



## Redes, conexões e recepção: o ambiente digital e o flâneur tecnológico/digital<sup>1</sup>

Networks, connections and reception: the digital environment and the technological/digital flâneur

Redes, conexiones y recepción: el entorno digital y el flâneur tecnológico/digital

**Marcia Perencin Tondato** - Escola Superior de Propaganda e Marketing | São Paulo | São Paulo | Brasil | [mptondato@gmail.com](mailto:mptondato@gmail.com) |  <https://orcid.org/0000-0002-1277-7517>.

**Pietro Giuliboni Nembr Coelho** - Escola Superior de Propaganda e Marketing | São Paulo | São Paulo | Brasil | [pietrocoelho@gmail.com](mailto:pietrocoelho@gmail.com) |  <https://orcid.org/0000-0002-2900-3294>.

**Resumo:** O surgimento e avanço dos sites de redes sociais e o desenvolvimento de tecnologias móveis trouxeram modificações na maneira como os indivíduos interagem com os espaços à sua volta. Nas perambulações pelos perfis e outros espaços digitais, os usuários entram em contato com diversas simbologias, signos e objetos, inaugurando um comportamento que chamamos aqui de *flânerie* tecnológica/digital. Neste artigo, por meio de uma análise em conjunto a autores como Benjamin, Castells e Di Felice, expomos um panorama sobre como os avanços tecnológicos modificaram os conceitos de cultura e consumo simbólico, apresentando o desenvolvimento do conceito de *flânerie* mediado pelos aparatos e espaços digitais, bem como sua importância para os estudos de recepção na sociedade contemporânea.

**Palavras-chave:** comunicação; fotografia; *flâneur*; cultura; consumo.

**Abstract:** The emergence and advancement of social networking sites and the development of mobile technologies have brought changes in the way individuals interact with the spaces around them. In wandering through profiles and other digital spaces, users come into contact with different symbologies, signs and objects, inaugurating a behavior that we call here technological/ digital flânerie. In this article, through a joint analysis of authors such as Benjamin, Castells and Di Felice, we present an overview of how technological advances have changed the concepts of culture and symbolic consumption, presenting the development of the concept of flânerie mediated by digital devices and spaces, as well as its importance for reception studies in contemporary society.

**Keywords:** communication; photography; flâneur; culture; consumption.

**Resumen:** El surgimiento y el avance de los sitios de redes sociales y el

---

<sup>1</sup> Os conceitos aqui desenvolvidos tiveram como origem resultados de pesquisa apresentada em 2016 quando da defesa de dissertação de Mestrado pelo autor.



desarrollo de tecnologías móviles han traído cambios en la forma en que las personas interactúan con los espacios que los rodean. Al deambular por perfiles y otros espacios digitales, los usuarios entran en contacto con diferentes simbologías, signos y objetos, inaugurando un comportamiento que llamamos aquí flânerie tecnológica/digital. En este artículo, a través de un análisis conjunto de autores como Benjamin, Castells y Di Felice, presentamos un panorama de cómo los avances tecnológicos han cambiado los conceptos de cultura y consumo simbólico, presentando el desarrollo del concepto de flânerie mediada por dispositivos digitales y espacios, así como su importancia para los estudios de recepción en la sociedad contemporánea.

**Palabras clave:** comunicación; fotografía; flâneur; cultura; consumo.

 <http://dx.doi.org/10.22484/2318-5694.2021v9n21p150-167>

Recebido em julho 2021 – Aprovado em agosto 2021.



## 1 Introdução

Ao falarmos em fotografia estamos, na verdade, analisando uma maneira de retratar o cotidiano e reproduzir a visão de mundo de um observador em um material que pode ser compartilhado, apreciado por terceiros e reproduzido em larga escala. Além da facilidade de compartilhamento e reprodução, é importante destacar a importância do ato do registro fotográfico e composição de cenários e situações em um único material de, eventualmente, refletir posições sociais, pontos de vista sobre contextos e acontecimentos específicos, e elementos da identidade de seus autores.

