Apesar de este ser um processo inevitável e conjuntamente construído e mantido, é importante considerar que, neste movimento, perde-se grande parte da experiência de trocas entre os diferentes imaginários.

Assim, a nova geografia urbana pressupõe um alargamento do conceito de cidade, não mais definida e delimitada por seus limites físicos. As relações que nela ocorrem estão diretamente ligadas, como afirma Canclini (1997),

aos movimentos de comunicação e economia globalizados.

Neste sentido, as novas tecnologias de informação e comunicação e as mídias sociais se revelam como um espaço em que os valores e representações sociais podem vencer distâncias e barreiras físicas de modo a serem novamente compartilhados. Por meio dessa partilha, e com os recursos da informação geolocalizada, pode haver um suposto sentimento de pertencimento e o ímpeto em envolver-se com questões que fazem parte da realidade de todos, surgindo, assim, condições favoráveis ao exercício da democracia.

O imaginário urbano coletivo está, portanto, diretamente ligado à atuação cidadã, já que esta não mais se organiza apenas a partir de princípios políticos e da atuação real sob aspectos jurídicos ou sociais, mas também, “a partir de uma cultura formada nos atos e interações cotidianos, e em projeção imaginária desses atos em mapas mentais da vida urbana” (Canclini, 1997, p.96).

É essencial, portanto, que se compreenda a atuação cidadã e sua relação com o imaginário coletivo considerando-se as novas relações estabelecidas entre as pessoas, incluindo aquelas que ocorrem no meio virtual. É aí que entra o estudo das novas tecnologias, as novas ferramentas participativas e o tipo de interação social que elas possibilitam para a transformação do espaço.

### **PortoAlegre.cc, a construção de uma wikicidade**

Uma parceria entre a Prefeitura Municipal de Porto Alegre (PMPA)<sup>8</sup>, a Organização Não-Governamental Parceiros Voluntários<sup>9</sup>, a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)<sup>10</sup> e a empresa gaúcha Lung<sup>11</sup> deu origem ao *PortoAlegre.cc*<sup>12</sup>. O projeto é a concretização do conceito de Wikicidade, que se refere a uma

plataforma digital que permite a discussão da história, realidade e futuro de territórios específicos com a colaboração dos habitantes.

A iniciativa pretende oferecer um espaço para o exercício da cidadania, onde se possa discutir a cidade, promover debates nos bairros, propor melhorias e encontrar parceiros para executar tais ideias. Cada um dos 82 bairros de Porto Alegre estão representados cartograficamente no *PortoAlegre.cc*. Navegando pelo mapa digital, é possível publicar conteúdos relacionados a qualquer local da cidade através de *wikispots*, isto é, pontos no mapa criados pelo usuário para chamar atenção a algum aspecto que, para ele, mereça ser tornado público. Além

disso, é possível compartilhar esses conteúdos em mídias sociais como o *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* e *Vimeo*, partindo-se da ideia de que, com maior visibilidade e interação, os problemas podem ser mais facilmente resolvidos.

O “cc” do nome vem do termo *Creative Commons*<sup>13</sup>, tipo de licença de propriedade intelectual criado para o compartilhamento de conteúdos entre todos os usuários. Assim, a totalidade do projeto pode ser utilizada por qualquer pessoa para a criação e divulgação de um *wikispot* de um lugar na sua cidade. Atualmente, dois projetos de wikicidade são aplicados em Porto Alegre: o *PortoAlegre.cc* e o *Redenção.cc*<sup>14</sup> – pioneiro no Brasil.

As contribuições no mapa são feitas através da criação de causas, em seus respectivos locais de interesse (*wikispots* criados pelos cidadãos), dispostas em 12 diferentes categorias pré-estabelecidas pelo projeto: mobilidade urbana, cidadania, educação, cultura, empreendedorismo, esporte e lazer, meio-ambiente, saúde e bem-estar, segurança, tecnologia, turismo e urbanismo. Assim, de acordo com a natureza do conteúdo a ser compartilhado, o colaborador abarca sua ideia em uma dessas categorias, explicitando problemas, pedindo soluções, trazendo sugestões, mostrando avanços e melhorias ou chamando a atenção dos usuários para algum ponto turístico ou evento da cidade.

