

## Representações visuais de Campo Grande (MS) no Instagram: panorama de um imaginário colonizado

### *Representaciones visuales de Campo Grande (MS) en Instagram: panorama de un imaginario colonizado*

Flávia C. A. Palhares Machado<sup>1</sup>

#### Resumo

Este trabalho tem como objetivo investigar alguns aspectos do imaginário da cidade de Campo Grande (MS) a partir das imagens visuais produzidas, reproduzidas e compartilhadas no ambiente digital da rede social Instagram pelos habitantes da cidade. Utiliza como premissas a concepção de que imagens são representações da consciência ou do conhecimento que se tem a respeito de uma realidade ou de um objeto; e de que as cidades são projeções no espaço das práticas sociais, atuando como uma fonte de informações, de significados e de mediação da realidade em que seus habitantes encontram-se inscritos. Para o desenvolvimento deste trabalho foram escolhidos dois perfis da rede social Instagram cujo conteúdo compartilhado focaliza sobretudo em interpretações do cotidiano e da experiência da cidade, “@passeandoemcampogrande” e “@campograndemilgrau”. A coleta de dados se deu de abril a dezembro de 2019 e foram analisadas 4909 postagens feitas por estes perfis. Os dados permitem observar que a cidade e as suas imagens não se refletem de maneira idêntica pois são investidas de significados que supõe uma escolha de aspectos particulares registrados para a construção das imagens, indício desses próprios significados. O imaginário construído a partir destas representações enunciam um distanciamento entre as imagens produzidas e as dimensão vividas e percebidas do espaço pela audiência consumidora e reprodutora deste imaginário que verifica-se ser marcado por uma espécie de colonialidade modernizadora expressa pela imitação ou reprodução de modelos e referências urbanas e urbanísticas estrangeiras e importadas que trazem consigo uma visão do modo de vida funcional e universalizado em que as cidades europeias e norte-americanas são vistas como objetivo ou meta de progresso e desenvolvimento a serem alcançados por Campo Grande.

Palavras-Chave: Cidade; Imaginário urbano; Representação social; Instagram.

#### Resumen

Este trabajo tiene como objetivo indagar en algunos aspectos del imaginario de la ciudad de Campo Grande (MS) a partir de las imágenes visuales producidas, reproducidas y compartidas en el entorno digital de la red social Instagram por los habitantes de la ciudad. Utiliza como premisa la concepción de que las imágenes son representaciones de la conciencia o del conocimiento que se tiene sobre una realidad o un objeto; y que las ciudades son proyecciones en el espacio de las prácticas sociales, actuando como fuente de información, significados y mediación de la realidad en la que están registrados sus habitantes. Para el desarrollo de este trabajo se eligieron dos perfiles de la red social Instagram, cuyo contenido compartido se centra principalmente en interpretaciones de la vida cotidiana y la experiencia de la ciudad, “@passeandoemcampogrande” y “@campograndemilgrau”. La recolección de datos tuvo lugar de abril a diciembre de 2019 y se analizaron 4909 publicaciones realizadas por estos perfiles. Los datos permiten observar que la ciudad y sus imágenes no se reflejan de la misma manera porque están investidas de significados que suponen una elección de aspectos particulares registrados para la construcción de las imágenes, indício de estos propios significados. El imaginario construido a partir de estas representaciones

---

<sup>1</sup> Arquiteta e Urbanista, mestre em Desenvolvimento Local e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local (PPGDL) da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) em Campo Grande, MS, Brasil. Email: [flaviapalharesmachado@gmail.com](mailto:flaviapalharesmachado@gmail.com)

enuncia una distancia entre las imágenes producidas y las dimensiones vividas y percibidas en el espacio por el público consumidor y reproductor de este imaginario, que aparece marcado por una especie de colonialidad modernizadora expresada por la imitación o reproducción de modelos y referencias. Planes urbanos y urbanos extranjeros e importados que traen consigo una visión de la forma de vida funcional y universalizada en la que las ciudades europeas y americanas son vistas como un objetivo o meta de progreso y desarrollo a alcanzar por Campo Grande.

Palabras clave: Ciudad; Imaginería urbana; Representación social; Instagram.

## **1. Introdução**

Esta pesquisa tem como objetivo investigar as representações do espaço social de Campo Grande/MS produzidas e reproduzidas pelos seus habitantes, utilizando como dados, imagens compartilhadas espontaneamente sobre a cidade de Campo Grande e seu espaço social na rede social digital Instagram.

Este estudo parte do entendimento de que o espaço é um produto socialmente construído (LEFEBVRE, 1991), o que permite inferir que os objetos ou coisas localizadas no espaço, bem como os discursos sobre ele, também indicam ou testemunham não apenas o seu processo produtivo mas também seus processos significantes, reproduzindo-os por meio da sua organização e estruturação e depois reafirmados por meio das suas representações.

