



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
INSTITUTO DE ESTUDOS SOCIOAMBIENTAIS
Programa de Pós-Graduação em Geografia

JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ

**JUVENTUDE M1L GR4U (MIL GRAU) – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA:
PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL**

Goiânia-GO
2023

**UFG**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
INSTITUTO DE ESTUDOS SÓCIO-AMBIENTAIS**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) 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 9.610/98](#), 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.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

☐ Dissertação ☒ Tese ☐ Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Johnathan Pereira Alves Diniz

3. Título do trabalho

Juventude M1L GR4U (Mil Grau) ciberespaço em Goiânia: práticas culturais na metrópole virtual

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento ☐ SIM ☒ NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);

b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado 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.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Johnathan Pereira Alves Diniz, Discente**, em 10/03/2023, às 16:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Eguimar Felício Chaveiro, Professor do Magistério Superior**, em 10/03/2023, às 23:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

[https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3588498** e o código CRC **BDCAE604**.

JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ

**JUVENTUDE M1L GR4U (MIL GRAU) – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA:
PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, Nível Doutorado, do Instituto de Estudos Socioambientais da Universidade Federal de Goiás, para a obtenção do Título de Doutor em Geografia.

Área de concentração: Natureza e Produção do Espaço

Linha de pesquisa: Dinâmica Socioespacial

Orientador: Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro

Goiânia-GO
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Diniz, Johnathan Pereira Alves.

D584j

Juventude M1L GR4U (Mil Grau) – Ciberespaço em Goiânia: práticas culturais na metrópole cultural. – Goiânia-GO, 2023.
221 fls., il.

Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia,
Universidade Federal de Goiás, 2022.

Orientador: Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro.

1. Juventude 2. Práticas culturais. 3. Metrópole Goiânia. 4. Ciberespaço. 5. Espacialidade. I. Chaveiro, Eguimar Felício. II. Universidade Federal de Goiás. III. Título.

CDU: 338.484(817.3)

Elaborada por: Johnathan Pereira Alves Diniz/CRB-1 nº 2376



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

INSTITUTO DE ESTUDOS SÓCIO-AMBIENTAIS

ATA DE DEFESA DE TESE

Ata Nº **07/2023** da sessão de Defesa de Tese de **Johnathan Pereira Alves Diniz** que confere o título de Doutor em **Geografia**, na área de concentração em **Natureza e Produção do Espaço**.

Aos **vinte e sete dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e vinte e três**, a partir das **09 horas**, por meio de videoconferência, realizou-se a sessão pública de Defesa de Tese intitulada “Juventude M1L GR4U (Mil Grau) ciberespaço em Goiânia: práticas culturais na metrópole virtual”. Os trabalhos foram instalados pelo Orientador, Professor Doutor **Eguimar Felício Chaveiro (IESA/UFG)** com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professora Doutora **Andréa Pereira dos Santos (FIC/UFG)**, membro titular externo; Professora Doutora **Rosana Maria Ribeiro Borges (FIC/UFG)**, membro titular externo; Professor Doutor **Weder David de Freitas (IFG)**, membro titular externo; Professor Doutor **Alecsandro José Prudêncio Ratts (IESA/UFG)**, membro titular interno. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do **trabalho**. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Tese tendo sido o candidato **aprovado** pelos seus membros. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor **Eguimar Felício Chaveiro**, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata, que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora aos **vinte e sete dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e vinte e três**.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA

Documento assinado eletronicamente por **Eguimar Felício Chaveiro, Professor do Magistério Superior**, em 28/02/2023, às 11:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Alecsandro José Prudêncio Ratts, Professor do Magistério Superior**, em 28/02/2023, às 15:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **WEDER DAVID DE FREITAS, Usuário Externo**, em 01/03/2023, às 09:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rosana Maria Ribeiro Borges, Professora do Magistério Superior**, em 01/03/2023, às 16:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Andréa Pereira Dos Santos, Professora do Magistério Superior**, em 01/03/2023, às 18:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

[https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3537227** e o código CRC **612BECB6**.

Referência: Processo nº 23070.001815/2023-82

SEI nº 3537227

Dedico este trabalho aos meus pais Arminda e Antonio, que sempre me deram apoio para estudar e enfrentar os desafios. À minha avó Santa Amélia (*in Memoriam*) que, por seus ensinamentos e história de vida deixou um lindo legado no qual me orgulho muito, e a todos os leitores a que esta tese possa alcançar, que possa ser uma leitura prazerosa e que aguce os sentidos e proporcione vivenciar as experiências de mundo juvenis.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por ter me dado saúde em conseguir mais uma etapa importante da minha vida profissional e realização pessoal. Agradeço a minha família (minha mãe, meu pai e minha irmã) que sempre me deram apoio no segmento dos meus estudos e realização de um sonho, que foi concluir o curso de Doutorado em Geografia pela Universidade Federal de Goiás.

Agradeço à Professora Dr^a. Valéria Cristina Pereira da Silva, que aceitou me orientar nos primeiros anos do Doutorado, pelo apoio nessa caminhada. Também agradeço aos Professores Antonio Calaça e Maria Geralda (*in Memoriam*) que estiveram na banca de arguição do processo seletivo e fizeram importantes apontamentos. Foi um enorme aprendizado e agradeço a confiança em mim depositada.

Agradeço, principalmente, ao meu orientador, Professor Dr. Eguimar Felício Chaveiro, que aceitou me orientar já com a tese em curso e me ajudou na conclusão deste trabalho. A participação nas reuniões do Grupo Dona Alzira e os Colóquios de Orientação foram determinantes para a conclusão deste trabalho. Portanto, agradeço aos meus colegas do doutorado e do Grupo Dona Alzira, que me ensinaram tanto e me encorajaram a encarar os desafios e superar minha timidez. Agradeço aos Professores Andréa Santos, Weder Freitas e Alex Ratts por contribuírem no andamento da pesquisa e pelas orientações dadas na qualificação.

Agradeço aos meus colegas e amigos do Instituto Federal Goiano, que me apoiaram e foram compreensivos nos períodos em que tive que me ausentar. Agradeço, também, aos Bibliotecários do Sistema de Bibliotecas do IF Goiano, especialmente as Bibliotecárias Bethânia Silva e Hevellin Estrela, pelo apoio e motivação para seguir com os estudos. Vocês foram muito importantes para a conclusão deste trabalho.

Um agradecimento aos meus amigos do Conselho Regional de Biblioteconomia da 1^a Região (CRB-1), em especial ao Raphael Cavalcante, grande amigo e parceiro, pela paciência e compreensão das minhas ausências. Agradeço aos amigos Michele Rios, Antoniel Oliveira, Murilo Martins, Daiane Jardim, Lídia Moraes, Tatianne Santos, Sarah Amâncio, Weslen Assis e Dênis Almeida pelo companheirismo e amizade de sempre. Agradeço, enfim, a todos que colaboraram para a execução dessa pesquisa e que possibilitaram meu aprendizado e a oportunidade de fazer pós-graduação em Geografia.

“Minha cidade está dentro de mim e, nesse momento, ela estará dentro de você, leitor”.

Rodrigo Emídio (2020). Artigo de opinião *Todas as cidades, a cidade*.

RESUMO

Discutimos mediante análise semiótica, as práticas culturais da Juventude M1L GR4U (Mil Grau) exercidas no espaço virtual, na Metrópole Goianiense. Pressupomos que a Metrópole Virtual é indissociável daquela Metrópole Real, lugar este habitado pelos sujeitos. A Metrópole Goianiense real está ligada ao ciberespaço, à medida que os jovens a reconstroem, nas mídias sociais, por meio da linguagem humorística, na tentativa de ressignificar sua leitura de mundo, através de práticas culturais. Os jovens adentram ao ciberespaço buscando elementos do cotidiano e do espaço vivido, reforçado por seus itinerários e a leitura que realiza do espaço urbano. Metodologicamente, propomos uma análise semiótica, pois por meio da leitura dos significados das imagens, proporciona aos sujeitos a apreensão de sentidos. Dessa forma, partindo de um mesmo significado, buscou-se investigar a indissociabilidade da Metrópole real e virtual, num misto de sentimentos, lembranças, paisagens e símbolos, numa representação da realidade a um grupo de jovens, devidamente estabelecidos mediante amostragem intencional. O estudo geográfico se volta na concepção do espaço e da paisagem urbana retratada pela juventude nas mídias sociais, sendo reforçada por estereótipos. Focamos na adoção dos itinerários e das sociabilidades juvenis como elementos importantes para que juventude possa exercer o diálogo sobre identidade e espacialidade. A partir desta compreensão, propomos a construção de uma cartografia da Juventude M1L GR4U, com base em um mapa mental georreferencial, que indica pontos de convergência para compressão do espaço vivido e praticado por estes jovens, no ciberespaço. Por fim, concluímos que os jovens atribuem sentido ao espaço virtual, valorizando aspectos da cultura e do cotidiano, criando territorialidades, evidenciando suas identidades e trajetórias, por meio de imagens, linguagens e imaginários, ou seja, realizam suas práticas culturais na Metrópole Goianiense Virtual.

Palavras-chave: jovens e juventude; metrópole goianiense; ciberespaço; espacialidade; identidade.

ABSTRACT

We discuss through semiotic analysis, the cultural practices of the M1L GR4U (Mil Grau) Youth exercised in the virtual space, in the Metropolis of Goianiense. We assume that the Virtual Metropolis is inseparable from the Real Metropolis, the place inhabited by the subjects. The real Metropolis of Goianiense is linked to cyberspace, as young people rebuild it, on social media, through humorous language, to reframe their reading of the world, through cultural practices. Young people enter cyberspace looking for elements of everyday life and living space, reinforced by their itineraries and the reading they carry out of urban space. Methodologically, we propose a semiotic analysis, because through the reading of the meanings of the images, it provides the subjects with the apprehension of meanings. Thus, starting from the same meaning, we sought to investigate the inseparability of the real and virtual Metropolis, in a mix of feelings, memories, landscapes and symbols, in a representation of reality to a group of young people, duly established through intentional sampling. The geographical study focuses on the conception of space and the urban landscape portrayed by youth in social media, reinforced by stereotypes. We focus on the adoption of youth itineraries and sociability as important elements so that youth can exercise the dialogue of identity and spatiality. Based on this understanding, we propose the construction of a cartography of the M1L GR4U Youth, based on a georeferential mental map, which indicates points of convergence for the compression of the space lived and practiced by these young people in cyberspace. Finally, we conclude that young people attribute meaning to virtual space, valuing aspects of culture and everyday life, creating territorialities, evidencing their identities and trajectories, through images, languages, and imaginaries, that is, they carry out their cultural practices in the Goianiense Virtual Metropolis.

