

REDES SOCIAIS E TERRITORIALIDADE SIMBÓLICA: MEDIAÇÕES DIGITAIS NA CONSTRUÇÃO CRIATIVA E CULTURAL DO DF

Matheus Augusto Marques Rodrigues¹

RESUMO

Este artigo analisa o papel das redes sociais digitais na mediação simbólica dos territórios criativos do Distrito Federal (DF), considerando os princípios das cidades humanas, criativas, inteligentes e sustentáveis (CHICS). O objeto de estudo são os perfis digitais que promovem cultura, lazer e gastronomia na região. O objetivo principal é compreender de que forma essas plataformas contribuem para a valorização simbólica do espaço urbano e para o fortalecimento da identidade local. A metodologia utilizada combina análise qualitativa de conteúdo, a partir de postagens de três perfis do Instagram (@rolezandoembrasil, @ondecomerbrasil e @dicas.bsb_), e aplicação de um formulário com 109 moradores do DF e Entorno, explorando percepções sobre o engajamento cultural via redes sociais. Os resultados indicam que essas mídias operam como infraestruturas simbólicas que conectam os cidadãos ao território, promovendo pertencimento, consumo cultural e coautoria nas narrativas urbanas. A análise mostra que as redes sociais desempenham um papel expressivo na ativação criativa e afetiva da cidade, ressignificando espaços e fortalecendo circuitos da economia criativa. Conclui-se que, ao integrar tecnologia, cultura e comunidade, as redes sociais contribuem para o desenvolvimento de cidades mais justas, conectadas e sustentáveis.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociais. Territorialidade simbólica. Economia criativa. Cidades sustentáveis. Distrito Federal.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o conceito de cidades criativas tem ganhado destaque no campo da comunicação, economia e planejamento urbano, apontando para uma nova compreensão dos espaços urbanos como territórios de inovação, cultura e sustentabilidade. A temática “Cidades Humanas, Inteligentes, Criativas e

¹ Especialista, aluno no Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa, Universidade Católica de Brasília. Email: matheus8amr@gmail.com | Orcid. 0009-0001-6301-4392

Sustentáveis (CHICS)”, reforça a urgência em repensar as cidades como ambientes que promovem a convivência, a criatividade e o desenvolvimento sustentável por meio da integração entre tecnologia, cultura e meio ambiente.

Neste contexto, as redes sociais digitais surgem como importantes tecnologias comunicacionais que atuam na mediação simbólica dos territórios, influenciando a percepção, valorização e construção da identidade urbana. No Distrito Federal (DF), plataformas como Instagram, Youtube e TikTok têm sido utilizadas para promover a cultura local, gastronomia, eventos e espaços de lazer, contribuindo para ativar economicamente e simbolicamente diferentes regiões administrativas e o entorno.

Este artigo propõe analisar o papel das redes sociais na ativação simbólica dos territórios criativos do DF, compreendendo como as mediações digitais participam da construção de uma cidade mais humana, criativa e sustentável. A pesquisa é justificada pela crescente relevância da economia criativa e das mídias digitais na reconfiguração dos espaços urbanos, especialmente em regiões com características tão singulares quanto o Distrito Federal e seu entorno.

O objetivo principal é compreender de que forma as redes sociais contribuem para a construção simbólica e o engajamento cultural no DF, explorando práticas comunicacionais que fortalecem a territorialidade e a identidade local. Para tanto, este estudo realiza uma análise qualitativa de conteúdos veiculados por perfis digitais que promovem a cultura e o lazer na região, à luz de um referencial teórico que articula economia criativa, cultura digital e comunicação urbana.

1. PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS

A crescente presença das redes sociais como espaços de interação e produção cultural tem transformado a maneira como as cidades são percebidas e vivenciadas. No entanto, ainda são poucas as pesquisas que investigam de forma

aprofundada como essas plataformas digitais atuam na construção simbólica e ativação dos territórios criativos, especialmente em contextos regionais como o Distrito Federal e seu entorno.

Diante disso, o problema que orienta este estudo é: de que forma as redes sociais digitais contribuem para a ativação simbólica e a construção da territorialidade criativa no Distrito Federal?