O que anteriormente era particular da pintura, cujas técnicas permitiam ao artista relativa liberdade para expressar-se diante do que intencionava retratar ou reproduzir, articulando valores e interpretações próprios de forma a gerar algo único e digno de admiração, conforme suas competências artísticas e habilidades, agora adquire novos horizontes com a fotografia. Ao retratar uma pessoa, objeto ou paisagem por meio de um aparato tecnológico e técnica fotográfica, que permite sua rápida reprodução, perde-se a noção de autenticidade particular das obras de arte, mas ao mesmo tempo preserva-se algo que não se reduz ao gênio artístico do fotógrafo, "algo que não pode ser silenciado, que reclama com insistência o nome daquela que viveu ali, que também na foto é real, e que não quer extinguir-se na 'arte'" (BENJAMIN, 1994, p. 93).

Em seu texto "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica" (1990), Walter Benjamin apresenta o conceito de "aura" das obras de arte referindo-se a uma essência pertencente apenas à obra original e que é transmitida àqueles que a observam, promovendo sentimentos de fruição e apreciação únicos, que vão além da imagem registrada. Com a possibilidade de reprodução promovida pelo processo fotográfico, no entender do autor, este conceito perde forças e desaparece com o tempo, dado que "a própria noção de autenticidade não tem



sentido para uma reprodução, técnica ou não” (BENJAMIN, 1990, p. 246). No entanto, ainda que a reprodutibilidade técnica promova o enfraquecimento e eventual perda da aura, o que nos interessa, e destacamos aqui, é a possibilidade de reprodução que permite que a obra seja transportada (reproduzida) “para situações nas quais o próprio original jamais poderia se encontrar. Sob a forma de foto ou de disco, ela permite sobretudo aproximar a obra do espectador ou do ouvinte” (BENJAMIN, 1990, p. 246), facilitando seu acesso a novos públicos e ampliando não só o contato com o produto artístico-cultural, mas também os modos de leitura e interpretação sobre a obra.

Este processo de reprodução, técnica ou não, abordado por Benjamin, é ponto-chave para entendermos a importância da fotografia, não apenas para uma possível expressão de elementos identitários do fotógrafo, mas também para o próprio processo de registro por ele realizado, que é, antes de tudo, um observador do mundo à sua volta. Ao registrar um momento por meio da técnica fotográfica, o fotógrafo observa atentamente, buscando capturar detalhes específicos, de um instante que é único, o que não ocorre na elaboração das obras de arte, de acordo com a concepção de Benjamin (1990). Aliado à possibilidade de reprodução e, conseqüentemente, de compartilhamento e difusão, abre-se a perspectiva de que um registro fotográfico ganhe significados e interpretações diversas, do ponto de vista da recepção, por um número muito maior de pessoas, que podem enxergar outros aspectos, elaborar outras relações que escaparam ao olhar do fotógrafo.

[...] a técnica mais exata pode dar às suas criações um valor mágico que um quadro nunca terá para nós. Apesar de toda a perícia do fotógrafo e de tudo o que existe de planejado em seu comportamento, o observador sente a necessidade irresistível de procurar nessa imagem a pequena centelha do acaso, do aqui e agora, com a qual a realidade chamuscou a imagem, de procurar o lugar imperceptível em que o futuro se aninha ainda hoje em minutos únicos, há muito extintos,



e com tanta eloquência que podemos descobri-lo, olhando para trás. (BENJAMIN, 1994, p. 94).

