



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

GABRIEL LOPES BORGES

INSTAGRAM SOBRE ARTE URBANA E ARQUITETURA EM GOIÂNIA

GOIÂNIA – GOIÁS
2023

GABRIEL LOPES BORGES

INSTAGRAM SOBRE ARTE URBANA E ARQUITETURA EM GOIÂNIA

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade de produto comunicacional apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Prof. Dr. Murilo Gabriel Berardo Bueno

GOIÂNIA – GOIÁS
2023

GABRIEL LOPES BORGES

INSTAGRAM SOBRE ARTE URBANA E ARQUITETURA EM GOIÂNIA

Data da Defesa: 29 de novembro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Dr. Murilo Gabriel Berardo Bueno

Avaliadoras: Dra. Márcia Regina dos Santos Brisolla

Avaliadora: Dra. Patrícia Quitero Rosenzweig

RESUMO

Este produto comunicacional apresenta o processo de criação de uma página no Instagram com galeria virtual de fotos e vídeos postados no Reels e Stories. Deste modo, ao publicizar tais conteúdos a pretensão é resolver um problema de comunicação acerca da falta de valorização das potencialidades artísticas da cidade de Goiânia, sejam elas eruditas como a Art Déco, sejam populares como o Grafite, ambos vinculados aos espaços da cidade, com estéticas características da metrópole Goianiense. Para tanto, observou-se como o poder público, o mercado e a sociedade lidam com essas expressões artísticas. Com base nas teorias e práticas consolidadas durante o curso de Publicidade e Propaganda demonstra-se aqui a relevância cultural e social da criação da página do Instagram.

Palavras-chave: comunicação; publicidade e propaganda; Art Déco; Arte Urbana.

ABSTRACT

This communication product presents the process of creating an Instagram page with a virtual gallery of photos and videos posted on Reels and Stories. Therefore, by publicizing such content the intention is to solve a communication problem regarding the lack of appreciation of the artistic potential of the city of Goiânia, whether erudite such as Art Déco or popular such as Grafite, both linked to the city's spaces, with characteristic aesthetics of the Goianiense metropolis. To this end, it was observed how public authorities, the market and society deal with these artistic expressions. Based on the theories and practices consolidated during the Advertising course, the cultural and social relevance of creating an Instagram page is demonstrated here.

Keywords: communication; advertising and marketing; Art Deco; Urban art.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –Edifício em Miami.....	09
Figura 2 – Edifício Art Déco em Goiânia.....	10
Figura 3 – Street Art em Goiânia – Beco da Codorna.....	10
Figura 4 – Página GYN Arte Déco.....	23
Figura 5 – Postagem Museu Zoroastro Artiaga.....	24

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA.....	09
2	DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	15
3	EMBASAMENTO CIENTÍFICO	16
3.1	Arte urbana.....	16
3.2	Fotografia de rua.....	16
3.2	Webdocumentário e vídeos para internet.....	17
4	RECURSOS NECESSÁRIOS.....	20
4.1	Publicações.....	20
5	PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO.....	21
6	PROCESSO DE VERIFICAÇÃO.....	23
	CONCLUSÕES.....	25
	REFERÊNCIAS.....	26

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

Arte urbana é uma palavra cuja significação ainda não é consenso entre pesquisadores, embora seja aplicabilidade em diversos campos, como concepções arquitetônicas, desenhos no espaço urbano, intervenções, instalações, afrescos, pinturas, esculturas, mosaicos, entre outros.

O que se pode considerar como ponto de encontro entre as estéticas é a composição da atmosfera e dinâmica das cidades, que por vezes segue um planejamento, muitas vezes extrapolado pelo humano. Por outras ocasiões nasce justamente no desencontro, no caos, no turbilhão do movimento da cidade, como uma estética do “entre”, situada no limiar entre a dureza dos monumentos, ruas, pontes e a dinâmica da subjetividade por onde nascem os movimentos e expressões.