Os objetivos do estudo são:

- Analisar como os perfis digitais relacionados à cultura, lazer e gastronomia no DF atuam como mediadores simbólicos na promoção dos territórios criativos;
- Investigar as práticas comunicacionais presentes nesses perfis que potencializam o sentimento de pertencimento e a valorização do espaço urbano;
- Compreender a contribuição dessas mediações digitais para a construção de uma cidade mais humana, criativa e sustentável, conforme os princípios do conceito CHICS.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

No contexto desta pesquisa, alguns conceitos são fundamentais para compreender a relação entre redes sociais digitais e territórios criativos. Castells (1999) apresenta o conceito de *espaço de fluxos*, no qual os fluxos de informação, capital e símbolos passam a organizar a vida social, reconfigurando as práticas e significados dos lugares. Jenkins (2009), ao tratar da *cultura participativa*, destaca que os públicos não são apenas receptores, mas coautores de conteúdos,

participando ativamente na construção de narrativas e significados. Já Fonseca Reis (2006) propõe a *economia criativa* como estratégia de desenvolvimento que integra valor simbólico e econômico, mobilizando criatividade, identidade cultural e redes colaborativas para promover inclusão e regeneração urbana.

Esses conceitos, articulados, permitem analisar como as redes sociais funcionam como mediadoras simbólicas, capazes de ativar e ressignificar espaços urbanos, fortalecer identidades locais e dinamizar a economia criativa no Distrito Federal.

A compreensão do papel das redes sociais na construção simbólica dos territórios criativos do Distrito Federal se ancora em teorias que dialogam comunicação, economia criativa e cultura digital.

Segundo Ana Carla Fonseca Reis (2006), a economia da cultura é um vetor fundamental para o desenvolvimento sustentável das cidades, ao valorizar a diversidade cultural e as expressões locais como elementos-chave para a inovação e o fortalecimento das comunidades. Essa perspectiva fundamenta a análise das práticas culturais mediadas pelas redes sociais, que impulsionam a circulação de conteúdos relacionados ao patrimônio imaterial, gastronomia e lazer.

À luz de Manuel Castells (1999), as redes digitais não são apenas canais de transmissão: elas reconfiguram o ecossistema comunicacional e o próprio espaço urbano, articulando “redes interativas” e deslocando o modelo de audiência de massa para circuitos de produção e circulação em rede. Esse novo sistema de comunicação, reordena relações de tempo e espaço e afeta diretamente os imaginários e identidades urbanas. Assim, as redes sociais operam como infraestruturas simbólicas que conectam atores, práticas e territórios, produzindo visibilidade e valor cultural na cidade.

Henry Jenkins (2009), ao abordar a cultura da convergência, evidencia como as tecnologias digitais promovem a participação ativa dos públicos na produção e circulação de conteúdos culturais. Essa interatividade possibilita que os usuários se tornem coautores das narrativas urbanas, fortalecendo a sensação de pertencimento e engajamento comunitário, elementos essenciais para cidades criativas.

Em termos de cultura participativa, Jenkins (2009) demonstra que o público deixa de ser apenas audiência e passa a participar ativamente da criação e circulação de conteúdos, borrando as fronteiras entre produção e consumo. Não se trata apenas de “interatividade” (um desenho técnico do sistema), mas de “participação” como prática social e cultural, na qual usuários tornam-se coautores das narrativas, ainda que com graus desiguais de poder e competência.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. (JENKINS, 2009, p. 30)

No contexto desta pesquisa, a participação ativa dos usuários nas redes sociais se reflete na forma como interagem com conteúdos culturais do DF e Entorno, influenciando percepções e práticas de valorização territorial.

Por fim, o conceito de comunicação urbana e territorialidade simbólica, discutido em diversos autores da área, enfatiza a importância das práticas comunicacionais para a construção dos imaginários coletivos sobre os espaços urbanos. As redes sociais, nesse cenário, configuram-se como ferramentas que promovem circuitos simbólicos, gerando significados compartilhados e ativando a economia criativa local.