A capacidade da fotografia de registrar o acaso, de capturar momentos instantaneamente e, ao mesmo tempo, ser produto da competência técnica e do recorte do observador/fotógrafo, é impulsionada com o avanço tecnológico, que permite ao fotógrafo realizar seu trabalho a qualquer momento, em qualquer situação e lugar. O desenvolvimento de câmeras digitais e, posteriormente, sua agregação às chamadas tecnologias móveis, ou *mobile*, como tablets e telefones celulares com acesso à internet, os chamados *smartphones*, que por sua vez comportam aplicativos (*apps*) de fotografia, ampliou o acesso à atividade fotográfica ao eliminar fatores limitadores como a necessidade do filme fotográfico e a consequente revelação do mesmo. Estas mudanças implicaram na facilitação e rapidez de realização do produto final além, especialmente, da redução de custos envolvidos no processo, possibilitando que mais pessoas adotassem a fotografia não somente como um *hobby*, forma de registro de momentos importantes ou instrumento artístico, mas também como uma atividade de socialização, potencializada pelas postagens nas redes sociais.

Em meio a estes avanços, na sequência expomos de que maneiras o avanço das tecnologias digitais e móveis citadas impactaram na forma como os indivíduos conectados interagem com os espaços a sua volta, por meio de perambulações mediadas pelas telas dos *smartphones* e a mobilização de signos e simbologias, em uma relação com o conceito do *flâneur* benjaminiano. Desta forma, veremos de que maneira estes usuários se colocam em um ambiente que preza pela troca de informações e produção de conteúdo, que podem trazer consigo valores de status e socialização, e discutiremos as possíveis implicações que este tipo de prática traz para o funcionamento da sociedade em rede contemporânea.



## 2 A tecnologia transformadora dos espaços culturais

Ao tratarmos do ambiente dos sites e aplicativos de redes sociais digitais, como Facebook, Twitter, Instagram, entre outros, nos colocamos dentro da Web 2.0, termo mercadológico que diz respeito “não apenas a uma combinação de técnicas informáticas [...], mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador” (PRIMO, 2006, p. 1). Isso diz respeito a uma fase de desenvolvimento do universo digital marcada pela socialização e produção de conteúdo, que trouxe mudanças em relação ao modelo comunicativo praticado até então, sendo que da “separação identitária entre emissor e receptor e num fluxo comunicativo bidirecional” passa-se “para um modelo de circulação das informações em rede no qual todos os atores são, ao mesmo tempo, emissores e receptores” (DI FELICE, 2011, p. 102). Desta mudança surgem os chamados *producers*, como definido por Bruns (2008), os quais modificam o ato de comunicar, que agora “torna-se o resultado da interação com os circuitos informativos e dos estímulos contínuos das interfaces e das distintas extensões comunicativas” (DI FELICE, 2011, p. 102).

O surgimento de espaços como blogs, *wikis*, *vlogs* e redes sociais, próprios da Web 2.0, acaba “criando uma outra cultura tecnológica que supera a concepção instrumental do uso que convida à interação e à manipulação e que, sobretudo, não produz apenas informações, mas o social” (DI FELICE, 2011, p. 103). Essa nova estrutura comunicativa interativa de que fala Di Felice e as atividades que ela inaugura no ambiente digital caracterizam uma cibercultura, uma vez que a produção e a troca de informações entre os usuários auxiliam na criação de costumes, comportamentos e ligações entre indivíduos, que passam a construir vínculos para se comunicar e trocar informações.



A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo operante, interligado por ícones, portais, sítios e *home pages*, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema (LEMOS, 2008, p. 87).

Se as novas tecnologias influenciam na dinâmica da sociedade, modificando os meios de produção, fluxos de trabalho e formas de comunicação, isso não significa uma imposição determinística sobre as atividades sociais, que são reformuladas e potencializadas. Como defende Lemos (2008, p. 86), “podemos ver nas comunidades do ciberespaço a aplicabilidade do conceito de socialidade (mas também de sociabilidade), definido por ligações orgânicas, efêmeras e simbólicas”. Ou seja, por mais que as mudanças sejam mediadas por avanços tecnológicos, elas refletem aspectos institucionalizados do mundo físico, o que consideramos ser uma migração da sociedade para um ambiente social mais complexo, mas que ainda tem suas raízes em conceitos enraizados em nossas atividades diárias.