A aparência multiforme onde o erudito, o popular e as múltiplas manifestações coexistem são sobretudo maneiras de conceber e transformar a espacialidade e ao mesmo tempo ressignificando símbolos e usos de cada elemento e lugar no complexo cultural urbano. Surgem aí criações arquitetônicas, formas artísticas eruditas como o Art Déco, Street Art como o grafite, muralismo, arte moderna, arte contemporânea, entre outros que são discutidos durante o trabalho.

Figura 1: Edifício em Miami



Edifício Chrysler. Fonte: Archdaily¹

¹ Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/971344/o-que-e-arquitetura-art-deco>

Em Goiânia, pode-se notar o contraste simbólico entre a arquitetura colonial, de característica histórica trazida pelos bandeirantes, com o Art Déco trazido por Pedro Ludovico Teixeira, fundador da cidade de Goiânia, inspirado no estilo parisiense. É possível encontrar ainda prédios modernos e contemporâneos, esculturas como o Monumento às Três Raças, da artista plástica Neusa Moraes, vários grafites nos jardins do Setor Sul, no Beco da Codorna situado no Centro de Goiânia e embaixo de viadutos, pontes, muros, formando uma verdadeira galeria a céu aberto.

Figura 2:Edifício Art Déco em Goiânia



Teatro Goiânia². Fonte: TV Anhanguera

Figura 3: Street Art em Goiânia – Beco da Codorna



Fonte: Jornal O Popular³

² Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/tvanhanguera/no-balaio/noticia/conheca-locais-encantadores-em-goiania-no-estilo-art-deco.ghtml>

³ Disponível em: <https://opopular.com.br/magazine/beco-da-codorna-esta-de-cara-nova-em-goiania-veja-fotos-1.2468740>

Diante desse panorama, torna-se relevante trazer ao cidadão goianiense o conhecimento sobre cada momento histórico aliado a singularidade dos estilos que moldam e recriam a cidade. Outrossim, o presente produto enfoca a criação de uma galeria fotográfica e videográfica utilizando-se da rede social Instagram, a fim de atingir vários públicos e despertá-los para a valorização destes espaços.

Goiânia é uma cidade com galerias de arte a céu aberto. Considerada como detentora do segundo maior patrimônio arquitetônico Art Déco do mundo, perdendo apenas para Miami. Entretanto, a cidade carece de restauros, educação da população acerca da preservação e manutenção dessa estética e divulgação das potencialidades artísticas locais.

Grande parte dos prédios em Art Déco está coberta de poluição visual, fachadas de loja, quando não são reformados e/ou demolidos, sem a mínima noção da importância de preservar esse acervo. Nos arranha-céus da cidade, especialmente na região central, encontram-se pinturas de personalidades goianas como o humorista Geraldinho e outros símbolos do patrimônio cultural do estado de Goiás.

Além disso, é possível encontrar espaços como o Beco da Codorna, composto por vários grafites e palco de visitas, ensaios fotográficos, realização de eventos culturais. Nos antigos jardins do Setor Sul da cidade, em que as casas fecharam seus fundos comunitários e deixaram os espaços de arborização abandonados, artistas fizeram várias obras de grafite. O local, chamado de Bacião, também constitui um ponto que equivale a uma galeria aberta da capital.

Outro estilo que coexiste na cidade é o colonial. No setor Campinas, antiga cidade que se unificou com Goiânia, há inúmeras casas que mantêm esse estilo, embora não seja uma arquitetura predominante na capital de Goiás.

Todavia, mesmo havendo projetos e tombamentos grande parte desse acervo não está restaurada, seja por falta de políticas públicas que trabalhem para além da revitalização e pensem em restauro, seja por falta de divulgação do patrimônio arquitetônico e artístico da cidade por parte da população, bem como falta de conhecimento da própria história da cidade.

Diante das informações apresentadas, pode-se concluir que há desconhecimento acerca da arte urbana em Goiânia, o que gera pouca valorização por parte da sociedade e isso se reflete na baixa quantidade de restauros. Há ações da prefeitura, no entanto, estas não suprem o problema de fazer algo para promover a educação da população para evitar depredação e despertar para a importância da

arte para gerar turismo, renda e difundir a identidade cultural da cidade. Além de haver uma necessidade dos jogadores em encontrar os outros que estão disponíveis para jogar e falta apenas um pequeno empurrão para que eles possam começar suas sessões juntos.

