

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
INSTITUTO DE ESTUDOS SOCIOAMBIENTAIS  
MESTRADO EM GEOGRAFIA

**A ORDEM SIMBÓLICA DA METRÓPOLE:**  
ASPECTOS DE UMA IDENTIDADE GOIANIENSE

Paulo César Vieira de Araújo  
Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia

GOIÂNIA

2005

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS  
DE TESES E  
DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

**1. Identificação do material bibliográfico:**       **Dissertação**       **Tese**

**2. Identificação da Tese ou Dissertação:**

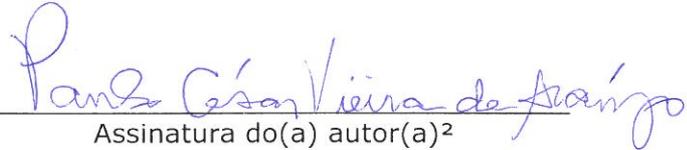
Nome completo do autor: Paulo César Vieira de Araújo

Título do trabalho: A Ordem Simbólica da MetrÓpole: aspectos de uma identidade goianiense

**3. Informações de acesso ao documento:**

Concorda com a liberação total do documento  **SIM**       **NÃO**<sup>1</sup>

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.

  
Assinatura do(a) autor(a)<sup>2</sup>

Ciente e de acordo:

  
Assinatura do(a) orientador(a)<sup>2</sup>

Data: 14 /06/2017

<sup>1</sup> Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente
- Submissão de artigo em revista científica
- Publicação como capítulo de livro
- Publicação da dissertação/tese em livro

<sup>2</sup>A assinatura deve ser escaneada.

PAULO CÉSAR VIEIRA DE ARAÚJO

**A ORDEM SIMBÓLICA DA METRÓPOLE:  
ASPECTOS DE UMA IDENTIDADE GOIANIENSE**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Geografia do Instituto de Estudos Socioambientais da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de Mestre em Geografia.

**Área de Concentração:** Dinâmica Socioespacial.

**Orientador:** Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia

**Co-orientador:** Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro

GOIÂNIA

2005

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Araújo, Paulo César Vieira de  
A Ordem Simbólica da Metrópole: [manuscrito] : aspectos de uma identidade goianiense / Paulo César Vieira de Araújo. - 2005.  
136 f.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia; co-orientador Eguimar Felício Chaveiro.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Instituto de Estudos Socioambientais (Iesa), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Goiânia, 2005.  
Bibliografia. Anexos.

1. Geografia Cultural. 2. Identidade. 3. Paisagem Cultural. 4. Imaginário. 5. Goiânia. I. Maia, Carlos Eduardo Santos, orient. II. Título.

CDU 911.3



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
INSTITUTO DE ESTUDOS SÓCIO-AMBIENTAIS  
PROGRAMA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**ATA DA SESSÃO DE JULGAMENTO DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE  
PAULO CÉSAR VIEIRA DE ARAÚJO**

Aos dezesseis dias do mês de dezembro do ano de dois mil e cinco (2005), a partir das nove horas, na Sala do Mestrado do Instituto de Estudos Sócio-Ambientais - IESA/UFG, teve lugar a sessão de julgamento da Dissertação de Mestrado do mestrando **Paulo César Vieira de Araújo** que apresentou o Tema: "A ORDEM SIMBÓLICA DA METRÓPOLE: ASPECTOS DE UMA IDENTIDADE GOIANIENSE". A Banca Examinadora foi composta, conforme Portaria n.º 038/05 da Diretoria do IESA, pelos seguintes Professores: Presidente: Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia, Membros: Prof.ª Dra. Genilda D'arc Bernardes e Prof. Dr. João Batista de Deus. Os examinadores argüíram na ordem citada, tendo o candidato respondido satisfatoriamente. Às 11 horas a Banca Examinadora passou a julgamento, em sessão secreta, tendo o candidato obtido os seguintes resultados:

Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia - Ass. Carlos Eduardo Santos Maia  
Aprovado () Reprovado ( )

Prof.ª Dra. Genilda D'arc Bernardes - Ass. Genilda D'arc Bernardes  
Aprovado () Reprovado ( )

Prof. Dr. João Batista de Deus - Ass. João Batista de Deus  
Aprovado () Reprovado ( )

**Presidente da Banca - Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia**

Ass. Carlos Eduardo Santos Maia

Resultado final: Aprovado () Reprovado ( )

Reaberta a Sessão Pública, a Presidente da Banca Examinadora proclamou os resultados e encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ata que vai assinada por mim, secretária, e pelos membros da Banca Examinadora.

Secretária.....Roberta Moreira Gonçalves.....

Roberta Moreira Gonçalves - Mat. 1465919

Para o Tao: meu Deus, que fala comigo pelo I Ching,  
o livro das mutações.

Para Ares-Marte, Apolo-o Sol, Zeus-Júpiter: meus deuses.

Para meus antepassados, para minha família.

## AGRADECIMENTOS

Ao Carlos, meu orientador.

Ao Prof. Dr. João Batista de Deus, Coordenador, ao corpo docente e aos funcionários técnico-administrativos do Mestrado, pela consideração e compreensão, especialmente à Lana, cuja ternura e graciosidade me encantam e tornam o mundo melhor; ao Laerte, pelas preciosas palavras que, num período de desalento, me renovaram definitivamente o ânimo; à Maria Geralda e ao Eguimar: ela, orientadora "de origem"; ele, co-orientador; ambos, brilhantes presenças na Qualificação.

Ao Cepae, que, particularmente na pessoa de sua Diretora, Edivânia, possibilitou minha licença, condição *sine qua non* para a realização deste trabalho.

Ao Danilo, pela paciência, dissertação, idéias, informações, solicitude, livros, digitação, "versão brasileira", abstract, fotos, correções, disposição e boa vontade.

À minha turma de origem, especialmente à Clarinda, pelo companheirismo e serenidade.

À Márcia, que, com sensibilidade, doçura e beleza netunianas, se fez musa inspiradora.

À Rusvênia, pela presença e por Castells, Guattari, dissertação...; e ao Rosemberg, por Haesbaert...

Aos entrevistados, pela atenção e gentileza.

À Bela, pela competência na resolução de dúvidas gramaticais, almoço, cafés, carona, computador...

À Rose e à Josciele: esta, minha aluna; as duas, ágeis digitadoras.

Ao Ivanílton, pela ajuda informática e incansável presteza em servir.

Ao Dante, pela prontidão e habilidade na transposição das ilustrações.

A todos que participaram, colaborando com sugestões e críticas, material bibliográfico e força, contribuindo com o trabalho.

Ah, tudo é símbolo e analogia!  
O vento que passa, a noite que esfria  
São outra coisa que a noite e o vento —  
Sombras de vida e de pensamento

Tudo que vemos é outra coisa.  
A maré vasta, a maré ansiosa,  
É o eco de outra maré que está  
Onde é real o mundo que há.

Tudo que temos é esquecimento.  
A noite fria, o passar do vento  
São sombras de mãos cujos gestos são  
A ilusão mãe desta ilusão.

**Fernando Pessoa, Fausto: Tragédia Subjectiva**

## SUMÁRIO

RESUMO.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO I – SER OU NÃO SER: A IDENTIDADE EM QUESTÃO.....	19
1.1 – Identidades Geográficas: paisagens imaginadas, estórias inventadas - o espaço, a cultura e o simbólico.....	33
1.1.1 – Paisagem Cultural.....	38
1.1.2 – “Retornando”...para Identificar-se.....	41
1.2 – Ser ou estar: a identidade em crise.....	48
1.2.1 – “Tudo é transição”: identidades do sujeito humano.....	50
CAPÍTULO II – IDENTIFICAÇÕES ARQUETÍPICAS: O SIMBÓLICO (IMAGINÁRIO, REPRESENTAÇÕES, ARQUÉTIPOS) NA CONSTITUIÇÃO DAS IDENTIDADES.....	54
2.1 – Arquétipos na paisagem, paisagens arquetípicas.....	59
CAPÍTULO III – Um estar-a-ser brasileiro: identidade nacional e metropolitana.....	67
3.1 – Identidade cultural brasileira.....	68
3.2 – Identidade na metrópole: uma situação multicultural.....	79
CAPÍTULO IV – A PROCURA DE TRAÇOS IDENTITÁRIOS GOIANIENSES..	83
4.1 – Ser & Estar na metrópole: paisagens (goianienses) imaginadas.....	89
4.1.1 – A cidade: identificando modos de vida na metrópole.....	91
4.1.2 – As imagens: suas origens e seus usos.....	96
4.1.3 – De volta ao começo.....	104

**CONCLUSÃO.....109**

**ANEXOS.....111**

**REFERÊNCIAS.....125**

## RESUMO

A Geografia cultural ressalta a dimensão simbólica de toda atividade humana e reflete sobre o sentido que os homens dão ao meio em que vivem. Este trabalho trata da relação entre as pessoas e a cidade de Goiânia, na constituição de uma identidade socioespacial. Essa identidade, geográfica, baseia-se nas paisagens, nas estórias, nas representações de um povo, acerca de si e do seu lugar. A paisagem cultural é, ela mesma, concebida como representação, constituída simbólica e, em parte, inconscientemente. A investigação em pauta releva esse aspecto da identidade goianiense, procurando vê-la também no contexto da identidade metropolitana e da identidade cultural brasileira. Os dados empíricos foram colhidos por meio de entrevistas, em dois pontos previamente escolhidos de Goiânia, no intuito de se perceber, no seu cotidiano e no seu imaginário, elementos simbólicos da cultura. O peso da ruralidade na auto-imagem da identificação local e a visibilidade dos efeitos do predomínio de mulheres na estrutura demográfica da Capital foram corroborados. Além disso, características provincianas foram reveladas, ao lado de imagens de "cidade grande". O método dialético, o qual entende o espaço geográfico como expressão material das relações travadas numa sociedade, embasa esta pesquisa, para perceber a geograficidade de um conjunto de manifestações da esfera do simbólico. A externalidade da organização espacial dialoga, pois, com aquilo que o homem, seu sujeito, tem de mais individual e, em seus estratos mais profundos, universal: sua psique.

**Palavras-chave:** Geografia Cultural – Identidade – Paisagem Cultural – Imaginário – Goiânia.

## ABSTRACT

Cultural Geography emphasizes the symbolic dimension of all human activity and thinks about the sense, which men give to their environment. This work deals with the relation between people and the city of Goiânia at the construction of a social and spatial identity. This geographic identity is based on landscapes, stories, representations of a community about itself and its place. The cultural landscape is, itself, conceived as representation, formed symbolically and, in part, unconsciously. This investigation emphasizes this feature of the goianiense identity, seeking to see it, also, in the metropolitan identity context and the Brazilian cultural identity. Empirical data were collected by interviews, in two previously chosen places of Goiânia, in order to perceive in the geographical space of the city, in its daily life and in the imaginary, symbolic elements of the culture. The weight of rural aspects on the self-image of local identification and the visibility of the effects of the female prevalence in the demographic structure of the Capital were corroborated. Furthermore, provincial features were revealed beside images of a "Big City". The dialectical method, which understands geographical space as material expression of the social relations, supports this research, in order to understand the geographic character of a range of symbolic manifestations. The externality of spatial organization dialogues, thus, with what man, its subject, has as an individual character, and at the same time in its deeper stratum, has as an universal character: his psyche.

**Keywords:** cultural geography - identity - cultural landscape - imaginary - Goiânia.

## INTRODUÇÃO

“Sobre a cabeça os chapelões, sobre a barriga os fivelões (...)” (CHAUL, 1998, p. 43). Tropicália, Goianália... afinal: qual será nossa identidade? Goiânia *Country*, cidade das flores, ecologicamente correta, “filha mais moça e bonita do Brasil”, nascida sob Escorpião — 24 de outubro de 1933 —, como Pedro, seu fundador. Na astrologia babilônica, tão antiga quanto o homem, Escorpião é um *signo* da água, fixo e feminino. Regido por Hades-Plutão, o senhor da morte e da regeneração, e co-regido por Ares-Marte, o deus da guerra, o signo relaciona-se aos órgãos genitais externos e ao intestino grosso. Escorpianos são, como a água, receptivos e naturalmente levados a situações de risco — risco de vida. “Femininos” que são, a sensualidade e a vaidade estão entre seus atributos mais marcantes e reconhecidos. Dizem que são vingativos... mas “só em último caso”, ponderou-nos uma vez uma plutoniana com Ascendente em Áries. Para nós, que valorizamos as primeiras civilizações, tributários que delas somos, esse é um início de conversa, puxada por Chaul.

*Signo* é, além de cada uma das doze constelações que se localizam na faixa do Zodíaco e que influenciam o caráter e destino humanos, sinal, símbolo; é unidade linguística com significado e significante, palavra; todo objeto, forma ou fenômeno que representa algo distinto de si mesmo: a cruz significando cristianismo, a cor verde significando siga (no trânsito), as palavras designando “coisas” do mundo real (FERREIRA, 1999). Signos são símbolos, dos quais a Geografia Cultural, a partir do final dos anos 1970, vem se ocupando particularmente: o exame dos elementos imateriais da cultura, sua dimensão mental, isto é, os aspectos psíquicos e subjetivos das relações entre espaço e cultura, ou seja, a simbologia dos *signos* inscritos na materialidade da organização espacial. As influências da psicologia cognitiva e da fenomenologia produziram uma Geografia para a qual “o mundo real é permeado de relações

psico-sociais, processos subjetivos que tornam o espaço constituído de valores existenciais, afetividades, símbolos e significações particulares e coletivas” (CORREA, s/d, p. 11). O imaginário é, portanto, um elemento ativo na formação da sociedade, expressando-se por meio de um sistema de idéias e imagens do/no real. Somos levados, assim, ao reconhecimento necessário de uma lógica simbólica que, ao lado das ordens econômicas, sociais e políticas, se faz elemento de ligação entre os homens e destes com o mundo.

No Brasil, só a partir do final de 1980 os trabalhos de Geografia Histórica e Cultural efetivamente começaram a se fazer, destacando a dimensão simbólica do espaço, da paisagem, na qual se inscrevem sonhos, aspirações, sentimentos e atitudes que estabelecem identidade e marcam uma territorialidade. A paisagem é, então, dupla e dialeticamente criada: material e simbolicamente, visto que a outra face do caráter visual do espaço é sua própria significação. Logo, a categoria paisagem situa-se num “lugar” de mediação entre o mundo das coisas e a subjetividade humana, que lhe confere sentido ao dar significados para seus signos.

Os nexos entre espaço e subjetividade têm sido explorados por intermédio de diversos conceitos, como o de paisagem, território, religião, percepção, identidade e festas populares, dentre outros. A pesquisa ora apresentada pretende seguir essa trilha de investigação, isto é, o reconhecimento, na modelação do arranjo espacial goianiense e suas representações, de uma identidade geográfica, goianiense, na qual se percebem e da qual se depreendem elementos particulares da psique profunda ou inconsciente coletivo — os arquétipos —, num cruzamento entre geografia e psicologia junguiana. Sendo Goiânia uma cidade planejada sob o processo político-ideológico da Marcha para o Oeste e demograficamente marcada pela presença feminina, esta jovem metrópole incita o pesquisador a buscar significados — político-ideológicos e sobretudo simbólico-arquetípicos — que se remetem a sistemas de representações e valores, os quais, por sua vez, forjam identidade. Nesse quadro de referência, a identidade goianiense será estudada sob a luz do arquétipo da *anima* — alma, em latim; uma imagem do feminino — e articulada a uma rede de significações das experiências

espaciais que constituem as “construções imaginárias e imaginadas do espaço”.

A intenção é, assim, evidenciar a organização espacial de Goiânia como marca e matriz de uma sociedade demograficamente feminina e culturalmente agrária, analisando-se, para isto, as manifestações/representações e implicações sociais do “feminino” no espaço e na identidade daqueles que o habitam.

Considerando-se que a Geografia Cultural é uma reflexão sobre o papel que o espaço e o meio têm na vida dos homens, o sentido que nós lhes damos e a maneira como os utilizamos, para melhor nos compreendermos e construirmos nossa identidade, nosso ser profundo; e que toda atividade humana é, ao mesmo tempo, material e simbólica, produção e comunicação, sendo a tarefa da Geografia Cultural apreender e compreender esta dimensão da interação humana com a natureza e seu papel na ordenação do espaço, a pesquisa do tema apresentado justifica-se:

- no seu recorte espacial, qual seja a cidade de Goiânia, pelo fato de ser uma capital onde, há pelo menos três décadas, o percentual de mulheres é significativamente superior ao de homens, fato que, pelo inusitado, chegou a ser noticiado pela imprensa nacional;
- para a Geografia, na medida em que pode contribuir para a investigação de um tema cuja referência espacial imediata é local, mas, em virtude do diálogo que se propõe com ciências que se ocupam das essências humanas (psicologia analítica, antropologia, mitologia e religião comparada), tem abrangência universal. No âmbito da Geografia Cultural, brasileira particularmente, a pesquisa que se quer fazer constitui-se, ao que parece, em algo inédito quanto ao modo de articulação dos saberes envolvidos;
- para a sociedade goianiense/brasileira, uma vez que, alcançados os objetivos propostos, poderemos adicionar ao atual estágio do conhecimento sobre a formação socioespacial brasileira, particularizada

em Goiânia, uma perspectiva de entendimento e manejo com a questão do arranjo espacial urbano, em especial no que se refere aos seus significados. Perspectivas de compreensão da realidade metropolitana, bem como a definição de elementos definidores de uma identidade goianiense/goiana/brasileira, acrescentam-se às principais finalidades sociais desta pesquisa;

- para mim, como professor de Geografia e cidadão da metrópole, interessado pelas origens — do ser humano enquanto tal, da nação e da cidade onde vivo — e pela compreensão dialética dos nexos que se estabelecem entre o interno e o externo, a essência e a aparência, as instâncias simbólicas do homem e seu espaço, pois solidifica minha formação intelectual, assim me qualificando profissionalmente e, em função do trato com questões da *anima*/alma humana, aprofundando meu auto-conhecimento, base de toda ética e moral.

As bases teóricas e conceituais desta pesquisa encontram-se, de um lado, vinculadas à Geografia Cultural e, de outro, à Psicologia Analítica, junguiana, e à mitologia. A Geografia Cultural “está associada à experiência que os homens têm da Terra, da natureza e do ambiente, estuda a maneira pela qual eles os modelam para responder às suas necessidades, seus gostos e suas aspirações e procura compreender a maneira como eles aprendem a se definir, a construir sua identidade e a se realizar” (CLAVAL, 1997, p. 89). Revigorada no final da década de 1970, quando passa a se interessar sobremaneira pela dimensão imaterial ou simbólica da paisagem, a Geografia Cultural “verá” a paisagem, a um tempo, como produto da cultura que a modelou e condição de reprodução da mesma, constituindo-se em marca e matriz sociocultural, que contribui para transmitir de uma geração a outra o saber, símbolos e valores nos quais se fundam as atitudes sociais.

No Brasil, a dimensão simbólica do espaço foi investigada por meio de temas de proveniências várias: dos clássicos paisagem e gênero de vida às temáticas propriamente culturais como religião e festas populares, passando pelo lugar, identidade, território e ideologia, categorias vinculadas a desenvolvimentos

da Geografia no século XX. No tocante à paisagem cultural, que ocupa lugar privilegiado na Geografia Cultural desde suas origens européias o século XIX, vemo-la definida, na tradição dos estudos geográficos, como o aspecto imediatamente perceptível do espaço, ou seja, a porção do espaço geográfico analisada visualmente. Mas o olhar “não é somente o exercício de um sentido (visão), é também uma produção de sentido (significação)” instituída em cada sociedade, etnia ou grupo social. Assim, a paisagem é portadora de signos, que inscrevem no território uma visão de mundo e veiculam mitos, tradições e valores (BARBOSA, 1998, p. 44).

Se é a paisagem uma instância de “mediação entre o mundo das coisas e aquele da subjetividade humana” (BARBOSA, 1998, p. 44), a investigação dessa sua dimensão de significação sociocultural far-se-á neste trabalho sob o enquadramento da Psicologia Analítica e seu conceito de arquétipo. A Psicologia Analítica, criada e desenvolvida pelo médico psiquiatra e psicólogo suíço Carl Gustav Jung (1875-1961),

faz parte essencial das ciências da natureza; entretanto está submetida mais do que qualquer outra aos preconceitos e condicionamentos pessoais do observador. É por isso que, a fim de evitar erros mais grosseiros, ela depende, no mais alto grau, da documentação e comparação históricas (JUNG, 1997, p. 36-7).

Seus conceitos e temas fundamentais são os arquétipos e o inconsciente coletivo, a complexidade dos símbolos, a individuação como meta e o diálogo como elemento básico da terapia. Tendo vocação primeira para a interdisciplinaridade, é constante o diálogo da psicologia junguiana com outros campos do conhecimento: a mitologia □ fonte de inspiração provinda da pré-história da consciência humana □, história, religião, filosofia, literatura, antropologia, arte, biologia, alquimia. Influenciado por Freud, Jung foi um admirador do pai da Psicanálise, de quem divergiu e com quem rompeu gradualmente entre 1911 e 1914. Viajou ao norte da África, Estados Unidos, Quênia, Uganda e Índia.

Muitos são os comentadores e continuadores da obra de Jung, como James Hillman, Marie Louise von Franz, Robert H. Hopcke, Nise da Silveira e Roberto Gambini, sendo brasileiros esses dois últimos. As Sociedades de Psicologia Analítica, formadoras de analistas junguianos, espalharam-se pelo mundo (São Paulo, por exemplo, tem duas sociedades) e grande número de títulos referentes a essa psicologia emergiu no mercado editorial. Não obstante sua influência social cada vez maior,

sua penetração nas universidades, inclusive nos cursos de psicologia, é insignificante (...) apesar da democratização que sofreram, as universidades continuam sendo conservadoras, no sentido de que reproduzem certas tendências, correntes de idéias e visões de mundo, impedindo a emergência de outras (...) o mesmo já aconteceu anteriormente com a psicanálise, por exemplo, ou a filosofia de Nietzsche ou de Heidegger, ou com a teoria de Marx. A universidade se mantém presa a tendências de época: o pensamento que se pretende crítico também segue a moda. A democratização dos últimos tempos não é sinônimo de pluralidade, pois as tentativas de contestação ou de crítica dessas tendências de época significam, para quem assim age nas suas fileiras, ostracismo, isolamento intelectual e recusa ao financiamento de pesquisas (MARONI, 1999, p. 82).

A base empírica da nossa pesquisa compõe-se por dados obtidos em 40 entrevistas estruturadas, realizadas ~~na Praça Santos Dumont~~  ~~mais conhecida como Praça do Avião~~  ~~localizada no Setor Aeroporto,~~ e no Centro de Ensino e Pesquisa Aplicada à Educação (CEPAE), uma Unidade da Universidade Federal de Goiás. A escolha desses locais fez-se com a intenção de se captar a visão de um segmento social distinto daquele do trabalho de Ramos (1998), o qual foi uma de nossas bases. A idéia do contraponto a Ramos surgiu pelo fato de que os seus entrevistados foram majoritariamente pessoas com “baixa formação educacional, informação que, aliada às atividades profissionais, permite inferir que na maioria são indivíduos de classes sociais baixas, que não têm possibilidade de ascensão social através do trabalho por não dispor de formação específica” (RAMOS, 1998, p. 88). Então, pensamos nos dois locais acima citados, considerando que na Praça do Avião, situada num bairro de classe média alta, e no CEPAE, onde foram entrevistados sobretudo funcionários (docentes e técnico-administrativos), o

universo de entrevistados tem um perfil diverso dos de Ramos (Ver ANEXO: TABELAS), o que acrescentaria um outro olhar ao conhecimento já produzido sobre o tema. As questões das entrevistas versaram sobre a posição socioeconômica dos entrevistados, a imagem que eles têm da cidade, aspectos do cotidiano e, especialmente, de ruralidade, presentes na/constituintes da identidade goianiense.

A dissertação tem uma estrutura composta por três capítulos. No capítulo inicial, introduzimos a categoria central deste trabalho □ identidade: sua importância na constituição social ("real" e imaginária) do espaço e suas paisagens, sua construção e territorialização. Mostra-se a formação coletiva, cultural da identidade socioespacial e seu caráter eminentemente simbólico. Logo, a identidade e suas paisagens correspondentes são tratadas como representações ideais. Os subcapítulos verticalizam os aspectos citados: a geografização/territorialização da identidade; a paisagem assim constituída □ paisagem cultural □ e sua investigação pela Geografia brasileira; o papel do imaginário (tradições, mitos, cenários, nomes) no estabelecimento da identidade; a "crise de identidade" na pós-modernidade e seus pressupostos históricos.

O segundo capítulo prioriza o enfoque da dimensão simbólica da identidade e sua projeção na paisagem. A identidade, aí tratada como *processo de identificação*, remete-se a uma origem inconsciente e contraditória, cuja resolução/unificação só se pode dar no nível do imaginado, da fantasia e do discurso: chega-se à noção de símbolo, e o "poder simbólico" de identidade tem no espaço □ território, paisagem, lugar □ sua âncora. A fim de investigar o caráter inconsciente da identidade e sua manifestação na paisagem, neste capítulo discutimos o conceito de *arquétipo* □ imagem primordial □ e consideramos as paisagens como portadoras de/ fundadas por esses conteúdos do inconsciente coletivo, sob o exemplo da "paisagem americana".

No terceiro capítulo particulariza-se a identidade, enquadrando-a no Brasil e na metrópole. A identidade cultural brasileira, neste capítulo, é historicizada: retoma-se o período colonial a fim de se encontrar as origens histórico-arquetípicas da nossa simbologia nacional. Para isso, recorreremos ao

conceito psicanalítico de projeção e sua dinâmica, no encontro entre colonizador e colonizado. O caráter eminentemente simbólico da identidade brasileira é realçado, numa comparação com a identidade alemã. Chegando à metrópole, a identidade ganha um contorno particular, traçado pela diversidade e mistura □ a dialética das identidades, complexificada pelo processo de globalização atual e sua correspondente homogeneização cultural.

O quarto e último capítulo tem Goiânia como foco. Nele, a capital revela uma fisionomia *sui generis*, na qual se mesclam “dois tempos, dois lugares”: o urbano e o rural, o presente e o passado, modernidade e tradição. As *imagens* que os moradores têm da cidade e sua instrumentalização político-ideológica são objeto de destaque e se articulam ao *feminino*, nossa origem □ origem bio-psíquica e origem deste trabalho, bem como seu porto de chegada. O imaginário mitológico e o feminino como princípio permeiam todo o trabalho, sendo a lente para ampliar nossa consciência do tema proposto.

## I – SER OU NÃO SER: A IDENTIDADE EM QUESTÃO

*Perder ou não perder a identidade é um tema importante, sem dúvida, capaz de produzir literatura e filosofia em grandes quantidades e da melhor qualidade, mas creio que temos questões mais urgentes a resolver. De quatro em quatro segundos morre uma pessoa de fome. Diante desse drama, discutir identidade parece-se muito com o velho debate sobre o sexo dos anjos.*

José Saramago, O Popular, 21/03/2004

Neste primeiro capítulo, apresentaremos e discutiremos as idéias sobre *identidade* em autores da Geografia e de outras ciências humanas — Hall, Castells, Haesbaert, Claval, Guattari e Rolnik, Almeida —, destacando-se suas dimensões espacial e simbólica. A identidade que se vai discutir é, portanto, cultural e territorializada, em Goiânia, no caso: constitui-se com as paisagens...imaginadas, representações de “hábitos, preferências, sonhos” dos indivíduos — uma identidade geográfica, socioespacial, onde paisagens e territórios mais ou menos imaginados cristalizam tradições igualmente inventadas e, assim, articulam-se o espaço, a cultura e o simbólico. Destacam-se o conceito de paisagem cultural, a tensão entre passado (tradição) e presente (pós-modernidade) nas representações identitárias, particularmente as goianienses, e, finalmente, fatores da crise da *identidade* na sociedade contemporânea, pós-moderna.

Que se preparem os anjos!

A fim de iniciarmos essas discussões, tomemos as seguintes palavras da geógrafa britânica Linda McDowell:

Os geógrafos culturais estão se voltando cada vez mais para questões sobre a cidade e vida cultural nos últimos anos dos séculos XIX e XX, para questões acerca de identidade, significado e imaginação: como as pessoas "reagem à experiência urbana". Nesses trabalhos, distingue-se entre uma visão racional, científica do espaço, a do planejamento urbano e a análise geográfica convencional, e uma idéia de espaço como algo que é vivenciado ou imaginado [geografias imaginárias], um conceito mais ambivalente que não é possível representar, seja no discurso científico seja em conjuntos de estatísticas sociais (...) tanto quanto as relações de classe e domínio colonial, as maneiras como a representação simbólica de paisagens refletem relações de poder entre os gêneros estão se tomando objeto de exame. A paisagem é freqüentemente retratada em termos do corpo feminino e natureza, seja idealizada como feminina — a Natureza Mãe — seja vista como uma ameaça feminina, necessitando dominação — o estupro da terra (McDOWELL, 1996, p. 166 e 178).

Na citação acima, nota-se que a autora ressalta a importância do simbólico na constituição da identidade e já sugere-nos pistas por onde investigar os elementos e respectivos significados, espacializados, constituintes de uma identidade socioespacial goianiense. No mesmo sentido, Hall (2003) fala da "generificação" da identidade inglesa, isto é, das fortes associações masculinas dos valores e significados da "inglesidade".

Mas "o Brasil é feminino" — disse Di Cavalcanti — e Goiânia, se tem sua identidade socioespacial marcada pelas paisagens (imaginadas) ajardinadas, arborizadas, é "feminina", então: "Nos anos 90 [1990] a preocupação com o ajardinamento das praças e jardins foi uma das características de Goiânia" (OLIVEIRA, 2003, p.41)<sup>1</sup>. Tendo em vista o destaque dado ao "feminino" ao longo (e no centro!) deste trabalho, devemos esclarecer, antes de mais nada, a acepção em que esse termo será usado. Para isso, recorramos aos seus significados em tradições diversas.

A antiga filosofia chinesa localizou o elemento ou princípio feminino no "yin":

---

<sup>1</sup> Sobre as analogias campo-mulher, Terra-mulher-fecundidade e agricultura-cultos de fertilidade, ver Eliade (2002).

Apesar de se unirem, homem e mulher representam opostos irreconciliáveis, os quais, quando ativados, degeneram em hostilidade mortal. Este par primordial de opostos é o símbolo de todos os opostos possíveis e imagináveis: quente-frio, claro-escuro, sul-norte, seco-úmido, bom-mau, [sol-lua] etc, e também consciente-inconsciente (JUNG, 1991, p. 163).