Keywords: youth; metropolis goianiense; cyberspace; spatiality; identity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esboço do projeto de Goiânia elaborado por Atílio Corrêa Lima, em 1933	34
Figura 2 – Cartaz de divulgação da criação de Goiânia	35
Figura 3 – A representação de Nossa Senhora Aparecida no traçado urbano de Goiânia	36
Figura 4 – Lago das Rosas, pelos idos da década de 1940	39
Figura 5 – Planta do Setor Sul, planejada Armando de Godoy	40
Figura 6 – Visão aérea da região central de Goiânia, 1969	42
Figura 7 – Goiânia, a Capital Verde do Brasil	45
Figura 8 – Visão área panorâmica da Região Central de Goiânia, com ênfase ao Setor Oeste	47
Figura 9 – A história da cidade escrita na arquitetura: mureta do Lago das Rosas, Setor Oeste – Goiânia	48
Figura 10 – A representação amarelada da Metrópole Goianiense	50
Figura 11 – Rua do Lazer, em Goiânia, na década de 1980	52
Figura 12 – O Setor Sul, em Goiânia, representado pela juventude no ciberespaço	57
Figura 13 – Valorização do espaço geográfico da Metrópole Goianiense em detrimento da Megalópole Nova Iorque	63
Figura 14 – Cotidiano da Metrópole Goianiense, retratado com humor	67
Figura 15 – Humor: formas de leitura do espaço urbano da Metrópole Goianiense	71
Figura 16 – Cotidiano da Metrópole Goianiense retratada por memes	74
Figura 17 – A narrativa juvenil na constituição de sua territorialidade sobre a Metrópole Goianiense no ciberespaço	85
Figura 18 – O “céutanejo” formando os acordes da Metrópole Goianiense	94
Figura 19 – A Metrópole Goianiense e os sentidos imaginados no ciberespaço	101

Figura 20 – O rural e o urbano na paisagem da Metrópole Goianiense virtual.....	104
Figura 21 – Manifesto sensorial e a territorialidade dos sujeitos no ciberespaço	114
Figura 22 – Mobilização do TSE para participação juvenil nas Elei��es de 2022	123
Figura 23 – Preconceitos nos discursos da Metrópole Goianiense	129
Figura 24 – Entre a nostalgia e o hype da Metrópole Goianiense	138
Figura 25 – Representação social: reforço de estereótipos.....	144
Figura 26 – Reforço dos laços afetivos na Metrópole Goianiense virtual.....	151
Figura 27 – Representação dos espaços da Metrópole Goianiense virtual.....	155
Figura 28 – Imagem e linguagem: representação identitária do discurso com humor	174
Figura 29 – A cartografia da Juventude M1L GR4U	181

LISTA DE GRÁFICOS, MAPAS E QUADROS

Gráfico 1 – Escolaridade dos Sujeitos Pesquisados	60
Gráfico 2 – Tempo médio de acesso às mídias sociais	61
Gráfico 3 – Páginas/Perfis de mídias sociais que os jovens acompanham.....	62
Gráfico 4 – Mídias sociais que os jovens entrevistados possuem	65
Mapa 1 – Municípios integrantes da Região Metropolitana de Goiânia: de 1980 a atualidade	43
Quadro 1 – Descrição dos espaços na Metrópole Goianiense, no ciberespaço	155

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais interesses em acompanhar as páginas de mídias sociais	79
Tabela 2 – Identificação cultural com a Metrópole Goianiense e as práticas exercidas nas mídias sociais.....	88
Tabela 3 – Características que identificam os jovens com a Metrópole Goianiense	91
Tabela 4 – A Metrópole Goianiense e os estereótipos das imagens.....	145
Tabela 5 – Produção do espaço juvenil na Metrópole Goianiense.....	163
Tabela 6 – Representatividade e identificação com a Metrópole Goianiense.....	171
Tabela 7 – Elementos da Metrópole Virtual no processo de identificação juvenil	177

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGLURG	– Aglomerado Urbano de Goiânia
BRT	– Bus Rapid Transit
CEP/UFG	– Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás
COMUT	– Comutação Bibliográfica
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	– Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
METAGO	– Metais de Goiás S. A.
OMS	– Organização Mundial da Saúde
ONU-Habitat	– Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos
PNAD	– Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios
RDIG	– Região de Desenvolvimento Integrado de Goiânia
RMG	– Região Metropolitana de Goiânia
RNB	– Renda Nacional Bruta
SARS-CoV-2	– Pandemia de Coronavírus
TCLE	– Termos de Consentimento Livre e Esclarecido
TICs	– Tecnologias da Informação
TRANSURB	– Sistema Integrado de Transporte Urbano
TSE	– Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
2	A METRÓPOLE GOIANIENSE: DA SUA GÊNESE AO M1L GR4U	30
2.1	Formação da Metrópole Goianiense: entre imagens e representações	31
2.2	A Metrópole Goianiense - Da sua constituição à Juventude M1L GR4U	47
2.2.1	Interpretação histórica da juventude na Metrópole Goianiense.....	51
2.2.2	Jovens, juventude e práticas culturais: primeiras aproximações	58
2.2.3	O humor e o riso na leitura do espaço urbano da Metrópole Goianiense.....	65
2.3	Dimensão das mídias sociais, das práticas juvenis e leitura da Metrópole Goianiense	76
3	GOIÂNIA, UMA METRÓPOLE CONTEMPORÂNEA: ENTRE O REAL E O VIRTUAL	82
3.1	Viver e habitar a Metrópole: Goiânia e suas multiterritorialidades	82
3.2	A Metrópole real e a virtual: encontros e desencontros na espacialidade urbana imaginada	98
4	SER JOVEM E VIVER A JUVENTUDE: SENTIDOS PRODUZIDOS POR OS HABITANTES DA METRÓPOLE VIRTUAL	109
4.1	Práticas e sociabilidades juvenis em redes interativas	110
4.1.1	Sociabilidades juvenis no ciberespaço: expressões de uma juventude (des)conectada	119
4.2	Linguagens e movimentos juvenis: a cultura mediada na Metrópole Virtual	124
4.3	Virtualidade: estereótipos e sentidos proporcionados por outra forma de prática cultural.....	142
4.4	As representações sociais na constituição das espacialidades juvenis	149
5	PRÁTICAS CULTURAIS DA JUVENTUDE NA METRÓPOLE GOIANIENSE VIRTUAL: UM DIÁLOGO SOBRE ESPACIALIDADE E IDENTIDADE.....	160
5.1	Práticas juvenis da Metrópole Goianiense virtual: um diálogo sobre espacialidade e identidade.....	161
5.1.1	Identidade cultural da juventude expressas no humor, símbolos, imagens e linguagens	170

5.2	Uma cartografia da Juventude M1L GR4U: a leitura da paisagem metropolitana a partir de itinerários juvenis	176
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS – A METRÓPOLE GOIANIENSE DA JUVENTUDE M1L GR4U.....	184
	REFERÊNCIAS.....	190
	GLOSSÁRIO.....	205
	APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE	207
	APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE	209
	APÊNDICE C – ROTEIRO PARA ENTREVISTA.....	211
	APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA	213
	ANEXO A - PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP.....	217

1 INTRODUÇÃO

Entendemos a análise cultural do espaço como um campo de estudo da Geografia, que engloba perspectivas e a percepção dos sujeitos. A Geografia, então, é uma ciência centrada na relação e interação entre sociedade e espaço. As cidades e, conseqüentemente, as metrópoles são formadas por diferentes grupos culturais (tanto sociais, quanto econômicos), que criam e recriam o espaço, diante suas crenças, seus modos de vida, pela identificação com o lugar, constituindo-se em uma importante abordagem geográfica.

Dada esta premissa, buscamos compreender mediante análise semiótica¹, as práticas culturais da **Juventude “M1L GR4U”** (lê-se ‘mil grau’) no ciberespaço da Metrópole Goianiense, constituídas a partir de transformações da Metrópole real, expressas na leitura, nas linguagens e nos sentidos destas imagens, percebida na espacialidade dos sujeitos. Silva (2012) declara que a cidade é instituída por meio de ideias, informações, acontecimentos, significados e valores socialmente elaborados e compartilhados pelos sujeitos.

Ao propormos abordar, nesta tese, os sentidos que compõem as imagens representativas da Metrópole Goianiense no espaço virtual, evidenciam-se amplas leituras do espaço urbano, no qual os jovens (sujeitos protagonistas desta pesquisa) exerçam suas práticas culturais, por intermédio das mídias sociais. A partir de Altermann (2010), temos as mídias sociais como plataformas *online*, com o objetivo de divulgar conteúdo diverso, permitindo, ao mesmo tempo, alguma relação entre os sujeitos de qualquer contexto geográfico.

Tais plataformas permitem uma amplitude de olhares, leituras e sentidos, engendrando interações (quase que instantâneas), formas diversificadas de comunicação (utilizando as linguagens dos *emojis*², memes, áudios, vídeos, mensagens etc.), ações de engajamento (político, social, ideológico), reforçam laços afetivos (com outras pessoas e lugares) e/ou constroem novos laços e vínculos. Concebemos, portanto, o poder e influência das mídias sociais perante os jovens, visto que são ferramentas que aproximam pessoas (de contextos e situações socioculturais diversas) e interagem entre elas e entre outros grupos, onde é possível compartilhar e produzir conteúdo descentralizado.

Os jovens que participam destas páginas de mídias sociais, utilizam o humor e a crítica social para evidenciar aspectos do cotidiano da Metrópole Goianiense, gerando identificação com outros jovens e proporcionando sua espacialidade. A este coletivo de jovens

¹ Prática metodológica que se dedica a estudar a produção de sentido (IASBECK, 2008).

² Representações gráficas utilizadas em conversas *online*, por meio das mídias sociais.

denominaremos de Juventude M1L GR4U³, constituído por sujeitos que apropriam de linguagens e imagens, produzindo e reproduzindo o espaço, criam (e recriam) territorialidades, imprimem identidades e dão movimento aos lugares, no ciberespaço da MetrÓpole Virtual⁴.

Defendemos a seguinte tese: a MetrÓpole Virtual é indissociável daquela que consideramos real, lugar habitado pelos sujeitos, contudo a Goiânia (MetrÓpole) real é também, ligada ao ciberespaço, à medida que os jovens realizam um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade nas mídias sociais, utilizando a linguagem humorística, ressignificando a sua leitura de mundo por meio de práticas culturais em um contexto sócio-espacial⁵, transformando-o em espaço vivido.

Dardel (2011) elucida que o espaço geográfico não é uma lacuna aguardando ser preenchida, mas que devemos entendê-lo a partir da concepção de vivência dos sujeitos, concretizado nas relações sociais praticadas neste espaço, isto é, pelos sentidos que lhe é atribuído. Compreendemos, também, que esse espaço se configura nas ações e tradições repassadas pelos sujeitos, bem como na cultura. Ao direcionarmos a investigação à dinâmica das cidades, em especial à MetrÓpole Goianiense, notamos o quanto esse espaço proporciona um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade, transmitidas por imagens, linguagens, imaginários, cultura e memória.