Neste sentido, a página GYN Art Déco (@gynartdeco) enfrenta dois desafios específicos conforme exposto abaixo.

1. Como agregar e organizar informações acerca do patrimônio artístico da cidade, de forma a promover o entretenimento de maneira lúdica, que desperte o interesse da população pela arte urbana de Goiânia?

2. Como registrar e categorizar acervos artísticos e arquitetônicos? Essas questões motivaram a busca de respostas e proposta de solução para composição do produto.

A proposta de página do Instagram tem como objetivo geral difundir informações acerca da arte urbana em Goiânia em suas diferentes modalidades, seja ela pelo patrimônio arquitetônico, seja por grafites, esculturas, entre outros, de modo a chamar atenção para a valorização do patrimônio e identidade artística regional.

Para reunir informações, conteúdo sobre cada estilo, produção fotográfica e audiovisual, desenvolveu-se categorias de postagem de acordo com o tipo de arte e conteúdo. Alterna-se assim não apenas os temas, mas o tipo de entrevistado, que pode ser um arquiteto, artista, professor, estudante universitário, representante do poder público, entre outros. O intuito é fazer com que o conteúdo artístico dialogue com o público goianiense a fim de angariar interessados na difusão e defesa do patrimônio cultural da cidade. As fotos e vídeos poderão ser repostados e usados pelos seguidores, desde que estes deem o devido crédito ao artista/publicitário.

Da mesma forma serão divulgadas e discutidas as ações do poder público acerca da preservação desses bens simbólicos da arte urbana de Goiânia. Com isso, criarei outra oportunidade para os usuários conhecerem o patrimônio da cidade, bem como as iniciativas do poder público para que possam cobrar a preservação e valorização. Alguns temas serão apresentados, tais como a diferença entre revitalização e restauro, as galerias abertas em espaços urbanos, citando exemplos no mundo e de como esses projetos de urbanismo poderiam ser feitos regionalmente.

Os usuários poderão trazer ideias para que o idealizador da página interaja com esse target e realize uma troca de conteúdo e diálogo, além de expor o seu trabalho. Vale ressaltar que as marcas podem patrocinar e anunciar na página, desde

que seus ideais estejam alinhados à proposta do perfil do Instagram. De acordo com os dados supramencionados, há uma desvalorização do patrimônio cultural da cidade de Goiânia, com ênfase na arte urbana, problema este que é fruto do desconhecimento de toda perspectiva história e da importância de se preservar e difundir a identidade material e imaterial regional.

Na sequência são apresentados os 19 espaços⁴ arquitetônicos em estilo Art Déco tombados pelo Iphan.

Goiânia – Casa de Pedro Ludovico Teixeira

Goiânia – Coreto

Goiânia – Delegacia Fiscal

Goiânia – Fontes Luminosas

Goiânia – Fórum

Goiânia – Museu Zoroastro Artiaga

Goiânia – Obeliscos

Goiânia – Palácio do Governo

Goiânia – Procuradoria-Geral do Estado

Goiânia – Secretária-geral

Goiânia – Relógio da Av. Goiás

Goiânia – Tribunal Eleitoral

BENS ISOLADOS:

Goiânia – Escola Técnica Federal de Goiás

Goiânia – Estação Ferroviária

Goiânia – Lago das Rosas

Goiânia – Liceu de Goiânia

Goiânia – Prédio do Grande Hotel Goiânia – Teatro Goiânia

NÚCLEO PIONEIRO DE CAMPINAS:

Goiânia – Antigo Palace Hotel

Goiânia – Sede do Fórum e da Prefeitura Municipal de Campinas

Goiânia – Escola de Dança Gustav Ritter

Goiânia – Torre e arquibancada do estádio Antônio Accioly

⁴ disponível em: <https://www.ipatrimonio.org/goiania-acervo-arquitetonico-e-urbanistico-art-deco-de-goiania/#!/map=38329&loc=-16.6798400000001,-49.25515600000014,17>

Além disso, há outros pontos com traços de arte urbana, como o Beco da Codorna, restaurado recentemente, um ponto turístico da cidade e palco da realização de eventos culturais, ensaios fotográficos e gravações.