A sizígia masculino-feminino é, portanto, um dos possíveis pares de opostos, mas representa todos eles. No nível das universais sizíguas cosmogônicas, o par masculino-feminino nada mais seria do que reflexo do caráter humano: o casal divino, "simplesmente uma idealização dos pais ou de qualquer outro par amoroso humano que, por um motivo qualquer, aparecia no céu" (JUNG, 2000, p. 72 – Ilustração 2).

### **O casamento divino arquetípico: a união do masculino e feminino**



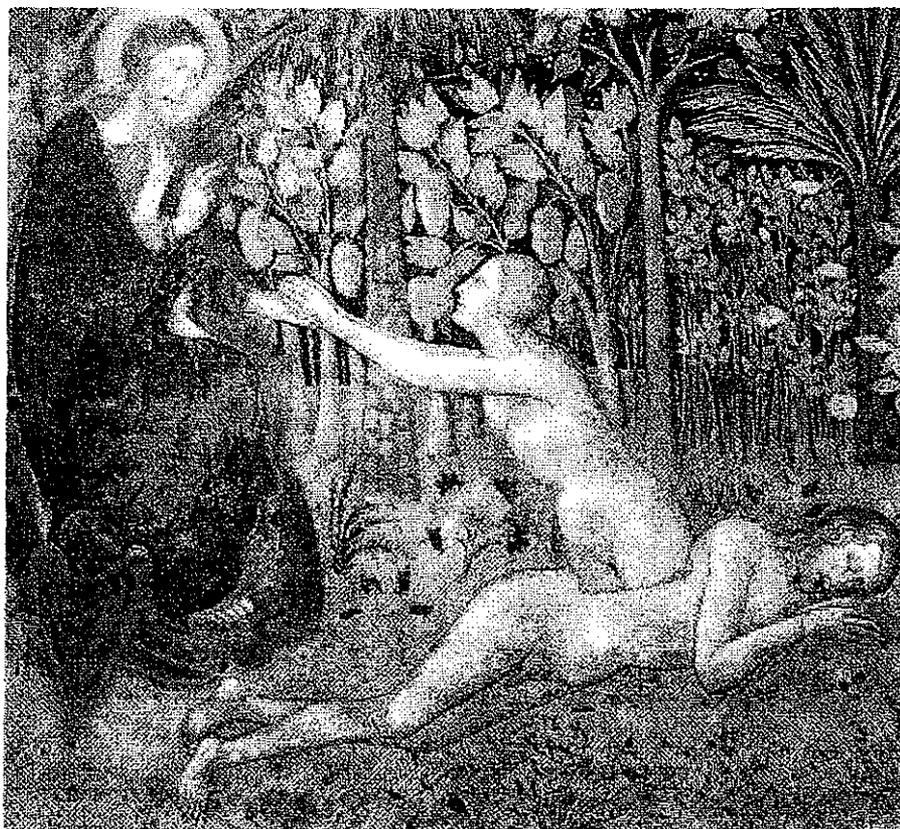
Xiva e Parvati, em escultura indiana do séc.XIX.  
Fonte: JUNG et al, 2000.

Na alquimia, uma corrente (psíquica) subterrânea em relação ao cristianismo que domina(va) na superfície, os números pares que entremeiam os números ímpares da dogmática cristã significam o feminino, a terra, o subterrâneo, o mal. Na divindade ternária cristã,

O elemento feminino é silenciado (...), pois a interpretação do Espírito Santo como Sophia-Mater é considerada herética. O drama metafísico cristão, o "Prólogo no Céu", só conhece atores masculinos, tendo isso em comum com múltiplos mistérios originários (...) Assim, a trindade é uma divindade explicitamente masculina, para a qual a androginia de Cristo e a posição específica e elevação da mãe de Deus não oferecem um equivalente pleno (JUNG, 1991, p. 162 e 34).

Nos textos gnósticos "A Grande Anunciação" e "A Anunciação", mencionam-se, respectivamente, a "costela" de Deus □ o masculino e o feminino □ e as "partes" de Deus, a masculina e a feminina (ZOLLA, 1997, p. 24 – Ilustração 1).

.. E Deus criou a mulher.



A extração de Eva da costela de Adão, n'A criação de Eva, afresco de Bartolo di Fredi, Itália, séc. XIV.

Fonte: ZOLLA, 1997.

Já os agnósticos asseguravam que o Y, símbolo do Verbo que divide a essência dos seres, representava a natureza íntima do ser, que é masculina e feminina e, como tal, eterna: numa gravura de Michael Maier, datada de 1617, Alberto, o Grande, o mestre de São Tomás de Aquino, representando a autoridade suprema, espiritual e temporal, aponta para um andrógino que segura um Y. O feminino, na mística judaica, é o mal e deve ser dominado. Na perspectiva filosófica das religiões consagradas à Deusa, na Índia, onde a simbologia da Deusa ainda domina, o feminino representa a *maya*:

Ela é espaço e tempo [ilusão...], e o mistério para além dela é o mistério para além de todos os pares de opostos. Assim, não é masculina nem feminina. Nem é nem deixa de ser. *Mas tudo* está dentro dela, de modo que os deuses são seus filhos. Tudo quanto você vê, tudo aquilo em que possa pensar, é produto da Deusa (CAMPBELL, 2002, p. 177 - Ilustração 3).

Também na Índia, o símbolo supremo mais comum é o falo, ou *lingam*, do deus penetrando a vagina, ou a *yoni*, da Deusa: um símbolo do mistério do momento gerador de toda a vida, o mistério sexual, sagrado, o mistério do despejar da energia da vida no campo do tempo □ os poderes masculino e feminino em conjugação criativa (CAMPBELL, 2002). A poderosa figura da Deusa é capaz de desencadear o processo arquetípico do segundo nascimento (a conversão, a iluminação, o renascimento), o qual ocorre por meio de u'a mãe espiritual: "Notre-Dame de Paris, Notre-Dame de Chartres, a Santa Madre Igreja. Ao entrar e sair de uma igreja renascemos espiritualmente" (CAMPBELL, 2002, p. 190). Nesse sistema de símbolos (já que o renascimento também pode se dar por meio do masculino), o princípio feminino, a mulher, tem um poder regenerador □ ela é doadora de formas e sabe de onde estas provêm: provêm daquilo que está além de todas as categorias da mente e do pensamento, além do ser e do não-ser, do masculino e do feminino, aquilo que ao mesmo tempo é e não é.

No mito grego de Hércules, vemos a submissão ao feminino (Ônfale)<sup>2</sup>, que simboliza o inconsciente, o auto-sacrifício e renascimento causado pela vestimenta de Dejanira, como uma etapa do processo de individuação (JUNG, 2000, p. 319). O inconsciente, por suas características femininas, é personificado pela *anima*, no homem: o elemento feminino da psique masculina foi chamado por Goethe de “o eterno Feminino” (JUNG et al, 2000, p. 24-5). No arquétipo materno (o feminino como mãe), brilha “simplesmente a mágica autoridade do feminino” (JUNG, 2000, p. 158), de qualidade dual: criativa e destrutiva, benévola e maléfica. Todos os aspectos da *anima* podem ser projetados<sup>3</sup> na mulher, estando a medieval crença em feiticeiras intimamente relacionada a tal mecanismo psíquico. Na iconologia católica,

As pinturas italianas de personagens doces, hermafroditas e de cabelo encaracolado, carentes de qualquer mácula, não expressam qualquer outra força senão a negativa, feminina, da submissão e do sacrifício. Deste ponto de vista, a circuncisão de Jesus, à qual se concede tanta importância na iconologia e, portanto, se reflete no arquétipo, adquire seu significado pleno como mostra de masculinização (ZOLLA, 1997, p. 26).

A reverência que nas sociedades primitivas era dada à figura da Grande Deusa, a Mãe-Terra, estava associada precipuamente à *agricultura* e às *sociedades agrárias*. Tinha a ver com a terra. O prestígio mágico-religioso e social da mulher nas sociedades matriarcais está ligado à descoberta da agricultura por ela, e tem seu modelo cósmico na figura da Terra-Mãe:

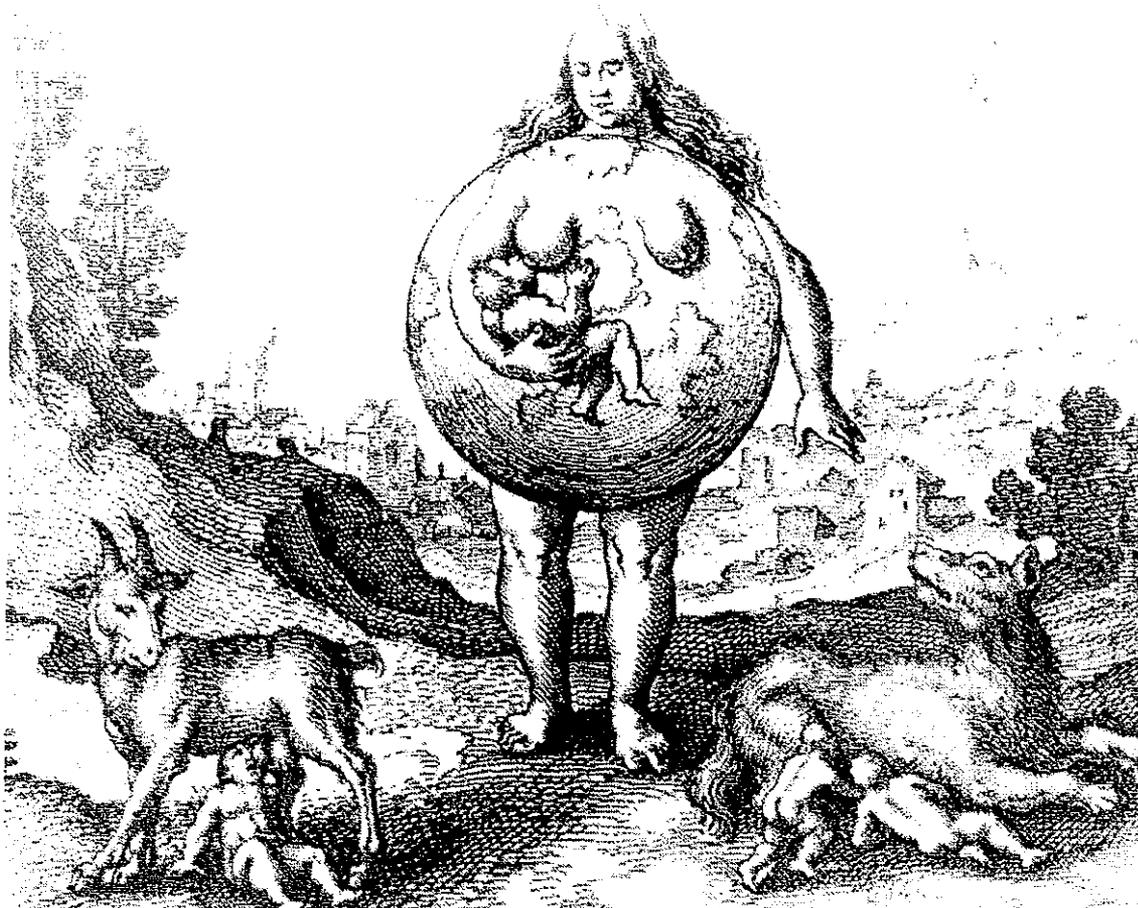
A mulher dá à luz, assim como da terra se originam as plantas. Assim, a magia da mãe e a magia da terra são a mesma coisa. Relacionam-se. A personificação da energia que dá origem às formas e as alimenta é essencialmente feminina. A Deusa é a figura mítica dominante no mundo agrário da antiga Mesopotâmia, do Egito e dos primitivos sistemas de cultura do plantio. Encontramos centenas de variações da Deusa na primitiva Europa neolítica, mas praticamente nada ligado à figura masculina. O touro e certos animais, como o javali e o bode, podem aparecer como simbólicos do poder masculino, mas a Deusa é a única divindade visualizada, nessa altura (CAMPBELL, 2002, p. 177).

---

<sup>2</sup> Omfalos significa “umbigo”, a parte do corpo onde os orientais localizam as energias masculinas “hercúleas” (ZOLLA, 1997, p. 18).

<sup>3</sup> *Projeção*, na Psicanálise, é um mecanismo pelo qual o ser humano atribui a outro ser (humano ou não) seus próprios sentimentos e motivações.

## Deusa primitiva



A Deusa, como criador(a): seu corpo é o universo.  
Fonte: CAMPBELL, 2002.

Após essas palavras iniciais, que partiram do “feminino” □ um princípio/atributo/caráter da totalidade, da divindade, do Criador e suas criaturas □ e chegaram à (nossa) sociedade agrária, vejamos agora as idéias de alguns autores sobre *identidade* e sua relação com a paisagem e o simbólico.

Para o sociólogo Castells (2000), estudioso das questões urbanas e, particularmente, da nossa categoria central, a identidade é a fonte de significado e experiência de um povo, distinção entre o eu e o outro (povo), nós e eles. Pode haver identidades múltiplas — fator de contradição/tensão — na auto-representação e na ação social, mas, para a maioria dos atores sociais na sociedade em rede, o significado organiza-se em torno de uma identidade primária, auto-sustentável ao longo do tempo e do espaço, e que estrutura as demais.

A matéria-prima para a construção de identidade é fornecida pela história, geografia, instituições produtivas, memórias coletivas e fantasias pessoais, aparatos de poder e revelações religiosas. Quem constrói a identidade coletiva em grande medida são os determinantes do conteúdo simbólico dessa identidade, bem como de seu significado para os que com ele se identificam ou se excluem. Com isso concorda o geógrafo Haesbaert: a identidade não é algo dado, mas um movimento, tratando-se sempre de uma *identificação em curso*. Logo, por estar sempre em processo/relação, a identidade, para Haesbaert, nunca é uma, mas múltipla, só se definindo em relação a outras identidades: "identificar, no âmbito humano-social, é sempre *identificar-se*, um processo reflexivo, portanto, e identificar-se é sempre um processo de identificar-se *com*, ou seja, é sempre um processo *relacional*, dialógico, inserido na relação social" (1999, p. 174-5).

Claval — que pergunta "por que razão os homens instituem, através do poder de estruturar atribuído pelo Verbo, uma ordem simbólica?" (1999b, p. 138) — fala o mesmo, e vai além, quanto à espacialidade do conteúdo simbólico de uma cultura, a qual (em forma de paisagem) funda uma identidade coletiva. "Os hábitos, preferências, sonhos e aspirações que os indivíduos adotam nas representações que compartilham possuem dimensões espaciais" (CLAVAL, 1999b, p. 294)

Chegamos à identidade cultural territorializada: uma identidade cultural e territorial. Aqui, a categoria identidade se cruza com a cultura, o território e suas "paisagens imaginadas". "A paisagem (...) algumas vezes (...) funda a identidade do grupo" (CLAVAL, 1999b, p. 295). As paisagens refletem maneiras de ver o mundo, maneiras de ser, de não-ser, refletem identidades. As paisagens não são apenas construídas, mas também percebidas por meio de representações ideais, na arte e na ciência. Claval, ao falar dos três parâmetros de leitura da paisagem — o funcional/utilitário, o "arqueológico" e o simbólico —, ressalta sua dimensão cultural. E acrescenta que a chegada das tecnologias modernas e sua lógica utilitária limitou a significação simbólica das paisagens:

...os ambientes são freqüentemente espaços monofuncionais (...) concebidos como uma peça, totalmente concretados, betumados (...) sem interstício onde possam aparecer ervas loucas e onde se pudesse cultivar flores. O espaço habitado era feito de lugares. Comporta agora "não-lugares" (...) em face a estas áreas onde só se lêem geometrias as mais

frias, os grupos acham-se esvaziados de conteúdo. Eles não conseguem se enraizar ao território para construir suas identidades (CLAVALL, 1999b, p.316 e 318).

Surgido no âmbito da Geografia Humanística, *placelessness* é o neologismo/conceito desenvolvido por Relph (1980), a respeito das paisagens estandarizadas, repetidas, "xerocopiadas", com uniformidade de seqüências, como as auto-estradas, viadutos, conjuntos habitacionais, etc. O termo, de acordo com Mello, foi traduzido em espanhol, por García Ramón, como deslocalização, e, em português, talvez seja mais bem entendido como "deslugar" ou "ausência de lugar" (MELLO, 1990, p. 102). Relph, todavia, ressalta que para os usuários desses "não-lugares" é possível que eles (os não-lugares) assumam um sentido de lugar:

...uma paisagem racional, criada sob a perspectiva da racionalidade intencional, pode todavia ser experimentada como absurda, estranha e incompreensível, e ainda pode ser desvalorizada como cenário para a vida cotidiana. Em resumo, as paisagens mudam sua identidade segundo o modo como nós as experimentamos (RELPH, 1980, p. 133; versão nossa).

Isso nos mostra que

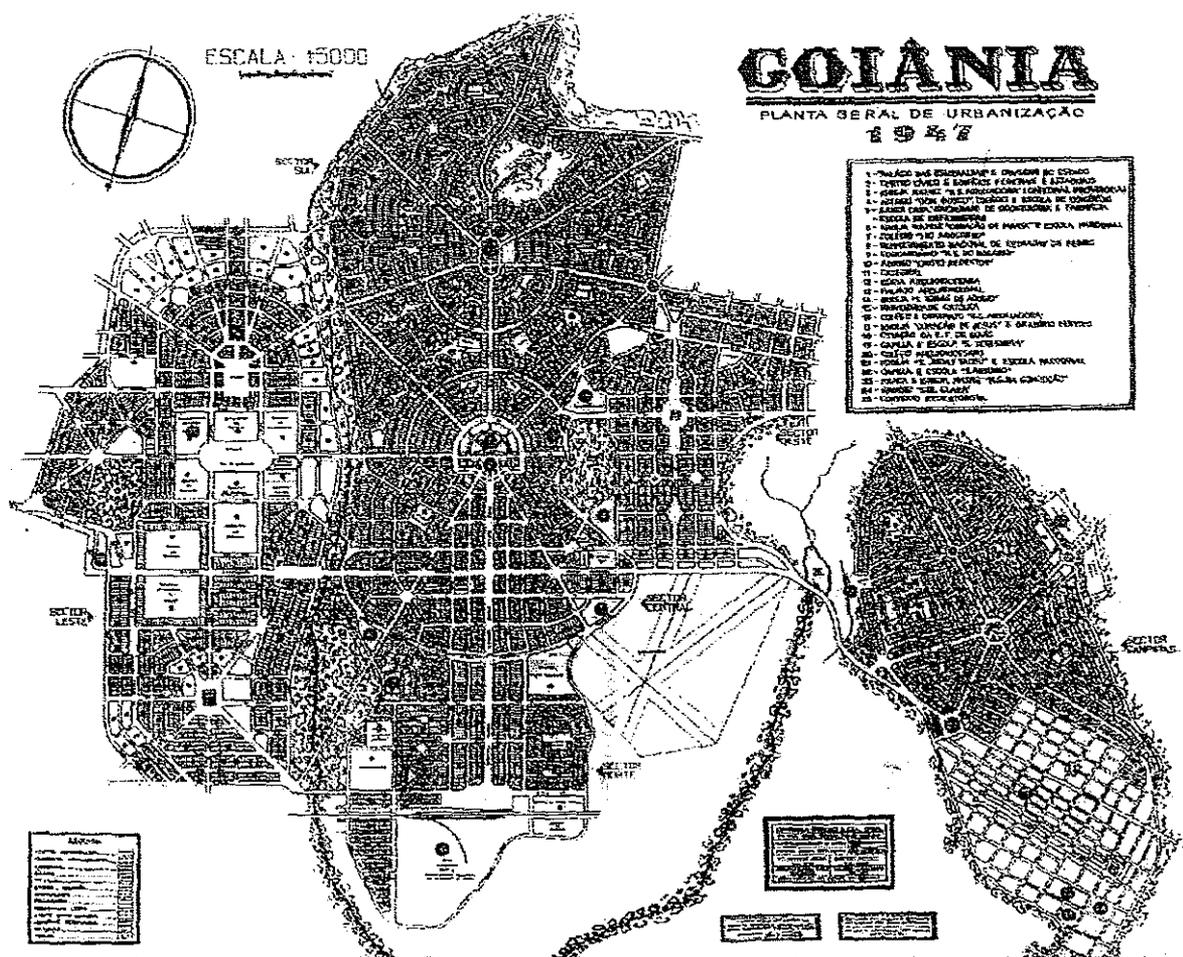
as pessoas não se sentem coagidas a gostar apenas da arquitetura que obedece a certos padrões estéticos. No convívio, as paisagens artificiais, interpretadas como feias, transformam-se em belas e agradáveis, ou seja, lugares. A impressão de que são deslugares deve se restringir aos estranhos, desejosos do prazer estético de seus valores (MELLO, 1990, p. 107).

Assim, é a experiência vivida de cada indivíduo ou dos grupos sociais, em razão dos seus valores, que dá identidade às paisagens, dotando-as — ou não — de conteúdo, de significado (MELLO, 1990).

Em Goiânia, as avenidas Paranaíba e Anhangüera são dois casos exemplares (Ilustração 4). Na primeira, a faixa verde, arborizada, projetada para separar a zona comercial da industrial (uma referência de Atílio Correia Lima, urbanista que projetou Goiânia, ao urbanista inglês Ebenezer Howard, 1850-

1928), transformou-se em azul (a cor da lona que cobre as barracas do comércio informal), compactamente dificultando sua travessia pelos pedestres, impossibilitando-a pelos automóveis, multiplicando os semáforos e, conseqüentemente, tornando o trânsito menos fluido. Já na avenida Anhanguera, a modernização (?) do corredor exclusivo para ônibus, aparentemente com motivações eleitoreiras, liqüidou a “ilha” de palmeiras, “compensando-as” com mal localizados canteiros *de esquinas* e deixando o pedestre inseguro ao atravessar o “mar” de automóveis da avenida, às vezes naufragando...

## Planta de Goiânia



No centro, a Praça Cívica; os bairros: Popular, Setores Sul, Oeste, Universitário, Vila Nova, Campinas, e o aeroporto.

Fonte: Diário da Manhã, Suplemento Meu Bairro, p. 3, 24 Out. 2004.

Lembre-mo-nos sempre da dimensão simbólica, "imaginada", a qual é uma das múltiplas lógicas — ordens, para Lefebvre — superpostas no espaço humanizado:

Sob a forma de significações, na forma da simultaneidade e dos encontros, na forma enfim de uma linguagem e de uma escrita "urbana", são ordens aquilo que a cidade transmite (...) Existe a ordem religiosa, a ordem política, a ordem moral, cada uma remetendo-nos a uma ideologia com suas implicações práticas (...) Consumem-se tantos signos quanto objetos: signos da felicidade, da satisfação, do poder, da riqueza, da ciência, da técnica, etc. (LEFEBVRE, 1991, p. 62-4).

E as imagens a partir das quais

... é construído o sentimento de identidade...[baseiam-se num] espaço com o qual o grupo assume elos quase místicos (...) A paisagem [imaginada?] (...) toma uma dimensão estética ou funda a identidade do grupo. Serve para exprimir os sonhos. Daí advém a fascinação que exerce o estudo de parques e jardins onde estas aspirações são expressas livremente (CLAVAL, 1999b, p. 179 e 295-6).

E quanto à identidade de uma cidade que se constitui em boa parte pela existência/magnitude (imaginada?) de parques e jardins, ou, em sentido mais amplo, da natureza na sua forma de vegetação bem cuidada: que sonhos se expressam, a que tempo mítico se vinculam? E se, junto à manifestação de sonhos, considerarmos que na sociedade global "a busca pelo significado ocorre no âmbito da reconstrução de identidades defensivas em torno de princípios comunais" (CASTELLS, 2000, p.27), teremos mais um elemento para nortear nossa busca, posteriormente.

Voltando a Lefebvre, se existem a fala, a escrita e a língua da cidade, linguagem urbana, linguagem de conotações,

é preciso estudar (...) como a cidade é significada (é a semiologia propriamente *urbana*) e como são significados os modos de viver e de habitar (é a semiologia da vida *quotidiana*, do habitar e do habitat) (...) Não esqueçamos as *dimensões*. A cidade tem uma dimensão simbólica;

os monumentos, como também os vazios, praças e avenidas simbolizam o cosmos, o mundo, a sociedade ou simplesmente o Estado (LEFEBVRE, 1991, p. 64-5).

A estreita identidade entre edifício e governante patrocinador (sua personalidade, mesmo que fictícia), no espaço urbano goianiense, é revelada pelo arquiteto e urbanista Coelho (2002), o qual ressalta os seguintes aspectos pertinentes ao processo de construção da nova capital: a utilização da arquitetura pelo Estado, como forma de se perpetuar, a monumentalidade (como símbolo, no imaginário) arquitetônica sendo o caminho para se alcançar o objetivo, qual seja a exaltação do poder político; o estilo *art déco* como portador de uma ideologia de discurso nacionalista (ruptura com o modelo português) e cultura própria, uma forma ufanista de se ver a modernidade. Em síntese, a nova capital estava no roteiro geográfico, político e ideológico da “Marcha para o Oeste”.

Ainda sobre a dimensão simbólico-política do espaço goianiense, assim escreve Unes, referindo-se à Praça Cívica:

No desenho de Atílio, tudo privilegiava a localização desse conjunto cívico. Além do desenho concêntrico, com ruas radiais que convergem para a Praça Cívica, Atílio escolheu ainda um sítio mais elevado para sua locação. Da sacada do Palácio das Esmeraldas, tem-se uma vista em três perspectivas, segundo as três avenidas radiais. E o viajante que chegava à cidade, cruzando-a pela sua principal via de acesso, a Avenida Anhanguera, teria, por sua vez, três pontos de vista sucessivos do Centro Cívico, segundo as mesmas avenidas radiais (2001, p. 86).

A Praça Cívica, importa lembrar, citou-se por dezesseis pessoas (40%) como o lugar que identifica nossa cidade: ela (a Praça) “é uma referência para todo mundo”, “reúne as pessoas”, “não mudou”, nas palavras dos entrevistados.

Segundo Manso (2001), a inspiração de Atílio Correia Lima para o desenho urbano de Goiânia fora a arquitetura da monarquia absolutista do século XVIII, com certa feição barroca e, no tocante aos pressupostos e preceitos urbanos, a capital goiana seria precursora de Brasília.

Já Arrais discute o uso ideológico da vinculação entre as (imagens de) praças e parques (“espaços onde as relações de identidade são reforçadas”), o discurso ecológico e a identidade socioespacial dos goianienses:

O discurso ecológico, como fora o sanitarista tempos atrás, procura disciplinar e naturalizar os problemas da cidade (...) Em razão da ecologia, ou melhor, de uma idéia de ecologia, a cidade procura transformar-se num local agradável do ponto de vista estético, o que faz com que as preocupações com as contradições entre o capital e o trabalho fiquem em segundo plano (...) Acontece que a produção e divulgação dos discursos ligados à ecologia não são neutras, ao contrário, são ideológicas e representam interesses de classe. É isso o que ocorreu quando se divulgou Goiânia como sendo uma "cidade ecologicamente correta". O discurso disciplinar procurou homogeneizar os olhares na cidade, tentando com isso ocultar as contradições próprias do nosso modelo de produção do espaço urbano (...) discursos imperativos e persuasivos construídos com uma simplicidade textual que não deixa margem para interpretações (...) Contudo, o discurso que evoca a imagem de "cidade ecologicamente correta" não nasceu do nada (...) Essa reverberação da verdade possui uma intencionalidade própria, ideológica, construída a partir de traços específicos da cidade, por exemplo, o número de parques, a arborização de certas regiões e bairros da cidade, os canteiros ajardinados etc., tudo estrategicamente ligado ao verde (ARRAIS, 2001, p. 187-8).

Na semiologia urbana, os espaços vazios também adquirem significado. Unes, remetendo-se à primeira obra a utilizar, em 1889, o conceito *construção de cidade* no título □ *Der Städtebau nach seinen Künstlerischen Grundsätzen*, do arquiteto austríaco Camillo Sitte □, lembra-nos que, desde o Renascimento e o Barroco, é usada

...para destacar partes e porções do tecido urbano (...) a técnica da súbita descontinuidade do adensado e confuso traçado urbano da cidade medieval [que] poderia ser utilizada para criar espaços valorizados (um grande espaço vazio em meio à densidade), onde se localizariam edifícios institucionais tais como catedrais, palácios ou outros prédios administrativos (2001, p. 88).

Em Goiânia, o contraste entre o grande espaço público do centro cívico e o centro comercial, e, mais recentemente, a localização do Paço Municipal, que se afastou do burburinho dos "cidadãos", são dois casos exemplares (o primeiro, uma clara referência) da descontinuidade de Sitte: cria-se a "arena pública", a "clareza em contraste com a desordem do mundano" (UNES, 2001, p. 88).

Numa outra escala, a da geopolítica nacional, vemos que a própria cidade de Goiânia, bem como a também planejada capital federal, foi criada num vazio demográfico. Vesentini (1996), em seu doutoramento, procurou compreender Brasília na perspectiva das relações entre espaço e poder: as tradicionais idéias

de se interiorizar a capital para preservá-la de ameaças externas ou simplesmente "desenvolver" o interior do país são substituídas pela tese de que, no Planalto Central, a capital estaria a salvo...do povo!

Arquetipicamente,

... o vazio é um grande segredo feminino, é o absolutamente estranho ao homem, o oco, o outro abissal, o yin. Infelizmente essa nulidade que suscita compaixão (eu falo aqui como homem) é □ quase eu diria assim □ o mistério poderoso da inacessibilidade do feminino. Uma tal mulher é pura e simplesmente destino. Um homem pode declarar-se contra ou a favor disso, ou não dizer nada, ou achar ambas as coisas e cair, por fim, nesse buraco, insensata e prazerosamente, ou ele perdeu e desperdiçou a única possibilidade de apropriar-se de sua masculinidade. Não se pode convencer o primeiro de sua tola felicidade, sem tomar plausível, ao segundo, sua desgraça. 'As Mães! Mães! Como isso soa estranho!' [citando *Fausto*, de Goethe] (...) esse lamento (...) sela a capitulação do homem nas fronteiras do reino do materno...(JUNG, 2000, p. 106).

Aqui, vemos a associação do vazio com o feminino, a mulher, também/já presente no budismo *vajra* □ que significa diamante, relâmpago ou falo □, segundo o qual, na relação sexual,

os dois fluidos reprodutores se fundem e nasce o andrógino ou embrião (...) Quando as duas serpentes de energia contrária, o sol e a lua, o sêmen e o sangue, os símbolos do esforço e da compaixão masculina e o vazio feminino se equilibram a compaixão não pode continuar sendo uma ilusão, nem o vazio mera apatia, pois os dois fluem juntos (...) Em Vedanta, a mulher surge do vazio deixado por uma contração da Identidade Suprema. Este ser absoluto (*Atman*), segundo o *Bṛhadaranyak Upanisad* (I, IV, 1-3), era a única pessoa, uma identidade na qual confluíam o homem e a mulher. Esta identidade produziu um vazio (*akasa*, espaço absoluto) que foi ocupado pela mulher (ZOLLA, 1997, p. 16-7, 38).