## **2. Procedimentos Metodológicos**

A pesquisa, de caráter exploratório, se desenvolveu em várias etapas. A fase inicial e preparatória da pesquisa contemplou uma extensa revisão teórica com objetivo de se estabelecer as premissas conceituais e metodológicas que iriam nortear a análise dos dados e categorização das amostras.

Após observação de vários perfis na rede social Instagram, foram escolhidos para a coleta de dados dois perfis (@campograndemilgrau e @passeandoemcampogrande que contavam respectivamente com 15 mil e 36 mil seguidores no início da coleta de dados), cujo foco do conteúdo compartilhado é a própria cidade e aspectos do cotidiano vivido pelos seus habitantes. Os critérios para a escolha dos perfis estudados levaram em consideração o número de seguidores dos perfis, que na época do início da coleta era superior a 10 mil seguidores, excluindo-se perfis em que prevalecessem postagens cujo conteúdo fossem publicidade de produtos, marcas ou serviços ou que apresentassem a cidade a partir de uma perspectiva do turismo.

A amostragem foi construída no ambiente da rede social durante o ano de 2019, no período de 07/04 a 01/12. Durante e após o período de coleta de dados na internet, além do aprofundamento da pesquisa bibliográfica, também foram realizadas visitas a diversas áreas e regiões de Campo Grande para o reconhecimento, identificação, verificação e confrontação com as informações levantadas. Foram descartadas todas as postagens que não se referiam diretamente ou indiretamente ao espaço da cidade, formando, então um conjunto de amostras bastante heterogêneo. A sua análise, entretanto, permitiu identificar relações entre as imagens, especialmente reforçada pelas frequências com alguns assuntos, objetos, marcos urbanos e temas se repetem. Foi possível, então, identificar semelhanças, particularidades e distinções no conteúdo analisado.

## **3. Resultados**

O conteúdo analisado permite inferir que a realidade da cidade é também constituída pelas imagens que a representam e que, em conjunto, constituem o imaginário urbano de Campo Grande e estabelecem uma forma especial de relação social cuja mediação se faz através delas próprias. Este imaginário, por sua vez, torna-se simultaneamente representação das práticas e da própria realidade socioespacial, e referência para a projeção e reprodução destas concepções de espaço, servindo para difundir, manter, dissolver ou opor-se a determinadas práticas ou relações socioespaciais; funcionando ao mesmo tempo como lugar, meio e instrumento para a sua ação; conforme antevia Lefebvre (1991).

A perspectiva do consumo privilegia imagens valorativas positivas, que destaquem características e pontos de vistas elogiáveis, desejáveis e, portanto, associados a significados e símbolos de progresso, ordenamento, desenvolvimento e beleza. O imaginário produzido a partir desta perspectiva identifica a cidade e busca aproximá-la a referências externas, importadas de outras regiões do país e, sobretudo de outros países, e que constituem padrões estéticos e de organização do espaço urbano desejáveis e, porque não dizer, imitáveis. Inúmeras imagens compartilhadas nos perfis analisados buscam identificar similitudes entre símbolos urbanos estrangeiros, provenientes de cidades europeias ou norte-americanas; e marcos ou locais de Campo Grande. A tipologia das postagens, imagens de distintos lugares em quadros lado a lado, para emular ou sugerir semelhanças entre eles é frequentemente utilizada, destacando-se como exemplo assiduamente repetido a imagem comparativa entre a Torre Eiffel, de Paris, e a torre transmissora da TV Morena, localizada na Avenida Eduardo Elias Zahran, e a imagem comparativa do relógio Big Ben, de Londres, com Relógio localizado no cruzamento da Avenida Afonso Pena com a Avenida Calógeras (réplica do antigo Relógio que se localizava a uma quadra de distância, conhecido como Relógio da 14, demolido da década de 1970). São frequentes também produzidas a partir de fotografias aéreas noturnas de Campo Grande em que a cidade é comparada a cidades como Las Vegas ou Nova York (fig. 01)