Entende-se que a preservação e valorização surge do conhecimento e da noção de pertencimento, por isso, torna-se importante que a população veja a arte urbana da cidade como sua própria identidade, ou seja, isso remete ao sentido de fazer parte de algo coletivo que compõem sua estrutura identitária individual.

Em resposta a isso, a página do Instagram e os conteúdos audiovisuais desenvolvidos para serem expostos nela se propõem a resolver a questão do desconhecimento e da desvalorização de artefatos, pinturas e monumentos urbanos por parte da população. Além das estéticas já conhecidas e mencionadas, há casas antigas que podem ser divulgadas, artistas entre outros.

2 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A GYN Art Déco consiste no desenvolvimento de um acervo fotográfico e audiovisual para exposição. Assim sendo, a curadoria de conteúdo propõe separar as postagens por temáticas para divulgação semanal, com teor descritivo.

As fotos e vídeos são postados de maneira intercalada e o formato compartilhado no Reels do Instagram poderá ser composto tanto por imagens quanto por vídeos da cidade. Além disso, a linguagem proposta deve ser acessível, de forma a dialogar com um público abrangente, a fim de levar conhecimento da arte urbana para a população em geral, fora de um padrão de comunicação elitista. Os seguidores da página podem conseguir acessar a exposição fotográfica e vídeos para web em formato de mini documentários.

A página apresenta conteúdo expositivo de todo acervo em estilo Art Déco existente em Goiânia e ainda, contempla a arte urbana. Pretende-se com isso atrair esse público e levá-lo a participar de debates para preservação e valorização do patrimônio da cidade de Goiânia.

Toda a produção de conteúdo reflete o senso artístico e estético do seu idealizador. Notadamente, a publicização requer planejamento criterioso a fim de estabelecer uma comunicação afetiva com o usuário. Pretende-se assim criar uma verdadeira experiência de aprendizado e troca de informações, em um único perfil do Instagram.

Uma dimensão relevante refere-se ao contraste das edificações mantidas em sua forma original em função da diminuição da especulação imobiliária no centro da cidade. Tal fato contribuiu para a manutenção de alguns espaços, especialmente os de Art Déco, se mistura com projetos arquitetônicos abandonados.

Esta reflexão possibilita visualizar as obras embargadas como espaços propícios a intervenção de artistas contemporâneos e artistas de rua, onde o humano traz novos contornos ao fluxo da cidade planejada, que acaba por extrapolar essa racionalidade e utopia de se pensar um espaço organizado, perfeito, simétrico, como se isso fosse possível. Dessa forma, a própria capital do Estado de Goiás torna-se cenário de um jogo de descobertas que difundida de forma gamificada amplia o interesse da população em descobri-la e explorar os espaços explícitos ou escondidos, onde o aspecto artístico sobrevive.

3 EMBASAMENTO CIENTÍFICO

3.1 Arte urbana

A arte urbana, como citado anteriormente, não tem uma definição clara. Por isso, engloba diversas expressões artísticas que marcam a cidade ao longo dos tempos. A arte urbana está correlacionada com “intervenções gráficas que operam sobre as superfícies que limitam o espaço público da cidade” (PUERTA; ANDREY, 2019, p.2 - Tradução Nossa).

Nesse sentido, toda intervenção artística, seja ela pictórica, arquitetônica, escultural na espacialidade da cidade corresponde a uma arte urbana. Esse conceito abrange todo o constructo metropolitano, de ruas, prédios, túneis, viadutos, fachadas, entre outros.

Outrossim, vale dizer que a arte urbana é parte do território urbano, no qual há uma conexão entre as pessoas e a cidade. A arte vem trazer uma configuração de significados e simbolismo para aquele local. O espaço urbano que serve para socializar, interagir, se comunicar, portanto, torna-se um espaço ideal para a expressão artística.