Mas, afinal, qual a exata importância da dimensão simbólica na construção de identidades/identificações? E como tal dimensão se revela em aspectos — identitários — da organização espacial goianiense? A fim de averiguar essas questões, partamos para o aprofundamento teórico da nossa categoria central.

## 1.1 – Identidades Geográficas: paisagens imaginadas, estórias inventadas — o espaço, a cultura e o simbólico.

O conceito de identidade é muito complexo, muito pouco desenvolvido e compreendido na Geografia para ser definitivamente posto à prova. O próprio processo de identificação, por meio do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático: o sujeito pós-moderno não teria uma identidade fixa, essencial ou permanente, mas assumiria identidades diferentes em diferentes momentos, identidades não unificadas ao redor de um “eu” coerente. A identidade torna-se uma celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados/interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2003).

Estas palavras iniciais, cujo conteúdo referente à “descentração” do sujeito e de sua identidade será aprofundado em “Ser ou Estar: a identidade em crise”, já nos dão uma idéia do “estado da arte” do conceito de identidade e nos apontam para interseções dele com outros conceitos, basicamente o de cultura.

Guattari e Rolnik (1996), na sua reflexão sobre o conceito de identidade cultural, apresentam-nos mais uma faceta desse conceito, relacionando-o à cultura — cultura-alma, cultura-valor, cultura-mercadoria —, à ideologia e à produção de subjetividade “capitalística” pelos meios de comunicação de massa: identidade é diferente de singularidade, sendo um conceito de referenciação, de circunscrição da realidade a quadros de referência □ que podem ser *imaginários* □, enquanto que singularidade é conceito existencial; há processos *subjetivos* que escapam às identidades, e o interesse da subjetividade capitalista não é o processo de singularização (“ser a gente mesma”), mas o resultado dele, resultado de sua circunscrição a modos de identificação pela *subjetividade dominante*.

A identidade cultural, que, para esses autores, constitui um nível da subjetividade — o nível de territorialização subjetiva —, é um conceito profundamente reacionário, pois, quando o utilizamos, veiculamos sem perceber modos de representação da subjetividade que reificam, não nos permitindo, assim, dar conta de seu caráter composto, elaborado, fabricado, como qualquer

mercadoria. Esta mesma atitude reificadora leva a qualificar paulistas e cariocas de “estrangeiros”: a concepção de uma entidade reificada é correlativa à noção de identidade cultural, que implica o par identidade/alteridade. As implicações políticas e micropolíticas da noção de identidade cultural são, portanto, desastrosas, já que lhe escapa toda a riqueza da produção semiótica de uma etnia ou sociedade. Os autores se manifestam contra a idéia de uma natureza humana, mas, sim, *produção de subjetividade* de natureza industrial, o que é mais que transmissão de significado: são conexões entre máquinas produtivas, agências de controle social e instituições psíquicas que definem a percepção de mundo (GUATTARI; ROLNIK, 1996).

Se “as sociedades não têm existência fora do meio onde se instalaram”, sendo “os homens e o espaço que fizeram seu (...) as duas faces da mesma realidade” (CLAVAL, 1999b, p. 318), o espaço geográfico é, então, dimensão constitutiva de uma sociedade, é produto e condição de reprodução da mesma. Seus territórios, seus lugares, suas paisagens são, todos, culturalmente instituídos e constituídos, material e simbolicamente, pois o impacto das culturas sobre o espaço humanizado não se restringe à paisagem: as construções territoriais são explicadas pelas convenções compartilhadas [culturais, portanto] e as formas de arquitetura social decorrentes (CLAVAL, 1999b). Os *arquétipos*, sediados no inconsciente coletivo, seriam uma dessas “convenções [psíquicas] compartilhadas” a incidir no espaço, como veremos posteriormente. Caímos, pois, na “identidade” entre o espaço/paisagem/território e o homem que o habita, (re)produzindo-os: “Um indivíduo não é distinto do seu lugar, ele é esse lugar” (MARCEL, apud MELLO, 1990 p. 108).

As pessoas se socializam no ambiente local (o bairro, a cidade). As identidades locais assim constituídas interagem com outras fontes de significado e reconhecimento social, num padrão bastante diversificado. O território se mostra, portanto, como a fonte imediata de auto-reconhecimento e organização (CASTELLS, 2000). Na pós modernidade,

subitamente indefesas diante de um turbilhão global, as pessoas agarram-se a si mesmas: qualquer coisa que possuíssem e que fossem transformou-se em sua identidade (...) Quando as redes dissolvem o

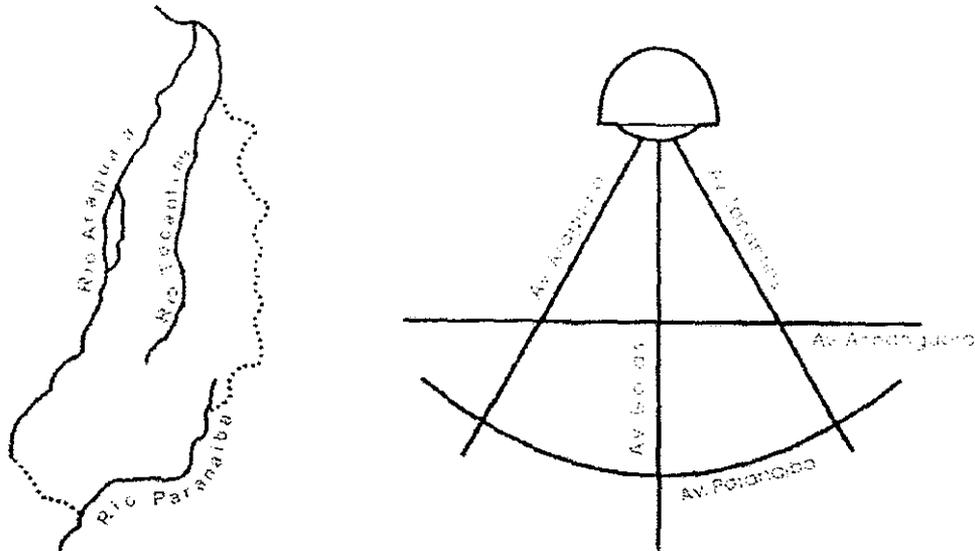
tempo e o espaço, as pessoas se agarram a espaços físicos, recorrendo à sua memória histórica (CASTELLS, 2000, p.79-80 e 85).

Claval diz que a territorialidade está fundamentalmente ligada à identidade cultural. Uma identidade que se exprime por símbolos, os quais tornam sensíveis os valores compartilhados; eles reúnem, congregam, prescrevem. Entre os símbolos que ajudam a prescrever identidades coletivas, o território é central, pois é um contexto compartilhado, formado de lugares carregados de significações acessíveis a todos. Há sociedades que só têm o território como símbolo de si próprias. Finalmente, os sentimentos de identidade têm como (uma) consequência geográfica o favorecimento, pelo sentimento de territorialidade, da emergência de espaços culturalmente homogêneos (CLAVAL, 1999b). Assim partimos da cultura e chegamos novamente a ela, no fim desse percurso.

Pois bem: o território, na concepção aqui proposta, é formado de lugares carregados de significações partilhadas, pleno, portanto, de valores, experiências, sentimentos, pensamentos, condição da própria experiência, fonte de identidade. Assim, a idéia da especificidade dos lugares em função das experiências a ele associadas pelos indivíduos e grupos que os habitam dota o estudo da paisagem — experiencial, holística, sentida em todas as suas dimensões — de dimensões simbólicas e culturais. O lugar, na concepção humanística, reformula os conceitos de território/territorialidade, que têm agora conotações existenciais e fenomenológicas, pois neles transcorre a experiência cotidiana dos seus habitantes. Estes dão significados subjetivos aos lugares, eventos, objetos espaciais, práticas e hábitos cotidianos. Inclusive os nomes dos lugares adquirem um significado contextual, sendo dignos de atenção (GARCÍA BALLESTEROS, 1992).

Os nomes das avenidas centrais e outras ruas de Goiânia, bem como o próprio nome da cidade, são contextualizadas por Unes no estilo *art déco*, caracterizado pela escolha de nomes vernáculos: a denominação das principais vias de centro da cidade □ avenidas Araguaia, Tocantins e Paranaíba □ parte da comparação entre o traçado do núcleo central e a geografia do estado, no caso, a posição relativa dos nossos principais rios — triângulo isósceles, de base estreita e grande altura (Ilustração 5).

## Nossa Senhora sem manto



A configuração das avenidas centrais de Goiânia, conforme a disposição da hidrografia do estado, que à época englobava o atual estado do Tocantins.  
 Fonte: UNES, 2001.

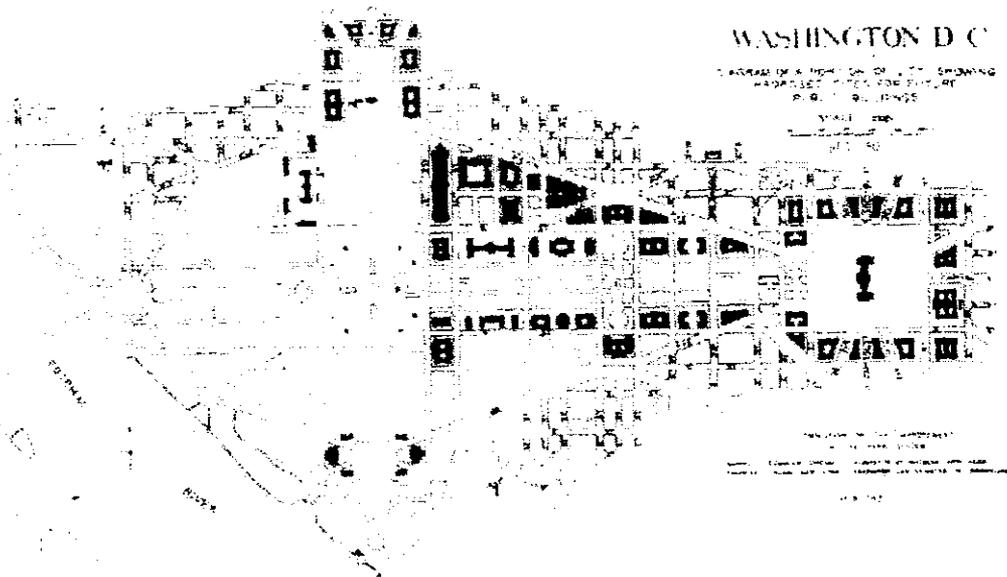
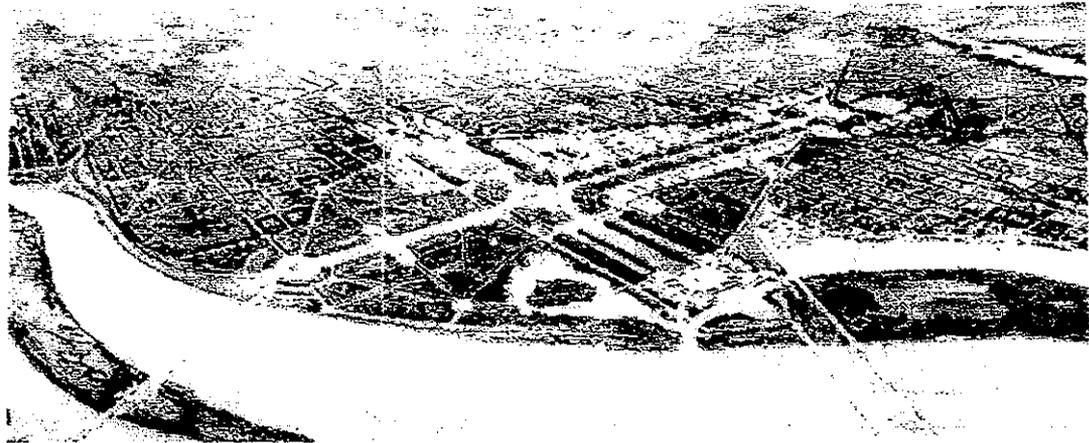
A preferência por números como “nomes” das vias públicas — idéia seguida em outras cidades — é uma referência ao racionalismo de L’Enfant (que influenciou A. Reis, na concepção de Belo Horizonte – Ilustração 6) em Washington (Ilustração 7) e ao traçado de Manhattan.

## Belo Horizonte: cidade planejada



Plano de Belo Horizonte (1897), executado pelo engenheiro Aarão Reis.  
 Fonte: MANSO, 2001.

## Washington: um modelo para Goiânia



Na parte superior, Plano Geral de Washington (1901). Acima, Planta de Washington, com destaque para os edifícios públicos.  
Fonte: MANSO, 2001.

A suposta falta de ordenação na numeração das ruas decorre de uma simetria (não totalmente perfeita, devido ao sítio) vista apenas na escala do projeto, sendo percebida na planta. A nomenclatura para as vias — 1 a 74 — e para os bairros — Setores Sul e Oeste — pode ter antecipado o Plano Piloto de Brasília, idealizado por Lúcio Costa (UNES, 2001). Em "À PROCURA DE

TRAÇOS IDENTITÁRIOS GOIANIENSES", investigaremos outros significados simbólicos de elementos da paisagem e do cotidiano goianienses.

O território, então é forjado, também, pela dimensão simbólica, como aquela promovida pelas identidades. Assim, toda identidade territorial é social, definida fundamentalmente por meio do território, ou seja, dentro de uma relação de apropriação que se dá no campo da realidade material, "concreta", e no das idéias. Não há território sem algum tipo de identificação e valoração simbólica (positiva ou negativa) do espaço pelos seus habitantes. Deriva daí que a identidade social, coletiva, é muito abstrata e moldada pela construção simbólica □ a cultura e identidade nacionais seriam "comunidades imaginadas", o que revela a indissociabilidade das dimensões individual, mais subjetiva, e social, mais objetiva, na construção das identidades (HAESBAERT, 1999). Faz-se necessário, agora, apresentar a categoria *paisagem cultural* e esclarecer suas relações com a *identidade* e o *território*.

### 1.1.1– Paisagem Cultural

Dentre os temas enfatizados pela Geografia Cultural, a paisagem cultural se destaca: conceito-chave da Geografia, articulando os saberes sobre o homem e a natureza, a temática da paisagem tem lugar privilegiado na Geografia Cultural desde suas origens européias no século XIX. Siegfried Passarge e Otto Schlüter, na Alemanha; Paul Vidal de la Blache, Jean Brunhes e Max Sorre, na França; e Carl Ortwin Sauer, nos Estados Unidos, privilegiando a temática em questão e até elegendo-a como o objeto da Geografia, constituíram as bases da Geografia Cultural.

Resultado da ação humana sobre a paisagem natural, a paisagem cultural compõe-se de elementos materiais e imateriais: os primeiros □ técnicas, instrumentos de trabalho, habitat e outros □ foram acentuados pela Geografia Cultural até a década de 1940 □ vide a *Völkerkunde* (etnografia) ratzeliana, o conceito lablacheano de "gênero de vida" e a morfologia da paisagem cultural de Schlüter; já a dimensão mental da cultura, os aspectos psíquicos e subjetivos das relações entre espaço e cultura ganham maior atenção a partir do final dos anos

1970, num processo de renovação temática e de abordagem da Geografia Cultural: então, pós-positivista e não-superorgânica, mas dialética. Neste sentido, autores como Augustin Berque, James Duncan e Denis Cosgrove verão a paisagem, a um tempo, como produto da cultura que a modelou e condição de reprodução da mesma, constituindo-se em matriz sociocultural, que contribui para transmitir de uma geração a outra o saber, símbolos e valores nos quais se fundam as atitudes sociais.

Então, cresceu o interesse pelas significações das experiências espaciais, isto é, a emergência do ambiente como algo, sobretudo, em termos das "construções imaginárias e imaginadas do espaço" (CORRÊA, s/d, p. 11), as quais se remetem a sistemas de representações e valores que forjam identidades, cujo verso são os conflitos com outra(s) identidade(s). As influências da psicologia cognitiva e da fenomenologia produziram uma Geografia para a qual "o mundo real é também permeado de relações psico-sociais (...) processos subjetivos que tornam o espaço constituído de valores existenciais, afetividades, símbolos e significações coletivas" (CORRÊA, s/d, p.11). O imaginário é, portanto, um elemento ativo na formação da sociedade, expressando-se por meio de um sistema de idéias e imagens do/no real. Para Claval, "os homens não agem em função do real, mas em razão da imagem que fazem dele" (1997, p. 94), o que nos leva ao reconhecimento necessário de uma lógica simbólica, ao lado das ordens econômicas, sociais e políticas, elemento de ligação entre os homens e destes com o mundo.

No Brasil, a Geografia Cultural como corrente específica surge nos anos 1990, mas as preocupações culturais sempre estiveram presentes desde a década de 30, destacando-se, dentre outros, nomes como Pierre Monbeig e Leo Waibel, Milton Santos e Zeny Rosendahl. Contudo, os trabalhos geográficos até os anos 1980 não enfocam a cultura como condicionante das distribuições espaciais: ora os estudos são descritivos e ignoram o peso da cultura, ora a cultura é essencial, mas exterior à sociedade, exprimindo-se por razões físicas na formação de gêneros de vida ou pela transmissão das tradições étnicas. Tais estudos constituem um acervo rico, mas carente de sistematização e marcado pelo desprezo dos geógrafos na consideração das representações, valores e sistemas de idéias (CLAVAL, 1999a).

Só depois de 1980, especialmente no final daquela década, os trabalhos de geografia histórica e cultural efetivamente começaram a se fazer no Brasil, destacando, naquilo que aqui nos interessa, a dimensão simbólica da paisagem, cuja visão, testemunhada pelas diversas formas de arte, é perpassada por sonhos, aspirações, sentimentos e atitudes que estabelecem identidade e marcam a territorialidade. O artigo "Em busca do poético do sertão", de Almeida, é exemplar, na medida em que propõe uma perspectiva de significação das práticas discursivas como representações culturais sobre o sertão. O binômio sertão/sertanejo é tratado como paisagem/identidade e sua apreensão se faz por meio das representações sociográficas (estilos, figuras de linguagem, cenários) de viajantes, escritores e sertanejos. O olhar da cada um desses grupos descortina uma paisagem/identidade: o sertão como jardim europeu; como ambiente hostil e monótono; a identidade social vinculada à base territorial e/ou às práticas culturais compartilhadas como o aproveitamento e a percepção da natureza, ritos e estórias. Vê-se, assim, a paisagem como dupla criação da cultura: a cultura de quem a olha e apreende e a cultura de quem a cria, a inventa (ALMEIDA, 1998).

Portanto, se é a paisagem algo que se olha e se cria, sua dimensão visual constitui-se no seu atributo primeiro, cuja outra face é a própria significação daquilo que é olhado/criado. Logo, a categoria paisagem situa-se num *lugar* de "mediação entre o mundo das coisas e a subjetividade humana" (BERQUE, apud BARBOSA, 1998, p. 44), que lhe confere sentido (ao mundo objetivo) ao dar significados para seus signos. Aqui se produz um elo surpreendente entre esta apreensão teórica da paisagem e seus aspectos e um conceito que, vulgarizado modernamente pela psicologia analítica, remonta à Antigüidade: os arquétipos. Deles trataremos em "IDENTIFICAÇÕES ARQUETÍPICAS", em que se discute a importância do simbólico na constituição das identidades e das paisagens.

### 1.1.2 □ “Retornando”...para identificar(se)

Destacam-se aqui dois aspectos, pela sua enfática repetição nos diversos autores (Guattari e Rolnik, Hall, Haesbaert, Unes): a importância do *imaginário* e do *simbólico* — a identidade como ‘imaginada’ — e o papel do *passado* — real ou mítico —, na construção e na manutenção/permanência/cristalização de identidade: “Essas coisas formam a trama que nos prende invisivelmente ao passado”, diz Bill Schwarz (1986 apud HALL, 2003, p. 53), a propósito das histórias sobre a nação. Das cinco estratégias *representacionais* acionadas para construir nosso senso comum sobre o pertencimento e sobre a identidade nacional, todas (algumas, no todo; outras, em parte) se remetem ao *passado*. Vejamo-las:

- 1) a narrativa da nação nas histórias e nas literaturas nacionais, na “mídia” e na cultura popular, as quais exibem histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou *representam* as experiências partilhadas e dão sentido à nação;
- 2) a ênfase nas origens, na continuidade, na tradição, na intemporalidade, atribuindo-se um caráter imutável e eterno aos elementos essenciais do caráter nacional (a identidade “está lá, na verdadeira natureza das coisas”);
- 3) a invenção da tradição;
- 4) o mito fundacional — elemento regressivo, anacrônico da história da cultura nacional —, que situa a origem da nação, do povo e seu caráter num tempo mítico, o que oculta uma luta para a purificação e a preparação para nova marcha futura;
- 5) a idéia de um *povo puro*, original, que fundamentaria simbolicamente a identidade nacional (HALL, 2003, p.52-6).

Depois, citando-se o filósofo francês Ernest Renan, a referência ao passado é confirmada: “três coisas constituem o princípio espiritual da unidade de uma nação: ‘a posse em comum de um rico legado de memórias (...), o desejo de

viver em conjunto e a vontade de perpetuar, de uma forma indivisiva, a herança que se recebeu". Contraditoriamente: "esses começos violentos [em que um grupo, um povo impõe sua hegemonia cultural a outros, num processo de unificação] que se colocam nas origens das nações modernas têm, primeiro, que ser 'esquecidos', antes que se comece a forjar a lealdade com uma identidade nacional mais unificada, mais homogênea", e é no contato intercultural que se dá em (boa) parte a definição da própria identidade! (HALL, 2003, p. 58,60-1).

Segundo Guattari e Rolnik (1996), sempre que uma problemática de identidade ou de reconhecimento aparece num lugar, no mínimo estamos diante de uma ameaça de bloqueio e paralisação do processo, pois sugere-se o retorno ao idêntico, ao arcaico, e não a multiplicidade, a pluralidade. Paradoxalmente, nos tempos em que mais se fala sobre "pluralidade", mais se discute um conceito-obstáculo a ela, vendo-se aí, a ideologia em ação: quando a coisa não mais existe, a representação (no caso, o discurso) toma o seu lugar.

Dito isto, algumas indagações e observações se fazem, ao nos situarmos em Goiânia:

- qual seria nosso "tempo perdido", nossa identidade passada? "onde" estaria nossa origem?
- e quanto ao nosso mito fundacional e suas formas; e as nossas "tradições inventadas"<sup>4</sup> ou simuladas<sup>5</sup>?
- como Goiânia é mostrada nos meios de comunicação de massa?
- e nossas e/histórias, imagens, símbolos e rituais?

<sup>4</sup> "O termo 'tradição inventada' é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as 'tradições' realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado e determinado de tempo — às vezes coisa de poucos anos apenas — e se estabeleceram com enorme rapidez. (...) Por 'tradição inventada' entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. (...) Consideramos que a invenção de tradições é essencialmente um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição (HOBSBAWM, RANGER, 1997, p. 9 e 12). Sobre "o fenômeno da tradição" e, particularmente, "a invenção da tradição", ver MAIA, 2002, f. 13-30.

<sup>5</sup> São exemplos de "simulação da tradição" □ característica da pós-modernidade □ os pesque-pagues e os hotéis-fazendas, onde um elemento moderno se mistura com o tradicional. Nos pesque-pagues, "uma prática de subsistência como a pesca é transformada numa prática comercial, que mantém apenas aparência de pesca (OLIVEIRA, 2003, p. 48).

Parece-nos a "pecuária" uma tradição (goiana) inventada, pois, *antes* dela, tivemos a mineração, urbanizadora. Inventada para nos esquecermos dos "começos violentos" do bandeirantismo, ao mesmo tempo (!) em que se coloca o "Diabo Velho" no centro da cruz formada pelas mais importantes avenidas do Centro da cidade, uma das quais com seu nome: Anhangüera Cristo, Diabo redimido (Ilustração 9).

titulo



**Monumento doado por estudantes paulistas de Direito, no Centro da Capital.  
Fonte: Fotografia tirada e gentilmente cedida por Danilo Rabelo, 1998.**

Mitos? Tempo perdido? A mitologia associa a terra à agricultura e à natureza, que são tão fortes na vida material e nas representações da sociedade local. Vide a idéia da “cidade-jardim”, na qual se baseou a concepção original do Setor Sul da cidade e da qual se utilizam Governos e empresas, no intuito de “mascarar conflitos reais”: “Em cada sociedade, a gênese dos sistemas de valores é reportada pelos relatos cujo alcance é imenso. Estes são qualificados de mitos fundadores e revestem formas diversas” (CLAVAL, 1999b, p. 149).

Acerca da mídia, a nacional veicula, nos noticiários, temas em torno do que se pode chamar ilegalidade/sertão/fronteira/terra inculta, sem lei; a local reforça “tradições inventadas” e os mitos acima.

Histórias, imagens, símbolos, rituais, parece que vão, em boa parte, no mesmo sentido dos mitos.

Finalmente, não nos esquecendo de que estamos usando referências a culturas nacionais para estudar uma cidade, este jogo/tensão entre passado e futuro, nas representações identitárias, está bem presente, material e simbolicamente, em Goiânia (mesmo porque a idéia de atraso está, também, associada à “goianice” □ CHAUL et al., 2002): a própria existência da cidade, numa região agrária, insere-se num contexto histórico regional da mudança da capital, articulado, em escala nacional, à modernização proposta pela Revolução de 30 e seus significados, sua espacialização: é moderno o *art déco*, bem como o traçado e o urbanismo da cidade. Mesmo o topônimo *Goiânia*, nome escolhido dentre muitos — Americana, Goianópolis, Eldorado, Tupirama...—, encarna o espírito globalizante da época, o regional frente ao universal: é uma palavra formada a partir do nome da nação ancestral autóctone *goyá*<sup>6</sup>, adicionado do sufixo coletivo latino *ania*, tradicional na denominação dada pelos romanos a povos conhecidos:

---

<sup>6</sup> “Da expedição de Domingos Rodrigues [na passagem do século XVI para o XVII] sabe-se ter trazido do sertão uma índia ‘Guayá’ ou da ‘nação Guoyá’, de Paraupava, isto é, da região do rio Araguaia. De fato o famoso índio Goiá, uma quase ficção etnográfica que deu seu nome ao Estado de Goiás, ainda habitava, um século depois, a região do rio Vermelho, onde fundou-se a cidade de Goiás. A raiz semântica guayá e goyá, explica Teodoro Sampaio, vem pelo tupi ‘gente da mesma raça’, ‘parecido’, ‘indivíduo semelhante’. Seria portanto um grupo Tupi-Guarani no universo Jê do Brasil Central?” (BERTRAN, 2000, p. 43).

A decisão de homenagear um povo autóctone da região, dito primitivo, dando seu nome a uma cidade que deveria constituir como uma apologia do moderno, da mudança, da inovação (...) manifesta o espírito regional frente ao universal. Se tudo é igual num mundo sem fronteiras, cumpre diferenciar-se celebrando o regional, aquilo que não se encontrará em outra parte (...). As outras sugestões feitas, que remontam a nomes de pessoas (Petrolândia, Buenópolis, Perutaba), que se baseiam em motivações religiosas (Crisópolis) ou se deixavam levar simplesmente pela sonoridade do nome (Guaracima, Esplanada, Aspirópolis), pelo contrário, não encarnavam em nenhum momento o espírito da época (UNES, 2001, p.73).<sup>7</sup>

Ressaltando a importância da tradição face ao novo, Alfredo de Castro, em 10 de outubro de 1933, assim justifica a escolha do topônimo:

Haverá, é certo, copiosa lista de denominações para a nova *urbs*. Nenhuma, porém, conservará o sabor histórico, a cor local, o significado regional desta palavra, curta, sonora, que reflete com serenidade a idéia de nossa origem. A solução de continuidade histórica que adviña da imposição de um apelido, talvez interessante e valioso, sob vários aspectos, [...], não deixaria de arranhar, sequer de leve, o entranhado amor que devotamos ao culto sagrado das nossas tradições. GOIÂNIA – Nova Goiás, prolongamento da histórica Vila Boa, monumento grandioso que simbolizará a glória da origem de todos os goianos (SABINO JÚNIOR, apud MANSO, 2001, p. 90).

A terra, a agricultura, o sertanejo remetem-se ao passado, à origem, ao *feminino*: apesar do modernismo dos edifícios, a cidade é acolhedora e *fascinante*, exercendo *atração* sobre todos nós e cativando o visitante desde o *primeiro encontro*: o *art déco* produz um ambiente urbano mais humano, uma atmosfera *serena e leve* (UNES, 2001). “Considerável fascínio e poder possessivo” são dotes da feminina *anima* (JUNG, 2000, p. 265): “o que esta diz é muitas vezes de uma grande força de sedução e de uma astúcia sem limites”

---

<sup>7</sup> Somente no início de outubro de 1933, o jornal da cidade de Goiás “O Social” inicia a discussão e lança um concurso para escolher o nome da nova capital. No dia 10 de outubro, Alfredo Faria de Castro, professor catedrático de línguas, escritor e jornalista, nascido em Araguari (MG), escreve ao periódico sob o pseudônimo Caramuru Silva do Brasil, sugerindo o nome *Goiânia*. Este nome já fora utilizado pelo poeta baiano radicado em Goiás Manuel Lopes de Carvalho Ramos, pai do escritor Hugo de Carvalho Ramos, que, em 1896, assim intitulou um poema épico: *Goyania*. Em 24 de outubro, no lançamento da pedra fundamental da cidade, esta, contudo, ainda não tinha nome, o qual só foi oficializado quase dois anos após o concurso (Decreto N. 325, de 2 de agosto de 1935). Curiosamente, *Goiânia* teria sido um dos nomes menos votados, perdendo para *Petrônia*, *Anhangüera*, *Crisópolis*, *Heliópolis* e outros. O prof. Castro transferiu-se para

(JUNG, 1975, p. 166). Daí seu significado ctônico e sua representação como o próprio mal, por seu “caráter moral duvidoso” (JUNG, 1991, p. 162). No Zohar,

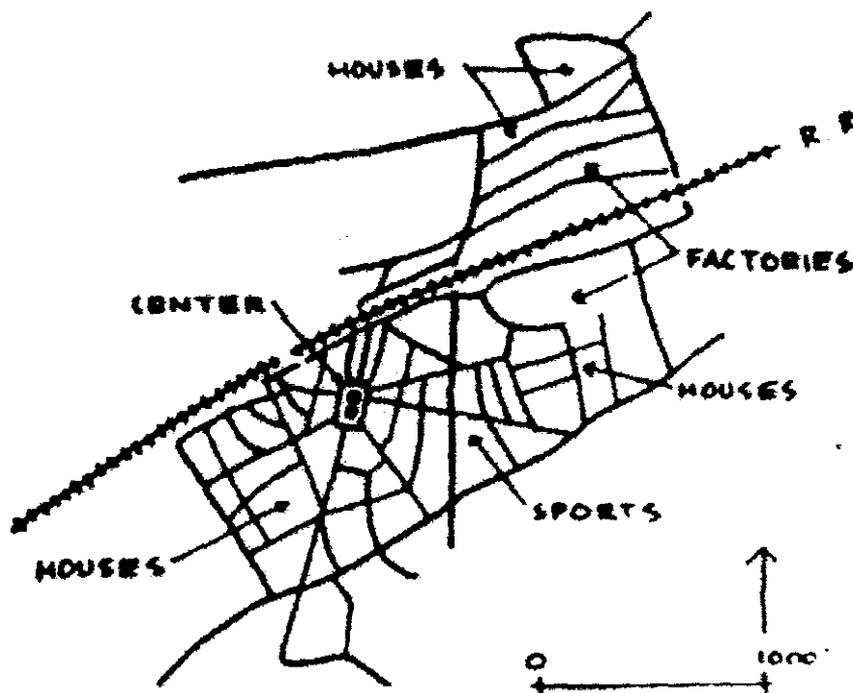
...enquanto exotericamente o feminino, a força esquerda (*yezter-ra*) se considera (...) como o mal, nos ensinamentos esotéricos quanto maior a *yezter-ra*, mais poderoso é o homem, pois conseguindo dominá-la, ela se torna sua aliada. O homem perfeito contém as duas partes harmonizadas (ZOLLA, 1997, p. 22).