A linguagem humorística é utilizada para abordar o cotidiano da cidade, podendo conter, também, alguma crítica social ou ironia acerca de determinado tema retratado. Geralmente são temas que permitem identificação entre os sujeitos e a MetrÓpole. Os jovens que participam destas páginas/mídias se identificam com essa forma de linguagem adotada sendo, principalmente, nas mídias sociais estes sujeitos se veem retratados, possibilitando o debate, a identificação e a interação com outros grupos.

Salientamos, no entanto, que o humor (e a linguagem humorística) expressos em imagens, vídeos e charges de páginas/perfis de mídias sociais, podem se resvalar em preconceitos que não devem ser ignorados, pois infelizmente, permeiam a formação cultural das pessoas, inclusive da sociedade brasileira. Neste sentido, cabe-nos retratar conflitos e contrapontos urbanos postos nessas páginas/perfis de mídias sociais, refletindo o cotidiano da MetrÓpole Goianiense permeado nestas linguagens, sentidos e imagens, podendo servir de instrumento para auxiliar outras pesquisas nesse sentido.

³ Expressão da *Internet* que remete ao sinônimo de ‘legal’ (fazer rir; divertimento), tendo juventude como seu principal público-alvo.

⁴ Denominação dada a partir dos apontamentos feitos por Cavalcanti (2013).

⁵ Que para Souza (2013), é indicativo das relações sociais.

Também cabem neste parêntese, as preocupações enunciadas por Han (2017). O autor afirma que a comunicação generalizada e a superinformação, propagada pelas mídias sociais, deixaram a humanidade mais suscetível a uma violência da positividade, sendo um ‘inimigo fantasma’ infiltrado em todas as esferas da vida e do poder. O autor salienta, ainda, a cultura do *sharing*, ou seja, a cultura do compartilhar, mas compartilhar modos de vida ditos ‘perfeitos’, passando uma positividade exacerbada, tornando as mídias sociais espaço de venda, onde os usuários são vendedores, isto é, aguardam sempre uma nova clientela para consumir determinado conteúdo. Portanto, cabe ao pesquisador mencionar tais aspectos mercadológicos que estas páginas trazem ao contexto dos jovens e como eles absorvem ao seu cotidiano.

Os anseios que **motivaram**, primeiramente, a redação do projeto de pesquisa, e a escrita desta tese, são a que os jovens reconstroem o lugar, no espaço virtual, resgatando expressões sócio-espaciais e identitárias dos habitantes da metrópole. Tal interesse vem da formação do pesquisador em Biblioteconomia (graduação) e da dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG, 2017) intitulada: “Práticas de leitura nas mídias sociais: evidências de leitura dos graduandos do IF Goiano – Campus Urutaí”. O estudo consistiu basicamente numa pesquisa com estudantes jovens, numa investigação acerca de suas práticas de leitura realizadas na internet, especialmente na mídia social Facebook.

Consequentemente, os diversos relatos destes estudantes evidenciaram o uso das mídias sociais no processo de leitura e compressão do mundo à sua volta. Tais relatos instigaram o pesquisador a conhecer tais páginas de internet que retratam o cotidiano desses jovens e como eles se identificam neste contexto. Nesta investigação, foram evidenciadas as seguintes páginas de mídias sociais⁶ que melhor retratavam e comunicavam com os jovens goianienses, a saber: *Goiânia Mil Grau*, *Enquanto Isso em Goiás* e *Jacques Vanier*.

Desta forma, foi submetido ao Programa de Pós-Graduação em Geografia o projeto intitulado “Juventude ‘M1L GR4U’: (re) construções socioespaciais das práticas de leitura no Cerrado Goianiense”, que fora aprovado, porém sofreu adequações e finalmente intitulado de **“Juventude M1L GR4U (Mil Grau) – Ciberespaço em Goiânia: práticas culturais na Metrópole virtual”**. Ao escolher realizar esta tese de doutorado no campo da Geografia, buscou-se compreender os aspectos ciber-socioculturais da juventude da Metrópole

⁶ De acordo com a pesquisa Digital 2021, as redes sociais mais acessadas entre os brasileiros estão o *Facebook*, *Instagram* e o *YouTube* (WE ARE SOCIAL, 2022).

Goianiense e vislumbrar pontos de vista que, talvez, não os teria se tivesse continuado os estudos no campo da Comunicação (ao qual foi elaborada a dissertação acima supracitada).

A redação do projeto de pesquisa, que resultou na construção desta tese, teve inquietações a qual auxiliaram o pesquisador a formatar os instrumentos de pesquisas e as bases teóricas a serem seguidas. Colocamos os questionamentos, a saber: a interface real/virtual está intimamente ligada ao espaço vivido pelos jovens na Metrópole Goianiense? Em um contexto ciber-sociocultural, as redes sociais *online* (ou mídias sociais) evidenciam o protagonismo juvenil? De que forma a linguagem humorística adotada na representação da Metrópole Goianiense é percebida pela Juventude no espaço virtual?

O conceito de juventude, para Santos (2014), além de possibilitar uma vivência juvenil, está ligada diretamente a uma espacialidade. Diante de tal afirmação, notamos que os perfis dos jovens sofreram grandes transformações com o tempo ocasionado, principalmente, com a popularização das mídias sociais. Portanto, estudar a Juventude M1L GR4U mostra-se interessante, pois mesmo diante dos problemas sociais enfrentados na metrópole, eles ressignificam o cotidiano se apropriando de uma linguagem humorística, na tentativa de aproximar outros jovens no ciberespaço, em um diálogo sobre espacialidade e identidade, construindo e reconstruindo práticas culturais.

Após todos estes apontamentos tem-se a seguinte **questão norteadora** deste estudo: Que percepção a juventude goianiense estabelece nas redes sociais *online* *Goiânia Mil Grau*, *Enquanto Isso em Goiás* e *Jacques Vanier* e de que forma tais identificações se associam a sua vivência entre o real e o virtual na Metrópole?

Diante de tais questionamentos e com base na problemática central desta pesquisa, temos as seguintes **premissas**:

- A Metrópole real e virtual são indissociáveis, partindo de uma mesma essência sócio-espacial;
- A Metrópole Goianiense se estabelece aos jovens que participam destas páginas de mídias sociais, por meio da identificação e compreensão do espaço, evidenciadas pelas imagens, sentidos e linguagens;
- O espaço virtual pode nos revelar uma juventude fragmentada e dispersa, diante ao grande volume de informações e imagens;
- As práticas culturais no ciberespaço são percebidas, produzidas e reproduzidas pelos jovens que atuam nestas páginas de mídias sociais;

- O espaço vivido (enquanto categoria de análise) pode ser tencionado, também, a partir de itinerários juvenis.

Propusemos, portanto, destacar as narrativas do coletivo Juventude M1L GR4U, respeitando suas particularidades, trajetórias, leituras, vivências e itinerários percorridos e que são partilhadas no mesmo espaço vivido, a Metrópole Goianiense. Por isso, nos referimos como itinerário juvenil, as trajetórias (ou caminhos) percorridos pelos jovens por meio dos sentidos das imagens e linguagens, características do lugar representado, comumente está associada a ideias e construções de páginas de mídias sociais.

É notório que o ciberespaço (consequentemente, a cibercultura) e as mídias sociais alteraram, concomitantemente, a sociabilidade dos sujeitos, já que, em certos aspectos, a *Internet* encurta as distâncias, aproxima e afastam gostos, preferências, ideologias; une, desune, polariza e democratiza a convivência das pessoas em comunidades virtuais e que partilham experiências (comuns aos demais ou não).

É fato, também, que as alterações da comunicação humana proporcionadas pelas mídias sociais, possibilitaram que as informações circulem de forma (quase) instantânea, somadas a isso, as alterações que a linguagem vem sofrendo constantemente podem ser atribuídas a essa inovação tecnológica e, consequentemente, alteram na leitura do espaço geográfico. Ao mencionarmos linguagem, apropriamos o conceito dado por Iasbeck (2008) que é tida como sistema organizado de sinais convencionais, que se aplica a linguagem humana não verbal, às linguagens dos animais e dos demais seres vivos, às linguagens da natureza etc.

Apresentamos como **objetivo geral** desta investigação: compreender Goiânia como metrópole cultural, real e virtual indissociável na prática dos jovens que tem o espaço virtual como espaço vivido. Já como **objetivos específicos** temos: relacionar o ciberespaço, enquanto lugar de identidade e alteridade no cotidiano da Juventude M1L GR4U; analisar os itinerários e as sociabilidades juvenis ressignificadas pela sua leitura de mundo e da cidade e; abranger a Juventude M1L GR4U na metrópole, mediante suas linguagens e suas práticas sócio-ciberculturais.

Enfim, com o todo conhecimento adquirido a partir deste estudo, profissionalmente, almeja-se entender o ciberespaço como campo de atuação de práticas culturais, como incentivo à leitura, realização de atividades culturais e artísticas, integradas as transitoriedades e trajetórias de vida juvenis. O pesquisador pretende se dedicar a temas que envolvem letramento digital e informacional e seguir carreira docente, possibilitando que estudos desta natureza possam ser viabilizados e se tornem cada vez mais presentes nos eventos acadêmicos

e, de fato possam ser compreendidos com toda a sua complexidade apresentada. De forma que, o ciberespaço seja, de fato, um lugar de todos e para todos, sendo ponto de encontro que tencionam sentidos, expressões e conflitos da juventude.

A escolha dos sujeitos da pesquisa se deu por meio de dados demográficos, conforme explicitado por Berquó e Cavenaghi (2014), que salientam que o retrato da família brasileira não corresponde a uma grande quantidade de pessoas. Para Bernardi (2016), a família contemporânea desdobra-se numa multiplicidade de formas e complexidade de relações, considerando as características culturais da sociedade atual referentes aos costumes, hábitos e contradições. São sujeitos que cresceram cercados de aparatos tecnológicos e que foram os primeiros a adotarem as Tecnologias da Informação (TIC's) em seu dia a dia.

Neste contexto, das transformações sociais, que se podem interpretar as principais variáveis demográficas da atualidade, dentre elas, o tamanho da população, a sua distribuição por sexo, as mudanças dos perfis quantitativos e qualitativos da etariedade, a distribuição da população segundo regiões geográficas, a dinâmica da população, a natalidade, a fecundidade e a mortalidade. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD), informa que o Brasil consta com, aproximadamente, 47,8 milhões de jovens representando quase $\frac{1}{4}$ (um quarto) de toda a população brasileira (IBGE, 2021). Ainda, segundo o estudo idealizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), consideram-se jovens os sujeitos compreendidos na faixa entre 15 aos 29 anos.