A partir das ligações efêmeras e simbólicas que o ambiente digital proporciona a seus usuários como forma de socialidade, constituindo a cibercultura abordada por Lemos (2008), a Web 2.0, como evolução tecnológica, propicia espaços nos quais os usuários podem, ao mesmo tempo, produzir e consumir conteúdos que refletem elementos culturais e simbólicos. Por meio do compartilhamento das postagens, abre-se a possibilidade de socialização com outros indivíduos, formando grupos e construindo uma imagem conforme um contexto determinado como, por exemplo, anunciar uma determinada posição social, política, ou até mesmo expressar um determinado estilo de vida, em demonstração de um status de interesse.



Com base na discussão iniciada no estudo “Fotos, fachadas e personas: A construção identitária por meio do uso do aplicativo Instagram” (COELHO, 2016), entendemos o ambiente digital das redes sociais como uma das instâncias do conceito de cultura definido por Canclini (2004), se constituindo dentro das interações realizadas pelos indivíduos. Como visto no estudo mencionado, ao compartilharem conteúdos em seus perfis digitais, os usuários criam vínculos e formam grupos e comunidades baseadas em ligações simbólicas, ao mesmo tempo em que desenvolvem processos de significação para as práticas diárias realizadas naquele ambiente em questão, constituindo um universo no qual seus comportamentos possuem valores e significados para com o espaço em que atuam e interagem.

Tomando o conceito de cultura como constituinte das interações diárias, envolvendo processos de significação para os comportamentos e atitudes dos indivíduos, seja no ambiente físico ou virtual, entendemos a produção de conteúdos e consequente interação entre os usuários como uma maneira de desenvolver valores, costumes e hábitos nos espaços digitais. Tais espaços, no formato de websites e de aplicativos para *smartphones* (*apps*), propiciam a construção de perfis públicos ou semipúblicos dentro dos limites permitidos pelo sistema digital, no qual usuários podem estabelecer e explorar conexões com outros indivíduos (BOYD; ELLISON, 2007 *apud* BUSSO, 2013, p. 22, tradução nossa).

Ao entrar em uma rede ou aplicativo social como o Instagram, uma rede baseada no compartilhamento de fotos e vídeos montados pelos usuários, os indivíduos se integram a um espaço onde, por meio da divulgação dos conteúdos originais produzidos por eles, estabelecem um diálogo e trocas de experiências com os demais usuários que também participam da rede. Nesta dinâmica, percebemos haver a possibilidade para a criação de vínculos grupais (tribos), por meio do que os usuários se sentem parte de um grupo maior, que compartilha dos mesmos gostos, valores e ideias (COELHO, 2016). Além disso, por se tratar de um



ambiente altamente dinâmico, “existe a possibilidade de que os processos criativos migrem dos domínios onde nascem para outros campos de aplicação” (CASTELLS, 2010, p. 185), incentivando os usuários a pensar em novas e criativas formas de produção e compartilhamento de mensagens, a fim de permanecerem relevantes dentro daquele meio e darem continuidade aos processos de socialização previamente estabelecidos (COELHO, 2016).

Com as práticas de geração de conteúdo e compartilhamento de informação nas redes sociais sendo realizadas de maneira rápida e imediata, entendemos ocorrer uma ressignificação nos modos de comunicação, agora caracterizados pela convergência de distintos meios, que dão origem a conteúdos diferenciados, que dialogam entre si e podem ser usados para fins mercadológicos, de entretenimento, educacionais, ou, muito comumente nos sites de redes sociais, promoção de visibilidade. Martín-Barbero (1997, p. 302) nos diz que “a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção”, isto é, os usuários podem acompanhar as mensagens divulgadas nas redes e, a partir disso, criar novos conteúdos a serem compartilhados, podendo se destacar e adquirir maior visibilidade frente às milhares de mensagens compartilhadas a todo momento pelos demais indivíduos, que interagem no mesmo espaço.