A cidade é campo visual onde a arte urbana ganha destaque, pois, desde a antiguidade o conjunto urbano fomenta um espaço criador de artes. Como essas cidades são locais não só de permanência, mas de passagem de muitos, faz-se com que as artes surjam com mais intensidade nesse perímetro.

3.2 Fotografia de rua

A fotografia de rua consiste no registro produzido por meio de um aparelho fotográfico, seja uma câmera ou um smartphone, de situações cotidianas e momentos espontâneos que surgem na cidade. Neste tipo de produção, o fotógrafo se posiciona nas vias de tráfego que funcionam como artérias e veias no grande corpo da cidade conduzindo o olhar para produzir uma representação e interpretação da urbanidade. De acordo com Stuart (2019), a relação do espaço com pessoas é importante, especialmente quando se pensa em performances do cotidiano e das interações, significações e ressemantização desses locais de interatividade.

Todavia, construir um olhar dessa dinâmica significa, segundo a autora, captar, de forma análoga, os rastros dessa intervenção e constante construção. Quando se trata de arte urbana, a fotografia possui potencial de registro e memória de uma profusão de monumentos em uma grande tela urbana que nunca se acaba e está sempre sendo reconstruída. Da mesma forma, a leitura fotográfica da rua significa uma reconstrução e transformação dessas obras, com metalinguagens, metáforas visuais, redes de significação criadas pelo próprio artista.

Assim, mesmo possuindo caráter pedagógico e um objetivo de comunicação informativa ao público com vistas a motivá-los a defender o patrimônio artístico e regional de Goiânia, não se pode ignorar o potencial da própria representação que o encontro do fotógrafo com os monumentos e obras de arte pode produzir em termos de arte. Neste sentido, pretende-se trazer referências estáticas e um olhar ao mesmo tempo informativo e representativo, dado que, é impossível representar sem inserir a subjetividade e as referências do artista que produz a imagem.

3.3 Webdocumentário e vídeos para internet

Embora a etimologia da palavra venha de documento, trata-se de uma representação audiovisual argumentativa que utiliza de pessoas do cotidiano chamadas de atores sociais para embasar teorias, discussões e biografias. O olhar do cineasta faz parte desse processo e torna possível a inserção de filtros ideológicos de tratamento dessas documentações audiovisuais (NICHOLS, 2005).

Toda essa proposta surge na mise-en-scène fílmica, que seria a encenação do ponto de vista da câmera, a abertura da objetiva, a iluminação, a narrativa sonora, a edição, cuja seleção de fragmentos e justaposição de entrevistas e cenas de cobertura marca o ponto de vista do próprio realizador acerca do assunto abordado.

Outro ponto importante a ser ressaltado refere-se as narrativas documentais que podem ser misturadas com trechos de ficção e animação, pois, como produto audiovisual esse tipo de representação também é um processo de construção livre para intervenção.

Existem questões éticas acerca da veracidade dos dados e respeito aos entrevistados, porém, é consenso o entendimento de que o resultado dessa experiência estética estará sempre alinhado às percepções de quem o produziu.

Tradicionalmente, segundo Nichols (2005) existem estilos de documentário que foram sendo testados por realizadores e se tornaram modelos para outros cineastas. Esses seis modos de representação são: expositivo, poético, performático, participativo, observativo e reflexivo. É possível que esses estilos sejam combinados e recriados.

O documentário expositivo apresenta caráter pedagógico, geralmente, com uso de narrador em voz off (voz de Deus) ou extradiegética, ou seja, a fala com caráter de autoridade que interpreta as imagens sem que o emissor apareça. Muito usado nos primeiros documentários de cunho etnográfico para apresentar diferentes culturas colocando o realizador na posição de desbravador. Exemplo: *Nanook do Norte*, onde o povo esquimó foi retratado de forma pedagógica.

O modo poético usa de licença criativa do diretor para justapor os planos a partir de relações e padrões metafóricos, criativos, de acordo com suas escolhas. Subverte assim, segundo Nichols (2005), as convenções tradicionais da montagem cinematográfica. O conteúdo, embora parta de registro de atores sociais é trabalhado de forma livre, engendrando sentidos outros além do pragmatismo do documentário tradicional.