O retrato da família do século XXI representa as mudanças nas formas concretas dos papéis de membros familiares como também no modelo cultural. Representa, também, na circulação simbólica, nas relações sociais da sociedade, na propagação de novos ingredientes tecnológicos e em novas formas de relacionamento e percepção do mundo. A juventude, para Santos (2014) não é apenas uma simples expectadora das transformações do mundo, mas, de alguma forma, tenta refletir os acontecimentos em sua vida pessoal, profissional e coletiva. Portanto, os jovens são protagonistas nesta forma de se relacionar com o mundo real: ressignificando-o no ciberespaço.

A juventude, em sua complexidade e diversidade forma uma identidade dentro do qual há várias identidades a partir de semelhanças, discrepâncias, antagonismos e dialogicidade. Vislumbra-se, portanto, a importância desta fase da vida marcada por um momento na transição da infância à vida adulta, mediante sua compreensão dos próprios processos de pensamento, ressaltando pontos de conexão e divergências, resultando a melhor percepção de si mesmos e do mundo. “As juventudes têm o potencial de protagonizar agendas globais e

locais de desenvolvimento social, mas, para isso, precisam do apoio de governos e outros parceiros” (ATLAS..., 2021, p. 12).

Santos (2014) reitera que ao se referir em juventude, sempre se tenta estabelecer um padrão, pois é demasiadamente complexo na atualidade. O IBGE delimita a juventude compreendida na faixa de 15 a 29 anos. Para a Organização Mundial da Saúde (OMS), existem duas designações de jovens, a saber: na faixa de 15 a 19 anos (adolescentes jovens) e na faixa de 20 a 24 anos (adultos jovens) (BRASIL, 2007). Diante esta amplitude na delimitação de uma faixa etária que caracterize o sujeito jovem, Santos (2014) elucida que a juventude tem se perdurado por muito mais tempo, não só pela aparência física, mas também, mediante os comportamentos de muitos jovens adultos.

Ao trazer concepções diversas e por entender que o conceito de juventude possa se adequar as vivências dos sujeitos, no caso desta pesquisa, o estudo realizado em mídias sociais, a faixa etária de juventude estudada para esta tese está compreendida na faixa dos 18 aos 35 anos. Dessa forma, decidiu-se realizar um recorte diferente aos estipulados pelo IBGE e OMS, pois a afirmação feita por Santos (2014) e Berquó e Cavenaghi (2014), instigou a fazer uma inferência visando uma juventude alargada, ou seja, uma juventude para além das delimitações colocadas pela OMS e Ministério da Saúde brasileiro, pois entende-se um movimento maior de sujeitos, compreendidos nesta faixa etária, que ainda moram com os pais, não são totalmente dependentes financeiramente e são o público que mais atuam nas mídias sociais, seja no consumo e na produção de conteúdo, compartilhando e produzindo sentidos.

No processo de ida a campo, a qual se estabeleceu o contato com os sujeitos pesquisados de forma espontânea, não houve interesse significativo na participação de sujeitos que estão enquadrados no aspecto etário de jovem (adolescentes jovens ou jovens adultos). Por isso, o pesquisador resolveu ampliar a faixa etária dos pesquisados, visto que os sujeitos que aceitaram participar da pesquisa estavam inseridos no campo da pesquisa. Daí a justificativa de inserirmos sujeitos para além dos trinta anos (até o limite de 35 anos de idade – juventude alargada) para que a pesquisa pudesse ser realizada.

Do ponto de vista **teórico-metodológico**, buscou-se a articulação dos estudos na perspectiva semiótica peirciana, a partir dos apontamentos de Santaella (2007), visto que a leitura dos significados das imagens proporciona apreensão dos sentidos. Ainda segundo a autora, a semiótica consiste na investigação de todas as linguagens possíveis, centrada na constituição de todo e qualquer fenômeno atribuído à produção de significado e de sentido. Apoiaremos, também, nos estudos relacionados ao ciberespaço (e cibercultura) (LEMONS,

2013; LÉVY, 2010) com o arcabouço epistemológico construído pelo pensador russo Mikhail Bakhtin (1997, 2002, 2010, 2011, 2015, 2016).

A semiótica não se refere diretamente à realidade, mas se faz por meio do *signo*⁷, ou seja, é tudo aquilo que chega da realidade (representação de uma parte), que permite ser percebido e do *texto*⁸ sendo marcas interpretativas do signo, contidas na representação de um determinado objeto (IASBECK, 2008). Para Bakhtin (1997), tudo que é ideológico é um signo, neste caso, as imagens artístico-simbólicas ocasionadas por corpo físico já é um produto ideológico e converte-se em signo, sem deixar de fazer parte da realidade material, reflete e refrata outra realidade. Neste estudo, tentamos revelar múltiplas imagens da Metrópole Goianiense que não se sobrepõem, mas coexistem. Temos assim, a Metrópole real e virtual que partem de um mesmo significado, num misto de sentimentos, lembranças paisagens, notícias e símbolos, capazes de dar consistência à representação da realidade (IASBECK, 2008).

Por este motivo, a semiótica peirciana está longe de ser apenas uma ciência, mas é na realidade uma filosofia científica da linguagem (SANTAELLA, 2007). As práticas ocorridas no espaço virtual da Juventude M1L GR4U é a proposta deste estudo, pois acreditamos ser no ciberespaço que novas relações, conflitos, debates e sentidos se formam e se transformam. Nesta perspectiva, Brandão (2009) reitera que esta mesma cultura nos transforma de seres da natureza para pessoas sociais (sujeitos de uma cultura). O autor continua referindo as experiências pessoais e sociais são repassadas por meio da cultura, mediante ao habitar e viver o mesmo espaço. Os jovens habitam e vivenciam a Metrópole virtual, sendo o lugar de encontro, das diferenças, do debate, da produção de sentidos e significados e do exercício de práticas sociais e culturais.

Os significados também são foco da atenção para os estudos geográficos. É nesta perspectiva que Claval (2001) acrescenta ao clássico questionamento formulado no passado sobre as causas da diferenciação entre lugares, pois os sujeitos não vivem os lugares do mesmo modo e não os percebem da mesma maneira, consequentemente os sentimentos e as afetividades também são diversificados. Neste sentido, Paz (1956, p. 33) afirma que se deve “incluir a linguagem no campo dos movimentos expressivos. Antes de falar, o homem gesticula. Gestos e movimentos possuem significação”.

⁷ Signo (conceito base da semiótica de Charles Pierce) é parte ou uma dimensão que representa o todo, porém, não sendo uma realidade completa (IASBECK, 2008).

⁸ Texto (originada por semiotistas russos), é entendido como tudo aquilo que se denomina de ambiente do signo (IASBECK, 2008).

A ênfase nos aspectos culturais evidencia o lugar como objeto de pesquisas na Geografia desde a década de 1960 (HOLZER, 2016). Relph (1976) associa o lugar a um “espaço existencial” ou “espaço vivido” sendo, nas palavras do autor, estrutura íntima do espaço em nossas experiências concretas de mundo como membros de um grupo cultural, sendo intersubjetivo, permeando todos os membros daquele grupo, pois estes foram socializados de acordo com o conjunto comum de experiências, crenças e significados. Neste sentido, Dardel (2011) defende a ideia de uma geografia vivida, no cotidiano, que aborda a geograficidade, ou seja, a qualidade geográfica dos sujeitos como modo de existência e coexistência. A cidade assume inúmeras escritas, que são interpretadas pela visão e leitura de mundo de cada sujeito.

Chaveiro (2015a, p. 48), afirma que “escrever é, desse modo, inventar mundos experienciando a si próprio”. Ora, se os jovens possuem em si, experiências que são percebidas pelo “eu” e pelos outros sujeitos, a cidade pode ser lida, vivenciada e ressignificada de diversas formas. O autor afirma que tecer os fios do texto é o mesmo que tecer a vida, sendo entrelaçado com outros textos, reafirmando a sobrevida da cultura e da experiência humana (CHAVEIRO, 2015a).

Ao observar a cidade, é possível lê-la, escrevê-la, e construí-la, num jogo das significações. “A cidade é o território textual por excelência da transmissão e da estocagem da multiplicidade potencial, um universo jamais saturado de imagens” (GOMES, 1994, p. 53). Cabe à juventude ler, imaginar e ressignificar a Metrópole Goianiense, pois a narrativa se funda na leitura das cidades e abre espaço para uma nova escrita e leitura destas cidades. A leitura é um processo de percepção e compreensão do mundo que cerca o sujeito, numa ação de interpretar e ressignificar o meio à sua volta (DINIZ, 2017).

Mais do que estudar particularidades, a espacialidade e o pertencimento destes jovens, em sua essência, os reafirmam como detentores da Metrópole imaginada, isto significa que, reconstroem espaço, por meio das práticas culturais no ciberespaço da Metrópole Virtual. Portanto, a partir de uma perspectiva semiótica, o estudo proposto discute as práticas culturais da Juventude M1L GR4U, realizadas no ciberespaço, retratadas na Metrópole Goianiense, abrindo possibilidades de chegar às características essenciais do fenômeno a ser pesquisado. Santaella (2018) informa que, para que alguma coisa seja determinada como um signo, ela deve representar alguma outra coisa, consequentemente precisamos compreender, interpretar os signos e as linguagens que representem a juventude no espaço virtual.

Quanto aos procedimentos a qual se baseia a pesquisa, adotamos o **método de abordagem** qualitativo, que, de acordo com Matias-Pereira (2012), inicia-se a partir do

entendimento da relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito, não sendo possível ser traduzida em números. O autor informa que “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. [...] O processo e seu significado são os focos principais da abordagem” (MATIAS-PEREIRA, 2012, p. 87).

A pesquisa qualitativa é relevante ao estudo das relações sociais devido às multiplicidades de formas de vida em que se pode aprofundar o conhecimento. No entanto, realizou-se uma pesquisa exploratória que proporcionou familiaridade com o problema de pesquisa e construir variáveis (denominadas também de hipóteses), para compreender o fenômeno (MATIAS-PEREIRA, 2012). A pesquisa exploratória exigiu, também, a realização de uma pesquisa bibliográfica, que consiste na busca do que já foi publicado acerca da temática estudada na construção desta Tese, sejam em livros, periódicos científicos (Portal Capes, entre outros) ou via Comutação Bibliográfica (COMUT), com a finalidade de conhecer com profundidade o campo a ser estudado. Foram elaborados descritores-chave que nortearam o processo de pesquisa bibliográfica construído em conjunto com o professor orientador.

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP/UFG) sob o parecer consubstanciado nº 4.836.050. Visando a sua execução, o estudo se desdobrou em três fases, descritas a seguir: a) **fase 1: Análise dos perfis nas mídias sociais** – Análise nos perfis das principais mídias sociais utilizadas pela juventude a ser pesquisada. Os perfis escolhidos para essa análise foram o *Goiânia Mil Grau*, *Enquanto Isso em Goiás* e *Jacques Vanier*. Para execução desta primeira etapa foram analisadas postagens (imagem e vídeo) que remetam ao contexto Goiano/Metropolitano nas principais plataformas de mídias sociais mais utilizadas no Brasil, num recorte temporal entre os anos de 2015 a 2021, conforme estabelecida pela pesquisa *Digital 2021* (WE ARE SOCIAL, 2022). Esta fase concentrou-se a análise limitada às seguintes plataformas de mídias sociais: *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*.