Esse papel misto de recepção e produção de conteúdos que os usuários podem adotar no ambiente das redes sociais digitais dá origem a processos diferenciados de busca por socialização, entendendo-se que, em um espaço como esse, o ato de se informar e, conseqüentemente, adquirir ideias para novos conteúdos, “deixa de ser apenas um ato racional e objetivo para se tornar também uma atividade de interação que possibilita um ‘estar aí’ e uma forma de participação à distância” (DI FELICE, 2011, p. 122). Essa mudança ocorre no ambiente digital como um todo com a chegada da Web 2.0 e, mais especificamente, das redes



sociais como o Facebook e o Instagram, por exemplo (DI FELICE, 2011, p. 122).

Neste momento do ambiente digital, assim como na vida cotidiana do mundo *off-line*, que trataremos aqui como o mundo físico, os usuários buscam se relacionar com outros indivíduos e com o ambiente à sua volta “com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade” (HELLER, 1972, p. 17). Ao fazer isso, ele acaba expondo “todos os seus sentidos, todas as suas capacidades intelectuais, suas habilidades manipulativas, seus sentimentos, paixões, ideias, ideologias” (HELLER, 1972, p. 17), o que pode ser observado nos conteúdos e fotografias realizadas e compartilhadas, resultado de um estilo específico e da identidade de quem faz o registro, selecionando os filtros, ângulos, objetos e composições ideais para transmitir uma mensagem determinada e pré-planejada para os demais usuários (COELHO, 2016).

Aliado a esse processo de socialização fundado no uso dos sites de redes sociais, o avanço das tecnologias digitais, no formato de smartphones e tablets cujas telas atuam como mediadoras das ações diárias, faz com que os usuários estejam cada vez mais conectados, caracterizando uma cultura da interação, que marca “as gerações que nasceram já no interior dos contextos midiáticos digitais – os “nativos digitais” – e vem substituir a cultura e as estéticas do espetáculo que marcaram as gerações do cinema e da TV” (DI FELICE, 2011, p. 102).

Essa cultura da qual trata Di Felice acaba por “marcar o cotidiano e a existência das novas gerações que vivem em contextos sociais e midiáticos digitais e promete alterações qualitativas na política, na democracia e na forma de pensar a sociedade” (DI FELICE, 2011, p. 102), tratando de práticas no ambiente digital e as implicações que estas podem trazer para a vida dos usuários, por promoverem novas relações sociais e culturais com o mundo que os cerca. Mediadas pelas novas tecnologias digitais, estas relações ocorrem com a eliminação das barreiras geográficas, possibilitando maior exposição e interação com diferentes



peças a qualquer momento, através do consumo de símbolos e elementos culturais para a produção de fotografias e mensagens.

### **3 Aplicativos digitais e o surgimento do *flâneur* tecnológico/digital**

A partir das mudanças proporcionadas pelo surgimento e avanços das tecnologias digitais citadas, é possível também perceber implicações na atividade fotográfica, da qual tratamos no início deste artigo. “Com a fotografia, o valor expositivo começa a impelir para o segundo plano, em todos os níveis, o valor de culto” (BENJAMIN, 1990, p. 255), marcando a passagem da pintura para o registro fotográfico como uma prática de exposição de visões de mundo e valores que pode trazer reconhecimento para seus autores.

Com os avanços das tecnologias digitais, vemos a passagem de uma época que exigia dos eventuais fotógrafos uma capacitação envolvendo o manuseio de materiais, escolha das películas, trabalhos no laboratório de revelação, habilidades além das aptidões criativo-artísticas, para outra na qual ocorre a eliminação de algumas etapas do processo analógico. Possibilitados por esta mudança, que envolve tanto o barateamento quanto a facilidade de manuseio dos equipamentos para o uso mais geral, vemos uma ampliação da atividade fotográfica, embora produções mais elaboradas ainda exijam conhecimentos específicos e programas mais sofisticados.