O projeto, que, em agosto de 2012, conquistou a marca de 1,6 mil ideias publicadas na plataforma e dezenas de ações presenciais colocadas em prática, tem como pano de fundo o que a Lung chama, em seu site, de “Método de Inteligência Social”. Esta seria a maneira como o território é ativado para o engajamento do cidadão. A intenção é que se estruturam novas formas de participação cidadã na tomada de decisão por meio da apropriação e utilização da tecnologia para mobilizar mais pessoas em torno de causas específicas criadas pelos usuários.

Para ampliar e popularizar a execução do projeto, a Prefeitura Municipal de Porto Alegre propôs, no início de 2012, uma parceria com a Lung para que fossem ministradas palestras à população sobre o uso da nova ferramenta. Já há, inclusive, um plano para conectar o site com o canal de atendimento da prefeitura<sup>15</sup>. Deste modo, a causa criada por um cidadão seria, na teoria, automaticamente avaliada pelo Poder Público. O criador da causa, então, recebe um número de protocolo para acompanhar o andamento de seu reclame.



Figura 1 – Site do *PortoAlegre.cc*

Devido ao êxito da iniciativa, o *PortoAlegre.cc* ultrapassou as fronteiras do mapa virtual e, hoje, utiliza-se amplamente de outras ferramentas, como *blog*<sup>16</sup> e *fanpage*<sup>17</sup> no *Facebook*<sup>18</sup>. Além do *Facebook*, é possível ao usuário compartilhar as causas por e-mail, pelo sistema de microblogs *Twitter*<sup>19</sup> e outras mídias sociais como o *Orkut*<sup>20</sup> e o *Google+*<sup>21</sup>. Desse modo, ambienta-se uma rede de discussão e informação, aproveitando-se do espaço para a divulgação de atividades da cidade e de proposições de soluções com base na experiência de outras cidades do mundo. Além do compartilhamento, cada uma das causas criadas também pode ser diretamente comentada, por *plug-ins* específicos, através das mídias sociais de preferência do usuário, como *Yahoo*<sup>22</sup>, *Aol*<sup>23</sup>, *Hotmail*<sup>24</sup> e *Facebook*, sendo essa última a mais comumente utilizada.

O *PortoAlegre.cc* se constitui, portanto, em um grupo de socialização que, além de reunir ideias de modificações necessárias ao espaço urbano, permite aos portoalegrenses compartilhar a história e transformações atuais da cidade por meio de relatos e fotos, sendo ambos os itens obrigatórios para a criação de uma causa. O usuário também aprende sobre áreas da cidade ainda desconhecidas por ele ou as quais ele não costuma frequentar. Todos esses aspectos acabam colaborando para um novo imaginário coletivo sobre a cidade, com potencial, acredita-se, para transformar as reivindicações feitas no ciberespaço em ações reais que venham a contribuir para a democracia, para o desenvolvimento sustentável do meio urbano e para a qualidade de vida dos cidadãos.

### PortoAlegre.cc no Facebook

O passo seguinte deste trabalho consiste na análise da repercussão do *PortoAlegre.cc*

entre os “fãs” da página do projeto (*fanpage*<sup>25</sup>) no *Facebook* e buscar compreender como ela se relaciona com o imaginário urbano coletivo. Para tanto, acompanhou-se, ao longo de todo o mês de julho de 2012, o conteúdo postado na *fanpage* e as interações estabelecidas a partir dele. Primeiramente, convém a apresentação de alguns dados técnicos sobre o nível de abrangência da página e o seu público.

Em 25 de agosto de 2012, a *fanpage* contava com cerca de 11,1 mil fãs, isto é, usuários da rede que “curtem” a página. A maior parte dos fãs pertence à faixa etária entre 25 e 34 anos e reside no Brasil (10.587 do total), havendo uma proporção aproximada entre homens (49%) e mulheres (51%). O nível de engajamento da página chega a 17,9 mil cliques sobre os conteúdos postados, como os botões “curtir” (votar como positivo) ou “compartilhar” (reproduzir a postagem na própria página pessoal do usuário no *Facebook*)<sup>26</sup>.

Observou-se que, durante o período analisado, foram postados pelos gestores da *fanpage* 20 conteúdos distintos, dentre eles fotos, textos e comunicados aos usuários. Um aspecto de grande importância da amostra (que é uma característica dos conteúdos do *Porto Alegre.cc*, tanto nas mídias sociais, como em seu *blog* e no próprio mapa da cidade em sua plataforma digital) é o amplo uso de imagens, seja dos *wikispots*, das causas criadas ou, até mesmo, de pontos turísticos e imagens históricas da cidade.

