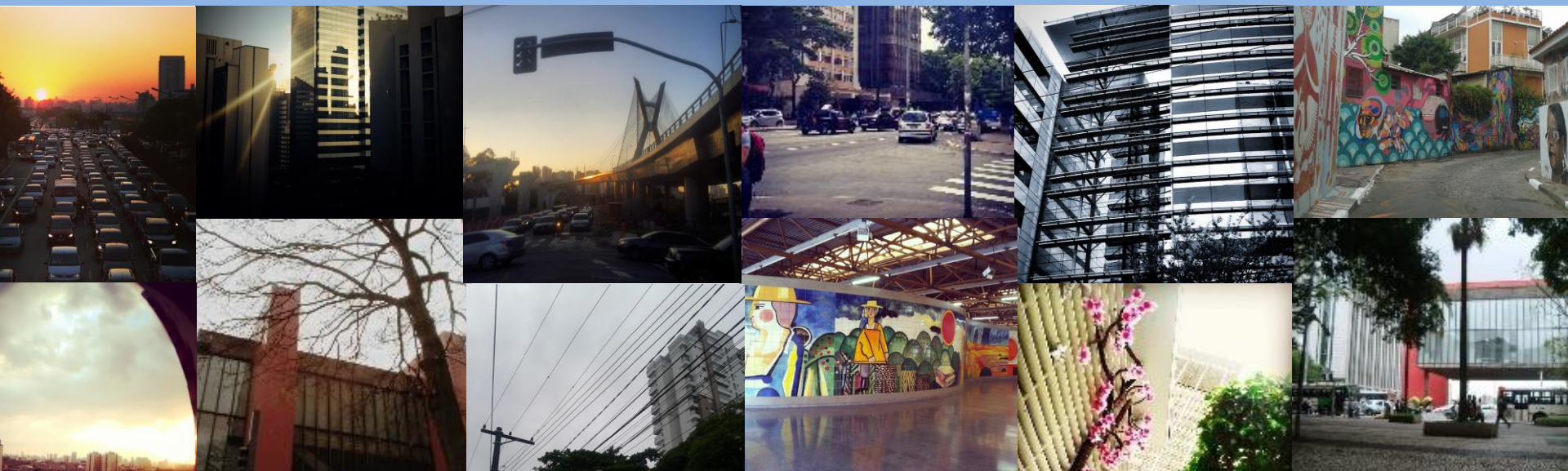




São Paulo no Instagram

Fotografias e olhares sobre Vila Madalena, Tatuapé, Avenida Paulista e Berrini



INSTAGRAM E HASHTAGS GEOLOCALIZADAS

Como as pessoas se relacionam com a cidade através do Instagram?

Que tipos de fotos são relacionadas aos bairros e regiões das cidades? É possível compreender o perfil de um local através das fotos que o mencionam?

Com o monitoramento de fotografias no Instagram, é possível descobrir muitas coisas sobre o comportamento das pessoas e sua relação com mídias sociais, marcas e sociedade.



COLETA DE DADOS

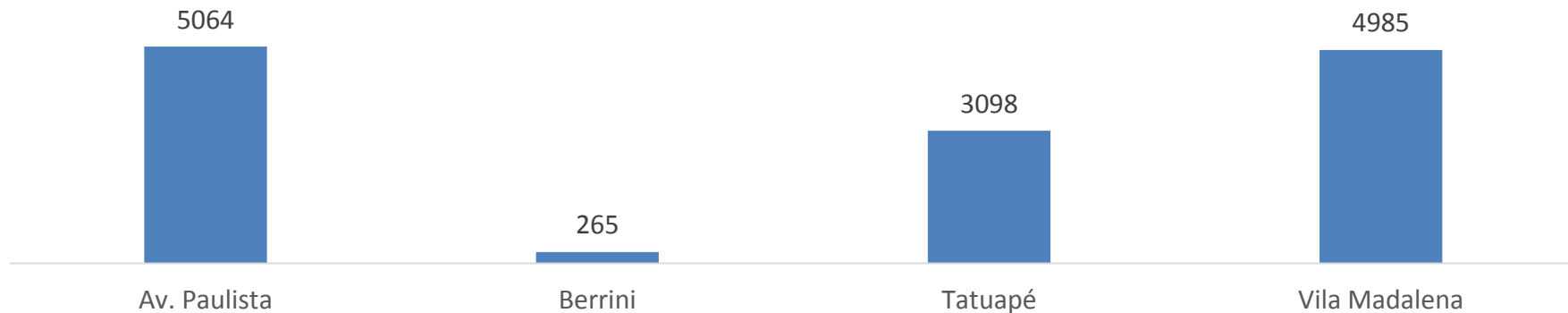
Monitoramos, com a nossa ferramenta BrandCare, entre 30 de outubro e 29 novembro de 2014, 13.412 fotos no Instagram.