Encerrada esta fase, adentra-se na segunda fase da pesquisa que se baseou: b) **fase 2 - Entrevista com os desenvolvedores das páginas** - consistiu no contato direto com os desenvolvedores das páginas/perfis mediante entrevista estruturada, ressaltando a visão de mundo de ambos. Para Martins-Pereira (2012) a entrevista é uma técnica de conversação direta, conduzida pelo pesquisador, visando compreender uma situação, o que exige clareza da informação que está buscando.

A princípio a entrevista se daria com os desenvolvedores das três páginas escolhidas para esta análise, porém com o avançar das análises realizadas na fase 1 desta pesquisa, notou-se que o perfil de duas das três páginas tinha objetivos comerciais e que a grande parte das postagens em pouco (ou em quase nada) atenderia aos propostos desta abordagem⁹. Portanto, como decisão metodológica para a fase 2, entrevistamos os criadores da página de mídia social intitulada **Goiânia Mil Grau**, pois trata-se de um perfil desenvolvido especificamente para retratar o cotidiano e o espaço urbano da Metrópole Goianiense. Os perfis *Enquanto isso em Goiás* e *Jacques Vanier* estarão presentes nesta investigação, porém nas análises das imagens e nas percepções dos jovens entrevistados na fase 3 do estudo. As perguntas formuladas na entrevista (Apêndice E) tiveram como base a análise feita nas postagens destes produtores de conteúdo.

Ao término da entrevista, o pesquisador solicitou ao produtor de conteúdo pesquisado que indicasse outros jovens que participam ativamente das postagens das mídias sociais para que possam ser contatados, porém não obtivemos o sucesso esperado. Desta forma, o pesquisador foi a campo, visitando perfis e grupos de mídias sociais que retratam a Metrópole Goianiense, dando início a terceira fase da busca de fontes: c) **fase 3 - Entrevista com os jovens que curtiram as postagens**. O pesquisador, também se inseriu no campo da pesquisa, ou seja, nas mídias sociais, para estabelecer proximidade com os sujeitos e solicitar novas indicações de participação, para o preenchimento dos requisitos dessa fase, sendo assim, fazer parte de amostra representativa da população pesquisada.

Entendemos como amostra sendo uma parcela conveniente selecionada do universo a ser pesquisada, é um subconjunto deste universo (MARCONI; LAKATOS, 2010). Para Martins e Theóphilo (2009), a amostra intencional (do tipo não-probabilística) é delimitada de acordo com o critério estabelecido pelo pesquisador, intencionalmente, a grupos e elementos dos quais deseja saber opiniões. O pesquisador estabeleceu, a princípio, a inferência ao grupo composto por 25 (vinte e cinco) jovens, compreendidas na faixa etária já mencionada anteriormente. Chegou a este número devido aos resultados encontrados no pré-teste que geraram diversas abordagens. Visto a amplitude de temas que poderiam ser tratados, o pesquisador resolveu limitar o público, se referindo a uma parcela da população aferida.

Para validação dos instrumentos de coleta de pesquisa, como informado, foi realizado um pré-teste com o Roteiro da Entrevista, constante no Apêndice D. A aplicação do pré-teste

⁹ Durante as análises das imagens na fase 1, notou-se que dois perfis/páginas alteraram a forma de postagens para atender a princípios mercadológicos, como comercialização de produtos, shows humorísticos e a não falar apenas do contexto da Metrópole Goianiense. Por este motivo, não contemplamos na fase 2 da pesquisa.

permitiu ao pesquisador ajustar o roteiro de entrevista, readequando-o aos propósitos do estudo, direcionando as perguntas aos objetivos e suposições desta pesquisa. O pré-teste foi realizado com quatro participantes, de faixa etárias diferentes, no mês de setembro de 2021 e serviram para adequar os instrumentos de coletas de dados.

As entrevistas ocorreram entre os meses de outubro de 2021 a fevereiro de 2022, perfazendo um total de 26 (vinte e seis) jovens. Um dos jovens entrevistados solicitou retirada de seus dados da pesquisa, por entender não se enquadrar no tema pesquisado. Desta forma, sua participação foi descartada pelo pesquisador e o anonimato do entrevistado preservado. As demais entrevistas (no total de 25) foram devidamente transcritas e estão refletidas nos capítulos que se seguem desta tese.

Antes de iniciar as entrevistas (das fases 2 e 3 e no pré-teste), todos os participantes tomaram conhecimento do motivo da pesquisa e foi aplicado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndices A e B), em formato digital, disponibilizado na plataforma *Google forms*, possibilitando o aceite ou recusa de participar. Os participantes tiveram ciência de que as informações coletadas são fruto de uma pesquisa de doutorado e que os dados nominais do participante seriam preservados, valendo-se assim do anonimato. As entrevistas ocorreram na plataforma *Google meet* (que na época da realização das entrevistas ainda permitia a gravação das reuniões), permitindo, assim, ser analisado posteriormente pelo pesquisador com maior atenção.

Esta tese está estruturada em seis capítulos, apresentados da seguinte forma: este capítulo introdutório que faz uma breve abordagem dos objetivos, motivações, arcabouço teórico-metodológico e a problemática de pesquisa proposta. Estabelecemos também alguns conceitos que nortearam toda a construção textual deste trabalho.

O segundo capítulo é intitulado “A Metrópole Goianiense: da sua gênese ao M1L GR4U”, no qual se realizou um histórico da criação da cidade de Goiânia até se formar uma grande metrópole brasileira. Trazemos, também, neste capítulo um histórico da atuação juvenil e suas práticas no espaço urbano aos longos dos anos (a partir da década de 1980) até o momento em que a denominamos de Juventude M1L GR4U. Trata-se de um capítulo predominantemente teórico, por envolver aspectos históricos de concepção da Metrópole e dos sujeitos que a praticam. Inicia-se a apresentação do perfil da Juventude M1L GR4U, contextualizando-a com a cidade.

O capítulo 3 trata sobre a Goiânia contemporânea – entre o real e o virtual. A constituição e a percepção da Metrópole Goianiense, sob o olhar geográfico faz parte do escopo proposto neste capítulo. Abordaremos, também, a linguagem humorística adotada pela

Juventude M1L GR4U, a partir dos desenvolvedores da página *Goiânia Mil Grau*, que realizam no ciberespaço a constituição da paisagem urbana. Buscaremos compreender, mediante os relatos coletados, os caminhos traçados pelos jovens na Metrópole Virtual constituída por encontros e desencontros de uma espacialidade urbana imaginada.

O capítulo 4 intitulado “Ser jovem e viver a juventude: sentidos produzidos entre os habitantes da Metrópole Virtual”. Buscaremos reconstituir as práticas culturais juvenis no ciberespaço, mediante os sentidos que são atribuídos aos diversos lugares que compõem a Metrópole Virtual. Questionaremos, se os jovens também vivem sua juventude (e a prática) neste espaço ou apenas a representa, não buscando a interação que é proporcionada pelo espaço virtual. A constituição dos espaços afetivos, de sentidos e de ressignificação percebidos no espaço virtual, permeado pelas diversas sociabilidades juvenis também estão presentes nesta seção.

O capítulo 5 intitulado “Práticas culturais da Juventude na Metrópole Virtual: um diálogo sobre espacialidade e identidade”, objetiva evidenciar narrativas e sociabilidades da Juventude M1L GR4U no ciberespaço e sua identificação com a Metrópole, através das seguintes categorias: imagem, imaginário, linguagem, cultura e memória. Focaremos, com mais afinco, na constituição dos itinerários juvenis e perceber como a adoção das linguagens proporcionam para que a juventude participe ativamente das práticas culturais na Metrópole Goianiense, de forma diversificada, buscando entretenimento, compartilhando experiências virtuais, intensificando suas experiências sociais nessa teia digital de comunicação.

Será retratado a linguagem humorística e os modos de significação/ressignificação geográfica influenciam na articulação com o lugar de alteridade e, conseqüentemente, com suas práticas culturais. Propomos a construção de um mapa mental, espécie de uma cartografia georreferencial, elencando os pontos discutidos ao longo do estudo, fazendo parte do escopo de análise de toda a construção deste trabalho.

Ao final do estudo, nas considerações finais, retomaremos os pressupostos e questionamentos e faremos apontamentos, visando proporcionar novos estudos acerca da Juventude M1L GR4U e de outros coletivos de jovens que já existem e possam surgir, elucidando a sua formação e constituição identitária. Esperamos que, esta pesquisa também sirva de referência para outras pesquisas sobre a juventude, uma vez que a premissa para elaboração desta tese teve como base os apontamentos elencados por Santos (2014). Assim, julgamos que novas contribuições podem surgir para o tema, visto que ser jovem e vivenciar a juventude, independe de faixa etária, mas sim do processo de identificação contida em cada sujeito.

Justificamos a ausência de um capítulo estritamente metodológico, pois entendemos que a análise semiótica perpassa todos os capítulos, sendo assim, a metodologia está compreendida em todos eles. A análise das imagens foi realizada de forma exaustiva, por isso, a parte teórica de coleta de dados foi colocada na introdução, contudo a análise do método estará presente ao longo desta pesquisa, sendo imprescindível para construção da cartografia da Juventude M1L GR4U, proposta no penúltimo capítulo.

A tese está estruturada nas seguintes vertentes teóricas: abordagem semiótica: Santaella (2007); Iasbeck (2008); Juventude: Cavalcanti (2013), Reguillo (2013), Santos (2014) e Turra Neto (2008, 2015); Cidade: Gomes (1994), Pesavento (2002); Dizer geográfico: Chaveiro (2015a, 2015b); Identidade sertaneja goianiense: Almeida (2008a, 2008b, 2019), Chaul (1999); Linguagem/Gêneros de discurso: Mikhail Bakhtin (1997, 2002, 2010, 2011, 2015, 2016); Linguagem humorística: Acselrad (2003), Chagas *et al.* (2017); Cultura: Bhabha (2010), Brandão (2009); Ciberespaço (e cibercultura): Lévy (2000) e Lemos (2013); Territorialidade: Haesbaert (2016); Espaço vivido: Dardel (2011) e Relph (1976); Representação social: Arriba (2002), Gomes (1994), Pesavento (2002) e Silva (2012).