Os avanços tecnológicos também permitiram que a atividade fotográfica, além de se constituir como manifestação artística de registro do mundo, pudesse ser utilizada como uma forma de expressão sobre os valores e identidades do usuário-fotógrafo que transmite, nas imagens compartilhadas nas redes sociais, suas opiniões sobre determinados assuntos e, com isso, se insere em um contexto de socialização no qual se torna parte de um grupo maior (COELHO, 2016). Ao compartilhar seus registros, entendemos haver também um processo de consumo e



apropriação simbólica dos elementos presentes nas imagens, com os quais os usuários transmitem determinadas mensagens e defendem certas posições sociais e políticas aos demais indivíduos que compartilham do mesmo espaço virtual, constituindo naquilo que denominamos uma construção identitária (COELHO, 2016).

Tomando como base o que diz Martín-Barbero (2006, p. 54), falando a partir de Castells: “o que está mudando não é o tipo de atividades nas quais participa a humanidade, mas, sim, sua capacidade de utilizar como força produtiva o que distingue a nossa espécie como rareza biológica, sua capacidade de processar símbolos”, pode ser observado no uso que se faz de aplicativos como o Instagram. Disso depreendemos que o desenvolvimento das plataformas digitais como espaço de comunicação inaugura uma nova fase da atividade fotográfica na medida em que a fotografia se torna um suporte para uma linguagem explícita de interação para os usuários destas plataformas.

Em espaços como o Instagram, os usuários ressignificam símbolos que circulam em seus cotidianos e elaboram representações fotográficas a serem compartilhadas, transmitindo, por meio de uma seleção e organização intencional, seus valores, gostos, posições sociais e outros elementos, conforme a identidade desenhada para este compartilhamento. Com base nisso, o ambiente do Instagram também pode ser considerado como um espaço comunicacional, no qual os usuários, além da construção de seus perfis digitais e do compartilhamento de fotos, também trocam informações com os demais indivíduos que ocupam aquele mesmo espaço, formando grupos, criando expressões, transmitidas na forma de *hashtags*, e estabelecendo processos de socialização.

Ao selecionar os elementos, objetos e símbolos que irão compor as fotos compartilhadas nos perfis digitais de cada usuário, em um processo de ressignificação e busca por novas simbologias e sentidos, remetemos nossa discussão ao conceito do *flâneur* benjaminiano (1991) em suas



perambulações em meio às multidões pelas ruas e galerias de Paris, observando comportamentos e situações para adquirir novas experiências (BENJAMIN, 1991). Por meio da atividade fotográfica, abre-se a ele a possibilidade de enxergar novos caminhos de representação dos acontecimentos e registrá-los instantaneamente, fazendo recortes de elementos que representam costumes e culturas do espaço a que pertence, para então registrá-los e compartilhá-los no ambiente digital, tornando o que observa em sua *flanêrie* acessível a um público maior.

Baseando-se na posição desse fotógrafo-observador/*flâneur*/fotógrafo como um indivíduo ativo, que durante suas perambulações e registros fotográficos também busca perceber os valores e simbolismos presentes nos elementos que compõem suas imagens, é possível remeter ao observador definido por Crary (2012, p. 15), que não é só “aquele que vê”, mas principalmente, “aquele que vê um determinado conjunto de possibilidades, estando inscrito em um sistema de convenções e restrições”. No entanto, esse sistema de que fala Crary não se trata apenas da sociedade em que vive o indivíduo no mundo físico, e dos momentos que vivencia em seu cotidiano. Ele também abarca as atividades, discussões, costumes e experiências que observa e experimenta no ambiente digital. Trata-se de elementos simbólicos que constituirão as postagens e significados que são transmitidos àqueles que compartilham dos mesmos espaços sociais.