A tensão entre tradição e modernidade, curiosamente, encontra-se já na divergência de concepções dos urbanistas que projetaram a cidade: enquanto o carioca Atílio Correia Lima afirma usar as características monumentais próprias às tradicionais cidades barrocas européias — pensava no efeito monumental advindo da configuração radial, com valorização do Centro Cívico —, seu conterrâneo Armando Augusto de Godói, por outro lado, faz citações de modernidade, referindo-se às propostas de cidade-jardim — o Setor Sul, inspirado nas *town countries* ou *garden city*, porção residencial do núcleo central — e cidade industrial, o que havia de mais avançado na época. A propósito, a idéia da cidade-jardim torna-se obsessão na Inglaterra após 1945, sendo construídas mais de trinta delas (Coelho, 2002 – Ilustração 8).

### **A cidade-jardim**

---

Goiânia em 1938, mas somente após sua morte, em 31 de outubro de 1971, foi divulgada sua identidade como autor da sugestão enviada a “O Social” (MANSO, 2001; UNES, 2001; OLIVEIRA, 2003).



Na parte superior, conjunto de casas operárias em Letchworth, primeira cidade-jardim de Howard, próxima a Londres. Acima, esquema do plano de Letchworth. Fonte: MANSO, 2001.

No Brasil, são também exemplos: o Jardim América e outros bairros, edificados na capital paulista em 1912, por uma empresa inglesa; a Cidade Jardim e a Cidade Industrial, nos belos horizontes da capital mineira, cidade

planejada na virada do século XIX. Nas três cidades, os “jardins” citados são bairros “nobres”, mas ideologicamente, criam-se (muitos) outros também “jardins” para os de linhagem plebéia (vide a Cidade Jardim, bairro de Goiânia).

Saber que o discurso sobre as identidades situa-as ambigualmente entre as glórias passadas e o avanço rumo à modernidade nos permite modular, relativizando, a questão de Goiânia ser, no imaginário, uma cidade “moderna” ou não. Vemos, agora, a necessidade/adequação de se partir da formação de uma identidade cultural brasileira (lembremo-nos novamente de que Hall trata de referências nacionais), para articulá-la a e/ou reconhecê-la na nossa realidade local, o que será feito em “À PROCURA DE TRAÇOS IDENTITÁRIOS GOIANIENSES”. Antes disso, vejamos o que vem acontecendo às identidades na pós-modernidade.

## 1.2 □ Ser ou Estar? A identidade em crise

Argumenta-se hoje que as velhas identidades estão em declínio, fazendo surgir novas e fragmentando o indivíduo. Estruturas e processos das sociedades modernas deslocam-se e abalam-se os quadros de referência cultural (classe, gênero, etnia) dos indivíduos na sociedade: é o chamado descentramento/deslocamento/fragmentação/colapso das identidades modernas, o qual seria, para Hall (2003), talvez um *locus* de manifestação de um descentramento maior — da sociedade moderna, da modernidade, do Ocidente. Um tipo diferente de mudança estrutural no final do século XX, que também está mudando nossas identidades pessoais, perturbando a idéia que temos de nós próprios (é a perda de um “sentido de si” — social e individual — estável, constituindo uma “crise de identidade” para o indivíduo).

Autores como Hall, Castells, Claval e Haesbaert têm posições semelhantes: na sociedade em rede global, as sociedades civis são desarticuladas, e, nesse sentido, “não há mais continuidade entre a lógica da criação de poder na rede global e a lógica de associação e representação em sociedades e culturas específicas” (CASTELLS, 2000, p. 80).

Como a sociedade “não escapa entretanto à história, o peso das técnicas de comunicação é tal que os povos que as compartilham apresentam muitos traços comuns”, o que não exclui os terríveis choques culturais (CLAVAL, 1999b, p.185). Com a globalização, temos identidades descontínuas, fragmentadas e/ou sobrepostas, uma relativa fluidez e intersecção: as identidades pós-modernas operam mediante a produção industrial de cultura, sua comunicação tecnológica e pelo consumo diferenciado e segmentado de bens. A clássica definição de identidade, referida a um território particular, precisa ser complementada com uma definição sociocomunicacional: o apegar-se à terra, a reterritorialização vem ganhando força, face à massa de despossuídos do planeta. Hoje, parece dominar a fragmentação identitária, pelo individualismo e pela “identificação desidentificadora” da mercantilização, onde todo objeto seduz pelo valor no mercado. Formam-se espaços híbridos, virtuais articuladores de novas identificações territoriais, aos quais correspondem identidades dinâmicas e a disjunção entre os territórios de identidade □ jurídico-político, religioso, etc (HAESBAERT, 1999).

Espaço físico, território, o local e sua memória; comunicação da cultura industrial (segmentação do consumo, individualismo) e partilhamento, decontinuidade, fragmentação, sobreposição, intersecção, fluidez, dinamicidade das identidades; hibridismo e novas identidades territoriais, baseadas em “qualquer coisa”: parece que, contraditoriamente, as manifestações da globalização — comunicação planetária da cultura industrialmente produzida, produtora de um espaço virtualmente global, “sem fronteiras”, o individualismo e o consumismo — acabam produzindo, ao lado de e como reação a uma (in) consciência global e seus corolários — partilhamento de identidades, fluidez, hibridismo — um retorno (não nos moldes tradicionais) às fronteiras! O que se vê pela importância nas identificações atuais, do espaço físico, do território. Em “Identidade na metrópole” e “Ser e Estar na metrópole”, resgataremos esta dialética entre o local e o global, hoje, que é um dos aspectos mais intrigantes da questão do descentramento das identidades na pós-modernidade. Além disso, em Goiânia também veremos o hibridismo, característico da situação multicultural metropolitana.

Por ora, antes de passarmos à discussão do descentramento e do retorno ao local, terminemos essa seção com uma reflexão de Hall, que parte de David Harvey e Anthony Giddens, e à qual voltaremos para explicar o retorno do local: acontece hoje a separação espaço/lugar (Giddens), sendo que “os lugares permanecem fixos; é neles que temos ‘raízes’. Entretanto, o espaço pode ser ‘cruzado’ num piscar de olhos por avião a jato, fax ou satélite, Harvey chama isso de destruição do espaço através do tempo” (2003, p. 73).

### **1.2.1 □ “Tudo é transição”: identificações (fantasiadas) do sujeito humano**

Mapeando a história da noção do sujeito moderno, Hall (2003): a) discute três concepções de identidade — o sujeito do iluminismo, “sujeito humano”, cartesiano; o sociológico, mais interativo; o pós-moderno, descentrado —; b) mostra que o moderno sujeito humano como figura discursiva tem/tinha forma unificada, individual e identidade racional (o que não condiz com a gênese de tal sujeito, o qual nasce no meio da dúvida e do ceticismo metafísico que se seguiu ao deslocamento de Deus do centro do Universo); c) caracteriza as próprias sociedades modernas como “descentradas” ou constantemente deslocadas por forças fora de si mesmas, ao mesmo tempo que com infindáveis processos de fragmentação e rupturas internas (“Os modos de vida produzidos pela modernidade nos desvencilharam de *todos* os tipos tradicionais de ordem social (...) vieram a alterar algumas das mais íntimas e pessoais características de nossa existência cotidiana” □ GIDDENS, 1991, p. 14); d) diz que esse deslocamento tem características positivas, na medida em que desarticula as identidades do passado e possibilita a criação de novas identidades. O autor aprofunda a questão do descentramento do sujeito na pós-modernidade, não sem antes enunciar que, no período mesmo em que vigorava o modelo sociológico interativo de sujeito (primeira metade do século XX), já emergia um quadro mais perturbado/r do sujeito e sua identidade, nos movimentos estéticos e intelectuais

associados ao Modernismo; o indivíduo isolado, exilado ou alienado, contra a multidão da metrópole...

Segundo o autor, cinco grandes avanços na teoria social e nas ciências humanas, na segunda metade do século XX, ou que nela mais se fizeram sentir provocaram uma série de rupturas nos discursos do conhecimento moderno, cujo maior efeito foi o descentramento final do sujeito cartesiano. São eles:

- 1) o pensamento marxista, que substituiu o Homem abstrato, com sua essência universal, por outro, cujas ações e relações sociais são historicamente determinadas;
- 2) a descoberta do inconsciente por Freud, que situaria a origem contraditória da identidade nos sentimentos igualmente contraditórios e não-resolvidos que acompanham a entrada da criança nos vários sistemas de representação simbólica (língua, cultura, diferença sexual): a *falta* de inteireza desse sujeito dividido é contínua e fantasiosamente preenchida de *fora* pelas formas como imagina ser visto por *outros*: "procuramos recapturar esse prazer fantasiado da plenitude", o que nos levaria a falar de *identificação*, ao invés de identidade, já que esta "permanece sempre incompleta, está sempre 'em processo', sempre 'sendo formada'" (HALL, 2003, p. 38-9);
- 3) a lingüística estrutural de Ferdinand de Saussure, para quem os significados que expressamos na língua não são fixos e individuais, mas instáveis e sociais, decorrendo daí que "o falante individual não pode, nunca, fixar o significado de uma forma final, incluindo o significado de sua identidade" o qual procura o fechamento (a identidade), mas é sempre perturbado (pela diferença);
- 4) o pensamento do filósofo e historiador francês Michel Foucault, que, na sua genealogia do sujeito moderno, mostra as novas instituições coletivas utilizando o saber

- como “poder disciplinar” que faz do ser humano um corpo dócil, individualizando ainda mais o sujeito e seu corpo;
- 5) o feminismo, que como crítica teórica e movimento social, enfatizou a dimensão subjetiva da política, a importância da cultura, e questionou a distinção entre o público e o privado, politizando o “pessoal” (sexualidade, família) e a subjetividade, tratando de *processos de identificação e formação das identidades* sexuais e de gênero; tem-se o fim da classe e das organizações políticas de massa e sua fragmentação em diversos movimentos sociais, cada qual apelando para sua própria identidade: nasce a política da identidade, que substitui a identidade “Humana” pela questão da *diferença*.

Nessa altura, dois dos avanços acima nos interessam: 1º) o feminismo, na medida em que, questionando a noção de uma identidade (“a Humanidade”) válida para todos os sexos, faz-nos atentar para a diferença sexual, ao longo dessa investigação sobre a identidade. Em outras palavras: deve-se estar atento para as nuances sexuais de uma identidade socioespacial, particularmente na pesquisa de campo: afinal, qual seria o sexo da identidade goianiense? As associações até agora feitas apontam, parece, para uma identificação com imagens mitologicamente *femininas*. Perguntados sobre o sexo da identidade goianiense, os entrevistados responderam, por exemplo:

- *Muito matriarcal, disfarçado de machista.*
- *Mais para o feminino: receptividade, modo feminino. Mãe: acolher, dar o melhor.*
- *É cidade de mulheres bonitas.*
- *A referência de Goiânia para outros lugares é da mulher bonita.*
- *Está mais para feminino.*

E quanto aos efeitos do predomínio de mulheres na população de Goiânia — 50.000 a mais que homens, para uma população de 1.000.000 de habitantes, segundo o Censo 2000 —, nossos entrevistados disseram:

— *As mulheres estão em todos os lugares; não se vê homem liderando, resolvendo as coisas.*

— *Em tudo tem mais mulher.*

— *Há diversos efeitos na fisionomia da cidade, em sua forma estética (flores, praças)*

— *Grupos de adolescentes são predominantemente femininos.*

— *Crescimento do mercado e consumo de moda, desfiles, da indústria do vestuário, até pra fora.*

— *Turismo de compras é o segundo em Goiânia e marcadamente feminino; a Feira do Sol é feminina nos produtos e público; flores como elemento identitário da cidade.*

— *Ainda há preconceito, o homem ainda vê isso como confronto.*

— *As mulheres trabalhando se masculinizam, não cresce. Se fosse com suas características, poderiam acrescentar.*

Quanto ao 2º ponto, é o objeto do próximo capítulo, que irá relevar um aspecto fundamental — talvez o básico — da identidade em questão: o *simbólico*, a identidade como *representação*.

## II – IDENTIFICAÇÕES ARQUETÍPICAS: a importância do simbólico — imaginário, representações, arquétipos — na constituição das identidades

*Quando fantasio é quando sou mais sincero.*

J. Bosco, W. Salomão e A. Cícero,  
Holofotes

*You only see what your eyes want to see.*

Madonna e Patrick Leonard, Frozen

No capítulo que se inicia, a formação da identidade será modulada pelo pensamento psicanalítico e análise da cultura, utilizando-se Hall, Haesbaert, Jung e junguianos. Salienta-se o conceito de *arquétipo*, parte fundamental da nossa vida simbólica. A relação entre arquétipos — imagens primordiais internas, inconscientes — e paisagem — imagem externa —, ou a manifestação dos primeiros na segunda (a instituição da paisagem pelos conteúdos arquéticos) é proposta, tendo como exemplo um trabalho geográfico (BARBOSA, 1998), que percebe a força de formas culturais arquéticas, dentre outras, na instituição da paisagem americana, a qual, por sua vez, baseia a identidade nacional estadunidense.

O pensamento de Freud, nas suas proposições sobre o inconsciente, revela, como vimos em Hall anteriormente, uma identidade — tal como a sexualidade e a estrutura dos desejos □ inconsciente e simbolicamente formada, e cuja inteireza e fixidez não são tão “naturais” quanto se pensava, mas constituídas, *aprendidas* na relação com os outros, sobretudo com os pais, na primeira infância: “a subjetividade [a identidade!] é o produto de processos psíquicos inconscientes” (HALL, 2003, p. 37; grifo nosso). A formação do eu no ‘olhar’ do Outro principia a

relação da criança com os sistemas de representação simbólica preexistentes. Sentimentos contraditórios não resolvidos deste período, que são fundamentais na “formação inconsciente” do sujeito e que racham ao meio esse sujeito, permanecem com a pessoa por toda a vida. Apesar dessa divisão, o sujeito vivencia sua identidade como se ela fosse unificada, “resolvida”, o que é uma fantasia: esta é “a origem contraditória da identidade” (HALL, 2003, p. 38, grifo nosso).

Assim,

a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. (...) As partes “femininas” do eu masculino, por exemplo, que são negadas, permanecem com ele e encontram expressão inconsciente em muitas formas não reconhecidas, na vida adulta [na paisagem...]. (...) A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma *falta de inteireza* que é “preenchida”, a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por *outros*. Psicanaliticamente, nós continuamos buscando a “identidade” e construindo biografias que tecem as diferentes partes de nossos eus divididos numa unidade (...) (HALL, 2003, p. 38-9).

Perguntas: o que, na identidade goianiense, seria “imaginado”, fantasiado”, “inconsciente”? Haveria □ se sim, quais □ “partes negadas” dos “eus” goianienses manifestando-se inconscientemente na identidade e no espaço urbano dessa cidade? Haveria “projeções” do feminino nesse espaço? Ou a “inversão do princípio masculino” (ROCHA, s/d), característica à formação psico-colonial brasileira? Qual(is) “falta(s) de inteireza” buscamos “preencher” com nossas identidades? Como cada goianiense imagina ser visto pelo outro? Qual “plenitude” estaríamos buscando restaurar?

Essas indagações, que se remetem àqueles mitos de origem, histórias e imagens (arquetípicas e espaciais), serão retomadas, após dimensionarmos a importância do simbólico, do imaginário, das representações, em suma, do inconsciente, nos processos de formação de identidade.

Todas as identidades localizam-se no espaço e no tempo simbólicos. Suas “geografias imaginárias” elegem paisagens características, lugares e lares; suas

histórias imaginadas inventam tradições, mitos de origem (que projetam o presente de volta ao passado) e narrativas, que ligam passado e presente (HALL, 2003). Desse modo, as identidades, como já vimos, não são inatas, mas formadas e transformadas no interior da representação: os espaços humanizados superpõem múltiplas lógicas □ funcionais, simbólicas □ e a cultura ajuda a concebê-los por meio das representações que dão um sentido ao grupo, ao meio em que vive e ao destino de cada um (CLAVAL, 1999b). Logo, a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos □ um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãs legais, mas participam da idéia da nação tal qual representada em sua cultura. Uma nação, segundo Hall, é uma comunidade simbólica, o que explica seu potencial para criar um senso de identidade e lealdade. As culturas compõem-se não só de instituições culturais, mas também de símbolos e representações: elas são *discursos* □ modos de construir sentidos que influenciam e organizam nossas ações e nossa concepção de nós mesmos. Com esses sentidos, contidos nas estórias, nas memórias do grupo, podemos nos identificar, construindo nossa identidade: uma “comunidade imaginada” (HALL, 2003).

Sabendo-se que: 1) a identidade permanece sempre incompleta, em processo, sendo formada ao longo do tempo; 2) o sujeito pós-moderno tem identidades diferentes em diferentes momentos, sem unificação; 3) as nações (e as metrópoles) sempre se compõem de diferentes classes sociais, etnias e gêneros; pode-se perceber o discurso sobre a identidade como uma tentativa de cristalizar/unificar/homogeneizar e, assim, solidificar diferenças e arrefecer conflitos sociais reais e tensões simbólicas, como entre tradição (passado) e modernidade (presente, futuro) entre o universal (global) e o particular (local), entre o eu e os outros.

Lembremo-nos, com Castells (2000), que o ambiente construído, bem como seu significado, são engendrados por um processo de conflito entre interesses e valores antagônicos, sendo a produção de significado pelos movimentos sociais urbanos (uma das principais fontes de resistência à lógica do capitalismo) um elemento essencial das cidades, ao longo da História. Também politizando a questão, CLAVAL (1999b, p. 300) diz:

As preferências culturais só podem ser inscritas no espaço através da elaboração de contextos institucionais [legais] adequados; sua expressão passa por escolhas políticas (...) Depende, também, da repartição das competências e das formas que reveste a divisão do trabalho. Os proprietários não agem sozinhos, eles devem apelar a especialistas para realizar os projetos urbanísticos ou as construções que idealizam.

No mesmo sentido pensam McDowell (1996): as paisagens refletem as relações de poder e as maneiras dominantes de ver o mundo; e Cosgrove (1998, p. 15): “Em sociedades de classe, onde a produção excedente é apropriada pelo grupo dominante, a produção simbólica é igualmente apreendida como cultura hegemônica de classe a ser imposta para todas as classes.”

Para a maioria dos autores, a identidade não tem existência “concreta”, restringindo-se ao campo das representações e sendo, assim, eminentemente simbólica. Não obstante, deve-se ressaltar a base material (territorial, no caso) que serve de suporte para a construção de muitas identidades. Sabemos que a identidade social é carregada de subjetividade, mas, por mais que se reconstrua simbolicamente um espaço, sua dimensão mais concreta é de alguma forma um componente estruturador de identidade. Determinadas identidades (ou facetas delas) manifestam-se em função das condições espaço-temporais do grupo, e, para se entender a identidade social e a mediação do espaço na identidade territorial, é muito importante a noção de *símbolo*, não como simples representação/substituição. O símbolo mantém uma relação mais direta com a coisa nomeada e, ao mesmo tempo, mais carregado de subjetividade, é aberto para levar a outros sentidos. No símbolo, haveria sempre um deslocamento de sentido, nunca de todo definido ou explicado. A identidade social é mobilizada por e mobiliza um poder simbólico, tanto maior quanto mais “naturalizar” essa identidade, tornando puramente “objetivo” o que é permeado de subjetividade (HAESBAERT, 1999).

Uma das mais importantes características da identidade territorial é o fato de ela recorrer à dimensão do imaginário social, de modo que o espaço em questão “condense” a memória do grupo, como ocorre deliberadamente nos monumentos históricos nacionais. A (re)construção imaginária da identidade envolve uma escolha, entre eventos e lugares do passado, daqueles capazes de

fazer sentido hoje. Então, a importância da identidade decorre mais da sua eficácia do que de sua “realidade”, o que não impede que a referência a um recorte territorial “real” ajude muito a tornar mais eficaz esta construção simbólica: as identificações nacionais, por exemplo, devem-se à língua e a outras distinções objetivas, e também ao sentimento de “pertencimento” a um território (HAESBAERT, 1999).

Uma das bases do poder simbólico da identidade são os *referenciais concretos* □ um recorte ou característica geográfica, por exemplo □ aos quais ela se remete para ser construída e realizar o símbolo. Tem-se, pois, a construção de uma identidade pelo/com o território. A identidade social é também territorial quando o referente simbólico central para a construção dessa identidade parte do ou transpassa o território, território percebido na perspectiva de uma paisagem como espaço “vivido”, que simboliza uma comunidade, até um recorte mais amplo e abstrato como o Estado-nação.

Por fim, voltamos ao local, encontrando-nos com Castells (2000), para quem, na sociedade global, a busca pelo significado ocorre no âmbito de princípios comunais. Não nos esqueçamos — para depois vermos como se dá em Goiânia — que a pós-modernidade separa o *espaço* do *lugar*. Chegamos, pois, à identidade como estreitamente vinculada ao local, ao lugar. Então, se “a vida das nações, da mesma forma que a dos homens, é vivida, em grande parte, na imaginação”; se “as nações, tais como as narrativas, perdem suas origens nos mitos do tempo e efetivam plenamente seus horizontes apenas nos olhos da mente”; e se a identidade é algo formado ao longo do tempo, por processos inconscientes, existindo sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade, a fim de que se recapture o “prazer fantasioso da plenitude” (BHABHA, apud HALL, 2003, p. 51), partamos agora para lugares interiores, *locus* do inconsciente coletivo e seus arquétipos, que podem ancorar identidades.

## 2.1 □ Arquétipos na paisagem, paisagens arquetípicas

Constituindo-se a paisagem, já como representação mental, num liame entre o mundo das formas e o das idéias, as quais dão sentido à existência, os arquétipos (literalmente, *formas pré-existentes*) são parte fundamental desse mundo simbólico e, assim como a paisagem externalizada pela consciência, manifestam-se como imagens internas (inconscientes) e modelam, a partir "de dentro", o espaço chamado geográfico.

Tomemos o médico como exemplo. Podemos saber perfeitamente que ele é falível, que tem o hábito de não atender ao telefone nos fins de semana, que seus honorários profissionais são caros demais (se ele mantém uma clínica particular), que ele também fica doente, que não pode curar os casos incuráveis. Todavia, quando uma doença nos apavora, não é ao médico particular que bradamos, e sim ao Xamã, ao Pajé, ao coxo Asclépio que recebeu sua sabedoria dos deuses e é ele próprio um deus e um santo sacerdote que atende aos apelos desesperados do corpo e da alma [conforme o caso e a pessoa, recorre-se a um preparado de sementes de romã...]. Jung e outros sugeriram que o Curandeiro é uma figura subjetiva, que pode ser encontrado nos sonhos e que expressa esse profundo mistério da capacidade do corpo e da psique de se curar. Nós, porém, não raciocinamos em termos de figuras arquetípicas subjetivas; estendemos a mão para o telefone e chamamos o médico. O *playboy* um tanto insensível, que há pouco acabou de se formar em medicina, e está às voltas com um casamento desastroso, filhos negligenciados e uma grande quantidade de problemas sexuais, financeiros e emocionais não é o rosto que vemos na sala de consultas; o que vemos, em vez dele, é alguma coisa brilhante, poderosa, capaz de infundir esperanças apesar da desesperança, que oferece uma serena aceitação diante até mesmo da morte iminente. (GREENE, 1989, p.18).

O trecho acima ilustra a *priori* □ e assim nos introduz no reino do simbólico □ o conceito de um termo que, já presente no Egito Antigo<sup>8</sup>, chega ao Ocidente como *archetypus*, uma perífrase explicativa do εἶδος platônico<sup>9</sup> (JUNG, 2000).

<sup>8</sup> No *Tractatus aureus* de Hermes Trismegisto, lê-se: "...ut Deus omnem divinitatis suae thesaurum...in setanquam archetypo absconditum...eodem modo Saturnus occultecorporum metallicorum simulachra in se circumferems..." [Como Deus oculta em si todos os tesouros de sua divindade...tal com um arquétipo...assim do mesmo modo Saturno traz envolvido em si secretamente o simulacro de corpos metálicos]. No *Corpus Hermeticum* □ os antigos escritos gregos e latinos que contêm ensinamentos religiosos e filosóficos atribuídos a Hermes Trismegisto □, Deus é "a luz arquetípica" (JUNG, 2000, p. 16).

<sup>9</sup> O termo *archetypus* se encontra em Filo Judeu (Philonis Iudaei, summi philosophi...opera; séc. XVI), referindo-se à *imago dei* no homem; em Santo Irineu de Lião (séc. XVII): "Mundi fabricator non a semetipso fecit haec, sed de alienis archetypis transtulit" □ O criador do mundo não fez essas coisas diretamente a partir de si mesmo, mas copiou-as de outros arquétipos □; nos alquimistas, como Vigenerus: no *Tractatus de igne*

Arquétipos, no mundo antigo, eram protótipos ou idéias existentes no mundo espiritual. Santo Agostinho, influenciado pelos neo-platônicos, não usa o termo, mas sua idéia está presente na obra do Bispo de Hipona, por exemplo em "*De diversis quaestionibus*": "ideae... quae ipsae formatae non sunt... quae in divina intelligentia continentur" □ idéias... que não são formadas, mas estão contidas na inteligência divina (AGOSTINHO apud JUNG, 2000, p. 16). Enquanto para o doutor Freud arquétipos são "resíduos arcaicos", seu discípulo dissidente Carl Gustav Jung diz, desde 1919, que eles se relacionam a tipos ou formas primordiais: símbolos, figuras e imagens originais e universais, comuns a toda a humanidade — daí sua sede no profundo inconsciente coletivo<sup>10</sup> —, encontrados nos sonhos, mitos, fábulas, etc, que tornam possível aos homens a compreensão das estruturas fundamentais sempre presentes no processo de desenvolvimento individual (HERDER LEXIKON, 2000). Sua "concretidade data de uma época em que a consciência ainda não *pensava*, mas *percebia*" (JUNG, 2000, p. 42-3). Vejamos o que mais a psicologia analítica, junguiana, nos diz sobre as origens, estrutura e significados dos arquétipos:

- imagens totalmente coletivas, históricas (não no sentido da história de que se tem consciência, mas a própria história ou pré-história do desenvolvimento, inconsciente, bio-psíquico do homem) que se propagam, genética e universalmente, da estrutura mental do homem primitivo e irrompem na existência do homem moderno por meio de uma função psíquica natural (JUNG, 1996). Não se trata de idéias inatas, mas de caminhos virtuais herdados, tendências instintivas, transpessoais, assim como o impulso das formigas para se organizarem em colônias ou o das aves para fazer seu ninho, para formar representações conscientes de um motivo, das quais as imagens registradas nos mitos, nos sonhos, na arte e na religião, [no espaço geográfico...], bem como a introvisão do cientista, são exemplos, que apesar das inúmeras variações de detalhes, não perdem sua configuração original (JUNG et al., 2000). São os arquétipos,

---

*et sale*, o mundo é "ad archetypi sui similitudinem factus" [criado segundo a imagem de seu arquétipo], sendo por isso chamado de "magnus homo" □ grande homem (JUNG, 2000, p. 16).

portanto, padrões eternos, atemporais e ubíquos de percepção e comportamento, pré-formados e liberados pelas circunstâncias na nossa vida diária;

- o arquétipo é a apreensão inconsciente de uma situação altamente complicada: é a manifestação psíquica ou um auto-retrato do instinto, que revela sua presença apenas por meio de imagens simbólicas (MARONI, 1999);
- sua base biológica imediata localizar-se-ia no hemisfério direito (que “pensa” em imagens e símbolos, apreende situações e padrões como todos completos e é o centro principal de sonhos, visões e fantasias) do córtex □ ou neocórtex □ cerebral, a partir de camadas mais profundas e antigas □ o paleocórtex □, como o cérebro reptiliano. Este, um apêndice superior da medula espinhal, subjaz ao sistema límbico, região comum aos mamíferos, sede dos seus instintos e dos padrões de comportamento presididos pela rotina, onde se vinculam os arquétipos humanos aos padrões instintivos de outras espécies. Essas paleocamadas cerebrais permaneceram na maior parte imutáveis durante milhões de anos de evolução animal e seu acesso à consciência se faz pelo cérebro esquerdo, que centraliza os modos lingüísticos e lógicos de pensamento: cérebro reptiliano → paleocórtice (sistema límbico) → neocórtice (hemisfério direito → hemisfério esquerdo) (MOORE; GILLETTE, 1994);
- assim como a biologia é estruturalmente diferenciada conforme o sexo do indivíduo, as estruturas profundas da psique também o são, isto é, têm uma configuração biomórfica cuja assimetria pode ajudar a compreender diferenças de gêneros no desenvolvimento psíquico e nos estilos de percepção e comunicação (MOORE; GILLETTE, 1994);
- tesouros inatos de experiências vitais acumuladas — para Kant, “o tesouro no campo dos pensamentos obscuros” (JUNG, 2000, p. 160) —, não sendo propriamente relíquias ou vestígios de antigos modos de funcionamento, mas reguladores presentes e biologicamente necessários na esfera dos instintos, cujo raio de ação abrange toda a psique;

---

<sup>10</sup> “Os conteúdos do inconsciente pessoal são principalmente os *complexos de tonalidade emocional*, que constituem a *intimidade pessoal da vida anímica*. Os conteúdos do inconsciente coletivo, por outro lado, são

- criam sistemas de pensamento, mitos, religiões e filosofias que influenciam e caracterizam nações e épocas inteiras: a própria era cristã deve seu nome e sua significação ao velho mistério do homem-deus, cujas raízes procedem do mito arquetípico de Osíris e Órus do antigo Egito. O acesso criativo a eles (arquétipos) energiza nossa vida pessoal e proporciona um senso mais profundo de livre-arbítrio nas opções de nossa vida nos níveis individual, familiar, comunitário, nacional e global (MOORE; GILLETTE, 1994).