Ressaltamos elementos fundamentais para compreender a Metrópole Goianiense, por meio dos itinerários juvenis, que perpassam pela linguagem humorística e pelas práticas culturais. Todo o conhecimento adquirido a partir deste estudo permitirá observarmos o ciberespaço como campo de atuação de práticas culturais. Portanto, o olhar geográfico se faz presente na leitura de mundo, pois é o encontro do sujeito na interação com o espaço. Neste sentido, o espaço vivido deve ser compreendido como um reflexo de apropriação da cidade, sendo um elemento dinâmico, cheio de signos e símbolos que devem ser lidos para o entendimento da formação e realidade no ciberespaço, por meio da espacialidade juvenil. O ato de percepção é cultural, um estender-se pelo mundo, elo entre o sujeito e o lugar, entre a juventude e a Metrópole Goianiense, seja ela real ou virtual.

2 A METRÓPOLE GOIANIENSE: DA SUA GÊNESE AO M1L GR4U

A proposta deste capítulo é realizar uma interpretação histórica da cidade de Goiânia até se formar uma grande metrópole brasileira. Este capítulo aborda também, o histórico da atuação juvenil e suas práticas no espaço urbano aos longos das décadas até o atual momento, em que a denominamos de Juventude M1L GR4U. Este capítulo, inicialmente, possui uma concepção teórica, por envolver aspectos históricos de criação e desenvolvimento da Metrópole Goianiense e dos sujeitos que a praticam. Os primeiros resultados da pesquisa com os jovens entrevistados serão refletidos, para que teoria e prática não se dissociem, mas que sejam um complemento da outra.

As cidades são constituídas, além de uma estrutura espacial, por sentidos diversos que os sujeitos dão ao vivido. Para Silva (2020, p. 229), “o vivido se cristaliza através da afetividade e da temporalidade”. Para a autora, a temporalidade em Goiânia está em constante construção, pois a cidade como o lugar de pertença “é o espaço em que tanto se sucede os locais como escoa dentro de nós o tempo” (SILVA, 2020, p. 229).

Percebemos que as imagens que retratam a cidade significam e são ressignificadas pelos jovens, que expressam suas práticas culturais e identitárias no espaço virtual. Apropriamos o conceito denominado por Lévy (2000), o ciberespaço, lugar de ressignificação dos sujeitos, onde se é possível ler a cidade e contextualizá-la pelos jovens, evidenciando novas perspectivas e afetividades com o vivido. Ao percorrermos tais imagens, permitimos imaginar nas diversas arquiteturas dispostas no ciberespaço da Metrópole Virtual, por isso, o viés geográfico se faz presente na leitura de mundo, pois é o encontro do sujeito na interação com o espaço.

Lévy (2000) declara que a potencialidade interativa do ciberespaço, devido à comunicação por mundos virtuais, implica na interação simultânea da imagem com a mensagem que se pretende passar neste modelo de comunicação. O discurso humorístico, adotado por muitos jovens no espaço virtual, pode ser visto enquanto reflexão sobre o cotidiano, estimulando o riso, seja como forma lúdica de expressar uma crítica social (ironia), seja na forma de expressar e reproduzir determinadas práticas culturais. As representações sócio-espaciais são percebidas na Metrópole Goianiense e, por isso, precisamos compreendê-la, da sua constituição ao M1L GR4U, evidenciadas pelos jovens e por sua espacialidade.

2.1 Formação da Metrópole Goianiense: entre imagens e representações

Fundada aos 24 dias do mês de outubro do ano de 1933, Goiânia é fruto do movimento denominado “Marcha para o Oeste”, em que se propunha ocupar os espaços em regiões interioranas do Brasil. Projetada pelo Engenheiro Attílio Corrêa Lima, a cidade é um exemplo de como esse processo ocorreu nas cidades planejadas brasileiras, a memória urbana vai se constituindo a medida, em que o tempo passa e das próprias experiências nele decorridas (SILVA, 2020). À medida que Goiânia foi crescendo, foram também recebendo elementos de outras culturas e sujeitos que viram na Nova Capital, a oportunidade de iniciarem “uma vida nova”.

Goiânia é atualmente a décima (10^a) capital mais populosa do Brasil, com 1.555.626 habitantes (IBGE, 2021). A Região Metropolitana de Goiânia (RMG) conta com aproximadamente 2,6 milhões de habitantes. Em meio ao crescimento desordenado, a cidade ainda possui traços e características interioranas, que podem ser percebidas nos mais diversos espaços da Metrópole. Rosa (2008) afirma que o processo de metropolização de Goiânia tem poucas décadas, por isso faz-se necessário conhecer o processo de constituição da cidade, que são determinantes para se compreender a atual realidade. Arrais (2016) salienta que a palavra metropolização vem da junção dos substantivos femininos “metrópole” e “ação”, fornecendo pistas sobre o processo do exercício de força sobre determinado território, influenciando as relações sociais e econômicas sobre este território, compreendido por uma rede hierárquica de cidades, ou seja, a realização de um processo maior que é a urbanização.

Oliveira (2011) informa que, o território goiano é formado de aglomerados urbanos, que se formavam em torno das minas de ouro e da economia mineradora. O autor ainda salienta que, antes mesmo da atividade extrativista do ouro, já ocorriam atividades de pecuária e agricultura no sertão brasileiro centro-oeste. Com a junção dessas atividades surgiram os primeiros arraiais, vilas e cidades, dessa forma “Goiás surge da relação desses pequenos indícios urbanos, com altos índices de ruralidade para depois, se ruralizar ainda mais e criar sua tradição rural” (OLIVEIRA, 2011, p. 11).

Gonçalves (2016) afirma que o processo de mineração é um dos elementos centrais, visando à formação social e econômica do território goiano. Para o autor, a mineração se concentra em três fases: o primeiro caracterizado pela exploração aurífera no século XVIII, no qual as atividades de mineração atendiam aos interesses mercantilistas de Portugal, constituindo-se um modelo urbano disperso e movido pela mobilidade espacial dos mineradores. Ainda, de acordo com o autor, houve um período em que a atividade de

mineração (do primeiro período) esteve em crise, devido ao modelo adotado na extração dos minérios (GONÇALVES, 2016).

O Estado de Goiás, conforme afirma Chaul (2011), ficou por muito tempo registrado sob o signo do atávico do ócio, do atraso e do isolamento. Convém destacar que Gonçalves (2016) contesta esta *tese da decadência*, proposta por Chaul (2011), centrada no fortalecimento de estagnação e pobreza de Goiás e sua existência geográfica e histórica. O autor afirma que, os minérios de subsolo permaneceram em repouso, até que novas condições históricas de desenvolvimento das forças produtivas permitissem extraí-los (GONÇALVES, 2016). Portanto,

[...] a exaustão do ouro de aluvião propiciou a emergência da pecuária, que se consolidou enquanto modelo de ocupação do território e influiu também nos símbolos da cultura goiana por meio da vida sertaneja. [...] Neste sentido, percebe-se que a mineração não desapareceu nesta fase. Com fase de apogeu e centralidade, ela é um contínuo na formação de Goiás (GONÇALVES, 2016, p. 57).

O que viria acontecer em Goiás foi à instalação da agricultura de subsistência e da criação de gado. Tão logo, o latifúndio ‘plantou’ suas raízes, em um processo de ruralização da sociedade e a fazenda goiana passou a compor o centro da ordenação territorial de Goiás (GONÇALVES, 2016). O Estado de Goiás só foi reinserido na economia nacional, de acordo com Oliveira (2011) mediante o fortalecimento de sua “vocação rural”, proporcionado pela sociedade hegemônica urbana e industrial do sudeste brasileiro.

Dessa forma, esse rural que se estabelece no território goiano na chegada do século XX, é carregado de uma ideologia capitalista urbana e industrial que proporcionou transforma es na economia, na política e na cultura do goiano daquele período. No bojo dessas transforma es veio a constru o de Goiânia que já era, em 1933, dotada de concep es que repensavam a rela o campo-cidade e meios de vida rural e urbano (OLIVEIRA, 2011, p. 11).

Salientamos, também, que a atividade mineradora foi retomada entre as décadas de 1960 e 1970, com a cria o e desenvolvimento da Metais de Goiás S.A (METAGO) e a implanta o dos primeiros projetos de minera o (GONÇALVES, 2016). O autor continua afirmando que a terceira fase (atual) do ciclo de minera o, tem-se início a partir da década de 1990, a partir do processo de privatiza o das empresas públicas de extra o de minérios, sendo baseada na elabora o de grandes projetos de extra o, através de políticas neoliberais, atendendo especificamente ao mercado capitalista.

As justificativas apresentadas, centradas numa tese governista e ideológica, à criação da cidade de Goiânia concentravam na falta de infraestrutura da antiga capital (Vila Boa de Goiás) e a emergência de uma nova cidade capaz de fomentar o desenvolvimento econômico. Nesse momento histórico e geográfico, os discursos oficiais foram pautados no planejamento urbano, pela antítese modernidade e arcaísmo (SILVA; CLEPS, 2018).

Para Arrais (2016) a mudança da capital respondeu a três demandas: uma estratégica geopolítica, consolidação do poder representado na figura do interventor de Goiás Pedro Ludovico Teixeira e recurso simbólico representativo de um Brasil integrado, preocupado com o interior. Pelá (2014) acrescenta que Goiânia, Brasília e Palmas são cidades que foram construídas e são geridas dentro da lógica mercadológica do espaço para o consumo. Para a autora, a cidade se torna a própria mercadoria e passa a ser o espaço, por excelência, da luta de classes.

Portanto, para alcançar essa estratégia, Pelá (2014) destaca algumas táticas governistas utilizadas, a saber: a) a inteligência urbanista que ilusoriamente camufla o caráter de controle destas cidades; b) o discurso ideológico que garante a imagem ilusória de cidades-sujeitos e ordeiras; a inteligência urbanística que, a partir da proposta de racionalidade e funcionalidade, garante os espaços segregacionistas e fragmentados na cidade; c) o ufanismo em torno da necessidade de modernização e integração; enfim, uma conjunção de ações políticas, econômicas e socioculturais para garantir este processo (PELÁ, 2014).

Em uma visão crítica deste processo de transferência da capital de Goiás, Arrais (2016) salienta que Goiânia marcou a redenção de um projeto regional, o de ascensão de forças dominantes do Sul Goiano, amparado pelo discurso de integração nacional da “Marcha para o Oeste”, nascendo uma nova cidade compreendida como moderna, porém instalada em um território de tradição rural.