Ao unirmos os conceitos abordados por Crary e Benjamin, entendemos que o observador *flâneur*, ao registrar um momento, mobiliza seus valores, opiniões e visões sobre aquilo que observa durante suas perambulações, refletindo, obviamente, a cultura em que está inserido. Isto posto, em se tratando de um ambiente digital pelo qual usuários de todo o mundo compartilham conteúdos, signos e simbologias a todo momento, entendemos aqui uma mudança conceitual na qual podemos apresentar o *flâneur* tecnológico/digital que, possibilitado pelas tecnologias digitais e móveis, realiza uma junção de suas perambulações



pelos espaços das cidades às suas passagens pelos inúmeros sites presentes na internet, e une os diversos elementos com os quais entrou em contato para a produção de novos materiais e conteúdos.

Da mesma forma como ocorre com o *flâneur* benjaminiano, que busca nas ruas e multidões de Paris um refúgio para a vida em sociedade, perambulando pelas esquinas e observando as vitrines das galerias e os rostos dos transeuntes, o *flâneur* tecnológico/digital transfere estes valores para o ambiente da Web, ao percorrer os sites e outros espaços virtuais de forma a apreciar as postagens e discussões iniciadas pelos demais indivíduos. Da mesma forma que era realizado no conceito desenvolvido originalmente por Baudelaire, o novo andarilho digital realiza suas atividades de forma a se sentir pertencente àquele ambiente, fazer parte das discussões e dos grupos, não necessitando, necessariamente, de uma interação ou produção para este fim.

Em um ambiente como o Instagram, por exemplo, ao perambular pelos diferentes perfis, *feeds* e *hashtags*, que funcionam como vitrines de simbolismos e valores de seus autores (COELHO, 2016), o *flâneur* tecnológico/digital se coloca como pertencente àquele ambiente, participando na recepção dos conteúdos e mensagens transmitidas. Além disso, durante este processo de *flânerie*, pode também absorver e se apropriar de imagens e simbolismos presentes nas fotos e em outros cantos da Web, como outros sites de redes sociais, para então produzir seus próprios conteúdos, em um processo que ultrapassa o conceito abordado por Benjamin (1991).

Embora não seja obrigatório, este processo se faz presente pois, diferentemente das ruas de Paris no século XIX, o ambiente digital de redes como o Instagram é pautado por práticas sociais; logo, manter distanciamento da produção e compartilhamento de conteúdos pode levar a um sentimento de exclusão, de não-pertencimento (COELHO, 2016). A tendência da espetacularização, como aborda TÜRCKE (2010, p. 13), coloca os indivíduos neste cenário em que a produção e o compartilhamento de



conteúdos, valores e opiniões são sinônimos de pertencimento, de atualização, para evitar “um desligamento do fluxo geral de informação, uma estagnação profissional, uma desolação da alma ou o desemprego” (TÜRCKE, 2010, p. 13).

Considerando os aspectos abordados acima, entendemos o *flâneur* tecnológico/digital como alguém que faz parte do ambiente virtual em suas perambulações e processos de recepção, mas também se insere no sistema produtivo presente nos campos de comentários e perfis digitais. Em conjunção ao conceito benjaminiano, ele observa a vida dos demais usuários, conhece suas histórias, suas opiniões, e cria um senso de comunidade dentro daquele universo, em se tratando tanto de espaços como o Instagram e Facebook, como em fóruns de discussão, campos de comentários em portais de notícias e outros ambientes presentes na Web.

#### **4 Considerações finais**

Em se tratando de um ambiente digital pautado na produção e consumo de conteúdos para fins de socialização e sentimento de pertencimento a grupos e causas, entendemos que os sites e aplicativos de redes sociais, como o Instagram, se instauram como ambientes abertos à exposição de comportamentos, valores e identidades. Por meio da produção e compartilhamento de imagens produzidas pelos usuários, percebemos haver uma troca de experiências com os demais indivíduos que habitam o mesmo espaço e consomem os conteúdos publicados, dotando-os de significados que, logo, são associados aos autores das fotos, em um processo de construção identitária.