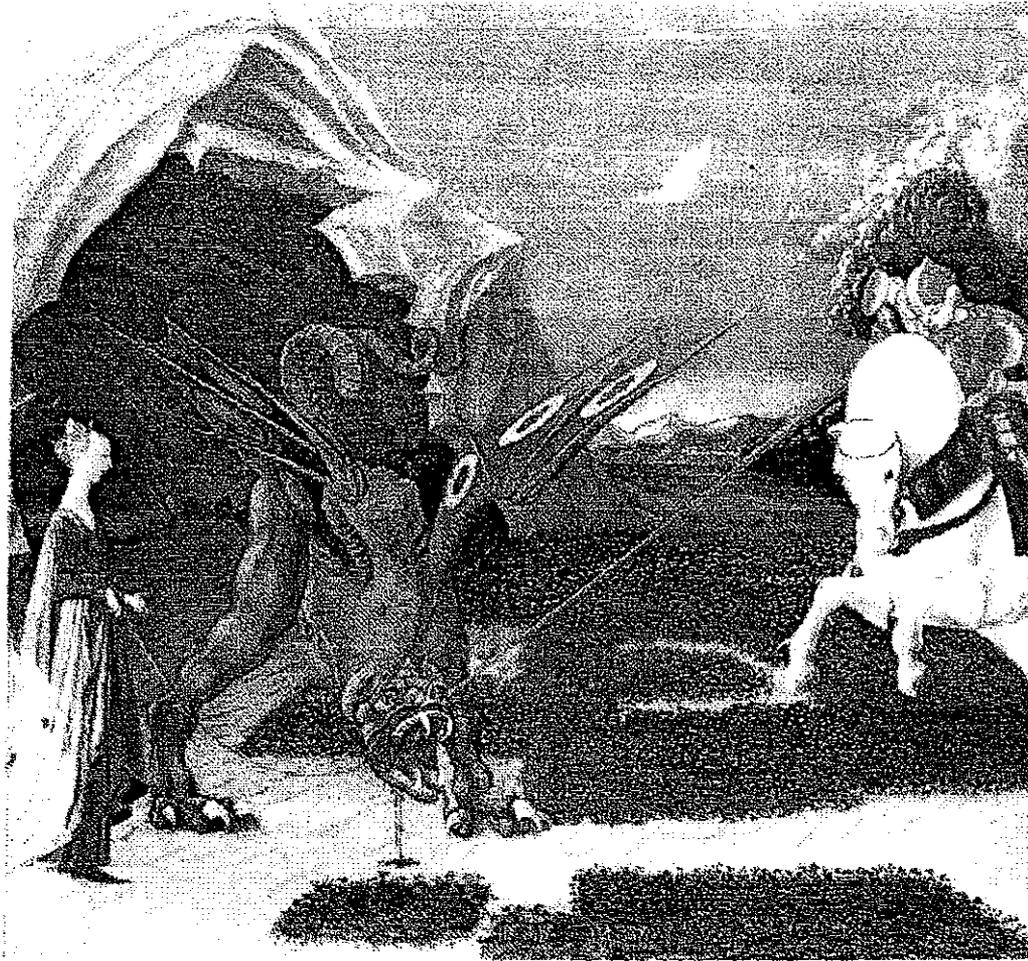
Os arquétipos, formas de apreensão que se repetem de maneira uniforme e regular, baseados em impulso arcaicos associados a imagens primordiais e mitológicas e cuja manifestação produz mitos, sonhos e civilização, "localizar-se-iam" na interface biologia/cultura, inconsciência/consciência, isto é, no espaço/tempo onde/quando o animal, identificado ao mundo das coisas, passou a atribuir significado ao que, até então, apenas fazia:

O Fausto de Goethe diz muito acertadamente: "*In Anfang war die Tat*" (No começo era o ato). "Atos" nunca foram inventados, foram feitos. Já os pensamentos são uma descoberta relativamente tardia do homem. Primeiro ele foi levado, por fatores inconscientes, a agir; só muito tempo depois é que começou a refletir sobre as causas que motivaram a sua ação (JUNG et al., 2000, p. 81).

Ao mesmo tempo, o arranjo ambiental □ objetivamente, um conjunto de objetos espaciais, dispostos na realidade pelos atos da natureza e dos hominídeos □ vai-se transformando em paisagem cultural, uma realidade pensada e, portanto, plena de signos: símbolos e significações...arquetípicos.

Motivos arquetípicos como os irmãos inimigos, o monstro devorador, a cosmogonia (criação do mundo e do homem), o herói salvador/conquistador, a donzela em apuros, a relatividade dos valores, a morte e o renascimento, dentre muitos outros, aparecem simbolicamente representados tanto nos nossos sonhos quanto nos mitos ancestrais de aborígenes daqui e d'acolá (Ilustração 10).

## Arquétipos em ação



São Jorge mata dragão para libertar a donzela, numa pintura italiana do séc. XV: o herói luta contra o *monstro* para salvar uma “dama em perigo”, que representa a *anima*.

Fonte: JUNG, et al, 2000.

Conduzindo e moldando a força vital, a libido primeva, produzem arte, ciência e...paisagens. Vejamos como é percebida a relação entre arquétipo — o do herói, particularmente —, e paisagem, em *Paisagens Americanas: Imagens e Representações do Wilderness* (BARBOSA, 1998).

O ensaio de Barbosa (1998) apresenta-se com o propósito de discutir a instituição da “paisagem americana” por formas culturais arquetípicas, ideológicas e estéticas, veiculadas por imagens literárias e cinematográficas que, a um tempo, atualizam o culto ao *wilderness* e reiteram o *american way of life* como base da identidade nacional. Partindo de conceitos geográficos clássicos de paisagem, que enfatizam sua dimensão visual, chega-se a sua dupla condição: a paisagem oferece-se à nossa percepção e é produto de nossas experiências,

porque o olhar é na verdade um modo de olhar, de atribuir significados, instituídos em cada sociedade. É assim que a paisagem aparece como mediação entre o mundo das coisas dadas ao olhar e a subjetividade, o “modo”, que dá sentido às coisas. Cultural, portadora de signos, portanto, a paisagem é uma “dimensão (...) do real e do imaginário presentificado no espaço geográfico (...) é a inscrição no território da globalidade de uma visão de mundo” (BARBOSA, 1998, p. 44). Segue-se que a paisagem, produto/marca e condição de reprodução/matriz da cultura, veicula “mitos, tradições, valores... que contribuem para transferir saber, crenças, sonhos e atitudes sociais de uma geração a outra” (BARBOSA, 1998, p.44 ).

A “mais completa tradução” da grandeza físico-territorial dos Estados Unidos, as paisagens de montanhas, planícies e desertos, produzem no senso comum a forte impressão do gigantismo □ natural □ americano. Todavia, esta “natureza” tem uma história humana que o autor faz recuar ao século XIX, quando a exuberante natureza americana ativou, das profundezas do imaginário coletivo, um ambivalente mito encontrado nas tradições culturais □ grega, romana e medievais □ da civilização ocidental e presente “nos sonhos dos homens e mulheres que chegavam das brumas do Oceano Atlântico”; o mito do *wilderness* □ a deserta terra inculca e selvagem. No pensamento e na literatura estadunidense do século XIX, bem como nos discursos políticos e histórias de revista, a expansão territorial dos atuais Estados Unidos tornou dominantes as imagens da “América” como selvagem e jardim, que desafiava homens eleitos a conquistá-la. “O *wilderness* ressurgia da paisagem no Novo Mundo a partir de uma ‘profunda ressonância do cenário natural com um conceito ocidental’... O Oeste era a síntese radiosa do mito com a geografia” (BARBOSA, 1998, p. 46), constituindo-se este processo da conquista da “geografia física” da “América” num dos episódios maiores na memória social do país.

No século XX, o cinema, particularmente o *Western hollywoodiano* dos anos 1930-40, fará a sua recuperação mítica do Oeste: colonos e *cowboys* encarnarão os heróis arquetípicos da nação e, em cenários que sobrepujam atores, roteiros e atuações, a paisagem mostra-se “completamente indispensável aos poderes do mito”, possibilitando a recuperação do ato ancestral em que o pioneiro mítico penetra no desconhecido, vence a natureza hostil e segue sempre

em frente (BARBOSA, 1998, p. 48). Não causa surpresa, conhecendo-se “o poder do mito” (ou o desse em particular, na sociedade americana), a maneira, observada pela imprensa, como os novaiorquinos vivenciaram o *day after* do recente episódio da brutal destruição das Torres Gêmeas: “seguir em frente” era o lema, numa literal atualização da fórmula “você vai conseguir”, que pulula nos filmes que nos chegam de lá. Quanto aos diversos significados deste lema, naquele momento, fogem aos propósitos deste trabalho.

Tão grande é a força do mito, que atores como Roy Rogers e John Wayne transformaram-se eles próprios em personagens quase legendários: “o mito era mais forte que os homens reais” (BARBOSA, 1998, p. 48.) Renovando-se nas telas o pacto entre o homem e a natureza como fundamento da nação americana, as paisagens do *farwest* representam o Oeste onírico □ não o histórico □ e, assim, “reatualizam valores e tradições socioculturais pretensamente galvanizadores da identidade nacional de uma sociedade constituída a partir da emigração e do exílio” (BARBOSA, 1998, p. 48).

O trabalho de Barbosa aborda, ainda, “as paisagens de ruínas do Sul” dos Estados Unidos, que ao lado das paisagens do oeste, questionam o sentido da transcendência do progresso, assim desmitificando o Oeste e revelando o outro lado do ato de seguir sempre em frente: a exclusão do diferente. Mas, aqui, ao final deste capítulo importa, mais do que (tentar) esgotar os símbolos e significados contidos no texto analisado, perceber uma forma de se fazer Geografia, sabendo-se que

Os arquétipos são demasiadamente significativos para serem submetidos à racionalidade pura das disputas científicas, nas quais apenas existe a possibilidade de ser uma coisa ou a sua oposta. Os arquétipos tomam parte da feminilidade lenta, escondida, protegida (ZOLLA, 1997, p. 7).

A aplicação científica de conceitos da psicologia analítica nas ciências sociais (o que não é o caso de Barbosa) já se fez, por exemplo, em “O Espelho Índio: os jesuítas e a destruição da alma indígena”, onde Gambini (1988), sociólogo e analista junguiano, aborda o problema do índio, situando-o psíquica e sociohistoricamente: a leitura crítica das cartas jesuíticas coloniais efetua-se à luz

(e à sombra...) do conceito de projeção, como veremos em 3.1. Pois bem: inspiramo-nos no seu enfoque e, parece, outros enfoques, travando outras relações, entre outros conceitos geográficos e junguianos, os há a perder de vista. Vistas arquetípicas, assim como o que vêem.

### III □ UM ESTAR-A-SER BRASILEIRO: IDENTIDADE NACIONAL E METROPOLITANA

*Num mundo em crise de valores e de sentido como é o nosso, a questão das identidades volta ao centro das atenções.*

Rogério Haesbaert, Identidades

#### Territoriais.

Para o geógrafo interessado pela dimensão simbólica do espaço, colocam-se, entre outras, as seguintes indagações: pode-se reconhecer, no espaço e imaginário brasileiro, traços característicos de uma *identidade*? Quais motivações — históricas, econômicas, culturais, políticas, psíquicas — determinam ou baseiam tal identidade geográfica? De que modo se articulam, no imaginário, as determinações infra-estruturais e as representações simbólicas, inscritas materialmente nesse espaço? E, numa ampliação da escala, quais seriam as características identitárias do habitante da metrópole? A averiguação dessas questões constitui-se no escopo deste capítulo da dissertação. Para tanto, faremos um percurso que parte da identidade cultural brasileira e chega à identidade na metrópole. O fio condutor é a instância simbólica da identidade cultural e sua articulação ao espaço geográfico. Sandes, DaMatta, Gambini, Schneider e Chaul são os autores de base, que se juntam a McDowell, Haesbaert e Claval, estes, presentes nos capítulos anteriores.

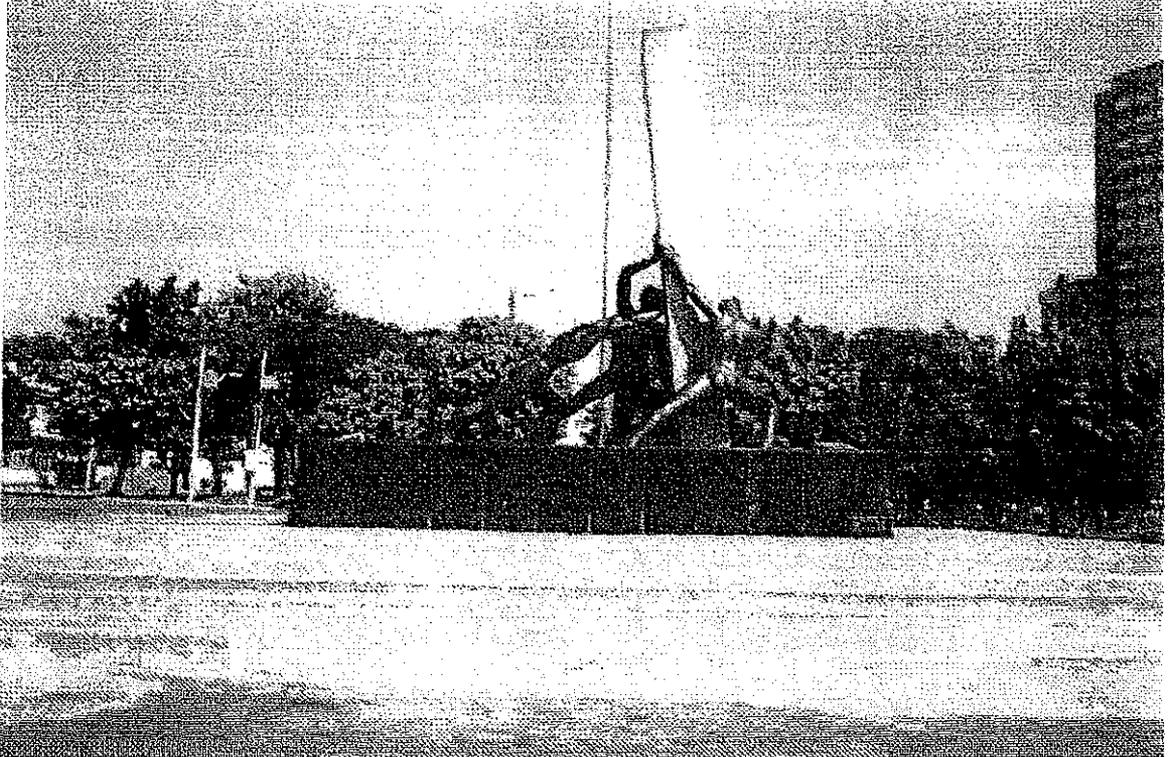
### 3.1 □ Identidade Cultural Brasileira

A identidade, já vimos, é simbolicamente estabelecida. Vejamos agora, inicialmente, como se delineiam as "fronteiras simbólicas da nação" brasileira (SANDES, 2000), a fim de visualizarmos as imagens formadoras, os traços identitários desse povo, desde a chegada dos colonizadores portugueses.

Segundo o historiador cearense radicado em Goiânia, a questão nacional é um *locus* de imaginação, de luta política e simbólica. O sentimento de nacionalidade, os valores nacionais, desde a formação dos Estados-Nações constituem-se como ideologia a serviço da "comunidade imaginada" □ "a pátria de chuteiras", imagem rodrigueana para tal instrumentalização no Brasil, via futebol. A persistência da discussão nacional, em plena era da transnacionalização, mostra que "o complexo processo de homogeneização do espaço econômico não é acompanhado (e não creio que seja apenas uma questão de ritmo ou proporção) pela unificação do mundo cultural" (SANDES, 2000, p. 12). O "mundo das superestruturas" deve, então, ser lido de modo particular, pois apenas nele situam-se os homens como sujeitos sociais.

Se a lógica metropolitana da colonização hierarquizou, numa rígida divisão de classes, colonizadores, colonos e colonizados, dando identidade portuguesa aos dois primeiros grupos e estrangeira ao último (sobretudo os banidos e exterminados índios), no discurso desejante o Brasil se fez e se faz resultante do "convívio" das três "raças": "A tradição nacional apegou-se à forçosa convivência entre brancos, negros e índios como elemento de uma estranha comunhão de interesses capaz de representar o Brasil como nação. Aí se encontra a raiz de nossa mitologia nacional" (SANDES, 2000, p. 14). Em Goiânia, o "Monumento às Três Raças", criado em 1968 pela artista Neusa Moraes, com 300 quilos de bronze fundido e localizado na Praça Cívica, chegou a ser citado por quatro entrevistados (10%) como um elemento do espaço que identifica a cidade (Ilustração 11).

## Monumento às Três Raças



A "democracia racial" erguendo a Capital.

Fonte: Fotografia tirada e gentilmente cedida por Danilo Rabelo.

Ainda assim, o nacionalismo não é pura farsa, afinal temos um espaço específico delimitado por fronteiras, com certa unidade cultural, onde o aparelho de Estado exerce sua soberania e a vida cotidiana se realiza.

Quando já se pode ver a formação de um nacionalismo brasileiro? Na literatura, o arcadismo e sua correlata Inconfidência Mineira esboçam um projeto nacional. Na política, a hegemonia fluminense se impõe, "transformando a Monarquia Constitucional, sob o domínio dos Bragança, em tradição nacional, marco fundador (...) o Estado acabava tomando o lugar da [ou precedendo a] nação" (SANDES, 2000, p. 16). O sentido de "comunidade", portanto, no Brasil, se afasta do Estado (que se descolou do povo, o qual o serve, mas não é por ele efetivamente representado) e das tradições históricas, para se dar na *feita* □ carnavalesca, religiosa, nela o povo é sujeito...de outra história; nela se desfazem hierarquias, se rompem fronteiras: o carnaval é o contraponto de Cabral, da narrativa histórica oficial.

Porque somos geneticamente portugueses e somos também geneticamente negros e índios, por isso há uma "tensão constitutiva da própria

imaginação nacional" (SANDES, 2000, p. 19), tensão que o discurso pretensa e ideologicamente desfaz e que a festa, mesmo que por um curto intervalo de tempo e em espaços circunscritos, mais "realmente" supera: "Mas os homens gostam da ilusão", sentencia, numa de suas belíssimas crônicas □ "Depois do Carnaval" □, a "poeta" fluminense Cecília MEIRELES (1980), após verificar a transfiguração, sob o reinado de Momo, de pessoas ordinárias em Reis, Rainhas, Príncipes e Princesas, que, na Quarta-Feira, voltam a ser o que eram. Os homens *brasileiros*, assim nos parece, *precisam* da ilusão...

Na casa, na rua, no "descobrimento" e na festa da carne, "o Brasil está em toda parte" (DAMATTA, 1998, p. 13). Sob uma óptica aberta e comparada da sociedade, para o antropólogo social tanto os homens quanto as sociedades se definem por seus estilos, seus modos de fazer as coisas. Responder à pergunta "o que faz o brasil, Brasil?" é desvelar a *relação* entre o brasil possível e o Brasil

feito de uma combinação especial dessas possibilidades universais. O mistério dessa escolha é imenso, mas a relação é importante. Porque ela define um estilo, um modo de ser, um "jeito" de existir que, não obstante estar fundado em coisas universais, é exclusivamente brasileiro (DAMATTA, 1998, p. 15).

A questão do relacionamento dos universais de qualquer sistema com um sistema específico refere-se ao problema da identidade: de *saber* quem e como somos, um atributo humano. E é mesmo no modo *como* se constrói uma identidade social, isto é, nas "coisas" e experiências que cada sociedade e ser humano utilizam, que ela/ela se faz única e luminosa: dizemos sim a algumas coisas, não a outras e assim nos fazemos seres culturais e elaboramos nossa identidade social. As escolhas culturais assim efetuadas seguem uma ordem, dadas *a priori* pela própria sociedade, que formula o perfil do brasileiro, do japonês, do sul-africano.

No Brasil, a identidade se edifica duplamente: de um lado, pela utilização de critérios objetivos, quantitativos, estabelecidos pelo ocidente europeu e suas ciências, a partir das Revoluções Industrial e Francesa, estamos sempre deixando a desejar; de outro, "por meio de dados qualitativos e sensíveis (...) podemos ver

a nós mesmos como algo que vale a pena” (DAMATTA, 1998, p. 19). O cientista social propõe a superação da dicotomia entre o Brasil da economia e política e o Brasil da família, pessoalidade e cordialidade. Uma vez que as duas realidades são dadas de modo simultâneo e complexo. Daí a necessidade de uma chave dupla para se entender a sociedade brasileira, da qual é típica a capacidade (inesgotável) de misturar e acasalar as coisas. Nossa sociedade é uma sociedade *relacional*: juntamos o moderno e o antigo; negociamos, na pechincha e na política; damos um “jeitinho”, cotidianamente; somos reconhecidos por nossas relações pessoais e familiares, na falta de um Estado que garanta uma democrática igualdade de direito a todos os “cidadãos”.

Particularmente no Brasil, a construção da identidade nacional está, modelar e essencialmente, centrada nos *símbolos*, nisso distinguindo-se da alemã, por exemplo, centrada no *discurso* (SCHNEIDER, 2004). Concordando com Ernest Renan, o professor de Ciências Culturais na Universidade de Bremen adverte que, não obstante o caráter imaginado ou construído da comunidade nacional, as condições territoriais, geográficas e culturais “desempenham um papel crucial no processo contínuo de ‘auto-imaginação’ das comunidades nacionais — mas elas próprias, também, enquanto construções” (SCHNEIDER, 2004, p. 3). O autor observa que é o discurso — mediação ou transmissão das “narrativas-mestras da nação” aos seus membros — o *locus* sociocultural onde a formação identitária, como representação simbólica e mecanismo de reprodução, realmente ocorre: o discurso *cria* a comunidade-nação. Curiosamente, a eficácia dos símbolos e das representações discursivas é dada “justamente pela possibilidade de estarem *desconectadas* de determinadas práticas e circunstâncias sociais” (SCHNEIDER, 2004, p. 5), podendo, inclusive, haver marcante contradição entre o que se diz e o que se faz. Em outras palavras, “o poder do símbolo” reside justamente na sua virtual “vacuidade” e “versatilidade” enquanto significante.

Contrastando fortemente com o caso alemão, marcado historicamente pela valorização no mínimo suspeita dos ícones nacionais — bandeira, hino, etc —, os brasileiros, segundo Schneider, valorizam seus símbolos oficiais, mas também fazem de certas práticas culturais coletivas consideradas “típicas” da cultura

brasileira, como o futebol e o carnaval, símbolos nacionais em si mesmos: “Nesse sentido, a experiência da identidade nacional brasileira parece um projeto amplamente democrático, descomplicado e não problemático [baseado numa] imagem autoconfiante [de um] ‘gigante’ pacífico” (SCHNEIDER, 2004, p. 15).

Na sua pesquisa, Schneider evidencia, dentre outros, um emblemático exemplo da tensão entre a *validade discursiva* e a *validade etnográfica* do conceito, qual seja o contraste entre a imagem do “brasileiro pacífico” e

...os níveis de violência presentes em quase todos os segmentos da vida cotidiana — desde os assassinos de aluguel e o uso de armas de fogo para solucionar as contendas políticas no interior do país, até a tortura e a violência policial em delegacias e prisões; desde os efeitos catastróficos das desigualdades sociais, até a alta incidência de violência doméstica, e assim por diante (SCHNEIDER, 2004, p. 16).

Essa “definição inconsistente” é inerente a qualquer construção de identidade e “imaginação” de comunidade, e a íntima relação entre linguagem e cognição pode lançar luz a esse fato: aquilo que não é nomeado passa despercebido à mente; por outro lado, tudo que é nomeado pode ser considerado “real”, mesmo que tal “realidade” esteja fundamentada somente no fato de ter sido nomeado, adquirindo, desse modo, significado cultural. Aplicado ao nosso objeto, isso significa que não é necessária uma *prática social* opondo e diferenciando goianienses de brasilienses, de mineiros ou de cariocas, para que os três últimos grupos gentílicos citados sejam vistos como “o Outro” pelo primeiro grupo.

Comparando os traços de brasilidade aos de germanidade, o autor observa que, diferentemente da Alemanha, onde as leis de cidadania enfatizam a ascendência (*jus sanguinis*)<sup>11</sup>, no Brasil é muito rígida a relação entre o pertencimento e o local de nascimento (*jus soli*)<sup>12</sup>, no que tange tanto à identidade regional quanto local, o que nos dá uma pista para buscar a identidade goianiense: ser goianiense é nascer em Goiânia? Goiano é quem nasce em Goiás? Para uma propaganda local de televisão, que atribui a “goianidade” àqueles que moram no estado e adotaram sua cultura, não.

---

<sup>11</sup> *Jus sanguinis*: direito do sangue. Princípio segundo o qual a pessoa herda a nacionalidade de seus pais ou ascendentes (SCHNEIDER, 2004, p. 25, nota do tradutor).

<sup>12</sup> *Jus soli*: direito do solo: Princípio segundo o qual a pessoa tem a nacionalidade do país onde nasceu (SCHNEIDER, 2004, p. 25, nota do tradutor).

Outra característica fundamental da “brasilidade típica” seria a participação em “eventos culturais *coletivos*”, como jogar futebol, ir à praia, pular carnaval, tomar cerveja no bar da esquina. O “alemão típico”, por seu lado, é associado a determinados atributos *individuais*, tais como pontualidade, disciplina, meticulosidade. Mas, apesar dessa nossa identidade gregária, os *discursos* sobre a identidade no Brasil centram-se na questão de classe ou outras questões sociais, ao passo que as *representações simbólicas* identificam (toda) a nação. Assim, enquanto na Alemanha as fronteiras identitárias separam “nativos” de estrangeiros,

No Brasil, as fronteiras identitárias são, essencialmente, fronteiras *sociais*. E a classe média, com sua influência preponderante sobre a mídia e a agenda política, determina as clivagens principais: os pobres embaixo e as “elites” — em larga medida “imaginárias” — no topo. De fato, é interessante observar que os estereótipos mais comuns a respeito dos favelados no Brasil são muito semelhantes aos estereótipos que descrevem os *Ausländer* (estrangeiros) na Alemanha. Como são semelhantes também as práticas policiais de violenta alterização (SCHNEIDER, 2004, p.17).

A construção *social* da identidade brasileira apóia-se num certo provincianismo, representado pela imagem de um Brasil que está “de costas voltadas” ao resto do continente: dirigindo o olhar “para dentro”, saltam aos olhos as diferenças “internas”, o que se expressa na idéia freyreana de que o Brasil “são vários brasis”, referência à diversidade geográfica e, também, às enormes desigualdades sociais. A força dos símbolos nacionais brasileiros dispensa em certa medida a onipresença do discurso público: a maioria dos brasileiros não lê jornal e as transmissões de rádio são fenômenos mais locais do que nacionais. As exceções são o *Jornal Nacional* e as novelas da Rede Globo de Televisão, que, pela qualidade e natureza heterogêneas, não chegam a produzir uma imagem homogênea da brasilidade; no âmbito discursivo, mas sobretudo, na maioria das vezes, impõem uma perspectiva proveniente da classe média alta do Sudeste. Finalmente, percebe-se que os símbolos possuem efeitos e contextos discursivos, sendo, então, discurso e simbolismo mutuamente complementares na construção e na política de identidade (mesmo porque, palavras também podem ser

símbolos), que *ênfatizam* um ou outro. No Brasil, a extensão do território, sua diversidade étnica e cultural, suas desigualdades sociais e os altos índices de analfabetismo total e funcional explicam a considerável importância do simbolismo sobre o discurso.

A abordagem junguiana do fenômeno de projeção pode nos ajudar a compreender certas situações históricas, no caso, a raiz primeira da sociedade brasileira, qual seja a interação altamente complexa entre os índios e os jesuítas missionários, que ainda vivem sob a forma de princípios arquetípicos. A projeção, já definida na nota de rodapé 3, é um modo fundamental de expressão do inconsciente, um fato natural, involuntário e inerente à natureza da psique humana. Por meio da projeção,

tudo que é desconhecido na psique — ou seja, inconsciente — pode se manifestar, uma vez que não pode ser visto ou integrado diretamente (...). Se a consciência combater obstinadamente a emergência de um conteúdo inconsciente, este poderá recorrer a medidas drásticas para ser reconhecido. Como? Segundo Jung, “o inconsciente o faz claramente através da projeção, extrapolando seus conteúdos num objeto, que passa então a refletir o que antes nele se escondia” (GAMBINI, 1988, p. 36-7).

Assim é que

“a beleza está nos olhos de quem vê.” Goethe, repetindo um velho dito de Plotino, perguntava: “como poderia o olho perceber o sol se não contivesse um pouco de seu poder?” Em todos esses casos, há claramente uma conexão entre quem vê e o visto, e creio que a verdade mais profunda contida no terceiro versículo de Mateus [“Vês o cisco no olho do teu irmão e não a trave no teu”] é que ter olhos impuros faz parte da condição humana. Somente Deus pode ver as coisas como são e se não podemos eliminar o problema por completo, devemos ao menos ter consciência dele (GAMBINI, 1988, p. 49).

Na difícil aventura da colonização, “homens altamente motivados tentaram converter a alma de outro tipo de homem que não compreendiam” (GAMBINI, 1988, p. 71). Nas cartas jesuítas à metrópole portuguesa, todas as palavras contêm alguma distorção, justamente por meio da qual se pode captar a natureza da psicologia da conversão e o retrato do indígena. Sua imagem como “homem primitivo” continua, em seus elementos constitutivos, viva e atua no inconsciente coletivo de nosso tempo. Nesse sentido, os relatos contidos nas cartas já eram

arquetípicos, "pois a imagem de homem primitivo é tão velha quanto a humanidade, profundamente gravada na psique através das eras seja como essência do que somos ou [sob uma óptica evolucionista] com terrível memória do ponto de partida" (GAMBINI, 1988, p. 121).