O documentário observativo, de acordo com Nichols (2005), tem como importância o que está acontecendo em frente às câmeras. O cineasta não interage com o que está passando. Ele mostra o acontecimento sem praticamente nenhuma intervenção, não utilizando montagens prévias antes da gravação, os equipamentos não aparecem. A metáfora usada pelo autor é “a mosca na parede” para se referir a câmera e dispositivo de captação de som que não podem ser vistos. A utilização do plano sequência e montagem continuada também marca esse estilo documental. Tal modelo foi criado após a década de 60, onde as câmeras passam a ser mais leves e captar o som ambiente, não sendo mais necessária a voz em off do narrador, mostrando o que realmente estava se passando.

O estilo performático trabalha com a performance da imagem, da montagem e dos elementos estéticos. A ênfase é na própria experiência estética do cineasta e nas visões de mundo exploradas pelo documentário. Exemplo: *Koyaanisqatsi*. Direção: Godfrey Reggio (EUA).

O estilo participativo, também conhecido como “cinema verdade francês”. O cineasta tem papel importante nas escolhas e parece participar realmente do documentário, como um entrevistador dos atores sociais. Também criado após a

década de 60. Cria-se um estilo no qual a ficção e a não-ficção se misturam e muitas vezes os atores sociais recriam suas narrativas, encenam e reconstituem situações a fim de mostrá-las. Jean Rouch é um dos precursores desse estilo.

O estilo reflexivo reflete sobre a própria estrutura do documentário e seu processo de representação. Não mostra e discute assuntos e situações, mas, formas de representação acerca de determinados assuntos. Explicita assim a intervenção do cineasta. Exemplo: *Jogo de Cena*. Direção: Eduardo Coutinho.

O webdocumentário é uma evolução do documentário e pode ser veiculado não somente nos cinemas e televisão, mas, também na internet. Neste tipo de produção, o documentário como gênero cinematográfico possui algumas linguagens que estão ligadas a hipermídia que é a internet. (AMORIM; BALDI, 2013).

O webdocumentário, segundo Bauer (2018) é “a mistura de diferentes meios: textos, fotos, gráficos, áudios, vídeos e animações.” Para sua criação, faz-se necessário uma pesquisa antes da produção na qual se define alguns parâmetros da gravação, local, o que será gravado, se haverá ou não entrevistas, o tipo de voz a ser empregado e se terá voz, se haverá sonoplastia, dentre outros.

Por sua vez, utiliza-se dos estilos de documentário, conforme citado anteriormente, entretanto, são adicionadas outras informações na plataforma onde o conteúdo é postado. Outra característica desse formato para Web refere-se a duração, geralmente em formato de curta metragem, vídeo de minuto ou pílulas documentais de curta duração com discussões fragmentadas sobre determinado assunto. Essa última modalidade corresponde ao estilo de documentário utilizado na composição do Instagram do presente trabalho. Desta maneira, a proposta focaliza a construção de uma galeria virtual multimídia com exposição fotográfica e audiovisual de entrevistas, apresentação das obras de arte com imagens e voz off, tudo isso, acompanhado por legendas, hiperlinks para que o leitor ou usuário navegue por outras plataformas e busque mais informações, caso deseje.

4 RECURSOS NECESSÁRIOS

4.1 Publicações

Para produzir o projeto proposto faz-se necessário a colaboração de um profissional para administrar as redes, gerir horário de frequência de postagem, organização dos conteúdos.

A produção fotográfica e delimitação de pautas partirá de pesquisa prévia e observação pela cidade e registro fotográfico com câmera do iPhone 14 Pro do autor.

Esse momento será seguido de curadoria das fotos (edição, seleção) e tratamento de contraste, nitidez e correção de cores a fim de trazer uma unidade estética para as postagens.

Os vídeos serão gravados no iPhone do publicitário e editados no aplicativo mobile CapCut, quando as imagens que forem captadas, serão editadas no aplicativo mobile Lightroom.