- Avenida Paulista: 5064 fotos com as hashtags *#avenidapaulista* e *#avpaulista*
- Berrini: 265 fotos com a hashtag *#berrini*
- Tatuapé: 3098 fotos com a hashtag *#tatuapé*
- Vila Madalena: 4985 fotos com as hashtags *#vilamadadena* e *#vilamadá*



VOLUME DE HASHTAGS

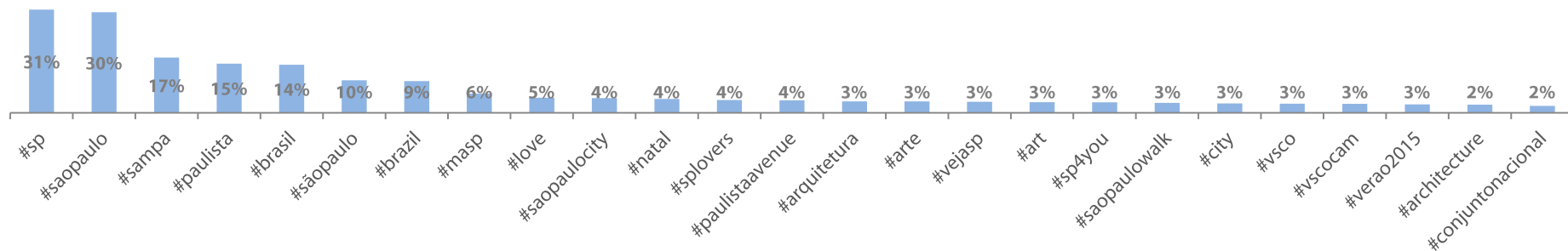
Durante o mês analisado, o volume de fotografias foi bastante diferente entre as hashtags selecionadas. A surpresa foi a quantidade relativamente pequena de fotografias com a hashtag #Berrini. Vários fatores influenciam este volume, como volume de pessoas em circulação, tipos de atividades realizadas em cada local, modos de utilização do ambiente público, presença ou ausência de atividades culturais e artísticas ao ar livre e, ainda, nível de aderência do nome do bairro ou rua ao entorno.





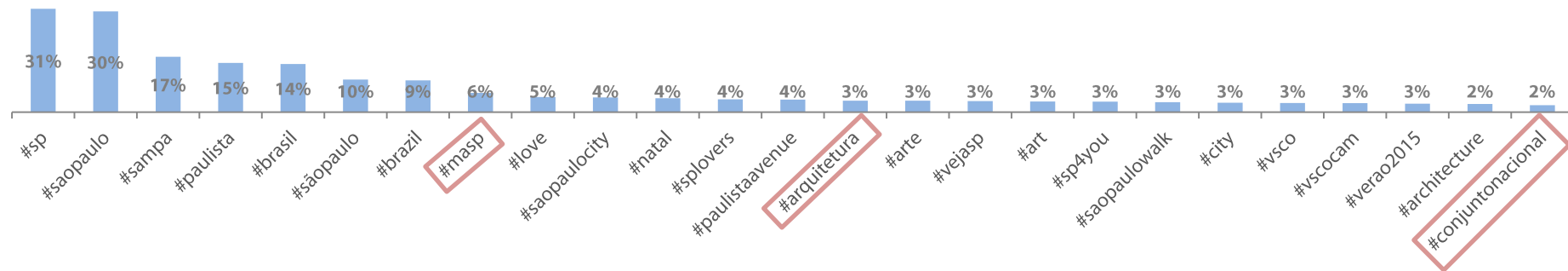
HASHTAGS AVENIDA PAULISTA

As 25 hashtags mais frequentes para a busca referente à Avenida Paulista podem ser conferidas abaixo. Além das marcações de local, o período de coleta influenciou com hashtags como #natal, tradicional na região. O número de hashtags em inglês também foi bastante relevante, superior ao das outras hashtags.