### **Ilustração 13 Anchieta domando os (seus) instintos**

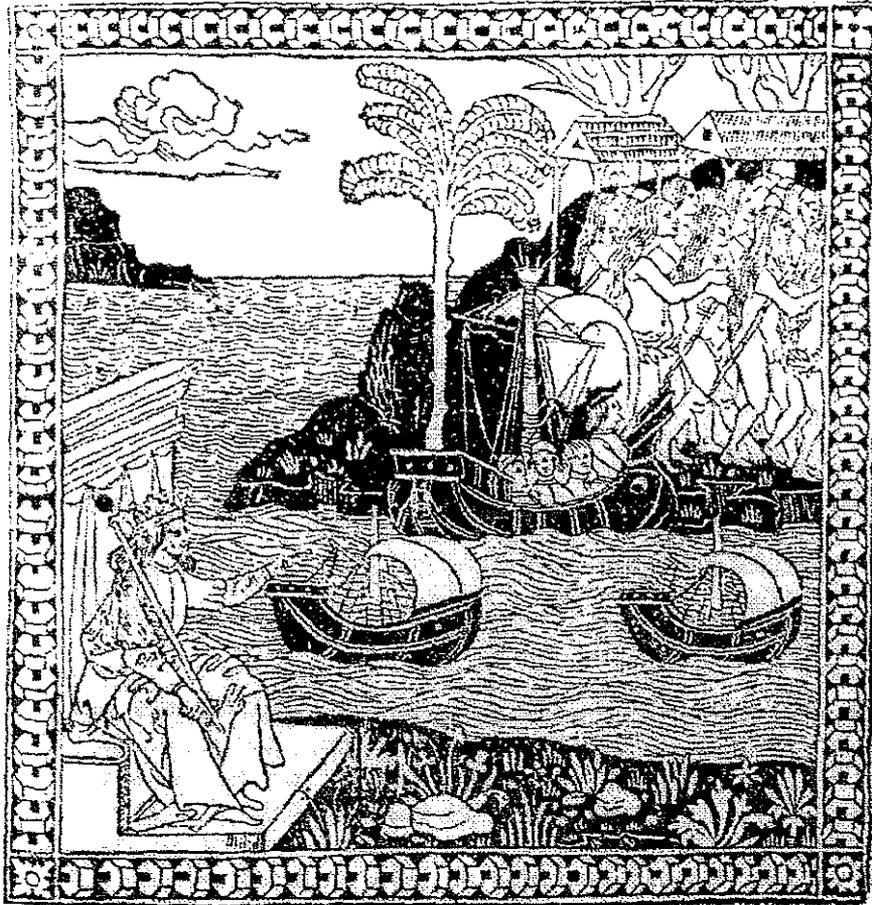


O padre, o índio, a onça, a cobra.  
Fonte: GAMBINI, 1988.

Essa noção elementar na base do processo civilizatório, essa "imagem negra", em termos psicológicos

é um arquétipo que continua a existir intocado naquela ilimitada esfera da psique não atingida pela luz relativamente curta da consciência, manifestando-se em cada ser humano sob a forma de instinto ou mito. Ainda que reprimido ou superado, o homem natural é uma realidade em cada um de nós (...) No século XVI, porém, a consciência coletiva não abria espaço para valores como esse, preocupada que estava em expandir seu controle material do mundo e chocada pela dramática cisão aberta no interior do cristianismo (GAMBINI, 1998, p. 122 – Ilustração 12).

## As duas margens da consciência civilizatória



A consciência do civilizador, sob as ordens do Rei, e a vida instintiva no Novo Mundo.

Fonte: GAMBINI, 1988.

Sob uma visão histórica, a existência de uma imagem negativa de homem primitivo é natural, pois seu contraste com o civilizador confirmava a este sua duvidosa superioridade:

...a catequese dos indígenas assume os ares de uma repetição da Criação (...) Os índios já eram *conhecidos* muito antes de serem encontrados, porque a imagem através da qual seriam percebidos sempre existiu na psique do homem civilizado, aguardando apenas o momento certo para ser projetada (GAMBINI, 1988, p. 122).

No retrato dos índios traçado pelos jesuítas, os “irremissíveis pecados mortais” dos aborígenes eram o paganismo, a poligamia e a antropofagia. Dentre

outros traços, "corrigíveis", inclui-se o fato de serem "mudables y inconstantes" e "gente de muy fraca memoria para as cousas de Deus" (GAMBINI, 1988, p. 127). Aqui, estamos diante da auto-imagem inconsciente e portanto projetada dos membros da Companhia de Jesus, os quais deveriam viver em total obediência e resignação, com o coração cheio de amor, em fraterna comunidade e feliz pobreza. Então, a sombra, o contra-movimento inconsciente desse excelso ideal, os jesuítas a encontrariam no *espelho dos índios*: por exemplo, os instintos, expressão por excelência do arquétipo do homem natural, são sempre associados por Nóbrega ao mal. Diversos espíritos do mato — Boitatá, Jurupari, Anhangá... — foram homogeneizados pelos jesuítas e equacionados ao Diabo. O missionário, que excluiu esse aspecto de sua personalidade, passa a vê-lo no Outro de forma exclusivamente negativa: "Sua psicologia consistirá portanto em destruir nos indígenas aquilo que destruiu em si" (GAMBINI, 1988, p. 128). Ademais,

O animal repudiado está também por trás da incapacidade missionária de apreciar e compreender a alegria de viver do índio (...) O resultado da catequese é que os índios abandonaram seus rituais orgiásticos e seu gosto pela vida [passaram a beber e cantar menos], ajoelharam-se na igreja, perderam a alma e no fim foram extintos. Hoje, mais de quatro séculos depois, poucos remanescentes expulsos de suas terras se embriagam ao longo das estradas para enfrentar o caos e o desespero. Esse o fruto da vinha (...) Quase todas as culturas têm seu equivalente da orgia dionisiaca, e mesmo em Portugal havia um tempo para as folias do Carnaval. Mas Anchieta não vê sentido ou beleza no que denomina 'paixão desenfreada das bebidas', e compartilha com Inácio de Loyola o gosto da vitória quando em lugar disso cresce entre os índios a capacidade de sofrer repreensões com paciência. Ele não sabia que Dionisos foi uma antecipação de Cristo, e rapidamente o pregou na cruz (GAMBINI, 1988, p. 129-31).

Os jesuítas não podiam aceitar a natureza e o que dela faz parte. Para eles, cuja comunidade baseava-se em votos e hierarquia, a harmonia dos índios entre si e com o ambiente era um fato chocante, pois estava mais próxima dos ensinamentos de Cristo do que os missionários podiam admitir. "A vida tribal tupinambá chegou mesmo a ser usada por Engels como evidência de uma forma primitiva e natural de comunismo" (GAMBINI, 1988, p. 133). No julgamento dos

índios pelos jesuítas, estes reconhecem, contraditoriamente, sua hospitalidade natural — proposta de relacionamento:

Provavelmente eles desejavam o contato [com os brancos], mostrando-se abertos e receptivos. Além disso, dispostos a colaborar, como registra Nóbrega, ajudando na construção das primeiras casas da cidade de Salvador e sempre recebendo bem os missionários, especialmente os meninos (GAMBINI, 1988, p. 149).

No campo da religiosidade, o primeiro ato de sincretismo religioso forçado no Brasil remete-se à criação do aberrante e cômico termo “Pai Tupã”, cunhado por Nóbrega numa carta à metrópole, para se referir e impor “Deus” aos índios. Já

no Brasil de hoje, Tupã [que nem chegava a ser um deus criador] é só nome de cidade, marca de produto industrial, fogo de artifício, apelativo de cachorro (...) Todos os deuses, todos os espíritos, toda transcendência e significado foram aniquilados pelos jesuítas, que apenas causaram a ruína da alma nativa sob a bandeira da *privatio Dei* (...) da mesma forma que o brado “o grande Pã morreu” ecoando sobre as águas do Mediterrâneo marcou o fim da Antigüidade clássica” (GAMBINI, 1988, p. 141-3).

Em nosso mito de origem, a harmonia entre os animais (criados primeiro) e o homem no Paraíso simboliza a unidade pré-consciente do homem natural e seus instintos. O cristianismo, apesar “de um sentimentalismo compensatório face aos animais em sermões e vagas preocupações piedosas (...) cortou em dois o que era um, de que resulta tanto a neurose como a ameaça à vida animal” (GAMBINI, 1988, p. 143). Para um jesuíta seiscentista o indígena era mais um animal a ser domado. Mas em que consistia realmente tal domínio da natureza e quais as conseqüências dessa posição consciente? A leitura das cartas jesuítas revela que a natureza era e devia ser combatida sob o tríplice aspecto de floresta virgem, vida animal e população indígena (Ilustração 13). A urbanização e a predação sempre se encarregaram de roubar cada vez mais espaço vital do mato, fazendo-o sem vida. A floresta amazônica, última reserva verde do planeta, não o será por muito tempo.

Nossa marca de nascença é o corte do pau-brasil, que continuamos simbolicamente a derrubar até hoje. A destruição de Sete Quedas atesta o grau atingido pelo desatino nacional. Mas o que se chama hoje “problema ecológico”

deve ser encarado antes de mais nada em seu aspecto psicológico, pois em sua base está uma atitude face à natureza só compreensível quando se observa a psique. Como se vê, o processo não começou agora, nem é apenas um produto do desenvolvimento. Os postulados da exploração econômica certamente são causadores de devastação humana e ambiental, mas a postura anti-natureza esteve presente desde o começo (...) O desmatamento das florestas impenetráveis para o colonizador, abrigo e meio ambiente do índio, é portanto correlato à catequese e ao aldeamento. A mata e seus habitantes, como uma coisa só, são o alvo da grande batalha antinatureza implícita na “obra civilizadora”. O fato, ainda anátema para os padrões da consciência coletiva de então como de agora, é que qualquer vitória contra a natureza é dúbia e perigosa; simplesmente não nos damos conta de que ela se vingará (GAMBINI, 1988, p. 143-6).

### **3.2 □ A identidade na metrópole: uma situação multicultural**

A modernidade — conjunto de transformações sociais e econômicas associadas ao surgimento da indústria e urbanização no mundo ocidental — foi um elemento de suma importância na história da mudança cultural do Ocidente, sendo um assunto básico primordial da Geografia, interessada pelas “novas paisagens, novas relações sociais e novos modos de percepção e representação” (McDOWELL, 1996, p. 165).

Assim, no século XIX, sobretudo na sua segunda metade, “vastas concentrações de pessoas de variadas origens em escala nunca antes conhecida afetaram as percepções sociais, resultando em novas formas de ‘vida mental’ nas cidades” (McDOWELL, 1996, p. 165). Essa nova cidade, cidade industrial, inspirou trabalhos no contexto de uma nova geografia cultural, de geógrafos (Harvey, Soja) e não-geógrafos (Certeau, Lefebvre), em que, por exemplo, o “conceito cidade” do planejamento e dos reformadores urbanos — uma rede, um círculo, pobreza, conflitos e tráfego — se distingue do “fato” da cidade:

uma cidade que conhecemos através das práticas do cotidiano, romances e pinturas, uma cidade contraditória, *apenas parcialmente conhecida*, constituída por seqüências de experiências fugazes que talvez nunca possam ser inteiramente captadas em planos ou representações formais (McDOWELL, 1996, p. 167, grifo nosso).

A propósito do "impacto da alta densidade de população na qualidade da vida urbana", diz Yi-Fu Tuan: "As condições de aglomeração tornam difícil escapar da atenção dos outros e, portanto, de um sentido desenvolvido de si mesmo" (TUAN, 1985, p. 151). Tomando-se esse *sentido desenvolvido de si mesmo* como *identidade*, podemos dizer que um dos impactos da modernidade sobre o ser metropolitano foi, então, o *reforço* de sua auto-representação individual, isto é, da representação de sua identidade socioespacial. Tal fato relaciona-se dialeticamente ao *anonimato* que julgamos manter na multidão, sendo como que uma reação a ele: precisamos, cada um de nós, pelo menos criar uma auto-imagem que não se dilua no coletivo. Assim,

somos estranhos uns aos outros, mas buscamos constantemente resguardar um espaço dentro da urbe onde sejamos comuns e conhecidos, onde nossos signos encontrem reciprocidade. Somos habitantes desta confusa rede metropolitana, mas forjamos uma cartografia particular de seu traçado (HAESBAERT, 2002, p. 94).

Para Haesbaert, a metropolização — especialmente as áreas centrais das grandes cidades — é o mais característico exemplo da modernidade. Há na metrópole uma permanente mutabilidade rearranja valores, formas, funções e significados exigindo de cada indivíduo um grande esforço para "reinterpretar a cada passo essas mudanças, recriando, ainda que simbolicamente, seus espaços particulares de referência" (2002, p. 90), uma vez que a coexistência de grupos diversos conduz-nos a outras escalas e espaços distantes. Assim, nessa realidade em permanente transformação, o crescimento diferenciado da malha urbana é acompanhado do surgimento de novos segmentos sociais no interior das metrópoles. Ao mesmo tempo, "a experiência assustadora do desconhecido e do inesperado" leva à recriação de laços e territórios de identidade, fazendo da metrópole "um território complexo, onde se mesclam e se separam diversas identidades" (2002, p. 96).

Nessa dialética das identidades, os sinais de uma “identidade geral e generalizadora na metrópole” apresentam-se em dois níveis: num primeiro plano, a teia de relações estabelecidas pelas metrópoles tende à escala mundial, trazendo para perto fatos distantes que, juntamente com a aglomeração de pessoas das mais diversas localidades, produz uma experiência e uma sensação do espaço marcadas por um sentimento de síntese e de ambigüidade entre o mundo e o lugar; em outro nível, há um “código de identidade” que assinala o habitante da metrópole onde quer que ele esteja, fazendo-o único e geral. Assim, contraditoriamente, a unidade planetária das metrópoles é criada não pela uniformidade, mas sobretudo pela sua conjunção de diferenças. Temos aqui a essência da *identidade geral do ser metropolitano*, qual seja

suas variabilidades, sua diversidade, a mistura incessante de planos de convivência entre diferentes. Quando nos identificamos como novaiorquinos, parisienses ou mesmo como paulistas [goianienses] ou cariocas, nem sempre somos traduzidos em primeiro lugar pelos símbolos que distinguem cada cidade, mas sim pela convivência simultânea, em nós, de diferentes concepções de mundo, pela ousadia de nossas indefinições, pelo “perigo” de nossas transgressões e de nossa impulsão para o novo (...) entre a globalização macroeconômica e as micropolíticas de subjetivação (HAESBAERT, 2002, p. 95-6).

Nas metrópoles do Terceiro Mundo, “o espaço [público, sobretudo] gerado no urbanismo do século XIX (...) foi completamente transfigurado” (HAESBAERT, 2002, p.97): o centro das grandes cidades degradou-se — e continua se degradando, não obstante as “revitalizações”, que não alteram o conteúdo social do espaço —, fazendo surgir, nos bairros e mesmo nos arredores do perímetro urbano, condomínios verticais/horizontais exclusivos. O “tudo sem sair de casa” é uma das expressões mais atuais desse processo estrutural de exclusão na sociedade capitalista:

Os muros que cercavam as cidades antigas e medievais foram trasladados para o interior da metrópole moderna, onde cada segmento se muraliza como pode (...) criando suas barreiras de proteção a fim de manterem o domínio sobre seus signos de identidade, seus privilégios e, fundamentalmente, sobre seus territórios [favelados, condomínios exclusivos, etc.] (HAESBAERT, 2002, p.98).

No mesmo sentido, diz Claval que, nas situações multiculturais, às vezes se solapam as normas para propor novidades, construindo-se identidades originais e uma nova sociedade. As frentes pioneiras, onde afluem pessoas de todos os lugares, favorecem isto. "Nada de surpreendente (...) que o Oeste foi o lugar de composição da nação americana" (CLAVAL, 1999, p. 184). Com isso concorda Barbosa (1998), para quem no Oeste estadunidense realizava-se a síntese do ambivalente mito do *wilderness* ( a terra inculta, o deserto, a penúria e o pecado, mas também o lugar da beleza, virtude e felicidade), presente no imaginário coletivo greco-romano e medieval, com a geografia. Aqui, a fronteira aparece como lugar de ruptura com o passado e criação do novo, no presente/futuro.

No Brasil, vemos um processo parecido: a construção de Goiânia, inserida numa das "marchas para o Oeste" □ a do Estado Novo □, "era o símbolo desse Brasil grande, do novo, do progresso, que levava o Estado de Goiás a sair do marasmo político-econômico, além de representar o novo tempo que se estruturava nos horizontes nacionais" (CHAUL, 2000, p. 123).

## IV □ À PROCURA DE TRAÇOS IDENTITÁRIOS GOIANIENSES

*O mundo todo é um círculo. Todas as imagens circulares refletem a psique.*

Joseph Campbell, O Poder do

Mito.

No último capítulo da dissertação, chegamos a Goiânia: resgataremos seu nascimento para lá encontrarmos o esboço de uma identidade. A nos ajudar, Oliveira, Guiomar, Ramos, Arrais; Rocha e Campbell, além de outros autores já nossos conhecidos, nesse trabalho. Nos sub-capítulos, o texto baseia-se nas idéias centrais de Ramos (2001), cuja Dissertação de Mestrado “Espaço urbano e modos de vida — um estudo de caso sobre lazer e modos de vida em Goiânia”, trata sobre modos de vida e imagens do espaço urbano goianiense. Serão estabelecidas conexões entre as idéias de Ramos e outros elementos que permitam uma “leitura” da instância simbólica do arranjo espacial e do cotidiano goianienses e apontem para um modo particular de ser e de estar na metrópole: uma identidade socioespacial.

A acelerada da globalização, iniciada nos anos 1970, incidiu sobre as identidades culturais, tendo como efeitos possíveis a desintegração das identidades nacionais pela homogeneização cultural — tendência à globalização —, o reforço das identidades nacionais e locais/particulares como resistência — tendência à autonomia nacional —, o declínio das identidades nacionais e surgimento de outras, híbridas. Em Goiânia, o hibridismo é característico mesmo da gênese e do processo de crescimento da cidade: “Ser formada por uma população migrante representa uma das mais importantes características sociológicas de Goiânia” (OLIVEIRA, 2003, p. 25). Localizada numa posição central no território brasileiro, a capital goiana inseriu-se, desde sua concepção, no contexto da industrialização e urbanização do país, como um espaço

receptivo aos migrantes da zona rural e de outras cidades de Goiás, e outros, de todas as partes do país, sobretudo de Minas Gerais, São Paulo e Nordeste do Brasil. Segundo RAMOS,

o que acontecia era uma redistribuição espacial da população brasileira: o Sudeste industrializava-se, e antigos agricultores dessa região migravam em busca de terras mais baratas, as quais existiam em grande quantidade em Goiás. O estado era a nova frente de expansão do capitalismo, e a nova capital era a cabeça de ponte da mesma. Todo o espaço nacional foi reestruturado entre 1940 e 1980 (1998, f. 48-9).

A fundação de Brasília, em 1960, contribuiu para esse "crescimento híbrido" de Goiânia, trazendo para cá muitas famílias que, inicialmente, foram atraídas pela construção da nova capital federal. Mais recentemente, a partir dos anos 1990, tem sido comum a migração de um número considerável de jovens maranhenses, especialmente do sul e sudoeste do estado, para estudar e trabalhar em Goiânia (ARRAIS, 2004). Em nossa pesquisa, constatamos a forte presença de migrantes na composição demográfica goianiense, pois apenas 33% dos nossos entrevistados nasceram em Goiânia e, dentre os demais, 50% vieram de outros estados e até do além-mar (uma entrevistada é portuguesa):

Desde a fundação, ela [Goiânia] recebeu migrantes de diferentes regiões, com hábitos e gostos diversos. Estabelecendo-se nessa cidade, trouxeram na bagagem essas características que, em contato com a cultura goiana, contribuíram para remodelar o espaço urbano bem como para criar modos de vida peculiares (RAMOS, 1998, f. 58).

Essa intensa migração expressa-se na paisagem urbana, marcando-a com gestos, palavras, músicas, comidas típicas, formas de vestir, traços fisionômicos, em suma, com a memória cultural que os migrantes trazem consigo (ARRAIS, 2004, p. 78).

Segundo Hall (2003), se cada época cultural tem sua forma de combinar tempo e espaço — coordenadas básicas de todos os sistemas de *representação* —, a moldagem e remoldagem das relações espaço-tempo, que é uma das marcas da atual fase da globalização, tem profundos efeitos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas. Por causa desses processos

globais, estaria havendo, para alguns, um afrouxamento de identificação com a cultura nacional, que permanece forte, mas menos importante que as identidades locais, regionais e comunais, bem como as identificações “globais”, que, “colocadas acima do nível da cultura nacional”, começam às vezes a apagar as identidades nacionais. Para outros, a interdependência global estaria acabando com *todas* as identidades culturais fortes, na ênfase ao efêmero, à diferença e ao pluralismo cultural: os fluxos culturais e o consumismo global reduzem diferenças e distâncias culturais a um equivalente global, criando “identidades partilhadas” entre pessoas distantes no espaço e no tempo — “‘consumidores’ para os mesmos bens, ‘clientes’ para os mesmos serviços, ‘públicos’ para as mesmas mensagens e imagens □ entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo” (HALL, 2003, p. 74). A vida social passa a ser mediada pelo mercado global de estilos, imagens e lugares, desvinculando-se as identidades de tempos, lugares e histórias específicos e criando uma gama de diferentes identidades, cada qual “fazendo apelos a diferentes partes de nós”.

Vemos, aqui, a renovada tensão entre o “global” e o “local”: ao lado da tendência à homogeneização cultural — identificações mais universalistas —, tem-se a fascinação com a *diferença* e com a mercantilização da etnia e da ‘alteridade’, e um interesse renovado pelo local, o qual não é “substituído” pelo global, mas articula-se de modo novo a ele, produzindo-se simultaneamente novas identificações “globais” e novas identificações “locais”.

Por um lado, parece que a troca cultural desigual entre “o Ocidente” e o “resto” do mundo provoca um domínio global de imagens, artefatos e identidades produzidos pela indústria cultural ocidental; por outro, as sociedades periféricas permanecem mais do que nunca abertas às influências culturais ocidentais, contrariando a “fantasia colonial” de que seriam lugares étnica e culturalmente “puros”. Assim, a “periferia” também vive, em ritmo mais lento e desigual, o efeito pluralizador da globalização.

Contestação dos contornos estabelecidos da identidade nacional e pressão da “alteridade”; alargamento do campo das identidades, multiplicação de novas posições-de-identidade e maior polarização entre elas; possibilidade de um fortalecimento das identidades locais como reação defensiva dos grupos étnicos dominantes (“racismo cultural”) e produção de novas identidades, inclusive na

reidentificação com as culturas de origem: a globalização contesta e desloca as identidades centradas e “fechadas” de uma cultura nacional, mas seu efeito geral é contraditório, sendo, talvez, uma falsa questão sobre o destino da identidade o seu desaparecimento pela homogeneização/assimilação *ou* pelo retorno às “raízes”, à Tradição. Uma outra via se apresenta: a da *Tradução* (etimologicamente, *transferir, transportar entre fronteiras*) cultural.

O hibridismo e o sincretismo (fusão de diferentes tradições culturais) mostram-se hoje como possibilidades de produção de novas identidades. Inversamente, tenta-se reconstruir identidades purificadas (Tradição). A oscilação entre a Tradição — a etnia, por exemplo — e a Tradução — identidades que atravessam e intersectam as fronteiras naturais, de pessoas que foram dispersadas para sempre de sua terra natal — forja identidades culturais em transição, baseadas no cruzamento de diferentes tradições culturais. Portanto, a globalização não está produzindo nem a hegemonia do “global” nem a permanência da forma nacionalista do “local”, sendo mais variados e contraditórios seus deslocamentos (HALL, 2003).

A propósito, a professora Ana Guiomar, da Escola de Música e Artes Cênicas da U.F.G. (se) pergunta: “Haveria alguma coisa como a identidade musical, cultural, no singular? Seria possível que uma sociedade pudesse ser definida em termos musicais, ou em quaisquer termos, por um único tipo de preferência?” (CHAUL et al, 2002, p. 28). E pondera:

Na verdade, o uso do singular para caracterizar qualquer sociedade moderna parece ser inadequado, visto a complexidade das relações internas que estruturam essas sociedades, pelo menos é o que nos ensina o Boser. Estamos acostumados a falar em cultura brasileira, assim no singular, como se existisse uma unidade prévia que aglutinasse todas as manifestações materiais e espirituais do povo brasileiro. Mas é claro que uma tal unidade ou uniformidade parece não existir em sociedade moderna alguma. E menos ainda em uma sociedade de classe. Talvez se possa falar em cultura bororo ou inhambiquara, tendo por referente a vida material e simbólica desses grupos, antes de sofrerem a invasão e aculturação do branco. À medida que há frações no interior do grupo, a cultura tende também a rachar-se, a criar tensões, a perder sua primitiva fisionomia, que ao menos para nós pareceria homogêneo (CHAUL et al, 2002, p.28).

E responde: "Se não podemos falar de uma cultura brasileira no singular, parece óbvio que também não podemos falar de uma identidade cultural goiana, identidade musical do goiano, no singular" (CHAUL, et al, p.28).

A música, como elemento da cultura, tem lugar de destaque no cotidiano e na *anima*-alma dos brasileiros: somos um povo musical, diz o mundo, com uma enorme diversidade de ritmos, artistas e seus sotaques. Na imagem (que temos e que têm os estrangeiros) da identidade brasileira, o samba está numa posição central, junto ao futebol e ao carnaval, este, também, musical. No cenário goianiense não é diferente:

... uma das maiores festas da cidade é a Exposição Agropecuária de Goiânia, realizada anualmente e que atrai [centenas de] milhares de visitantes. A maioria deles não tem qualquer ligação com os negócios que são realizados nesta feira. Mas vestem-se à moda "country" imitando o estilo do "cowboy" norte-americano e gostam da música "country". Ouvem e apreciam também a música sertaneja produzida no Brasil e na qual Goiás se destaca no lançamento de duplas de cantores desse ritmo que, hoje, fazem sucesso em nível nacional. Tais gostos e preferências decorrem da modernização do campo, sendo a expressão cultural dos grupos sociais vencedores naquele processo.

Ao mesmo tempo que essa preferência é instrumentalizada pela indústria cultural, ela também é própria dos goianienses, pois está referida às suas origens rurais. Este é um exemplo típico de como o capitalismo se adapta a cada lugar, absorvendo elementos próprios de determinados grupos sociais e integrando-os a seus interesses e características gerais, criando modos de vida peculiares (RAMOS, 1998, p. 134).

Em nossa investigação empírica, aproximadamente 66% dos entrevistados declararam gostar e/ou escutar com freqüência a música "sertaneja", onde se inclui a música "de raiz". Além disso, o "gosto pela música sertaneja" aparece como um dos aspectos rurais constituintes da identidade goianiense (V. Quadro 3, em 3.3.1).

Retomando Guiomar, a mesma, para respaldar sua posição, comenta os resultados de duas pesquisas. A primeira, por ela orientada e realizada por Marisa Damas num curso de especialização em música brasileira, cujo tema é a música veiculada nas rádios FM de Goiânia e suas significações culturais. Segundo Damas, o perfil cultural/musical da população de Goiânia caracteriza-se pela síntese de hábitos culturais herdados da vida rural, hábitos vindos de outras regiões com as migrações e os hábitos culturais urbanos. O gênero mais veiculado nas FM pesquisadas foi o "sertanejo", termo que inclui desde o caipira

ou música “de raiz” até as baladas românticas, “que guardam do caipira o som anasalado da voz e mais nada do que isso. Seria, portanto, uma derivação do sertanejo, acrescida das características comerciais da música de fácil assimilação e fácil vendagem, com aspectos de urbanidade” (CHAUL et al, p.28).

Quanto à audiência, o primeiro lugar ficou com a Rádio Terra, com 43%. Assim, há apenas três rádios que difundem o sertanejo, as quais, todavia, “detêm a grande maioria dos ouvintes da capital. Parece, então, que nós somos essa terra de sertanejos” (CHAUL et al, 2002, p.29). O próprio nome da emissora líder de audiência, associado ao gênero musical que transmite, já sinaliza a identidade *sertaneja da terra local*.

A segunda pesquisa, feita pela professora Guiomar, teve a intenção de confirmar a tese de que Goiânia tem várias identidades musicais. 200 questionários foram distribuídos entre pessoas de 12 a 58 anos: 43 goianienses, 22 de outras cidades de Goiás e 53 de outros estados (SP, RJ, MG, ES, MA, TO, AM, PI) e de Brasília, agrupados em quatro universos: alunos de ensino fundamental e adolescentes; alunos de Graduação (Direito, Pedagogia, Ciências da Computação, Farmácia e Bioquímica, Análise de Sistemas, Geografia, Rádio e TV, bacharelado em Regência, Educação Musical, Composição, bacharelado em Instrumento); trabalhadores menos especializados (porteiros, empregada doméstica, manicure, comerciário, dona de casa, etc) e, por último, profissionais liberais (psicólogos, advogados, professores, pessoal de turismo e engenheiros de produção). Os alunos de graduação em Música não foram considerados como representativos de uma suposta identidade musical do goianiense, uma vez que seus questionários foram aplicados dentro da EMAC. As perguntas foram agrupadas em três blocos: preferência musical; conhecimento da cultura musical e questões sobre o rótulo “Goiânia, terra do sertanejo”; identidade cultural.

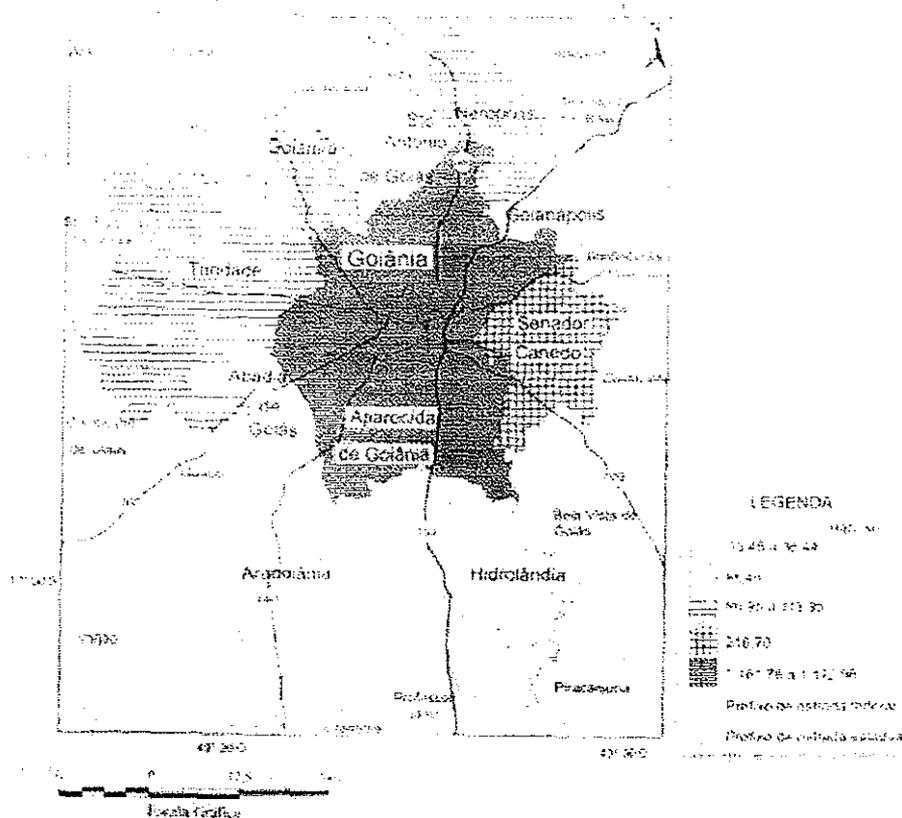
A interpretação dos dados: há um certo pudor em dizer que somos e que apreciamos a música sertaneja ou “Goiânia, terra do sertanejo” é um rótulo imposto pela mídia e não corresponde à realidade; a preferência pela música sertaneja não obedece a nenhum tipo de divisão de classe ou de grau de instrução. As identidades musicais verificadas mostram que o goianiense, além de ser goiano, com sua carga de tradições rurais, é também brasileiro, privilegiando as diversas vertentes da MPB; insere-se numa tradição cristã, especialmente o

protestantismo, fortalecido no final do século XX; e é igualmente parte do mundo globalizado, o que justifica a presença da música estrangeira, dos modismos (CHAUL et al., 2002, p. 29-30).