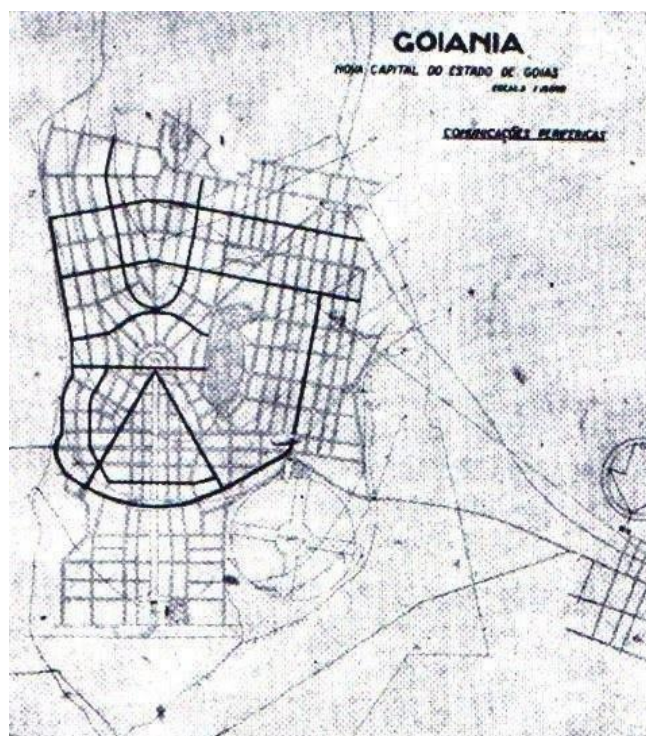
A equipe de Pedro Ludovico Teixeira define, em 1933, os arredores do povoado do Município de Campininha das Flores (atual bairro de Campinas) local ideal para situar a nova capital. Para Chaul (1999), esta região apresentava-se na parte mais povoada do Estado de Goiás, “bem como possuía ótimas terras e topografia apropriada para a edificação de uma nova e moderna capital” (CHAUL, 1999, p. 73).

Pelá (2014) elucida que Goiânia é criada no período caracterizado pela modernização, industrialização do território brasileiro, ou seja, foi fundada na fase do nacionalismo-desenvolvimentismo, materializada pela expansão do modo de produção capitalista via modernização do território. A autora salienta que, o espaço urbano de Goiânia revela mais que um lugar onde se manifestam as relações humanas, se transforma em território

constantemente disputados pelas classes sociais. Tais territorialidades misturam a estrutura deste espaço, constituindo elementos sociais que se cristalizam no tempo e no espaço (PELÁ, 2014).

O então interventor, Pedro Ludovico Teixeira, delega o projeto do novo núcleo urbano ao arquiteto, urbanista e paisagista ítalo-brasileiro Attílio Corrêa Lima. A Praça Cívica¹⁰, marco zero da cidade e centro político da capital, é ponto de convergência das principais avenidas da cidade. Vaz (2002, p. 68) afirma que “um caráter artístico e monumental é planejado para as avenidas Araguaia, Tocantins e Pedro Ludovico (denominação depois alterada para Av. Goiás)”. Rosa (2008) reitera que a cidade foi idealizada na teoria urbanística barroca e planejada para até 50 mil habitantes, tendo divididos o centro cívico, administrativo e comercial e dos setores habitacional e industrial, conforme estabelecido na figura a seguir:

Figura 1 – Esboço do projeto de Goiânia elaborado por Attílio Corrêa Lima, em 1933



Fonte: Manso, 2001.

Pelá (2014) afirma que as edificações de Goiânia, Brasília e Palmas estão intrinsecamente relacionadas com a transformação, em um tempo histórico curto e denso, do bioma Cerrado em território, uma vez as táticas governistas centralizaram no processo de ideologização em torno das cidades planejadas, mais uma das formas de concretizar o

¹⁰ Atualmente denominada de Praça Doutor Pedro Ludovico Teixeira, centro administrativo do governo estadual.

processo de modernização e urbanização das cidades, especialmente em Goiânia. Outras estratégias foram à possibilidade de controle socioterritorial do Estado sobre a classe trabalhadora e a substituição à época da oligarquia rural-agrária para a urbano-rural (PELÁ, 2014). Esta narrativa implantada contrastava com o contexto sociocultural em que Goiânia foi concebida, sendo o Estado de Goiás um Estado de economia e cultura tradicionalmente rurais.

Por este motivo é que as construções de Goiânia, Brasília e Palmas em terras cerradeiras terão que simbolizar os novos tempos, mais precisamente o **tempo rápido** que deverá tomar conta de parte do Cerrado. É exatamente nas auras desse novo tempo que se dá a transformação do Cerrado – de bioma para território –, bem como germina um novo espaço no país: o espaço moderno (PELÁ, 2014, p. 35, grifo da autora).

Tais características são evidenciadas em muitos panfletos distribuídos, numa tentativa de atrair pessoas à nova cidade, Goiânia. A figura 2 ilustra como eram os primeiros panfletos produzidos para divulgar a jovem Goiânia, destacando os modernos padrões de urbanismo da época (1930-1940). A figura demonstra como o signo da modernidade estava integrado à narrativa da criação de Goiânia, seguindo princípios estabelecidos pela “Marcha para o Oeste”, reforçando aspirações nacionais de inclusão de regiões, ainda isoladas, do desenvolvimento capitalista.

Figura 2 – Cartaz de divulgação da criação de Goiânia

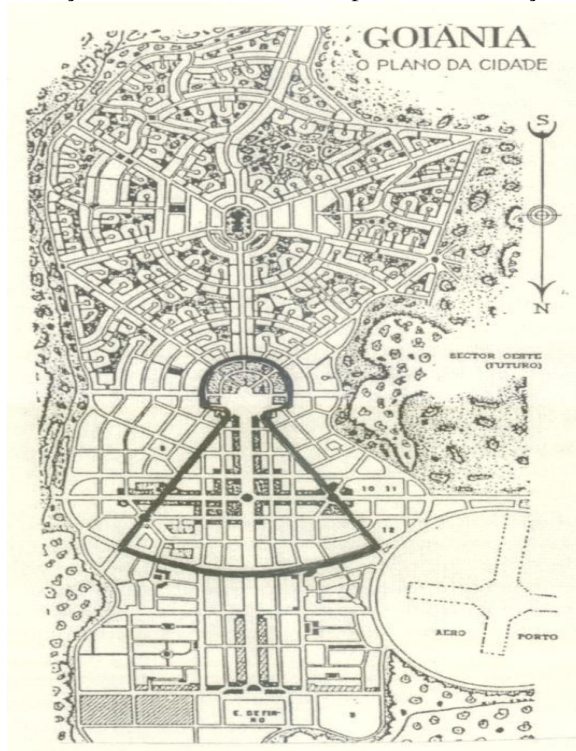


Fonte: Manso, 2001, p. 15.

Para Arrais (2016) a lógica de construção de Goiânia estava calcada no planejamento, para que se evitassem os problemas da antiga capital. A topografia plana, que fora elemento fundamental na escolha do lugar para erguer a cidade, dava a tônica de como Goiânia deveria ser. Goiânia teve sua construção marcada pelo rural presente em sua concepção urbanística e cidade-jardim, com calçadas e avenidas largas para abrigarem carros que ainda não existiam na nova capital (OLIVEIRA, 2011; ARRAIS, 2016).

Na história de Goiânia, as imagens assumem características observadas na constituição de outras cidades, nos traços demasiadamente unidimensionais sobre o urbano e a natureza de sua memória (LOPES, 2018). Neste discurso, o desenho urbano assume a função de leitura da cidade, onde “ler a cidade consiste não em reproduzir o visível, mas torná-la visível” (GOMES, 1994, p. 34). Bernardes (1998) e Mello (2006) afirmam que, no projeto elaborado por de Attílio Corrêa Lima, não havia qualquer relação do traçado urbano de Goiânia, com alusão às imagens do mundo religioso. O traçado central englobando a Praça Cívica e as avenidas Tocantins, Araguaia e Paranaíba, incorporou no imaginário dos moradores a representação de Nossa Senhora Aparecida, permitindo reforçar a religiosidade.

Figura 3 – A representação de Nossa Senhora Aparecida no traçado urbano de Goiânia



Fonte: Mello, 2006, p. 50.

De acordo com Mello (2006, p. 51), “a similaridade com a figura da santa é favorecida pelo “*pate d’oie*” ou “pé de pato”, nome dado ao recurso de desenho urbano que faz convergir

três avenidas para um centro comum”. Bernardes (1998) reitera que, a associação à imagem de Nossa Senhora se fundamenta pela religiosidade (fé católica), enraizadas na história de Goiás. O elemento religioso e o aspecto rural dos primeiros moradores de Goiânia reforçaram os imaginários dos sujeitos na percepção do traçado urbano da cidade. Esse imaginário da cidade permanece até os dias atuais para os habitantes. Bernardes (1998) e Mello (2006), afirmam que este imaginário não se desfez durante os anos, pois foi reforçado simbolicamente pelos órgãos governamentais.

Pesavento (2002) elucida que o nascimento da cidade chega de forma mítica aos sujeitos, com apoio ao texto sagrado e na imagem que ele inspira. Portanto, observando a imagem da planta da cidade de Goiânia e seu significado aos moradores é o imaginário da cidade, sendo este um sistema simbólico onde se percebe e se atribui significado à imagem observada. A figura de Nossa Senhora Aparecida, é uma construção imaginada que depende da leitura dos sujeitos, dos conceitos e valores vigentes numa dada sociedade (MENESES, 1996).

Os moradores imaginam a cidade influenciados, ou não, por representações midiáticas. Para Arriba (2002), as representações de uma cidade são percebidas, produzidas e transmitidas pelos sujeitos de variadas formas. Muitas das características elencadas acima ainda são transmitidas e repassadas pelos meios de comunicação¹¹, nas quais integram e articulam características urbanas, valores, crenças e vigoram entre os sujeitos e impõem uma identidade ligada às características marcantes do lugar.

Fortuna e Peixoto (2002) salientam que essas representações podem assumir a forma de estereótipos, revelando algo acerca das identidades urbanas, determinando as características de uma cidade. Os próprios moradores que significam e ressignificam a cidade em que habitam. São adjetivos que pairam no imaginário dos moradores da cidade e reforçam a ideia do lugar como espaço vivido. A cidade, então, é organizada de forma simbólica além da sua dimensão material.

Goiânia, enfim, é concebida como cidade moderna e planejada, tendo sua imagem atrelada ao progresso, ao desenvolvimento econômico, social e cultural e ao seu pertencimento à nação brasileira (CAVALCANTI, 2001; OLIVEIRA, 2003), “erigida nas brisas do populismo e do discurso ideológico da preeminência do desenvolvimento, do novo e

¹¹ Sistema constituído por elementos físicos em que ocorre a transmissão de mensagens” (TEMER; NERY, 2009, p. 9).

do moderno, representação da materialização urbana e urbanística deste projeto desenvolvimentista e de integração do território” (PELÁ, 2014, p. 35).

O projeto inicial de Goiânia, como salienta Oliveira (2011), era integrar as áreas rurais que circundava o núcleo urbano, como alternativa para trabalhadores e trabalhadoras rurais que chegariam à nova capital, porém esse projeto foi-se desintegrando, à medida que a mecanização do campo, aliada à grilagem de terras fazem como única alternativa dessas pessoas virem para Goiânia em busca de oportunidades tão propagadas nas propagandas governamentais (OLIVEIRA, 2011).