Esse referencial teórico sustenta a análise da pesquisa, permitindo articular as práticas digitais às dinâmicas urbanas e culturais do Distrito Federal, com foco na ativação de territórios criativos alinhados aos princípios das cidades humanas, inteligentes, criativas e sustentáveis.

3. METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa e quantitativa, voltada à compreensão das práticas comunicacionais e das mediações simbólicas presentes em redes sociais que promovem a valorização cultural e urbana do Distrito Federal. A escolha pelo método qualitativo está alinhada à necessidade de captar os sentidos subjetivos e as representações simbólicas que emergem das interações digitais nos territórios urbanos.

A coleta de dados foi realizada em duas frentes. Primeiramente, foi aplicado um formulário online entre os dias 3 de julho a 8 de agosto de 2025, com o objetivo de investigar a percepção dos moradores do Distrito Federal e Entorno sobre o papel das redes sociais na valorização cultural e territorial da região. A amostragem foi composta por 109 respondentes, e as respostas forneceram dados quantitativos e qualitativos relacionados ao consumo de conteúdo digital, à percepção simbólica dos espaços urbanos e ao engajamento com perfis locais. Entre os principais resultados, destaca-se que 77,1% dos participantes indicaram o Instagram como a principal rede utilizada para acessar conteúdos sobre cultura, lazer, gastronomia e turismo, dado que fundamenta a escolha dessa plataforma como foco da análise.

Na segunda etapa, foi realizada uma análise de conteúdo aplicada a postagens de perfis digitais selecionados por sua relevância local, constância nas publicações e alto engajamento com o público. Os perfis escolhidos abordam temas como cultura, gastronomia, lazer e experiências urbanas no DF. O recorte temporal da análise contempla conteúdos publicados ao longo do último ano, assegurando a atualidade das práticas comunicacionais. Os dados de desempenho dos perfis,

como número de seguidores, alcance médio, engajamento, curtidas e comentários, foram obtidos por meio da plataforma HypeAuditor, com acesso realizado em julho de 2025.

O tratamento dos dados qualitativos envolveu a interpretação dos elementos simbólicos presentes nas postagens e nos comentários dos participantes, articulando-os ao referencial teórico do estudo. A triangulação entre os dados do formulário e a análise de conteúdo permitiu uma visão integrada das dinâmicas digitais e culturais do Distrito Federal, contribuindo para uma compreensão aprofundada do papel das redes sociais na construção de cidades mais humanas, criativas e sustentáveis.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

A análise empírica deste estudo articula dois eixos principais: o desempenho comunicacional de perfis digitais que promovem cultura e lazer no Distrito Federal, e as percepções de usuários coletadas por meio de um formulário online com 109 participantes. Esses dois conjuntos de dados permitem compreender de forma mais ampla como as mediações digitais contribuem para a construção simbólica dos territórios criativos, alinhando-se às diretrizes de cidades humanas, criativas e sustentáveis.

Os resultados desta pesquisa evidenciam que os perfis analisados no Instagram funcionam como pontos nodais no que Castells (1999) denomina *espaço de fluxos*, articulando redes digitais que conectam pessoas, lugares e símbolos. A circulação constante de informações, imagens e narrativas sobre a cidade contribui para reorganizar a percepção dos espaços, transformando-os em referências culturais e turísticas para a comunidade.

A participação ativa dos seguidores, por meio de comentários, marcações e compartilhamentos, confirma a dinâmica de *cultura participativa* descrita por Jenkins

(2009), na qual o público não se limita a consumir passivamente, mas atua como coautor e curador das narrativas sobre a cidade. Esse processo amplia a visibilidade de determinados espaços e eventos, fortalecendo laços de pertencimento e engajamento.

Além disso, observa-se a presença de elementos característicos da *economia criativa*, conforme proposta por Fonseca Reis (2006), na medida em que as postagens estimulam o consumo de produtos e serviços culturais, gastronômicos e de lazer. Ao promoverem negócios locais e experiências culturais, esses perfis não apenas comunicam, mas também impulsionam cadeias produtivas que combinam valor simbólico e retorno econômico, contribuindo para um modelo de desenvolvimento urbano mais inclusivo e sustentável.