#### **4.1 □ Ser & Estar na metrópole: paisagens (goianienses) imaginadas**

Criada na década de 1930, no contexto da Marcha para o Oeste, a cidade-capital Goiânia foi planejada para abrigar 50.000 habitantes. Hoje, com uma população próxima de 2.000.000 de habitantes, a Grande Goiânia constitui-se oficialmente numa metrópole regional, considerando-se a porcentagem da população sobre o total nacional, a área de influência da cidade, a escala de urbanização, a diversificação e complexidade de sua economia, o desenvolvimento e fluxo de seu setor de serviços (ATLAS Geográfico Escolar, 2002; JOSÉ, 1999). A institucionalização da Região Metropolitana de Goiânia — Grande Goiânia —, com onze municípios, efetivou-se pela Lei Complementar N. 27, de 30 de dezembro de 1999 (ARRAIS, 2004 – Ilustração 14).

REGIÃO METROPOLITANA DE GOIÂNIA  
DENSIDADE DEMOGRÁFICA



### A Grande Goiânia

Fonte: ARRAIS, 2004.

Quanto à divisão sexual da população do município de Goiânia, o IBGE divulgou os dados abaixo:

1991: 52,2% (Mulheres); 47,8% (Homens)

2000: 52,3% (Mulheres); 47,7% (Homens)

A relação entre Goiânia e as cidades do seu entorno, a partir dos anos 1980, provocou mudanças na "identidade da região": por um lado, intensificou o processo de modernização das cidades do Entorno; por outro, promoveu um contato maior dos goianienses com os valores tradicionais das cidades circunvizinhas. Vê-se, aqui, o hibridismo: agora, na escala da Grande Goiânia, isto é, entre a capital e seus satélites. Hoje, não se pode compreender Goiânia,

91

nos aspectos político-administrativo, socioeconômico e cultural, destacando-a do seu entorno.

#### **4.1.1 □ A cidade: identificando modos de vida na metrópole**

A consideração dos discursos e das representações mentais faz-se imprescindível para a compreensão científica do espaço geográfico, já que expressam modos de ver padronizados. As representações que recebemos no meio social, que reinterpretamos e construímos, constituem um universo mental que se coloca entre as sensações recebidas pelos sentidos e as imagens elaboradas no espírito, as quais, a um tempo, são motivadas pela realidade material e a modelam, pela via da ordem normativa que seus valores originam. Tecidos pela sociedade ao longo da história, os elementos de uma cultura, porém, não se encontram identicamente em todos os indivíduos, o que evidencia a dimensão individual da cultura, seu papel na formação de identidades. Não é tal dimensão, obviamente, a que se pretende verificar aqui, mas sim a perspectiva, geográfica, segundo a qual a cultura é antes uma realidade de escala local, uma vez que “é feita de informações [sobre a natureza, a sociedade, os laços que unem seus membros e as regras que devem ser respeitadas] que circulam entre os indivíduos e lhes permitem agir”, de modo que “o conteúdo das mensagens trocadas não pode geralmente ser compreendido fora do contexto onde se encontram os parceiros” (CLAVAL, 1997, p. 94-5).

A fim de reconhecer a espacialidade de elementos peculiares do espaço urbano goianiense, Ramos (2001) observou, nas práticas de lazer no Parque Zoológico de Goiânia (de que fazem parte o Jardim Zoológico e o Lago das Rosas), os modos como se dão as relações entre as pessoas e destas com o lugar, chamados de modos de vida. Localmente construídos e, conscientemente ou não, carregados de elementos culturais, históricos e sociais, os modos de vida são conjuntos de práticas sociais, orientadas por valores e por visões sociais de mundo congruentes com o modo de produção dominante, permeando o cotidiano urbano, mas distinguindo-se entre si conforme a inserção de cada grupo social naquele modo de produção (RAMOS, 2001). Servindo-se de um referencial

marxista, a autora retoma o tema da alienação: o espaço, trabalho materializado e feito mercadoria, parece estranho ao trabalhador e este estranhamento se traduz no modo de vida. Aqui, surge uma indagação: se fatores inconscientes atuam na configuração dos modos de vida, e se o inconsciente (pelo menos na sua instância coletiva) antecede a inclusão do indivíduo numa sociedade de classes, capitalista, não seria a dimensão simbólica do espaço uma esfera que, além (ou aquém...) das classes sociais, daria ao homem uma identidade existencial? Em outras palavras: se para Marx, o homem não se reconhece na mercadoria que produz, reconhece-se em certos símbolos e comportamentos enraizados no inconsciente coletivo e inscritos no espaço? Por ora, voltemos a Ramos para, posteriormente, insistir na questão enunciada.

A história de Goiânia é resgatada: no mercado nacional, Goiás exporta matérias-primas e absorve parte do excedente populacional de outras regiões (45,7% dos entrevistados por Ramos vieram do interior e de outros estados); Goiânia destaca-se como centro administrativo, consumindo produtos industriais paulistas e notoriamente marcando-se pelas atividades terciárias. Sobretudo a partir dos anos 1970-80, a cidade vai se transformando rapidamente e manifestando a concentração — de pessoas, riquezas — inerente ao capitalismo, mas, ainda sob o viés da alienação do produtor em relação ao produto de seu trabalho, "(...) a concentração urbana lhes aparece [aos trabalhadores - sic] como caos, como crescimento elevado da população da cidade, de modo desordenado, consequência da 'modernidade'" (RAMOS, 2001, p. 45). Novamente, formulada de outra forma, "a pergunta que não quer calar": sendo o espaço constituído, também, de valores existenciais, afetividades, símbolos e significações particulares e coletivas (CORREA, s/d), haveria na organização espacial goianiense elementos, mais ou menos coletivos, que se remetam a uma subjetividade e aspirem à totalidade do homem dividido? Se a "modernidade" materializada na metrópole é experimentada como caos, existiriam objetos e práticas espaciais que servissem para recuperar □ mais ou menos conscientemente □ a unidade perdida daquele homem fragmentado e dariam sentido à existência, informando sobre outros tempos (passados, perdidos...) e lugares (mais calmos...), reais e imaginados? Uma entrevistada disse que um dos pontos positivos do cotidiano goianiense é a *convivência de dois tempos: lugares*

que parecem interior, ao lado de um certo cosmopolitismo (à noite, eventos...). Continuemos pela trilha de Ramos, recolhendo mais pistas para o nosso propósito.

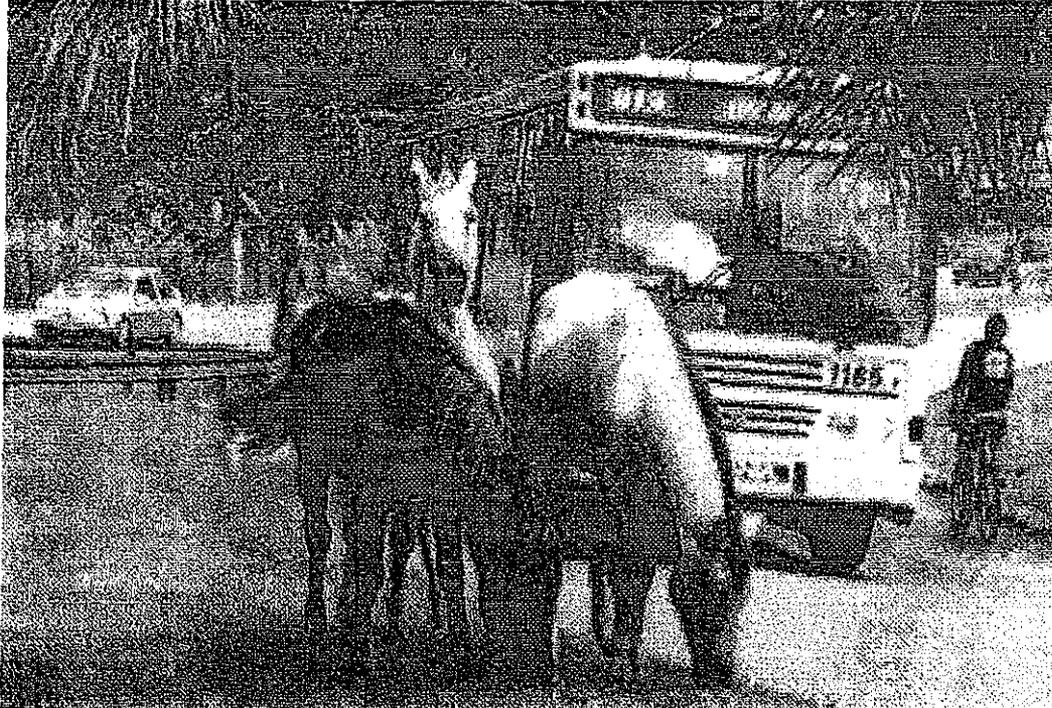
Dois relevantes e singulares aspectos ligados à concentração urbana goianiense e que nas suas dinâmicas se articulam são a onipresença de carros e as heranças rurais. O primeiro manifesta-se pelo quantitativo e pelo valor: o automóvel confere status e consome prioritariamente o espaço urbano — estacionamentos, ruas e, num flagrante da falta de educação dos atores do trânsito, do baixo investimento governamental no transporte público, do não-exercício de democracia e “cidadania”, também os passeios são tomados pelos veículos, numa autoritária inversão de lugares: enquanto os carros tomam as calçadas, na debilidade de um “*modus vivendi* urbano”, os pedestres, naturalmente — e então institucionaliza-se a prática —, andam na rua. Quanto às heranças rurais, o Quadro 3 é ilustrativo.

#### Quadro 1 - Aspectos rurais na identidade goianiense

Exposição Agropecuária; gosto pela música “sertaneja”
Presença de vacas, cavalos, pastos, carroças
Hábitos (ficar à porta da rua; lazer na fazenda, na chácara; etc)
Alimentação (pamonharias; comida carregada com tempero da roça; pequi; galinha caipira, fartura à mesa) e vestuário (uso de roupas muito pesadas)
Solidariedade (companheirismo, afeto)
Trânsito (os motoristas não andam em linha reta; portam-se como que montados a cavalo)
Cotidiano (povo conservador; venda de produtos em domicílio; cebolinha e outros plantados em bacias)

Fonte: Entrevistas ~~na Praça do Avião~~ e no CEPAE – NOV. 2004

## O campo na cidade



Na Avenida Goiás Norte, cavalos pastam e ônibus transporta passageiros: a convivência de dois tempos, dois lugares.

Fonte: Diário da Manhã, Suplemento Meu Bairro, p. 2, 29 Fev. 2004.

A permanência de aspectos rurais na metrópole traduz um confronto entre mundos e modos de vida, quais sejam o moderno e o tradicional (Ilustração 15): conversa de porta de rua, restaurantes com fogão a lenha, carroça puxada a cavalo e transportando toda uma família na periferia; pessoas andando na rua e não no passeio; o motorista do ônibus dando sinal com a buzina ao usuário que espera no ponto, e não o contrário; sobrevalorização — histórica — da aparência:

*Quem é louco por granfinas  
E não quer morrer de insônia  
Goze as noites em Campinas  
Passe os dias em Goiânia*

*Esta é a cidade do dia  
Aquela é o bairro da noite  
Na cidade — o herói porfia  
No bairro — talvez se amoite.*

A quadrinha publicada no jornal *O Popular*, em 1940, expressa a rivalidade entre Campinas (o bairro) e Goiânia, para isso aludindo aos famosos bordéis daquele bairro e a “um modo de vida mais comprometido com a estética do que com o trabalho”, na capital: *almofadinhas* e *alinhadinhos* eram termos usados pelos habitantes de Campinas para se referir aos de Goiânia (OLIVEIRA, 2003, p. 16).

Em contraposição à concretude do urbano, Ramos ressalta, como atividade de lazer dos goianienses, “a busca do contato com a natureza em parques e bosques, observada tanto entre as classes baixas quanto altas” (2001, p. 63), o que, somado à preferência pelos bares e *shopping* e à importância dada aos contatos pessoais, familiares, revela uma identidade rural, com seu estilo de vida comunitário, laços primários estreitos: “em Goiânia as pessoas gostam de se ver umas às outras” (2001, p. 64). Por outro lado, não se encontra nas respostas dos entrevistados o “lazer intelectual”, como o teatro, museus e bibliotecas; a leitura foi mencionada por 5,7% das pessoas... Na nossa pesquisa, ao serem indagados sobre sua principal atividade de lazer, os entrevistados responderam:

*Ir ao cinema; locar filmes (doze respostas).*

*Leitura (jornal, etc; quatro respostas).*

*“Explorar” os “sebos” (lojas de livros, revistas e discos usados).*

*“Navegar” na Internet. Contemplar o nascer do Sol.*

*Ir à chácara da Adufg (Associação dos Docentes da UFG).*

*Andar nos bosques (o verde, os animais).*

*Ficar em casa (no caso, na chácara: contato com a natureza).*

*Andar no Centro (quatro respostas).*

*Assistir a shows (quatro respostas).*

*Ir a festas.*

*Ir às feiras.*

*Andar de carro pela cidade; “namorar” os prédios, as pessoas.*

*Ir ao clube; ir ao shopping.*

Vemos, acima, a presença significativa do "lazer intelectual" (cinema e locação de filmes, leitura e, em certo sentido, o uso da Internet). Todavia, não foram citadas visitas a museus nem freqüência em teatros (!). Além disso, também foram relevantes quantitativamente respostas referentes ao contato com a natureza e ao encontro (mesmo que puramente visual) com outras pessoas, reiterando-se, nesse caso, os resultados obtidos por Ramos (2001).

#### 4.1.2 □ As imagens: suas origens e seus usos

Segundo Jung,

do inconsciente emanam influências determinantes, as quais, independentemente da tradição, conferem semelhança a cada indivíduo singular, e até *identidade* de experiências bem como da forma de representá-las *imaginativamente*. Uma das provas principais disto é o paralelismo quase universal dos motivos mitológicos, que denominei *arquétipos*, devido à sua natureza primordial" (JUNG, 2000, p. 71; grifos nossos, exceto em *arquétipos*).

Percebemos, nessa citação, a importância das imagens (arquetípicas) na composição e estabelecimento da identidade. Refletindo acerca da singular concordância entre a psicologia analítica e a alquimia, escreveu o psicólogo da Basileia:

As experiências dos alquimistas eram minhas experiências, e o mundo deles era, num certo sentido, o meu. Para mim, isso foi naturalmente uma descoberta ideal, uma vez que percebi a conexão histórica da psicologia do inconsciente. Esta teria agora uma base histórica. A possibilidade de comparação com a alquimia, da mesma forma que a sua continuidade espiritual, remontando até a gnose, conferia-lhe substância. Estudando os velhos textos, percebi que tudo encontrava seu lugar: *o mundo das imagens*, o material empírico que colecionara na minha prática, assim como as conclusões que disso havia tirado. Comecei então a perceber o

que significavam tais conteúdos numa perspectiva histórica. A compreensão de seu caráter típico, que já se esboçara no curso de minhas pesquisas sobre os mitos, se aprofundara. As *imagens originais* e a essência dos arquétipos passaram a ocupar o centro de minhas pesquisas... (JUNG, 1997, p. 37; grifos nossos).

Confirmando o papel das imagens como representações (inconscientes) da nossa identidade primeira, essencial, isto é, como formas conferidas pela alma aos conteúdos coletivos do inconsciente, assim se manifesta o estudioso da mitologia:

Todas as imagens religiosas e mitológicas se referem a planos de consciência, ou campos de experiência que existem potencialmente no espírito humano. Essas imagens evocam atitudes e experiências propícias à meditação sobre o mistério da fonte do seu próprio ser (...) Tenho pensado, muitas vezes, que a mitologia é uma sublimação da imagem da mãe. Estamos falando da Mãe-Terra [ela mesma uma imagem primitiva da matéria]. No Egito você tem a Mãe-Céu, a deusa Nut, representada como sendo toda a esfera celeste (CAMPBELL, 2002, p. 175 – Ilustração 16).

### A Mãe-Céu



No Egito, a Deusa Nut é toda a esfera celeste; Shu a separa de Sibü.  
Fonte: CAMPBELL, 2002.

Disso deriva que, terapeuticamente,

O que tem poder para curar não é a razão áspera, mas a *imaginação plástica*, que é o *lugar onde habita a psique*, e não apenas uma de suas faculdades. A cura não implica uma seleção estrita, crua e binária, mas sim o deixar-se levar ao que Jung teria denominado: um "campo sincrônico". Neste campo, os momentos de euforia e os acontecimentos externos relacionados com ela se agrupam formando cachos luminosos de experiência, fluindo para dentro e para fora, cerebral-emocional, masculina-feminina. Neste ponto, o dogma do progresso (progress, em inglês, escrito "prograss" durante a revolução da droga) evolutivo e racional desaparece da cena depois de um *aeon* interminável de cruel supremacia (ZOLLA, 1997, p. 7; grifos nossos, exceto em *aeon*).

Geográfico-mitologicamente, "a cosmogonia [é o] modelo de todas as construções" e "a cidade é sempre uma imago mundi" (ELIADE, 2002, p. 305). Assim é que "a geomancia chinesa apreende na topografia as calhas percorridas pelo *yin* e pelo *yang*, e procura se beneficiar disto na localização dos monumentos, das casas ou dos túmulos" (CLAVAL, 1999b, p. 142). Em mui diversos contextos culturais, deparamo-nos com o mesmo esquema cosmológico e a mesma *mise-en-scène* ritual: "a instalação num território equivale à fundação de um mundo" (ELIADE, 1996, p. 46). No traçado original de Goiânia, os dois eixos básicos das avenidas Goiás e Anhangüera apontam para os quatro<sup>13</sup> pontos cardeais, (qu)e fixam os limites do mundo.

Constituindo-se, no trabalho de Ramos (2001), num aspecto revelador dos modos de vida, a *imagem* que os habitantes têm da própria cidade mostrou-se positiva em 80% das respostas, predominando as referências ao verde e à beleza da cidade. A tranqüilidade (8,6%) contrastou com as idéias relativas ao trânsito e agitação da cidade grande (2,9%), e aí percebe-se algo paradoxal, numa cidade que: está em segundo lugar no tocante ao número de vítimas de acidentes de trânsito por 100 mil habitantes; há quatro anos é a primeira na lista das capitais com maior número de veículos por habitante (1 carro para cada 1,88 habitante; uma motocicleta para 15 habitantes); visivelmente nos últimos anos, com os serviços de mototáxis e o transporte alternativo, vem apresentando sinais de

---

<sup>13</sup> Jung demonstrou que o número quatro e estruturas quaternárias são símbolos comuns do núcleo da psique (o *self*), representando, assim, a totalidade, a divindade. Grupos de quatro são símbolos religiosos universais, como os quatro Evangelistas. Também o quatro está sempre ligado à *anima*, porque, segundo Jung, existem quatro estágios no seu desenvolvimento (JUNG et al, 2000).

saturação no quesito tráfego urbano. Na nossa pesquisa de campo, também se observaram imagens contraditórias da cidade, com se vê no Quadro 1.

**Quadro 2 – Imagem da cidade**  
(as mais mencionadas e/ou significativas)

<b>Pergunta: O que lhe vem à cabeça ao ouvir/pensar em GOIÂNIA?</b>
Nome carismático
Casa
Metrópole sertaneja; pequena grande cidade; “explodiu”, mas com vida do interior; contradição trânsito x natureza
Boa de morar, agradável, bonita
Jardins, praças, verde no centro
Grande, não projetada para essa população; tumulto, barulho, movimento

Fonte: Entrevistas na Praça do Avião e no CEPAE – NOV. 2004

E, numa pergunta específica sobre o trânsito da cidade — *o pior do mundo*, segundo uma entrevistada, destacaram-se pela frequência adjetivações/respostas como:

*Terrível*

*Falta de educação*

*Péssima sinalização*

*Carece de programas para educar motoristas e pedestres*

*Necessidade de viadutos*

*Caótico*

*Não se respeita faixa*

*Individualismo*

*Imprudência*

*Violência*

*Falta de respeito de pedestres*

*Muitos motoqueiros*

*Motoristas não dão setas*

*Pedestres andam na rua*

*Pedestres não sabem atravessar a rua*

Para Lefebvre (1991a, p. 99), "o imaginário propriamente dito faz parte do cotidiano", mas tem também a função de "mascarar a predominância das pressões, a fraca capacidade de apropriação, a acuidade dos conflitos e os problemas 'reais'". Assim, as imagens atuam ideologicamente: (re)presentam subjetivamente aquilo que, objetivamente, não (mais) existe, ocultando, pois, a realidade e produzindo uma satisfação aparente. Se a imagem da circulação de veículos revelou-se pouco freqüente, nota-se uma justaposição de tempos — passado e presente — que se configura numa justaposição de espaços — rural e urbano — amalgamados no imaginário com o auxílio da ideologia. Ora: na acelerada urbanização, parece que não houve tempo para que os migrantes do campo e de pequenas cidades assimilassem a vida, mais que urbana, metropolitana:

É difícil exagerar o impacto de ruas apinhadas, novas modalidades de transporte, fábricas e a mecanização sobre pessoas habituadas a pequenos assentamentos (...) Williams [Raymond] identificou a importância-chave da geografia, da localização e da concentração no desenvolvimento de novos hábitos sociais. A cidade em sua diversidade e complexidade, em sua singularidade e sofisticação, permitiu novas formas de expressão e maneiras de viver que eram desconhecidas nos assentamentos mais tradicionais. (McDOWELL, 1996, p. 165-6).

Assim, num sítio de topografia plana, num contexto de descaso com o transporte público e valorização do automóvel como "o objeto total" (LEFEBVRE, 1991a, p. 111) e sob um preocupante nível de inconsciência provocado pela alienação de (in)divíduos quebrados entre o que vivem no dia-a-dia e o que ouvem e o vêem, sobretudo nos poderosos meios de comunicação de massa, goianienses adquirem seus carros, mas, por outro lado, as reminiscências de um passado agrário são instrumentalizadas ideologicamente para dissimular os conflitos "reais".

Tomando-se *ideologia* no sentido proveniente de Marx e Engels, qual seja o de ocultação da realidade, de falsa consciência a serviço da sustentação da classe dominante, veiculada pelos aparelhos ideológicos de Estado (escola, família, etc), vemo-la em ação na imagem da cidade-jardim (Ilustração 17), com “qualidade de vida” e

ecologicamente correta, com o ar respirável e a natureza sob cuidado. As cores dos jardins e canteiros, antes concentradas apenas nas regiões centrais, hoje já podem ser vistas nos bairros mais afastados (DIÁRIO DA MANHÃ, 2001, p. 10).

### Imagens de Goiânia



A “cidade-jardim”: só no Centro e nos bairros “nobres”.  
Fonte: TELELISTA 2005

A generalização, outra característica da ideologia, esconde que, além de nem todos terem áreas arborizadas à sua volta, o privilégio ao aspecto visual puro e simples, descolado de uma atitude consciente de verdadeira apreciação e cuidado, por parte dos “cidadãos”, da “natureza”, aqui representada pelas praças,

canteiros ajardinados e parques da cidade, não é verdadeiramente desenvolvimento. Foram respostas freqüentes e/ou significativas dadas pelos entrevistados, ao serem interrogados se os cognomes cidade-jardim, ecologicamente correta, cidade das flores correspondem à realidade goianiense:

— *Só se for no Centro.*

— *É bem visível, mas parcial.*

— *Deixa de lado o que é necessário (poluição aumentando, poluição dos rios).*

— *Nem “verdadeiramente” correta é: basta ver a fome, os analfabetos...*

— *Com 2 habitantes/carro, não pode ser ecologicamente correta.*

— *Tradição rural: cada um quer ter seu cavalo.*

— *Cidade-jardim nos bairros nobres; ecologicamente correta, não.*

— *São produções ideológicas, “merchandising” político, mídia dos governos.*

— *Corresponde a um projeto de sociedade, ideal de cidade, imagem que se*

*quer, fetiche para a burguesia: bosques são cinturões verdes do “seu” espaço (caminhadas, “happy-hour”, pontos de encontro).*

Da mesma forma que é pontual, isolado de um sistema de idéias, afetos e atitudes civilizadas — e assim não é signo de educação nem de efetiva cidadania, mas subcidadania, cidadania às avessas, regulada, negativa (DAMATTA, 1985) —, o comportamento do motorista que, na Avenida Anhangüera, pára o carro antes da faixa de pedestre para que este atravesse a rua num trecho onde não há

semáforo, também a existência de belos jardins pela cidade não é expressão de uma sociedade que responsabilmente respeite as leis e preze o meio natural: o motorista acima é o mesmo que fala ao celular enquanto dirige (moderno?), atira uma lata de refrigerante pela janela do carro e, pouco depois, estaciona seu carro no passeio de uma avenida movimentada; quanto àqueles que se orgulham de morar numa cidade onde se tem “qualidade de vida” — *alta* ou *baixa* qualidade? —, são também os mesmos a sujar o interior — e o exterior! — dos ônibus urbanos, mesmo que nestes haja lixeiras... Vêem-se, então, as discontinuidades entre as atitudes e as rupturas entre discursos e práticas, revelando promoção de falsa consciência de governantes e meios de comunicação, e inconsciência do povo. Mas há mais coisas no inconsciente do que possa supor...

Já vimos que há elementos culturais, históricos, sociais dos modos de vida que, sediados no inconsciente coletivo sob o nome de “arquétipos”, espacializam-se geograficamente e, desta forma, explicitam a dimensão simbólica do espaço:

o inconsciente contém, não só componentes de ordem pessoal, mas também impessoal, coletiva, sob a forma de categorias herdadas ou arquétipos. Já propus antes a hipótese de que o inconsciente, em seus níveis mais profundos, possui conteúdos coletivos em estado relativamente ativo; por isso o designei inconsciente coletivo (JUNG, 1996, p. 13).

Pode a paisagem manifestar arquétipos, modelando subjetivamente o espaço geográfico? “Formas, linhas, cores, volumes... podem exprimir causas primordiais de uma nação?”, indaga Barbosa (1998, p. 44), a propósito das representações cinematográficas do Oeste estadunidense. A categoria paisagem — concebida como resultante do olhar do sujeito sobre o mundo das coisas — é modulada, no caso, por imagens coletivas arquetípicas.

Curiosa é a relação dialética que se estabelece entre paisagem e arquétipo: constituindo-se a paisagem, já como representação mental, num liame entre o mundo das formas e o das idéias, as quais dão sentido à existência, os arquétipos se fazem parte fundamental desse mundo simbólico e, assim como a paisagem externalizada pela consciência, manifestam-se como imagens internas (subjetivas, de base inconsciente) que moldam a paisagem cultural, uma

realidade pensada e, portanto, plena de signos, símbolos e significações...arquetípicos.

#### 4.1.3 □ De volta ao começo

Seria a imagem da cidade-jardim uma forma de se relembrar a telúrica e uterina paisagem rural, trazendo ao tempo presente e ao espaço urbano a primeva e dadivosa Grande Mãe? Sim, porque, antes de sê-lo, Deus era Deusa: nas primeiras civilizações, agrárias que eram, a natureza, “feminina”, era identificada à divindade, a qual era dotada de um poder dual de criação e destruição, “bem” e “mal”, que, posteriormente, com a masculinização da Deusa, vai se dividir — no Cristianismo, por exemplo, Deus é bom; mal, o Diabo.

Reconhecendo a força daquele arquétipo “feminino” no inconsciente coletivo universal, podemos agora ressignificar e articular entre si os diversos elementos dos modos de vida goianienses, detectados no trabalho de Ramos (2001). A fim de dar maior sustentação teórica ao que se vai fazer, vamo-nos servir de expressões de Rocha (s/d), num artigo concebido a partir da tese de doutoramento sobre memória coletiva e estética urbana no Brasil.

Como alinhar, pelo viés das motivações contidas na figura arquetípica da Grande Mãe Terra, aspectos aparentemente tão díspares como o tradicional e singular predomínio de mulheres na população, o grande número de veículos, as heranças rurais e a supervalorização da aparência pessoal, em Goiânia? Segundo a autora,

o processo de ocupação do Novo Mundo vai acarretar a inversão progressiva do princípio masculino que rege as ações do herói civilizador em “terras tropicais”, pela evocação da imagem feminina da Grande Mãe Terra, ventre materno e microcosmo uterino onde a força seminal do conquistador português e de sua virilidade monárquica, em seus devaneios de repouso, adere aos “deuses do lugar” na promoção do povoamento e a colonização deste território brasileiro. Rendendo homenagens à sociedade rural e patriarcal, instalada no momento da fundação da exploração colonial, e aos devaneios da vontade orgulhosa do conquistador europeu de submeter Kronos a seus desejos mais tiranos, a civilização urbana no Brasil vai regenerar eternamente a ambivalência desse gesto ancestral. Nesse ponto ela guarda em si as promessas de

aprimoramento das aspirações fantásticas da conquista de um "Novo Mundo" (ROCHA, s/d, p. 113).

E ainda:

Rompendo com as práticas salvacionistas do "homem da civilização" no Novo Mundo, as motivações simbólicas de quietude e intimidade [da Grande Mãe] que estão na origem da configuração de uma civilização urbana no Brasil expressam não só a inversão dos valores viris e belicosos no corpo de sua coletividade, mas inúmeras vezes traduzem aí a "miniaturização" da figura do "homem da floresta" no mundo imaginal da sociedade brasileira [trata-se da miniaturização da idolatria do trabalho: uma pedagogia da preguiça e da displicência polemiza-se com o gesto combativo do herói civilizador] (...) a ênfase figurativa do "esteticismo" do carnaval, da praia, das rodas de samba, dos grandes shopping centers, das competições esportivas, das feiras livres, tão pontuado como marca das cidades brasileiras, é herdeira legítima do desafio proposto pelo homem brasileiro à transplantação de uma verdade moral ou intelectual ascética do colonizador europeu em "terras tropicais". Assim, polarizando frescor e decrepitude, o teatro da vida urbana jamais revela o rosto desejado da maturação (ROCHA, s/d, p. 113-4).