No que tange exclusivamente ao *Facebook*, mídia social que interessa a este estudo, foram postadas fotos históricas, notícias sobre ações do poder público e imagens que remetem a símbolos culturais gauchescos ou portoalegrenses – indicando uma possível tentativa de afirmação de um imaginário local e regional. Além disso, foram feitas referências a 22 causas criadas no

mapa, com seus respectivos *hyperlinks*.

Embora o número de opções “curtir” e “compartilhar” sejam altos entre as causas no *Facebook*, observou-se pouca ou nenhuma participação por meio de comentários na própria página. Isso evidencia que, embora os usuários manifestem aprovação em relação às causas, o espaço para comentários e debates no *Facebook* ainda é pouco explorado. A maioria dos comentários demonstra apoio às causas, com elogios e mensagens de incentivo, sendo que apenas uma minoria chega a realmente fazer observações ou sugestões acerca dos temas tratados.

Em relação aos temas propriamente ditos, nota-se grande preocupação com a recuperação da orla do lago Guaíba – das imediações do bairro Menino Deus, próximo ao centro, até áreas mais distantes em direção à zona sul da cidade. Nos conteúdos em que a orla foi abordada, é latente a preocupação com o meio ambiente e a necessidade de se criar alternativas para que os cidadãos desfrutem de uma área vista com grande potencial para o lazer dos habitantes de Porto Alegre, porém “abandonada” pelo Poder Público.

Alguns morros da cidade, cercados de belezas naturais e pouco conhecidos da maior parte da população, como o morro da Pedra Redonda, na zona sul, também geraram manifestações. Nota-se que as áreas públicas em que as características ambientais de Porto Alegre ainda são visíveis (muitas, inclusive, já sendo consideradas como Áreas de Preservação Permanente<sup>27</sup>) apresentam manifestações sobre a necessidade de se cuidar do “patrimônio natural” dos portoalegrenses e de se melhorar o acesso a elas. É frequente, também, o alerta ao fato de que poucas pessoas sabem ou costumam visitar tais áreas.

A mobilidade urbana também é



frequentemente alvo de manifestações dos usuários, como a insuficiência das linhas de ônibus e demais aspectos que evidenciam a incapacidade de o transporte coletivo em Porto Alegre ser um serviço público de qualidade. O que mais chama atenção, entretanto, é a popularidade das ciclovias entre os internautas. Elas aparecem, em geral, como uma solução viável em meio a uma cidade com claros problemas de mobilidade, em que as regiões mais movimentadas possuem pouca ou nenhuma possibilidade de serem modificadas, tanto pelo aspecto estrutural como pelo desinteresse em se despendem recursos públicos para tal fim.

### **Contextos e desdobramentos do objeto: PortoAlegre.cc e o imaginário urbano**

Retomando o pensamento de Lemos (2008) no que diz respeito às mídias como ferramentas capazes de produzir lugares, é importante ressaltar que esses locais só “existem” ou ganham legitimidade quando é dado a eles um significado, um sentido ou um uso – que pode muito bem ser indicado, produzido ou influenciado por essas mídias. Em outras palavras, para que “existam”, é preciso que tais locais façam parte do imaginário coletivo e que se criem laços afetivos que deem ou devolvam a eles significados socialmente partilhados.

No que diz respeito ao *PortoAlegre.cc*, os conteúdos inseridos no *Facebook* vão, aos poucos, configurando imagens e representações acerca da cidade, influenciando, construindo e reconstruindo o imaginário coletivo em torno dela.

Quando ressaltada a ideia da existência de várias cidades dentro de uma só, entende-se que essa multiculturalidade vem carregada de incontáveis representações sociais compartilhadas nos imaginários dessas culturas. Nesse sentido, considera-se, com este trabalho, que a Porto Alegre

retratada no projeto em análise apenas representa uma pequena parcela dentre a infinidade de representações contidas nos imaginários urbanos coletivos. Ainda assim, acredita-se que este recorte feito pelo *PortoAlegre.cc* interfira positivamente na dinâmica do imaginário urbano, influenciando a construção de imagens mentais relacionadas aos objetos urbanos.

Durante a pesquisa, notou-se amplo uso de símbolos da cultura gaúcha e imagens históricas, em uma possível tentativa de reafirmação da identidade regional. Percebeu-se, ainda, muitos conteúdos relacionados a iniciativas do Poder Público – o que pode ser facilmente compreendido se observado o fato de que a página é administrada em conjunto com a Prefeitura Municipal de Porto Alegre –, além de várias soluções propostas com base na tecnologia ou em iniciativas de países desenvolvidos.