4.1. Os perfis digitais como mediadores simbólicos

A análise dos perfis @rolezandoembrasilia, @ondecomerbrasil e @dicas.bsb_ revela práticas comunicacionais que operam como formas de mediação simbólica no território digital do Distrito Federal. Cada um, a seu modo, promove a valorização de espaços urbanos, cultura local, gastronomia e experiências de lazer que compõem os imaginários coletivos sobre a cidade.

O perfil @rolezandoembrasilia, com mais de 887 mil seguidores, destaca-se pela alta frequência de publicações (8 por semana) e um alcance estimado de até 193 mil usuários por post. Já o @ondecomerbrasil apresenta engajamento proporcional superior (1,36%), o que evidencia uma comunidade mais envolvida, mesmo com menor número de seguidores. O @dicas.bsb_, por sua vez, registra alta média de comentários por post (101), o que demonstra o espaço de diálogo ativo com os seguidores.

Essas dinâmicas revelam como os influenciadores atuam como curadores simbólicos do território, organizando experiências locais e projetando sentidos

positivos sobre o DF e Entorno. Como aponta Castells (1999), as redes sociotécnicas moldam as estruturas sociais contemporâneas e permitem que narrativas locais ganhem amplitude por meio da circulação digital. Assim, esses perfis se consolidam como pontes entre o espaço urbano e sua representação simbólica, atuando diretamente na ativação dos territórios criativos da cidade.

4.2. A participação ativa dos usuários e a lógica da coautoria simbólica

Para além da atuação dos perfis digitais enquanto mediadores simbólicos, a pesquisa também analisou a participação do público, por meio de um formulário com 109 respondentes moradores do Distrito Federal e do Entorno. Os dados revelam um padrão consistente de interação ativa com conteúdos culturais e territoriais nas redes sociais, confirmando que os usuários não apenas consomem, mas também ressignificam e se apropriam das narrativas urbanas veiculadas digitalmente.

A maioria dos participantes se encontra na faixa etária de **18 a 34 anos** e afirma utilizar majoritariamente o **Instagram (77,1%)** para acessar conteúdos sobre gastronomia, turismo, eventos culturais e lazer. Cerca de **87,2%** afirmaram já ter visitado algum lugar por indicação de conteúdo visto nas redes sociais, e mais de **84%** declararam que esses conteúdos contribuem diretamente para valorizar a região onde vivem. Esse envolvimento revela uma dinâmica de circulação simbólica que atua sobre o território vivido, estimulando experiências afetivas e reforçando a sensação de pertencimento.

Além das respostas objetivas, os comentários espontâneos colhidos reforçam esse engajamento: “Vou a muitos eventos por conta de postagens que vejo no Insta”; “Brasília tem muitos lugares culturais pouco divulgados”; “Seria interessante se houvesse mais perfis sobre agenda cultural local”. Essas falas reforçam o conceito de coautoria simbólica, como proposto por Henry Jenkins (2009), no qual os usuários não são apenas receptores, mas também agentes ativos na construção das narrativas urbanas. A participação do público, portanto, não apenas valida os

conteúdos, mas amplifica seus efeitos simbólicos, contribuindo para a consolidação de uma cidade percebida como culturalmente viva, criativa e conectada.

Dos participantes que responderam a pesquisa, **87,2%** afirmaram já ter visitado algum local por indicação de postagens nas redes sociais, revelando o poder dessas plataformas em influenciar práticas territoriais e culturais.

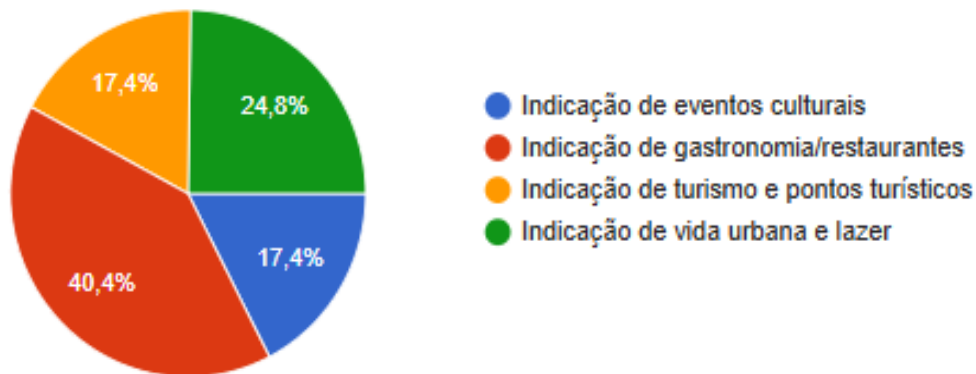
4.3. Impacto na valorização cultural e percepção do território