5 PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO

No processo de concepção e implementação deste projeto, as postagens foram planejadas seguindo algumas etapas. Primeiramente, foi elaborado o plano de postagens com uma breve descrição de cada conteúdo, as legendas, e o formato (foto ou vídeo).

O plano de postagens é determinante para a produção do roteiro de filmagens. Com este escopo torna-se possível reunir os locais próximos para serem gravados no mesmo dia e horário e isso contribui para garantir a melhor iluminação natural para a produção de fotos e vídeos.

O intuito do conteúdo da página focaliza mostrar a atual situação dos monumentos em estilo Art. Déco e arte urbana a fim de dar visibilidade para esse tesouro cultural pertencente a cidade de Goiânia, mas, também denunciar possíveis necessidades de restauração.

Para criação de um plano de postagens, inicialmente, foram reunidas todas as ideias de postagens que foram surgindo. Todavia, a análise da viabilidade, neste processo, foi outro fator relevante, afinal, toda o conteúdo é produzido através de um iPhone.

Assim, foram selecionados todos os lugares relacionados a temática do projeto, bem como, foram definidos os tipos de postagens para cada lugar e a redação das legendas das postagens. Conforme foram acontecendo as gravações, ideias iam surgindo, conseqüentemente, o plano de postagens foi sendo alterado com novas postagens.

O primeiro dia de gravação foi no Coreto, no Relógio da Av. Goiás e no Grande Hotel. As postagens do Coreto e do Grande Hotel apresentam conteúdo de vídeo para o reels mostrando o estado de conservação de cada monumento. O Relógio da Av. Goiás apresenta postagem em formato de foto.

O segundo dia de gravação foi direcionado para todos os pontos pertencentes ao Conjunto da Praça Cívica. Neste percurso, um fato a ser destacado refere-se a boa situação de conservação do patrimônio considerando que alguns pontos estão em processo de restauração. Somente o Museu Zoroastro Artiaga necessita de reparos, por isso, sua postagem direciona o foco nos pontos que precisam ser restaurados.

O terceiro dia de gravação ocorreu em pontos distantes uns dos outros como a casa de Pedro Ludovico, o Trampolim e mureta do Lago das rosas, e a Estação

Ferrovária. Importante destacar as dificuldades encontradas para realizar as gravações na Estação Ferroviária em função da falta de policiamento no local e a presença de muitos moradores de rua.

O quarto dia de gravação contemplou o acervo arquitetônico da avenida Anhanguera com o intuito de gravar o Teatro Goiânia. Outro destaque deste percurso, foi o registro de edifícios no estilo Art Déco que não são tombados pelo Iphan e que estão sendo cobertos por fachadas comerciais. Neste mesmo dia, também foram registradas imagens do Beco da Codorna e os grafites do artista Wes Gama na Rua 3, para produzir conteúdo sobre arte urbana.

O quinto e último dia de gravação ocorreu no Colégio Liceu de Goiânia e nos jardins do Setor Sul, onde há também muitos grafites.

Em toda a jornada trilhada nos diversos espaços da cidade de Goiânia foi possível captar todo o material necessário para realizar as postagens. Após esta etapa, a próxima atividade foi o processo de edição dos vídeos com a separação dos arquivos de cada postagem, e a seleção dos áudios anexando tudo no aplicativo CapCut para realizar todas as edições de vídeo.

No Instagram, foi criada a página com o nome GYN Art Déco, com o user @gynartdeco. Esta fase deu início a realização das postagens. Os stories por terem somente 24 horas de duração, foram adicionados aos destaques para que possam sempre ser vistos.

6 PROCESSO DE VERIFICAÇÃO

Este trabalho tem como principal objetivo, agregar e organizar informações acerca do patrimônio artístico da cidade, de forma a promover o entretenimento de maneira lúdica, que desperte o interesse da população pela Arte Urbana e a arquitetura Art Déco de Goiânia. Este objetivo foi motivado pelo problema de que há um certo desconhecimento acerca da arte urbana, o que gera pouca valorização por parte da sociedade e reflete na baixa quantidade de restauros.