De maneira geral, Porto Alegre aparece como uma cidade voltada para o futuro, buscando soluções “limpas” e tecnológicas para os problemas relacionados à mobilidade urbana e à ecologia. A cidade aparece, também, como uma cidade aberta ao diálogo e à espera de participação popular em suas decisões político-administrativas – apesar de, como observado, a participação popular nos debates ainda ser ínfima.

### **Considerações finais**

As imagens mentais produzidas a partir de objetos urbanos se fazem sociais a partir do momento em que são comunicadas. Tais imagens, partes constituintes do imaginário urbano, tendem a potencializar seu alcance através das novas tecnologias de informação e comunicação.

Acredita-se que a popularidade da iniciativa, por si só, não está diretamente relacionada ao real engajamento cidadão dos usuários. Embora

se note, na *fanpage* do *PortoAlegre.cc*, uma preocupação com as questões ambientais e de mobilidade urbana da cidade (muito mais do que com segurança ou saúde pública, por exemplo) por parte dos usuários, acredita-se que a página do projeto ainda seja mais utilizada pelo mero viés da contemplação virtual.

Embora não haja desmerecimento essa estratégia, considerando-se que a *fanpage* contribui para a afirmação e para a conformação do imaginário urbano da cidade, é preciso repensar os verdadeiros atores sociais envolvidos na construção deste recorte dado à imagem de Porto Alegre. Se considerado o baixo nível de participação da população, e visto que quase a totalidade dos tópicos de debate na *fanpage* é proposta pelos administradores do projeto, nota-se que o enquadramento dado é frequentemente unilateral – contrariando a proposta inicial do projeto.

Todavia, considera-se precipitada a intenção de se descrever o real impacto do *PortoAlegre.cc*, já que o projeto ainda não completou sequer um ano de existência. Sua alta popularidade, no entanto, aponta para uma influência crescente e gradual na busca por mais usuários agregadores de conteúdo. Ao se observar o mapa, é visível a criação de um grande número de causas, em todos os bairros. Cria-se a causa, chama-se atenção ao problema, mas o debate frequentemente fica de fora das postagens, reduzindo-se o uso de todas as potencialidades das mídias sociais.

No que tange ao imaginário, no entanto, é evidente que as novas tecnologias são capazes de criá-lo, transformá-lo, reforçá-lo. O exemplo do *PortoAlegre.cc* mostra uma vontade coletiva de ver Porto Alegre não apenas pela sua vida cultural e boêmia, mas também pelas belezas naturais e

potenciais espaços de lazer que possui. Acredita-se que chamar atenção para alguns pontos desconhecidos da maior parte dos cidadãos seja um reflexo positivo do projeto, em um movimento de integração da população.

A partir de um conhecimento mais aprofundado sobre o espaço urbano em sua totalidade, pinta-se o imaginário portoalegrense com novas nuances, muitas vezes desconhecidas para quem frequenta apenas os locais que mais aparecem na mídia e nos cartões postais da cidade. Além disso, conclui-se que só a partir da visibilidade desses espaços é que podem ser tomadas amplas ações coletivas que apontem para uma maior mobilização cidadã.

### Referências

AGUILAR, Miguel Díaz; NIETO, Raúl Calleja; CINCO, Mónica. Ciudad de presencias: dimensiones evaluativas y sensoriales en las evocaciones de la Ciudad de Mexico. In: FIGUEROA, Abilio Vergara (coord.). **Imaginarios: horizontes plurales**. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2001.

BENKLER, Yochai. Coase's penguin, or, Linux and the nature of the firm. In: **The Yale Law Journal**, vol. 112, 2002. Disponível em: <<http://www.yale.edu/yalelj/112/BenklerWEB.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

CANCLINI, Nestor García. **Imaginarios Urbanos**. Buenos Aires: Ed. Universitaria de Buenos Aires, 1997.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. Os fantasmas da cidade. In: A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1997.

FIGUEROA, Abilio Vergara. **Imaginarios: horizontes plurales**. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Escuela Nacional de Antropología e Historia, 2001.