Os dados coletados revelam que as redes sociais têm um papel expressivo na valorização simbólica e emocional dos espaços urbanos do Distrito Federal e Entorno. O impacto percebido não é apenas informativo, mas sobretudo afetivo e cultural, pois conecta os usuários aos espaços por meio da estética, da experiência e da memória coletiva.

Entre os 109 respondentes, **89,9%** consideraram o papel das redes sociais como “muito relevante” ou “relevante” na valorização da cultura e dos espaços urbanos locais.

Esse número elevado demonstra que a percepção de pertencimento e identidade cultural não é mais construída apenas por vivências presenciais, mas também pela mediação digital. Ao transformar espaços físicos em experiências compartilháveis, as redes sociais estimulam uma forma de “turismo local”, em que moradores redescobrem e ressignificam seu próprio território, reforçando o ciclo de engajamento e valorização.

Figura 1 - Avaliação dos conteúdos que mais atraem os usuários.



Elaborado pelo autor (2025)

As indicações mais atrativas para os usuários foram ligadas à gastronomia, vida urbana e pontos turísticos, o que demonstra como o cotidiano da cidade, suas rotinas, sabores e encontros, é ressignificado pelas narrativas digitais. Muitos relataram que passaram a conhecer lugares antes invisíveis, motivados por conteúdos que despertaram interesse, beleza e conexão.

Esse efeito pode ser comprovado com exemplos concretos de influenciadores digitais que atuam no DF e Entorno. No primeiro semestre de 2025, alguns dos posts mais relevantes no instagram, obtiveram alto engajamento, como no perfil @rolezandoembrasil, que alcançou:

- Vídeo (reel) mostrando um restaurante temático, localizado na Asa Sul, Brasília/DF, com **1 milhão de visualizações** e **635 comentários**;

- Vídeo (reel) mostrando uma hamburgueria localizada em Taguatinga/DF, com **1,7 milhão de visualizações e 620 comentários.**

Da mesma forma, o perfil @dicas.bsb_ gerou grande alcance e interação com:

- Vídeo (reel) de inauguração de uma rede de mercado alimentícios do DF, com **2,8 milhões de visualizações e 1.463 comentários;**
- Vídeo (reel) divulgando um restaurante na região de Águas Claras/DF, com **4,5 milhões de visualizações e 1.430 comentários;**
- Vídeo (reel) divulgando uma rua de comércio em Taguatinga Centro/DF, com **2,2 milhões de visualizações e 1.202 comentários.**

Esses números evidenciam como as redes sociais, quando utilizadas estrategicamente, têm potencial de ampliar a visibilidade de negócios e espaços culturais, ativando fluxos de visitação e consumo que impactam diretamente a economia local.

Essa percepção dos respondentes confirma o que Ana Carla Fonseca Reis (2006) já destacava ao tratar a cultura como vetor de desenvolvimento sustentável. Para a autora, o engajamento cultural não se limita ao entretenimento, mas fortalece identidades, fomenta a economia local e estimula a coesão social, exatamente o que se observa nos conteúdos digitais que reposicionam Brasília como território cultural. Ao ativar emocionalmente os cidadãos, as redes promovem não só consumo, mas também memória, identidade e engajamento urbano, reposicionando Brasília e Entorno como territórios de cultura viva e expressão criativa.