A página GYN Arte Déco divulgou o enorme acervo artístico e arquitetônico pertencente a cidade, retratando bem a atual situação dos bens tombados pelo Iphan.

Figura 4: Página GYN Arte Déco



Fonte: Instagram gynartdeco (<https://instagram.com/gynartdeco>)

As postagens deram visibilidade aos monumentos e pontuou suas necessidades de restauros, como por exemplo a postagem do Museu Zoroastro Artiaga, o vídeo traz com bastante detalhes os estragos causados na estrutura do museu.

Figura 5: Postagem Museu Zoroastro Artiaga



Fonte: Instagram gynartdeco https://www.instagram.com/reel/Cz9F_IdrH9q/

Para verificar se o objetivo de comunicação foi cumprido e o problema resolvido haverá monitoramento periódico da página a fim de mensurar engajamento, interação das pessoas e será feita uma moderação nos comentários com um social media para esclarecer, mediar conflitos e desfazer preconceitos. E essa mediação também permitirá perceber a opinião do público sobre os temas tratados na página e com o tempo de desenvolvimento do trabalho, se houve mudança nessa percepção.

CONCLUSÃO

Este produto comunicacional apresenta o processo de criação de uma página no Instagram com galeria virtual de fotos e vídeos postados no Reels e Stories. Diante disso, este projeto apresenta uma solução viável para promover a valorização das potencialidades artísticas da cidade de Goiânia, sejam elas eruditas como a Art Déco, sejam populares como o Grafite.

Através da abordagem da arte urbana e arquitetura torna-se possível despertar o interesse da população pela cultura local, gerar turismo, renda e difundir a identidade cultural da cidade.

Além disso, toda essa jornada desde a concepção até a produção, certamente, reforça a importância da criação de um produto comunicacional que possa suprir a falta de informações organizadas sobre o patrimônio artístico da cidade, bem como, promover o entretenimento de maneira lúdica.

A criação da página GYN Art Déco no Instagram é uma forma eficaz de promover a arte urbana e arquitetura de Goiânia e valorizar a cultura local. Ademais, a página pode ser utilizada como uma ferramenta para a educação da população, despertando a importância da arte para gerar turismo, renda e difundir a identidade cultural da cidade.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Pedro; BALDI, Vania. Ética e estética da representação no Webdocumentário. **Culturas Midiáticas**, vol. 6, núm. 11. 2013.

BAUER, Marcelo. O que é webdocumentário: uma definição. **Webdocumentário e novas narrativas interativas**. 2018. Disponível em: <http://webdocumentario.com.br/para-saber-mais/o-que-e-webdocumentario-uma-definicao/>

CAMPOS, Ricardo Marnoto de Oliveira; CÂMARA, Sílvia. **Arte(s) Urbana(s)**. 1 ed. Lisboa: Humus. 2019.

LIMA, F. Ferramentas digitais na conservação do art déco. **Revista Jatobá**, Goiânia, v. 3, 2021. DOI: 10.54686/revjat.v3i.71867. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/revjat/article/view/71867>. Acesso em: 27 maio. 2023.

NICHOLS, BILL. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus. 2005.

PUERTA, Gaviria; ANDREY, Nino. El arte urbano como dinamizador de comunidad: el caso de Medellin-Colombia. A: Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo. **"XI Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Santiago de Chile, Junio 2019"**. Barcelona: DUOT, 2019.

SOARES, Maria Aparecida Ramos Lima. **A fotografia do cotidiano: Práticas culturais na cidade de Inhambupe**. 1ª ed. Jundiá: Paco editorial, 2019.

STUART, Matt. Prefácio. In: GIBSON, David. **Manual do fotógrafo de rua**. 2 ed. Osasco, SP: Gustavo Gili, 2020.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)
3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante GABRIEL LOPES BORGES, matrícula 2020.1.0066.0046-8, telefone: (64) 9965-4830 e-mail gabrielborges599@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Instagram sobre arte urbana e arquitetura em Goiânia, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 11 de dezembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es):

Nome completo do autor: Gabriel Lopes Borges

Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: Murilo Gabriel Berardo Bueno