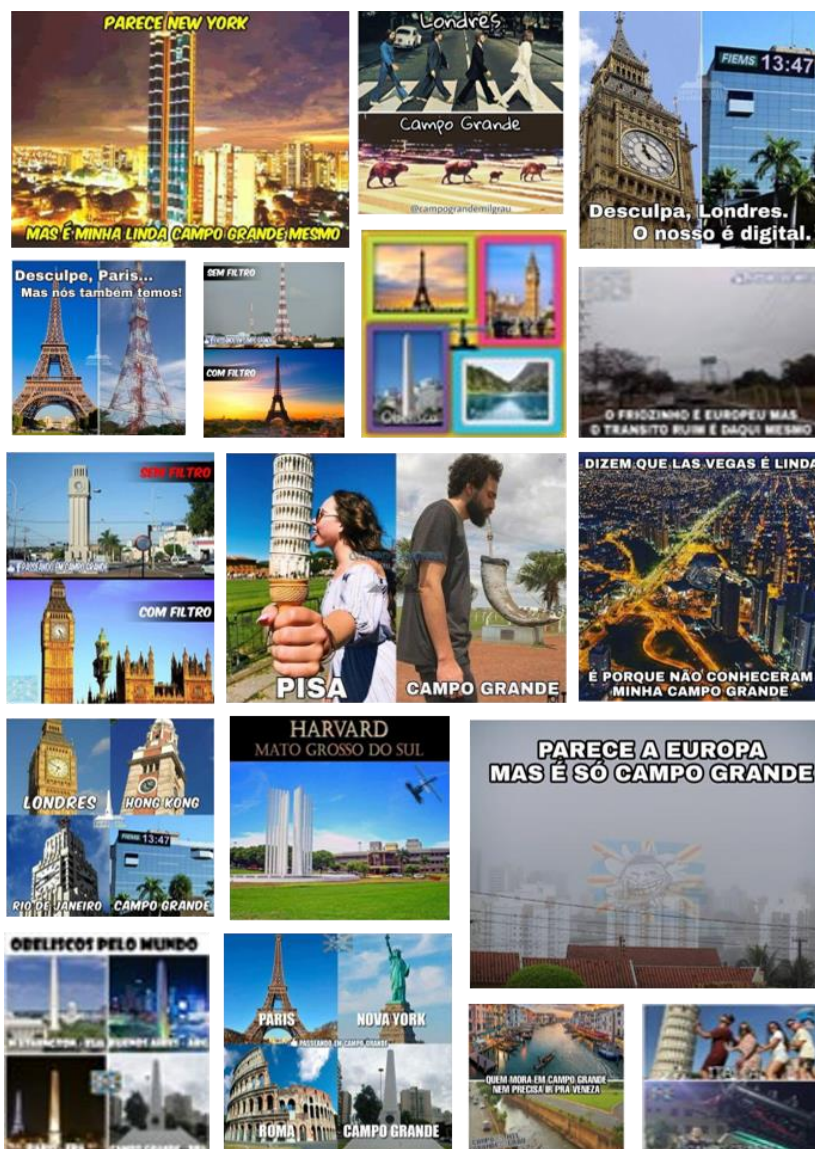


Figura 01 - Montagem de imagens postadas ilustrativa da comparação entre Campo Grande e outros centros urbanos  
Fonte: @passandoemcampogrande e @campograndemilgrau, colagem feita pela autora.

Pode-se afirmar, a partir da análise das amostras, que o imaginário urbano constitui, como uma reprodução contemporânea de uma colonialidade modernizadora-civilizadora que também permeia a produção de várias outras cidades em países que passaram pelo processo de colonização como é o caso do Brasil. Assim, por meio da imitação ou da reprodução de modelos ou referências urbanas (e também urbanísticas) importadas, as cidades tornaram-se “carregadas de imaginários e modos de vida funcionais ao capitalismo e a uma versão moderna de progresso” (IBÁÑEZ, 2016, p. 308), e as cidades europeias e estadunidenses consolidaram-se como objetivo ou meta de progresso e desenvolvimento a ser alcançado por outras cidades, entre elas Campo Grande.

## Referências

BAITELLO JUNIOR, N. *A era da iconofagia*: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. ePUB. São Paulo: Paulus, 2014.

DEBORD, G. *A sociedade do Espetáculo*. Silveira: Livros da Revolta, Le Livros, sd. Disponível em: <<http://lelivros.love/book/baixar-livro-a-sociedade-do-espetaculo-guy-debord-em-pdf-epub-e-mobi/>>. Acesso em: 27 outubro 2019.

DUSSEL, E. *1492: o encobrimento do outro: a origem do mito da modernidade*: Conferencias de Frankfurt. Tradução de Jaime A. Classen. Petrópolis: [s.n.], 1993.

FERRARA, L. D. *Comunicação mediações interações (ePUB)*. São Paulo: Paulus, 2018.

FLUSSER, V. *Filosofia da Caixa Preta. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo : Hucitec , 1985.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL , A. Introdução. In: FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL , A. *Métodos de Pesquisa para Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

IBÁÑEZ, M. R. Resignificando a cidade colonial e extrativista. Bem viver a partir de contextos urbanos. In: DILGER, G.; LANG, M.; PEREIRA FILHO, J. *Descolonizar o Imaginário*: debates sobre o pós extrativismo e alternativas ao desenvolvimento. Tradução Igor Ojeda. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, Editora Elefante, 2016. p. 296-333.

LEFEBVRE, H. *The production of space*. Tradução de Donald Nicholson-Smith. Oxford: Blackwell, 1991.

LEFEBVRE, H. *A revolução urbana*. Tradução de Sérgio Martins. 1a.ed. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.