LEMOS, André (org.). **Cibercidade: a cidade na cibercultura**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

LEMOS, André. Mídia locativa e territórios informacionais. In: SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila (orgs.). **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

LEMOS, André. **Manifesto sobre as mídias locativas**. Jun. 2009. Disponível em: <[http://adrelemos.info/404nOtF0und/404\\_71.htm](http://adrelemos.info/404nOtF0und/404_71.htm)>. Acesso em: 20 ago. 2012.

LEVY, Steven. **Hackers: heroes of computer revolution**. [S.l.]: Penguin Putnam, 2001. Disponível em: <<http://www.dvara.net/HK/LevyStevenHackers1&2.pdf>>. Acesso em: 20 de ago. 2012.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

NIETO, Raúl Calleja. Lo imaginario como articulador de los ordenes laboral y urbano. **Alteridades**. Ano 8, nº 15. Cidade do México: DCSyH/UAM- I, 1998.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. Set. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E. Compós (Brasília)**, v. 9, p. 1-21, 2007.

### Notas

1 Especialista em Política Internacional pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestranda (bolsista Capes) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) na mesma universidade. Email: li.bianchini@gmail.com.

2 Mestranda do PPGCOM/PUCRS (bolsista Proboas PUCRS) e graduanda em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: dsgrimberg@gmail.com.

3 Para Lèvy (1999, p.92), o ciberespaço é "o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto de sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o

caráter plástico, fluído, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço”.

4 Iniciativas colaborativas de financiamento de projetos, trabalhos e produções culturais.

5 “[...] é uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em mobilização efetiva das competências. Acrescentemos à nossa definição este complemento indispensável: a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas, senão o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas (Levy. 1998, p. 28-29).

6 Representações sociais são o conjunto de explicações, crenças, ideias ou opiniões a respeito de um acontecimento, pessoa ou objeto. Tais representações são resultantes da interação social, já que são comuns a um determinado grupo de indivíduos (Moscovici, 2003).

7 Tradução livre das autoras.

8 Disponível em: <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal\\_pmpa\\_novo/](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/)>. Acesso em: 25 ago. 2012.

9 Disponível em: <<http://www.parceirosvoluntarios.org.br/>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

10 Disponível em: <<http://www.unisinos.br/portal/>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

11 A Lung tem a proposta de construir, ativar

e engajar usuários em torno das wikicidades – territórios reais que recebem intervenções coletivas através de uma plataforma digital. Segundo a empresa, o objetivo de seu trabalho é incentivar a democracia e desenvolver um processo de inteligência social. Disponível em <<http://lung.com.br/>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

12 Disponível em: <<http://portoalegre.cc/>>. Acesso em: 25 jul. 2012.

13 Disponível em: <<http://creativecommons.org/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

14 Disponível em: <<http://www.redencao.cc/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

15 Atualmente este canal se dá por telefone, através do número 156 – também conhecido como Fala Porto Alegre. Através desse veículo é possível obter informações sobre coleta de lixo e outros serviços prestados pelo município, alertar sobre problemas, fazer sugestões, etc.

16 Disponível em: <<http://blog.portoalegre.cc/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

17 Página do *Facebook* voltada aos seguidores de um artista, produto cultural, marca, estabelecimento, cidade e uma infinidade de outras coisas. Para participar de uma *fanpage*, basta ao usuário “curtir” a página com o seu perfil pessoal do *Facebook*, que todas as atualizações da *fanpage* aparecem em sua página pessoal dentro da rede.

18 Disponível em: <<http://www.facebook.com/>

[poa.cc/](http://poa.cc/)>. Acesso em: 23 jul. 2012.

19 Disponível em: <<http://www.twitter.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

20 Disponível em: <<http://www.orkut.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

21 Disponível em: <<http://www.google.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

22 Disponível em: <<http://www.yahoo.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

23 Disponível em: <<http://www.aol.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

24 Disponível em: <<http://www.hotmail.com/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

25 Página do *Facebook* voltada aos seguidores de um artista, produto cultural, marca, estabelecimento, cidade e uma infinidade de outras coisas. Para participar de uma *fanpage*, basta ao usuário “curtir” a página com o seu perfil pessoal do *Facebook*, que todas as atualizações da *fanpage* aparecem em sua página pessoal dentro da rede.

26 Disponível em: <<http://blog.portoalegre.cc/as-estatisticas-da-nossa-fanpage/>>. Acesso em: 25 ago. 2012.

27 Área de Preservação Permanente (APP) é aquela que, conforme parâmetros estabelecidos pela legislação ambiental do país, devem ser mantidas e ter suas características naturais minimamente modificadas.