Partindo da discussão iniciada por Benjamin, entendemos que as novas tecnologias e espaços digitais serviram para facilitar o acesso à atividade fotográfica e possibilitar o compartilhamento de reproduções de mundo da perspectiva dos indivíduos usuários. Além disso, também impulsionaram uma mudança comportamental a partir da qual os



usuários, ao perambularem pelos espaços, tanto físicos quanto digitais, o fazem com o objetivo de buscar por elementos e signos para compor suas postagens, que aqui nos referimos como um processo de *flânerie* tecnológica/digital. Neste ponto, entendemos o ato de produzir e postar fotos como parte de uma dinâmica que impacta, não só no processo de socialização entre os usuários dentro dos sites de redes sociais, mas também em seus cotidianos fora do ambiente digital, onde ocorre uma busca constante por elementos que possam ser registrados e compartilhados.

Com base nisso, entendemos o processo de *flânerie* tecnológico/digital como uma perambulação ligada a uma lógica de produção e consumo de mensagens no ambiente digital possibilitada pela atividade fotográfica. O que antes era uma forma de manifestação artística e de reprodução de visões de mundo se torna, sob o âmbito das redes sociais digitais analisado neste artigo, uma atividade puramente social e de criação e compartilhamento de comportamentos e identidades. Dessa forma, percebemos uma atualização dos conceitos abordados originalmente por Benjamin frente aos avanços das tecnologias digitais e os comportamentos adotados pelos indivíduos em seu uso, havendo uma ressignificação do ato da *flânerie* e do registro fotográfico em si, agora partes de um processo de socialização, pertencimento e exposição de comportamentos e valores.

## Referências

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. *In*: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 239-286.

BENJAMIN, Walter. Paris, capital do século XIX. *In*: BENJAMIN, Walter. **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1991. p. 53-67.



BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. *In*: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 91-107.

BRUNS, Axel. The produsage game: Harboring the hive of Producers. *In*: BRUNS, Axel. **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage**. New York: Peter Lang, 2008. p. 289-312.

BUSSO, Mariana Patricia. Foros online o como dar cuenta de la identidad conectada. *Letra, imagen*. **Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada**, Buenos Aires, v. 10, p. 15-28, jul./dez. 2013.

CANCLINI, Néstor García. A cultura extraviada nas suas definições. *In*: CANCLINI, Néstor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. p. 35-54.

CASTELLS, Manuel. Criatividade, inovação e cultura digital: um mapa de suas interações. *In*: MORAES, Dênis de (Org.). **Mutações do visível: da comunicação de massa à comunicação em rede**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. p. 183-190.

COELHO, Pietro Giuliboni Nemr. **Fotos, fachadas e personas: A construção identitária por meio do uso do aplicativo Instagram**. 2016. 93 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2016.

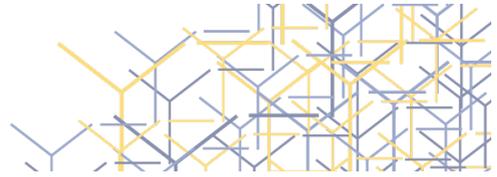
CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DI FELICE, Massimo. As redes e as dimensões tecnocolaborativas do social. *In*: CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo (Org.). **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011, p. 100-128.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

LEMO, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. *In*: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade mediatizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 51-79.



MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Mapa noturno para explorar o novo campo".  
*In*: MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p. 287-307.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *In*:  
CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006,  
Brasília, DF. **Anais [...]**. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2006.  
Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1916-1.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2021.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**: filosofia da sensação.  
Campinas: Unicamp, 2010.