A explicitação deste raciocínio ilumina as vielas por onde podemos vislumbrar a chegada ao nosso destino: a imagem feminina e acolhedora da Terra como que funda e percorre a própria história brasileira! As manifestações dessa imagem na nossa cidade podem agora ser reconhecidas como tal — automóveis se conjugam à beleza estética, feminina:

"Carros são garotas", dizia Vivian Leigh, personagem do livro *Christine*, do mestre do suspense Stephen King. Na obra, que mais tarde se tomou um filme decepcionante, todos os acontecimentos giram em torno de carros. Principalmente um Ford cinquentão que é batizado com o nome de garota: *Christine* (MORGANTINI, 2001, DM REVISTA, p. 10).

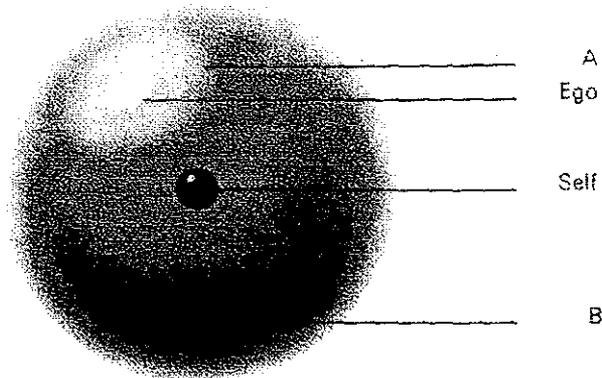
Vide a "paixão por carros", o tratamento "carinhoso" dado a eles pelos homens ao polí-los para, depois, neles "entrarem" e exhibir suas... "garotas":

Os homens projetam a alma em objetos como em mulheres. Por exemplo, uma embarcação é sempre chamada de "ela" (...) O capitão de um navio (palavra sempre feminina em inglês □ *ship*) é, simbolicamente, seu "marido", o que talvez explique por que (de acordo com a tradição)

deve afundar com a embarcação quando "ela" naufraga (...) O automóvel é, também, outra espécie de propriedade habitualmente feminizada □ isto é, que se pode tomar o foco de projeção da *anima* de muitos homens. São acariciados e mimados como a mais querida das amantes (JUNG et al, 2000, p. 183).

A grega Afrodite, deusa do amor e da beleza, é representada pictoricamente com seu absolutamente indispensável espelho, mais ou menos como a madrasta de Branca de Neve, duas faces do feminino arquetípico. No ventre da Grande Mãe, acessa-se ao tempo sagrado da sedentarização (novamente, as primeiras civilizações agrárias), superando-se o tempo profano do nomadismo e suas disputas. Assimilado às imagens uterinas do círculo e do centro, o próprio traçado original de Goiânia — em que, de uma circular e central Praça Cívica, *nascem* as principais avenidas da cidade — remete-nos ao fecundo feminino, bem como a um símbolo — o círculo — da totalidade psíquica, chamada de *self* por Jung (JUNG et al., 2000 – Ilustração 18) e de Deus, por muitos humanos.

### A psique como círculo



Na superfície brilha a consciência (A), em cujo centro está o ego. O self é duplamente o núcleo e a esfera toda.  
Fonte: JUNG, et al, 2000.

No cenário citadino, a transfiguração e assimilação de uma estética social campestre pela consumação estética de roupas, adereços e objetos decorativos; a busca do prazer de estar-junto e o culto ao gregarismo; o sacrifício da figura primordial do colonizador — masculino, bárbaro, profano, rural —, em favor da

idéia de celeiro — feminino, redentor, sagrado, urbano — são desenvolvimentos a que chegou a pesquisa de Rocha (s/d) e, em maior ou menor grau, podem ser aplicadas ao nosso objeto, na medida em que se coadunam com os resultados de Ramos (2001). Ademais □ e aqui Goiânia se distingue e se particulariza □, na capital de Goiás o urbano (ainda) se encontra, como vimos, bastante perpassado pelo rural, fazendo-nos pensar nas “ilhas de ruralidade” de Lefebvre:

Entre as malhas do tecido urbano persistem ilhotas e ilhas de ruralidade "pura" (...) A relação "urbanidade-ruralidade", portanto, não desaparece; pelo contrário, intensifica-se, e isto mesmo nos países mais industrializados. Interfere com outras representações e com outras relações reais: cidade e campo, natureza e facticidade, etc. Aqui ou ali, as tensões tornam-se conflitos, os conflitos latentes se exasperam; aparece então em plena luz do dia aquilo que se escondia sob o "tecido urbano" (1991b, p. 12).

O resultado são justaposições de formas, mentalidades e comportamentos urbanos, “civilizados” X rurais, “bárbaros” e rupturas entre discursos/representações e práticas, que, apropriadas pelo discurso ideológico, agrava o quadro de alienação existencial e faz dos “cidadãos” algo como um rebanho teleguiado. A impressão causada pelo conjunto é dupla: o visitante se surpreende com uma aglomeração urbana de dimensões consideráveis numa região que, no imaginário nacional, ainda é “sertão”; já para o investigador, cientista ou leigo, surpreendente ou singular é, numa “aglomeração urbana de dimensões consideráveis”, a visibilidade de uma lógica que nos informa sobre um modo de vida agrário. Exemplos significativos desta lógica no reino da cultura são, ainda, a Exposição Agropecuária, maior evento cultural da cidade, e o gosto pela música “sertaneja”, neste último conjugando-se a presença da indústria cultural e um atributo dos goianienses, já que resgata suas origens interioranas. O Quadro 3 — Aspectos rurais na identidade goianiense — mostra outras características de ruralidade em Goiânia. A identidade goianiense estaria, pois, nesta convivência peculiar, numa metrópole, entre dois tempos-espacos, o que confere à paisagem uma aura de “moderno caótico” ou, paradoxalmente, uma *pólis* agrária.

A ordem espacial da nossa metrópole, nas suas dimensões material e simbólica, constitui-se, então, na articulação entre o modo de produção dominante e as relações sociais próprias ao lugar, as quais se baseiam numa racionalidade divergente daquela mais geral, definida pelo capitalismo, e se manifestam, conjugadas ao modo de vida propriamente capitalista, em paisagens carregadas de conteúdos arquetípicos, onde se fincam as raízes rurais/provincianas de boa parte da população de Goiânia.

## CONCLUSÃO

A proposta inicial dessa pesquisa, de se “evidenciar a organização espacial de Goiânia como marca e matriz de uma sociedade demograficamente feminina e culturalmente agrária, analisando-se, para isto, as manifestações/representações e implicações sociais do ‘feminino’ no espaço”, revelou-se, durante o período de realização do trabalho, por demais abrangente, em função das condições materiais para realiza-la, como a carência de uma bibliografia que efetivamente desse suporte, não tanto às discussões geográficas e psicanalíticas envolvidas, mas principalmente ao cruzamento das duas. Priorizaram-se, então, as categorias geográficas centrais do trabalho — identidade, paisagem cultural —, a discussão acerca dos arquétipos e sua relação com alguns aspectos geográficos de Goiânia.

Em geral, as hipóteses implícitas na pesquisa se comprovaram, quanto à imagem de Goiânia, à manifestação do “feminino” no espaço e a uma identidade peculiarmente “rural”. Transcendendo o caso particular, chegamos a ver que a identidade geográfica, assim como as tradições, a nação e a paisagem são constituídas essencialmente no campo da subjetividade, do imaginário, da invenção simbólica, mantendo com a realidade material uma relação de reciprocidade e contradição: o símbolo refere-se às condições materiais de existência e, ao mesmo tempo, preenche as fissuras entre o real e o desejado mais ou menos inconscientemente pelo sujeito. Este “vê somente o que seus olhos querem ver”: paisagens imaginadas, estórias inventadas. Não há surpresa nisso. Sendo o homem uma unidade constituída por matéria e imatéria, esta última entendida a priori como realidade psíquica, sua humanidade reside justamente na força dessa psique.

O homem é um ser que cria. Diferentemente dos outros animais, nosso potencial de criação, de produção — e não somente de reprodução — é, parece, inesgotável. A produção simbólica, nesse contexto, é criação psíquica, não descolada da realidade material, mas, por outro lado, mantendo com ela uma relação dialética: “os opostos, ‘por sua própria natureza’, podem unificar-se graças ao

símbolo, de tal modo que não tendam mais a dispersar-se, nem a se combater mas, contrariamente, tendam a completar-se reciprocamente e a dar à vida uma forma plena de sentido", diz-nos, já no fim de sua passagem pela Terra, Jung (1975, p. 292). E, mais adiante: "Qualquer que seja a interpretação *erudita da frase* 'Deus é amor' (João IV, 8-16), seu próprio enunciado confirma a divindade *como "complexio oppositorum* — complementaridade, convivência dos opostos (p. 305). O corpo e o espírito, a "realidade" e a (sua) invenção, o ser e o não-ser, o feminino e o masculino são pares de opostos que se complementam na constituição da totalidade.

**ANEXOS:  
TABELAS, QUADROS E  
ILUSTRAÇÕES**

**TABELA 1: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS**

<b>Faixa etária (em anos)</b>	<b>Quantidade</b>
15 a 20	10
21 a 25	02
26 a 30	04
31 a 35	04
36 a 40	02
41 a 50	14
Acima de 50	04
<b>Total</b>	<b>40</b>

Fonte: todas as entrevistas foram realizadas no Centro de Ensino e Pesquisa Aplicada à Educação – Cepae (antigo Colégio de Aplicação) – UFG, em novembro de 2004.

**TABELA 2: ESCOLARIDADE DOS ENTREVISTADOS**

<b>Escolaridade</b>	<b>Quantidade</b>
Ensino Médio incompleto	07
Ensino Médio completo	03
Superior incompleto	05
Superior completo	25
Total	40

**Tabela 3: Renda mensal dos entrevistados**

<b>Renda em salários mínimos</b>	<b>Quantidade</b>
De 2 a 5	10
De 6 a 10	18
Mais de 10	07
Não declarada	05
<b>Total</b>	<b>40</b>

## QUADRO 1: IMAGEM DA CIDADE

(as mais mencionadas e/ou significativas)

<b>Pergunta: O que lhe vem à cabeça ao ouvir/pensar em GOIÂNIA?</b>
Nome carismático.
Casa.
Metrópole sertaneja; pequena grande cidade; "explodiu", mas com vida do interior; contradição trânsito x natureza.
Boa de morar, agradável, bonita.
Jardins, praças, verde no Centro.
Grande, não-projetada para essa população; tumulto, barulho, movimento.

## QUADRO 2: IDENTIDADE GEOGRÁFICA

(respostas mais frequentes)

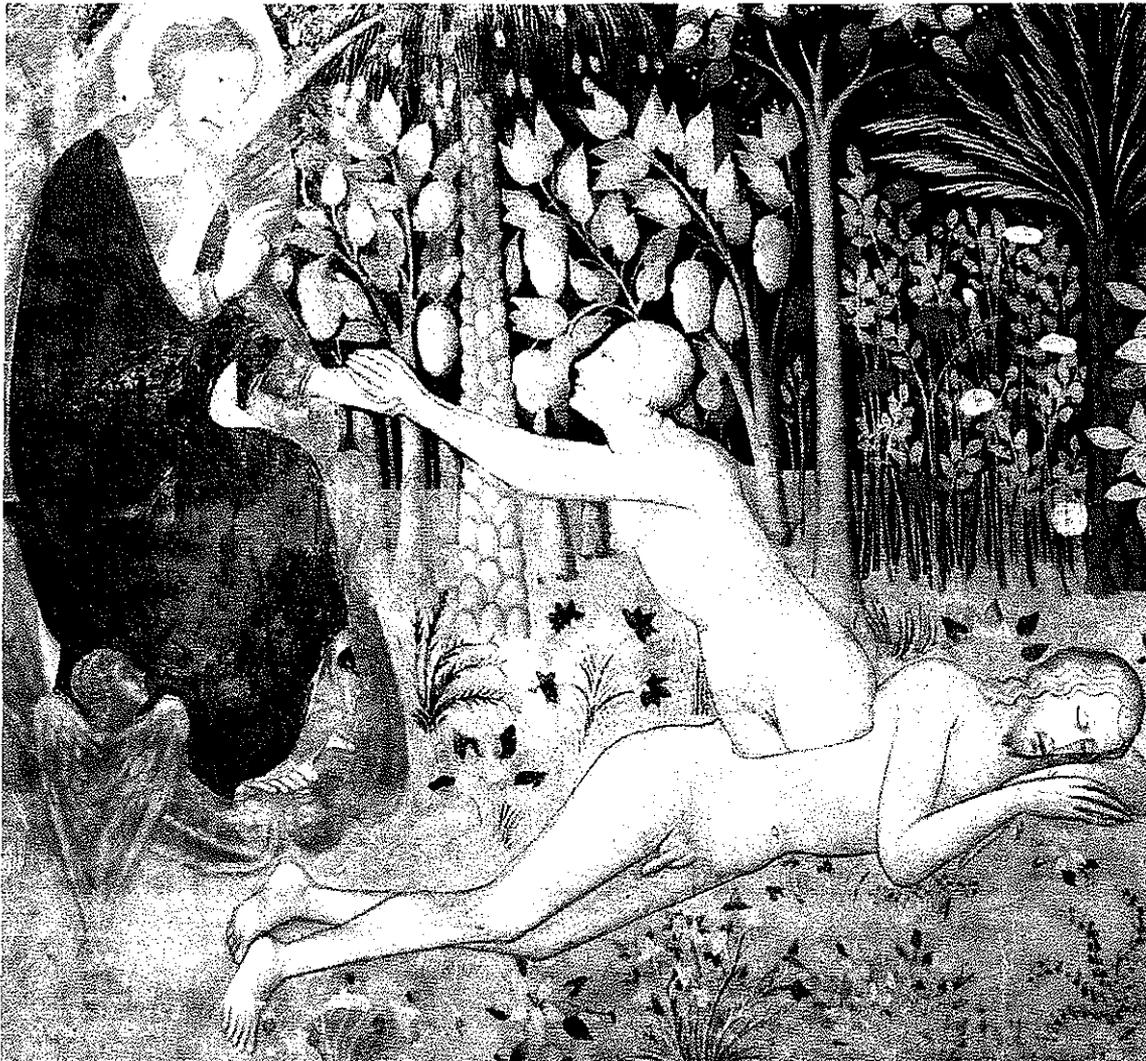
<b>Pergunta: Que lugar/elemento do espaço/evento identifica(m) a cidade?</b>
Praça Cívica (Monumento das Três Raças; reúne as pessoas; referência para todo mundo; não mudou).
Outras praças (do Trabalhador, do Bandeirante, do Botafogo).
Parque da Exposição Agropecuária (como lugar ou evento).
Feiras (Hippie, da Marreta, livres).
Parques, bosques (Vaca Brava, Buritis, Lago das Rosas).

## QUADRO 3: ASPECTOS RURAIS NA IDENTIDADE GOIANIENSE

Exposição Agropecuária; gosto pela música "sertaneja".
Presença de vacas, cavalos, pastos, carroças.
Hábitos (ficar à porta da rua; lazer na fazenda, chácara etc).
Alimentação (pamonharias; comida carregada com tempero da roça; pequi; galinha caipira, fartura à mesa) e vestuário (uso de roupas muito pesadas).
Solidariedade (companheirismo, afeto).
Trânsito (os motoristas não andam em linha reta; portam-se como que montados a cavalo).
Cotidiano (povo conservador; venda de produtos em domicílio; cebolinha e outros plantados em bacias).

Ilustração 1

... E Deus criou a mulher.



A extração de Eva da costela de Adão, n'*A criação de Eva*, afresco de Bartolo di Fredi, Itália, séc. XIV.

Fonte: ZOLLA, 1997.

Ilustração 3

Deusa primitiva



A Deusa, como criador(a): seu corpo é o universo.

Fonte: CAMPBELL, 2002.

Ilustração 16

## A Mãe-Céu



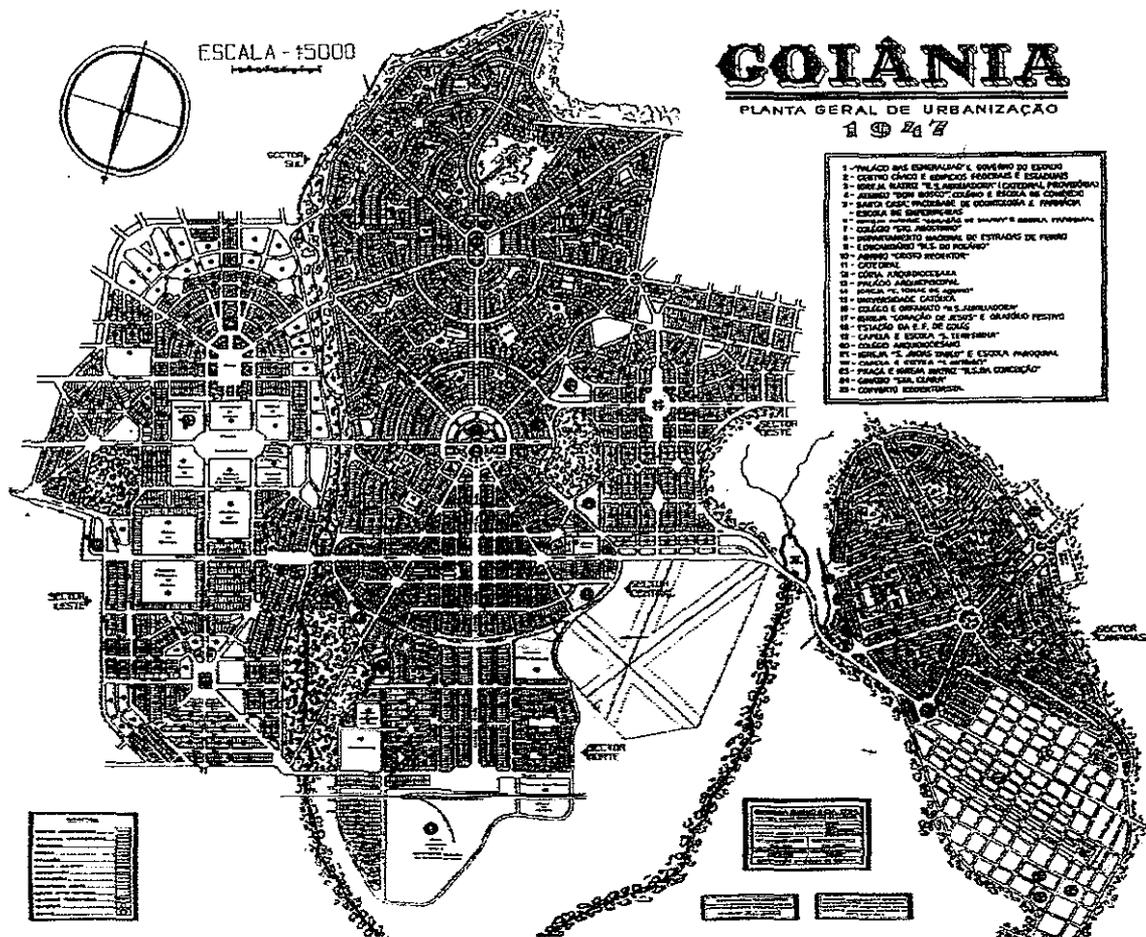
No Egito, a Deusa Nut é toda a esfera celeste; Shu a separa de Sibü.

Fonte: CAMPBELL, 2002.



São Jorge mata dragão para libertar a donzela, numa pintura italiana do séc. XV: o *herói* luta contra o *monstro* para salvar uma “dama em perigo”, que representa a *anima*.

Fonte: JUNG, et al, 2000.



No centro, a Praça Cívica; os bairros: Popular, Setores Sul, Oeste, Universitário, Vila Nova, Campinas, e o aeroporto.

Fonte: Diário da Manhã, Suplemento Meu Bairro, p. 3, 24 Out. 2004.



Plano de Belo Horizonte (1897), executado pelo engenheiro Aarão Reis.

Fonte: MANSO, 2001.

Ilustração 17

Imagens de Goiânia



A “cidade-jardim”: só no Centro e nos bairros “nobres”.

Fonte: TELELISTA 2005

# REFERÊNCIAS

# **OBRAS DE REFERÊNCIA E LIVROS**

**ATLAS GEOGRÁFICO ESCOLAR.** Rio de Janeiro: IBGE, 2002. 200 p.

HERDER LEXIKON (Ed.). **Dicionário de Símbolos** [tradução de Erlon José Paschoal]. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 2000. 214 p.

#### LIVROS

ALBERTI, Verena. **História Oral: a experiência do CPDOC.** Rio de Janeiro: Editora da F.G.V., 1990. 202 p.

ARRAIS, Tadeu Pereira Alencar. As imagens da cidade e a produção do urbano. In: CAVALCANTI, Lana de Souza (organizadora). **Geografia da Cidade.** Goiânia: Alternativa, p. 177-235, 2001.

———. **Geografia Contemporânea de Goiás.** Goiânia: Vieira, 2004. 164 p.

CAPEL, Horácio. **Filosofía y ciencia en la Geografía contemporánea — una introducción a la geografía.** Barcelona: Barcanova, 1981. 509 p.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade** [tradução de Klauss Brandini Gerhardt]. 2. ed., São Paulo: Paz e Terra, 2000. 530 p.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade** [tradução de Guy Reynaud; revisão técnica de L. R. Salinas Fortes]. 3. ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 418 p. (Col. Rumos da Cultura Moderna, vol. 52).

CHAUL, Nasr Fayad. **Os Caramujos Contemporâneos da Modernidade**. 1998.

CLAVAL, Paul. As abordagens da geografia cultural. [tradução de Paulo C. da C. Gomes]. In: CASTRO, Iná et al (organizadores). **Explorações Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, p. 89-117, 1997.

——— **A Geografia Cultural** [tradução de L.F. Pimenta e M. C. Afêche Pimenta]. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999b. 453 p.

COELHO, Gustavo Neiva. O art déco e a política modernizadora na fundação de Goiânia. In: BOTELHO, Tarcísio Rodrigues (organizador). **Goiânia: cidade pensada**. Goiânia: Ed. da U.F.G., 2002, p. 103-28.

CORREA, Margarida Maria da Silva. **A Pós-Modernidade e as Atuais Orientações da Geografia Humana**. Goiânia, s/d. 28 p. (Mimeo.).

DAMATTA, Roberto. **A Casa e a Rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1985, 140 p.

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o Profano: a essência das religiões** [tradução de Rogério Fernandes]. São Paulo: Martins Fontes, 1996. 191 p.

———. **Tratado de História das Religiões** [tradução de Fernando Tomaz e Natália Nunes]. São Paulo: Martins Fontes, 2002. 479 p.

GAMBINI, Roberto. **O Espelho Índio: os jesuítas e a destruição da alma indígena**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988. 222 p.

GARCÍA BALLESTEROS, Aurora. Las aportaciones de la geografía humanística. In: **Geografía y Humanismo**. Barcelona, Madrid, 1992. P.9-17

GIDDENS, Anthony. **As Conseqüências da Modernidade** [tradução de Raul Fiker]. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991. 177 p.

GOMES, Paulo C. da Costa. **Geografia e Modernidade**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000. 366 p.

GREENE, Liz. **A Astrologia do Destino** [tradução de Carmen Youssef]. 2. ed. São Paulo: Cultrix /Pensamento, 1990. 318 p.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: Cartografias do Desejo**. 4. ed., Petrópolis: Vozes, 1996. 327 p.

HAESBAERT, Rogério. Identidades Territoriais. In: ROSENDAHL, Zeny & CORRÊA, Roberto Lobato (organizadores). **Manifestações da Cultura no Espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. P. 169-90. (Série Geografia Cultural).

— **Territórios Alternativos**. Niterói: EdUFF; São Paulo: Contexto, 2002. 186 p.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós – Modernidade** [tradução de Tomaz T. da Silva e Guacira L. Louro]. 8. ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2003. 102 p.

HOBSBAWM, Eric & RANGER, Terence (organizadores). **A Invenção das Tradições** [tradução de Celina Cardim Cavalcante]. 2. ed., São Paulo: Paz e Terra, 1997. (Coleção Pensamento Crítico; v. 55).

JUNG, Carl Gustav. **Memórias, Sonhos, Reflexões** [tradução de Dora Ferreira da Silva]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975. 360 p.

— **O Desenvolvimento da Personalidade** [tradução de Frei Valdemar do Amaral]. Petrópolis: Vozes, 1981. 223 p. (Obras Completas de C. G. Jung; v.17).

— **O Eu e o Inconsciente** [tradução de Dora F. da Silva]. 11. ed., Petrópolis: Vozes, 1996. 166 p. (Obras Completas de C. G. Jung, v. 7, t. 2).

— **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo** [tradução de Maria Luíza Appy e Dora Mariana R. Ferreira da Silva]. Petrópolis: Vozes, 2000. 447 p.

JUNG, Carl Gustav et al. **O Homem e seus Símbolos** [tradução de Maria Lúcia Pinho]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. 316 p.

LA BLACHE, Paul V. de. As características próprias da Geografia [tradução de Odete Sandrini Mayer]. In: CRISTOFOLETTI, Antônio (organizador). **Perspectivas da Geografia**. São Paulo: Difel, 1985. p. 37-47.

LEFEBVRE, Henry. **A Vida Cotidiana no Mundo Moderno**. São Paulo: Ática, 1999a.

———. **O Direito à Cidade** [tradução de Rubens Eduardo Frias]. Editora Moraes, 1991b. 145 p.

MANSO, Celina F. A. **Goiânia: uma concepção urbana, moderna e contemporânea**. Goiânia: Edição do Autor, 2001. 265 p.

MARONI, Amnérís. **Jung: individuação e coletividade**. São Paulo: Moderna, 1999. 127 p. Col. Logos.

McDOWELL, Linda. A transformação da geografia cultural. In: GREGORY, Derek et al. **Geografia Humana: sociedade, espaço e ciência social** [tradução de Mylan Isaack]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996. P.159-88.

MOORE, Robert & GILLETTE, Douglas. **O Rei Dentro de Nós: acesso ao Rei na psique masculina** [tradução de Ruy Jungmann]. Rio de Janeiro: Ediouro, 1994. 304 p.

OLIVEIRA, Eliézer C. de. **História Cultural de Goiânia**. Goiânia: Alternativa, 2003. 56 p. (Col. Histórias de Goiás, v. 3).

RAMOS, Márcia Eliane. O lazer como expressão de modos de vida no espaço urbano de Goiânia. In: CAVALCANTI, Lana de Souza (organizadora). **Geografia da Cidade**. Goiânia: Alternativa, p. 33-78, 2001.

RATZEL, F. El territorio, la sociedad y el Estado. In: MENDOZA, J. G. et al. **El Pensamiento Geográfico: estudio interpretativo y antología de textos (de Humboldt a las tendencias radicales)**. 2. ed. Madrid: Alianza Editorial, 1988. p. 193-203.

RELPH, Edward. **Place and Placelessness**. London: Pion Limited, 1980. 156 p.

ROCHA, Ana Luíza C. da. **Estética Urbana no Brasil: raízes histórico-arquetípicas - o caso de Porto Alegre**. S/d, 10 p., mimeografado.

TUAN, Yi-Fu. Geografia humanística [tradução de Maria Helena Queiroz]. In: CHRISTOFOLETTI, Antônio (organizador). **Perspectivas da Geografia**. 2. ed., São Paulo: Difel, 1985. P. 143-64.

UNES, Wolney. **Identidade Art Déco de Goiânia**. São Paulo: Ateliê Editora; Goiânia: Editora da U.F.G., 2001. 200 p.

VESENTINI, José William. **A Capital da Geopolítica**. 4. ed., São Paulo: Ática, 1996. 240 p. (Coleção Ensaio - 124).

# **PERIÓDICOS, TESE, DISSERTAÇÃO E SÍTIOS DA INTERNET**

PERIÓDICOS

ALMEIDA, Maria Geralda. Em busca do poético do sertão. **Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro, n. 6, p. 35-45, jul./dez. 1998.

ASSIS, Deire. Goiânia é campeã em moto por habitante. **O Popular**. Goiânia, 1 jul. 2001, Cidades, p. 1.

— Aumento da frota põe Goiânia como segunda em vítimas do trânsito. **O Popular**. Goiânia, 2 ago. 2001, Cidades, p. 3.

BARBOSA, Jorge Luiz. Paisagens americanas: imagens e representações do wilderness. **Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro: UERJ, NEPEC, n. 5, p. 43-53, jan./jun. 1998.

CHAUL, Nasr et al. Identidade Cultural do Goiano. **Revista da ADUFG** – seção sindical da ANDES–SN. Goiânia, set. de 2002, n. 08, p. 18-30.

CLAVAL, Paul. Reflexões sobre a geografia cultural no Brasil. **Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro: UERJ, NEPEC, n. 8, p. 7-29, ago./dez. 1999a.

COSGROVE, Denis E. Em direção a uma geografia cultural radical: problemas da teoria [tradução de Olívia B. C. da Silva]. **Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro: UERJ, NEPEC, n. 5, p. 5-29, jan./jun. 1998.

JOSÉ, Paulo. Goiânia já é metrópole. **O Popular**. Goiânia, 29 jan. 1999, Cidades, p. 1-2

MELLO, J.B.F. de. Geografia Humanística: a perspectiva da experiência vivida e uma crítica radical ao positivismo. In: **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro, 52 (4), p. 91-115, out-dez. 1990.

MORGANTINI, Henrique. Minha paixão, meu carro. **Diário da Manhã**. Goiânia, 10 out. 2001, DM Revista, p. 2.

UM POEMA no chão: a vida mais bela nos jardins de Goiânia. **Diário da Manhã**. Goiânia, 23 dez. 2001, Especial, p.10-1.

TESE E DISSERTAÇÃO

MAIA, Carlos Eduardo Santos. **Enlaces Geográficos de um Mundo Festivo** — Pirenópolis: a tradição cavalheiresca e sua rede organizacional. 2002. 307 f. Tese (Doutorado em Geografia) — Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

RAMOS, Márcia Eliane. **Espaço Urbano e Modos de Vida**: um estudo de caso sobre lazer e modos de vida em Goiânia. 1998. 154 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) — Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 1998.

INTERNET

SCHNEIDER, Jens. Discursos simbólicos e símbolos discursivos: considerações sobre a etnografia da identidade nacional [tradução de Cesar Gordon]. *Mana*, Rio de Janeiro, vol.10, n.1, p. 97-129, abr. 2004. Disponível na World Wide Web: [www.capes.periodicos.gov.br](http://www.capes.periodicos.gov.br). Acesso em 23 nov. 2004.