4.4. As redes como pontes para cidades humanas, criativas e sustentáveis

A partir da articulação entre os dados de engajamento dos perfis analisados e as percepções coletadas no formulário, é possível afirmar que as redes sociais atuam como infraestruturas simbólicas fundamentais para a construção de cidades CHICS — Humanas, Criativas, Inteligentes e Sustentáveis. Elas não apenas comunicam, mas também conectam pessoas ao território, transformando o cotidiano urbano em experiência estética, afetiva e coletiva. E a internet e mídias digitais podem contribuir para isso, conforme descreve Castells:

Se alguma coisa pode ser dita, é que a Internet parece ter um efeito positivo sobre a interação social, e tende a aumentar a exposição a outras fontes de informação. [...] Um levantamento a partir de uma amostra de norte-americanos [...] verificou que dois terços dos 2.096 respondentes tinham estado on-line em algum momento no ano anterior. [...] Disseram que o uso de e-mail e das salas de chat tinham tido um impacto moderadamente positivo em sua capacidade de fazer amigos e se comunicar com suas famílias” (CASTELLS, 2003, p. 102).

Do ponto de vista da criatividade, os perfis analisados promovem uma curadoria digital que estimula o consumo cultural local, diversificando olhares sobre o DF. No eixo da humanização, os relatos indicam que as pessoas se sentem mais ligadas à cidade ao descobrirem lugares por meio de narrativas que valorizam o que é simples, acessível e significativo. Já a inteligência urbana se manifesta na apropriação estratégica dessas mídias como espaços de mediação, visibilidade e mobilização em torno da cultura local.

Quanto à sustentabilidade simbólica, as redes sociais contribuem para a formação de uma cultura de valorização do que é local, afetivo e autêntico, algo fundamental para gerar pertencimento e desenvolver territórios de forma mais integrada. Essa dimensão se alinha à perspectiva de cidades como ecossistemas criativos, que se nutrem de memória, expressão cultural e participação cidadã para se fortalecerem.

Nesse sentido, os resultados da pesquisa apontam que as redes sociais não devem ser vistas apenas como meios de divulgação, mas como ferramentas potentes de reconfiguração simbólica do espaço urbano, capazes de transformar a forma como as pessoas percebem, habitam e vivem suas cidades. Essa mediação digital, quando orientada por narrativas culturalmente engajadas, revela-se essencial para construir uma cidade mais viva, conectada, plural e sustentável — como propõe o conceito CHICS.

O perfil identificado entre os participantes desta pesquisa se aproxima do que Jenkins (2009) descreve como um novo tipo de consumidor de mídia, mais ativo, migratório e socialmente conectado:

A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2009, p. 47)

5. CONCLUSÃO

Esta pesquisa demonstrou que as redes sociais digitais desempenham um papel estratégico na mediação simbólica e na ativação dos territórios criativos do Distrito Federal. A análise dos perfis investigados revelou que essas plataformas funcionam como componentes do *espaço de fluxos* (CASTELLS, 1999), conectando indivíduos, lugares e significados por meio de narrativas que atravessam o meio digital e se materializam no espaço urbano.

O engajamento dos usuários, evidenciado pela interação com conteúdos culturais e pela coautoria nas narrativas sobre a cidade, confirma o potencial da *cultura participativa* (JENKINS, 2009) como força mobilizadora de pertencimento e identidade local. Ao mesmo tempo, a promoção de negócios e experiências culturais mostra a inserção dessas práticas no campo da *economia criativa* (FONSECA REIS, 2006), articulando valor simbólico e desenvolvimento econômico.

Ao integrar esses três eixos, fluxos, participação e criatividade, as redes sociais não apenas comunicam, mas reconfiguram a relação entre cidadãos e cidade. Mais do que ferramentas de divulgação, elas atuam como infraestruturas simbólicas que potencializam a valorização cultural, estimulam o consumo consciente de produtos e serviços locais e contribuem para a construção de cidades mais humanas, criativas e sustentáveis, alinhadas aos princípios CHICS.

Por fim, destaca-se que compreender e potencializar o uso estratégico das redes sociais na valorização territorial é um caminho promissor para políticas públicas, empreendedores culturais e gestores urbanos que desejam fortalecer a identidade e a economia criativa de suas cidades.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges; revisão técnica de Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

FONSECA REIS, Ana Carla. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Manole, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

GOOGLE FORMULÁRIOS. “**Redes Sociais e Valorização Cultural no DF e Entorno**”. Coleta realizada entre 3 e 12 de julho de 2025.