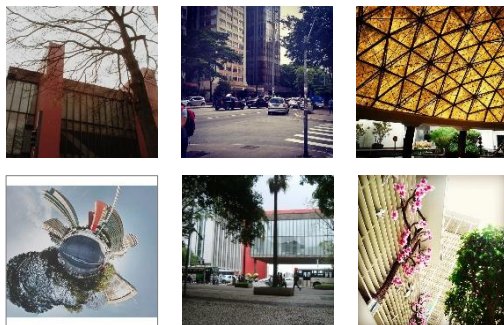


HASHTAGS AVENIDA PAULISTA

Arquitetura e Cultura dão o diferencial aos olhares direcionados à Avenida Paulista no Instagram:

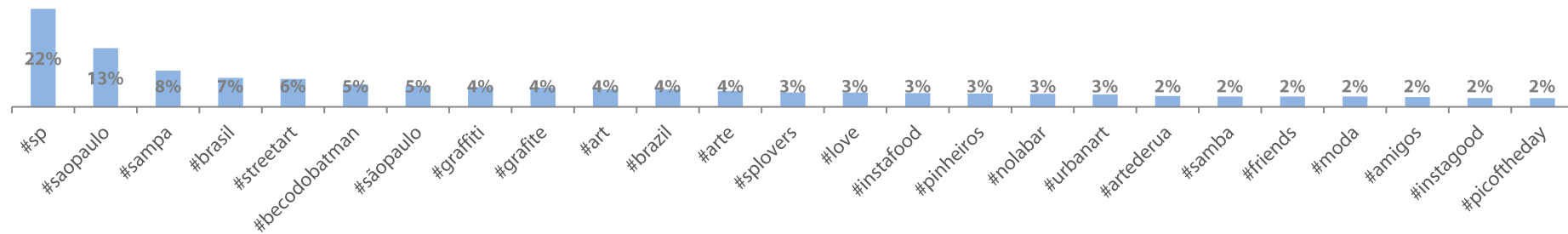


Equipamentos culturais como o MASP e o Conjunto Nacional são pontos focais nas fotografias, impulsionados pela arquitetura do local.



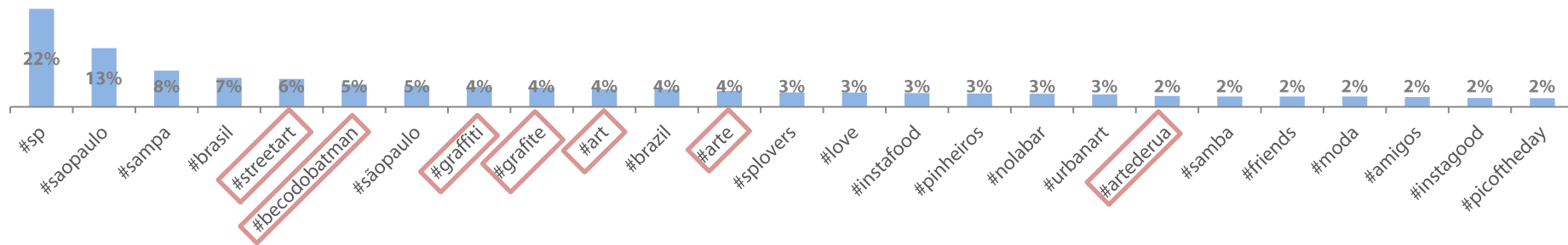
HASHTAGS VILA MADALENA

Entre as 25 hashtags mais frequentes para a busca referente à Vila Madalena, várias ligadas à sua efervescente vida cultural e artística realizada em ambientes de convívio urbano se destacam:

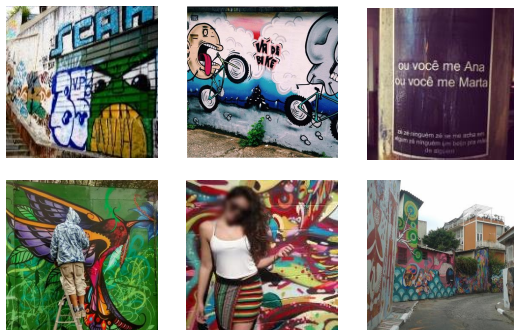


HASHTAGS VILA MADALENA

Arte de rua domina os olhares sobre o bairro, entre grafitti, lambe-lambes e outras intervenções. Bares e restaurantes também são citados, associados a hashtags afetivas.

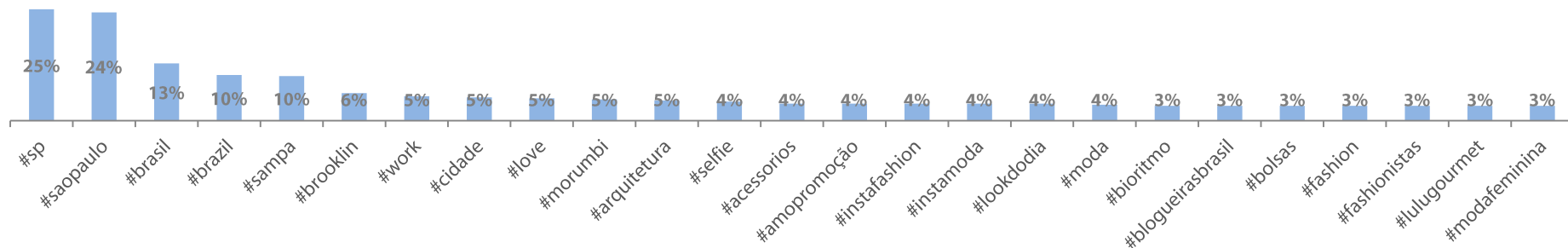


Na Vila Madalena, arte de rua, grafitti e cultura dão o tom do local. A Rua Gonçalo Alonso, chamada informalmente de “Beco do Batman”, devido ao famoso grafitti, se destaca.



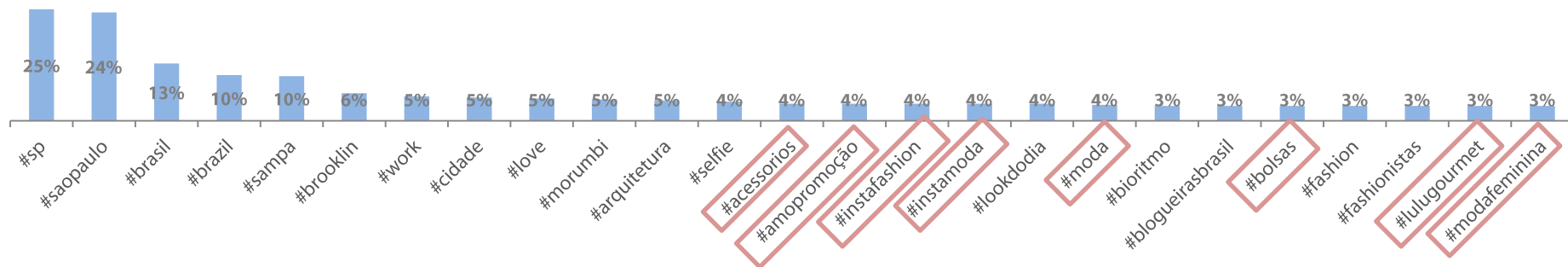
HASHTAGS BERRINI

Com um volume menor de fotografias, as 25 hashtags mais frequentes para a busca referente à Berrini foram as seguintes, bastante influenciadas por perfis comerciais:

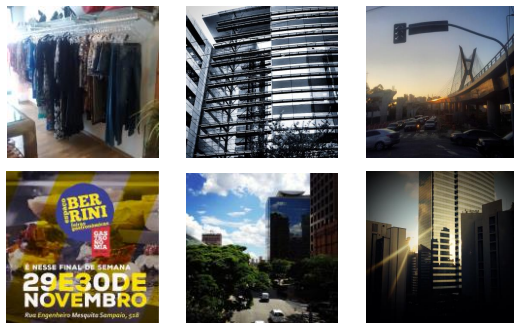


HASHTAGS BERRINI

Consumo e arquitetura definem as associações à hashtag, graças ao caráter profissional e de alto poder aquisitivo do bairro:

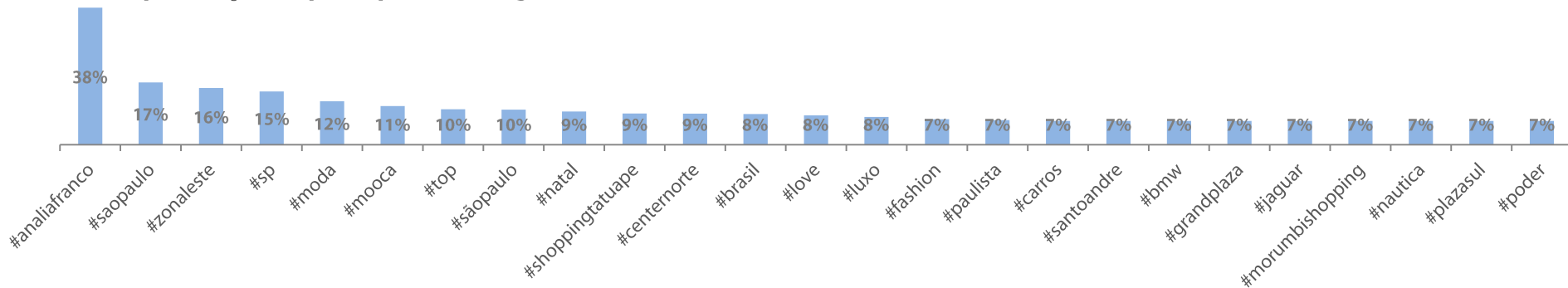


Com número menor de publicações, os usuários não utilizam o termo **#Berrini** com tanta frequência. Por outro lado, diversas lojas e consumidores



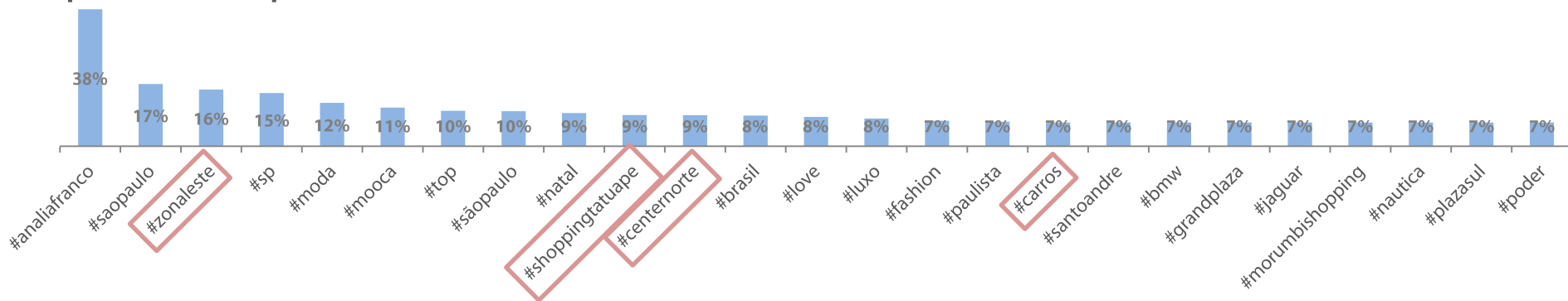
HASHTAGS TATUAPÉ

Em Tatuapé, merece menção o fato de ser a única hashtag que faz co-referência constante à macro-região da cidade, Zona Leste, como caratér identitário afirmatório. Os grandes shoppings e pontos de circulação da população também marcam presença nas principais hashtags:

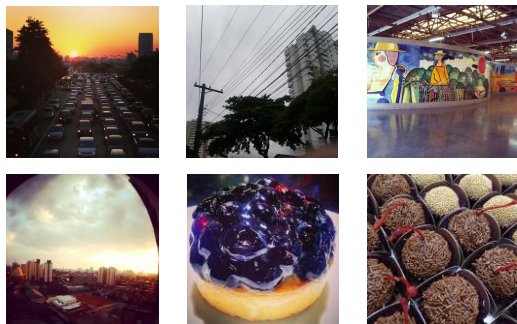


HASHTAGS TATUAPÉ

Muitas fotografias são realizadas por lojas de todos os tipos e tamanhos, mostrando que o Instagram tornou-se também um canal direcionado a vendas para lojas e estabelecimentos de serviços. Academias, salões de beleza e docerias são especialmente frequentes.



Nos exemplos ao lado, algumas fotos típicas relacionadas à hashtag #tatuapé.



CONCLUSÕES: TIPOS DE HASHTAGS

- A análise das hashtags mais frequentes nos permitiu identificar algumas regularidades:
 - **Hashtags de Local:** são hashtags como *#sãopaulo*, *#brazil*, *#zonaleste* e as próprias hashtags dos bairros. São utilizadas pelos usuários para marcar a região de onde falam, como ancoragem significativa.
 - **Hashtags Afetivas:** muitas hashtags procuram denotar o humor dos fotógrafos. Hashtags como *#love*, *#isntagood* e *#top* mostram o estado de espírito e satisfação, em um ambiente no qual as pessoas procuram mostrar o melhor si, muitas vezes de forma aspiracional.
 - **Hashtags relacionadas à Cultura:** muitos das fotografias em espaços urbanos são motivadas por aspectos artísticos e culturais que são valorizados visualmente. Então hashtags como *#arte*, *#graffiti*, *#moda*, #
 - **Hashtags de Estabelecimentos:** alguns estabelecimentos comerciais são marcados por seus perfis oficiais ou consumidores. No contexto da pesquisa tivemos hastaghs como *#nolabar*, *#bioritmo* e *#lulugourmet*, além dos shoppings, que também possuem o caráter de referência de local.
 - **Hashtags Nativas:** algumas hashtags podem ser chamadas de “nativas” por estarem associadas a comportamentos referentes ao próprio meio (Instagram) e alguns canais, como *#picoftheday*, *#sp4you* e *#vscocam*.

CONCLUSÕES GERAIS

- Os usuários de mídias sociais, especialmente Instagram, não tiram fotos de locais simplesmente para representar a região. Cada clique e foto publicada significam escolhas explícitas e implícitas do que merece ser fotografado, a partir de expectativas sociais e expressivas.
- As diferenças entre os bairros ficam patentes no pequeno estudo realizado. Mesmo possuindo inúmeras semelhanças, as marcações enfatizam suas características particulares, fruto tanto das configurações objetivas do local quanto de noções aprendidas.
- No contexto das marcas, compreender como os consumidores se relacionam com o entorno das é um diferencial para criar conteúdo relevante e contextualizado.

MAIS CONTEÚDO

Lançamos estudos, guias e infográficos para mostrar exemplos de análises – e como fazê-las! Veja alguns:



Monitoramento de Imagens e Fotos em Mídias Sociais



Análise de Redes em Mídias Sociais



Estudo “Churrasco no Instagram – Comportamento, marcas e análise de imagens nas mídias sociais”



Estudo “Bicicletas no Instagram – mobilidade, status, saúde, fitness, comportamento e selfies”



Infográficos sobre diversos temas

MAIS SOBRE A GENTE

Venha entender os comportamentos sociais digitais com nossa ajuda!

Somos a Social Figures, empresa com a missão de gerar o melhor em inteligência e ferramentas para mídias sociais. Entre em contato e saiba como podemos ajudar sua empresa ou agência.

 [/socialfigures](https://www.facebook.com/socialfigures)

 [/socialfigures](https://plus.google.com/socialfigures)

 [/socialfigures](https://twitter.com/socialfigures)

socialfigures.com.br
blog.socialfigures.com
contato@socialfigures.com

QUERO TESTAR