HYPEAUDITOR. Plataforma de análise de influenciadores. Disponível em: <https://app.hypeauditor.com>. Acesso em: 14 de julho de 2025.

INSTAGRAM. Bruno Haddad - Rolezando Em Brasília (@rolezandoembrasil). Disponível em: <https://www.instagram.com/rolezandoembrasil/>. Acesso em: 30 de julho de 2025.

INSTAGRAM. Guia de Onde Comer na Capital - Dani Carvalho (@ondecomerbrasil). Disponível em: <https://www.instagram.com/ondecomerbrasil/>. Acesso em: 30 de julho de 2025.

INSTAGRAM. Déborah Montalvão (@dicas.bsb_). Disponível em: https://www.instagram.com/dicas.bsb_/. Acesso em: 30 de julho de 2025.

SOCIAL NETWORKS AND SYMBOLIC TERRITORIALITY: DIGITAL MEDIATIONS IN THE CREATIVE AND CULTURAL CONSTRUCTION OF THE FEDERAL DISTRICT

ABSTRACT

This article analyzes the role of digital social networks in the symbolic mediation of creative territories in the Federal District (FD), considering the principles of human, creative, smart, and sustainable cities (CHICS). The object of study comprises digital profiles that promote culture, leisure, and gastronomy in the region. The main objective is to understand how these platforms contribute to the symbolic valorization of urban space and to the strengthening of local identity. The methodology combines qualitative content analysis, based on posts from three Instagram profiles (@rolezandoembrasil, @ondecomerbrasil, and @dicas.bsb_), and a survey conducted with 109 residents of the FD and surrounding areas, exploring perceptions of cultural engagement through social networks. The results indicate that these media operate as symbolic infrastructures connecting citizens to the territory, fostering belonging, cultural consumption, and co-authorship in urban narratives. The analysis shows that social networks play a significant role in the creative and emotional activation of the city, re-signifying spaces and strengthening creative economy circuits. It is concluded that, by integrating technology, culture, and community, social networks contribute to the development of fairer, more connected, and more sustainable cities.

Keywords: Social networks. Symbolic territoriality. Creative economy. Sustainable cities. Federal District.

REDES SOCIALES Y TERRITORIALIDAD SIMBÓLICA: MEDIACIONES DIGITALES EN LA CONSTRUCCIÓN CREATIVA Y CULTURAL DEL DISTRITO FEDERAL

RESUMEN

Este artículo analiza el papel de las redes sociales digitales en la mediación simbólica de los territorios creativos del Distrito Federal (DF), considerando los principios de ciudades humanas, creativas, inteligentes y sostenibles (CHICS). El objeto de estudio son los perfiles digitales que promueven la cultura, el ocio y la gastronomía en la región. El objetivo principal es comprender cómo estas plataformas contribuyen a la valorización simbólica del espacio urbano y al fortalecimiento de la identidad local. La metodología utilizada combina análisis cualitativo de contenido, a partir de publicaciones de tres perfiles de Instagram (@rolezandoembrasil, @ondecomerbrasil y @dicas.bsb_), y la aplicación de un formulario a 109 residentes del DF y alrededores, explorando percepciones sobre el compromiso cultural a través de las redes sociales. Los resultados indican que estos medios funcionan como infraestructuras simbólicas que conectan a los ciudadanos con el territorio, promoviendo el sentido de pertenencia, el consumo cultural y la coautoría en las narrativas urbanas. El análisis muestra que las redes sociales desempeñan un papel significativo en la activación creativa y afectiva de la ciudad, resignificando espacios y fortaleciendo circuitos de la economía creativa. Se concluye que, al integrar tecnología, cultura y comunidad, las redes sociales contribuyen al desarrollo de ciudades más justas, conectadas y sostenibles.

Palabras clave: Redes sociales. Territorialidad simbólica. Economía creativa. Ciudades sostenibles. Distrito Federal.