Podemos dizer que Goiânia se constituiu em um **ambicioso patrimônio**, pois, por trás das formas urbanas, além da perspectiva religiosa que encerravam, existia uma estratégia de valorização de terras por parte dos fazendeiros doadores. [...] Goiânia se instalou a partir de dois processos básicos: doação e venda de terras para construir o sítio da nova capital (ARRAIS, 2016, p. 121, grifos do autor).

Em 1935, dois anos antes de oficializada Capital do Estado, a Companhia Coimbra Bueno é contratada para assumir a direção de obras da cidade. O urbanista Armando Augusto de Godoy foi contratado como consultor técnico. Dentre as ações propostas pelo o urbanista, tendo em vista a revisão do projeto inicial de Attílio Corrêa Lima, foram a concentração dos principais edifícios governamentais, alterações no zoneamento comercial, criação da zona universitária (ainda que realocada, em relação à ideia inicial de Godoy), além de novas soluções voltadas para o uso residencial no Setor Oeste e Setor Sul (CORDEIRO, 1989; MANSO, 2001).

O Parque Lago das Rosas, localizado no Setor Oeste, inaugurado em 1941, se transforma em uma das primeiras áreas de lazer da população goianiense, em especial, da juventude da época. Nas primeiras duas décadas da fundação de Goiânia, o parque era o local de encontro e diversão da população, principalmente dos jovens, onde havia a possibilidade de nadar nos lagos. Outra atração do Parque era o trampolim feito em *Art Déco*¹², atualmente tombado como patrimônio histórico. As imagens a seguir, nos permitem observar a cidade de Goiânia em seus primeiros anos de fundação, e um dos locais de lazer dos moradores, que ainda continua sendo lugar de encontro e história da cidade:

¹² Estilo artístico que surgiu na Europa na década de 1920 e influenciou as artes, moda, arquitetura etc. Entre as suas características estão o uso de formas geométricas, ornamentos e design abstrato (GOIÂNIA, 2021).

Figura 4 – Lago das Rosas, pelos idos da década de 1940



Fonte: Rocha, 2009.

O batismo cultural da cidade ocorreu oficialmente em 5 de julho de 1942. Neste período, o desenvolvimento urbano de Goiânia caminhava a passos lentos. Para Oliveira (2003), os primeiros moradores da cidade relatavam a ausência de infraestrutura urbana, que fazia de Goiânia ser “bem longe de uma cidade moderna e cosmopolita e bem próxima dos valores provincianos das pequenas cidades” (OLIVEIRA, 2003, p. 22).

Entre os primeiros bairros da capital goiana, Guimarães (2016), reitera que o Setor Sul, em especial, é a principal referência morfológicamente contrastante em relação ao plano do engenheiro fundador, Attílio Corrêa Lima. Durante a sua ocupação, iniciada a partir da década de 1940, a lógica executada foi totalmente ao contrário. Até a década de 1950, o projeto da cidade não se desfigurou do plano inicial proposto por Attílio Corrêa Lima e Armando de Godoy, com exceção de ocupações ao leste da cidade, que fora destinada à moradia provisória de operários, que futuramente foram regularizadas (GUIMARÃES, 2016). Apesar de assumir posturas radiais como no Setor Central (na verdade, uma solução difundida em toda a malha urbana no decorrer da expansão da cidade), o seu traçado orgânico composto por *cul-de-sacs* (becos sem saída) e novas propostas para ocupações edílicas mudaram de forma marcante o tecido urbano da cidade (GUIMARÃES, 2016).

Podemos observar na figura 5 a seguir, o projeto do Setor Sul, inspirado no projeto de “cidades-jardins” do urbanista inglês Ebenezer Howard. O bairro, criado para que as pessoas pudessem andar a pé, ou seja, uma rede pública conectada entre jardins e moradias. Dessa forma, teriam passagens apenas para pedestres e nos fundos estaria o acesso para carros, onde as garagens deveriam ser construídas.

Figura 5 – Planta do Setor Sul, planejada Armando de Godoy¹³



Fonte: Reprodução Instagram, Aproveite a cidade, 2020.

Percebemos, na imagem, que a planta original do bairro foi pensada visando à integração dos jardins com as construções urbanas. Lemos esta imagem, retratada pela organização do espaço urbano, aspecto esse que fora primordial nos primeiros traçados urbanos da Cidade de Goiânia. Há um modo de ler o espaço pela existência que, para Chaveiro, Gonçalves e Borges (2019), evidenciam aspectos geográficos de que um território somente tem sentido aos sujeitos, mediante apropriação do espaço, pelas relações sociais e existenciais e sentido. Portanto, as práticas temporalizam o espaço. Eis uma imagem de um lugar que ‘viria a ser’ um bairro, porém sua existência só seria de fato percebida, quando os primeiros moradores exercessem suas práticas sociais e culturais neste espaço.

Neste sentido, como acrescenta Lynch (1999), a relação do sujeito no espaço é resultado de um processo bilateral entre o observador e o objeto observado. É um discurso e uma imagem que chegam como representação da criação humana (PESAVENTO, 2002). A

¹³ APROVEITE a Cidade. **Planta do Setor Sul, planejada Armando de Godoy**. Goiânia, 24 jul. 2020. Instagram: Aproveite a Cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CDB2neQF9F8/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

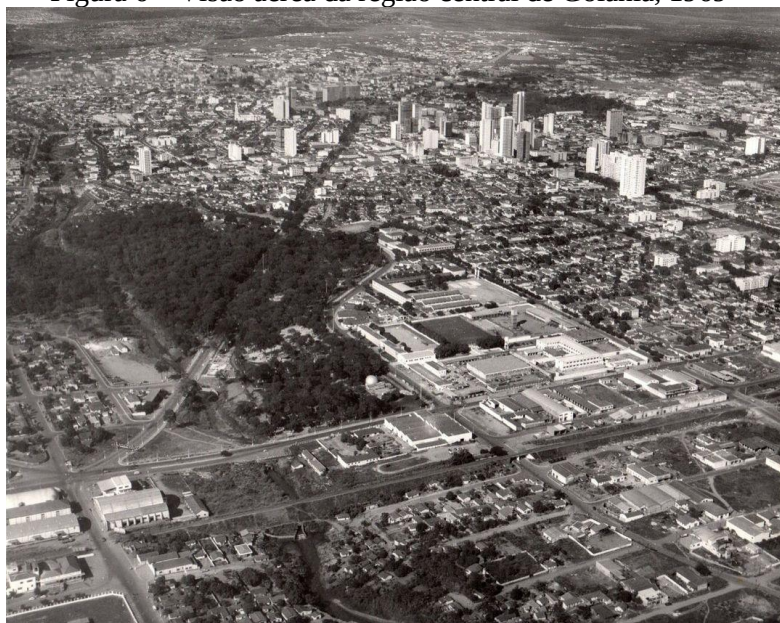
cidade se torna tema de reflexão e objeto de estudo do imaginário social, surgindo à figura do *flâneur*, que seleciona, organiza e dota de sentido e de valores aquilo que vê. Passeia por toda a cidade, por meio do olhar das imagens, sendo lidas entre diferentes observadores. O *flâneur*, definido por Benjamim (2009), observa a cidade por sua fisionomia promovendo uma leitura abrangente dos seus traços mais característicos. Nesta perspectiva, podemos ler e perceber que o espaço urbano do Setor Sul é composto por inúmeras ruas sem saída. Essa é uma forma marcante do lugar e que o mais caracteriza.

Ainda na década de 1950 a cidade já tinha chegado à marca de 50 mil habitantes e o planejamento inicial proposto logo se mostrou incipiente. Desde então, houve uma grande explosão demográfica ocasionada pela construção de Brasília (1960), e pelo movimento de migração de povos de outras regiões buscando oportunidades na nova Capital. Rosa (2008) elucida que após as políticas desenvolvimentistas promovidas pelos governos Vargas (1951-1954) e de Juscelino Kubitschek (1956-1961), determinaram a interiorização dos recursos, que até então, eram direcionados às grandes cidades.

A Construção de Brasília incrementou no aumento de infraestrutura rodoviária, bem como o investimento em energia elétrica com a criação da Usina Rochedo (em 1955) e Cachoeira Dourada (1959). Outro aspecto elencado pela autora é a criação da Universidade Federal de Goiás (1960) e no desenvolvimento agropecuário do estado. O rápido desenvolvimento ocorrido nos anos 1950 e 1960 ocasionaram um crescimento desordenado da cidade.

Para Arrais (2016) à medida que a população de Goiânia crescia, demonstrava não ser diferente da concepção de outras cidades brasileiras, no ponto de vista da expansão urbana. Pelá (2014) informa que o caráter urbano do projeto de modernização do território brasileiro, e consequentemente, de ocupação do Cerrado, coincidem com o período das construções de Goiânia e Brasília. A autora ainda afirma que tais fluxos populacionais são evidenciados entre as décadas de 1940 a 1960, na porção Centro-Oeste do Cerrado (PELÁ, 2014). Nota-se nesta imagem aérea (figura 6), o rápido desenvolvimento da cidade que, em 1969 já possuía cerca de 300 mil habitantes. Goiânia já excedia os limites territoriais planejados por Attílio Correia Lima e outras regiões da cidade já estavam sendo ocupadas, desfazendo, por completo, o projeto de cidade-jardim proposto inicialmente.

Figura 6 – Visão aérea da região central de Goiânia, 1969¹⁴



Fonte: Reprodução Instagram, Aproveite a cidade, 2020. Autoria: Hélio Oliveira.

Na fotografia retratada podemos notar os dois eixos principais da cidade: as avenidas Goiás e Araguaia, com seus traçados preservados, porém notamos que o avanço da cidade de forma desordenada, trouxeram algumas consequências, principalmente no que tange a falta de preservação com o meio ambiente, como pode ser visto na imagem, loteamentos às margens do Córrego Botafogo. Entre as décadas de 1970 e 1980, Goiânia teve um crescimento populacional em mais de 50% (ROSA, 2008).

Com o crescimento vertiginoso da cidade, o município de Campininha das Flores se transformou em bairro da Capital e iniciou o processo de Conurbação com outras cidades, formando um conglomerado metropolitano. Borges (2017), afirma que com a implementação do Sistema Integrado de Transporte Urbano (TRANSURB), possibilitou a conexão das cidades circunvizinhas à capital. Em 1980 foi instituído o Aglomerado Urbano de Goiânia (AGLURG)¹⁵, contendo dez municípios.

A Lei Complementar nº 27/1999, criou a Região Metropolitana de Goiânia (RMG), ou “Grande Goiânia”, contendo onze municípios, a saber: Goiânia, Aparecida de Goiânia, Abadia de Goiás, Aragoiânia, Goianápolis, Goianira, Hidrolândia, Nerópolis, Santo Antônio de Goiás, Senador Canedo e Trindade. Também foi criada a Região de Desenvolvimento Integrado de Goiânia (RDIG), contemplando os municípios de Bela Vista de Goiás,

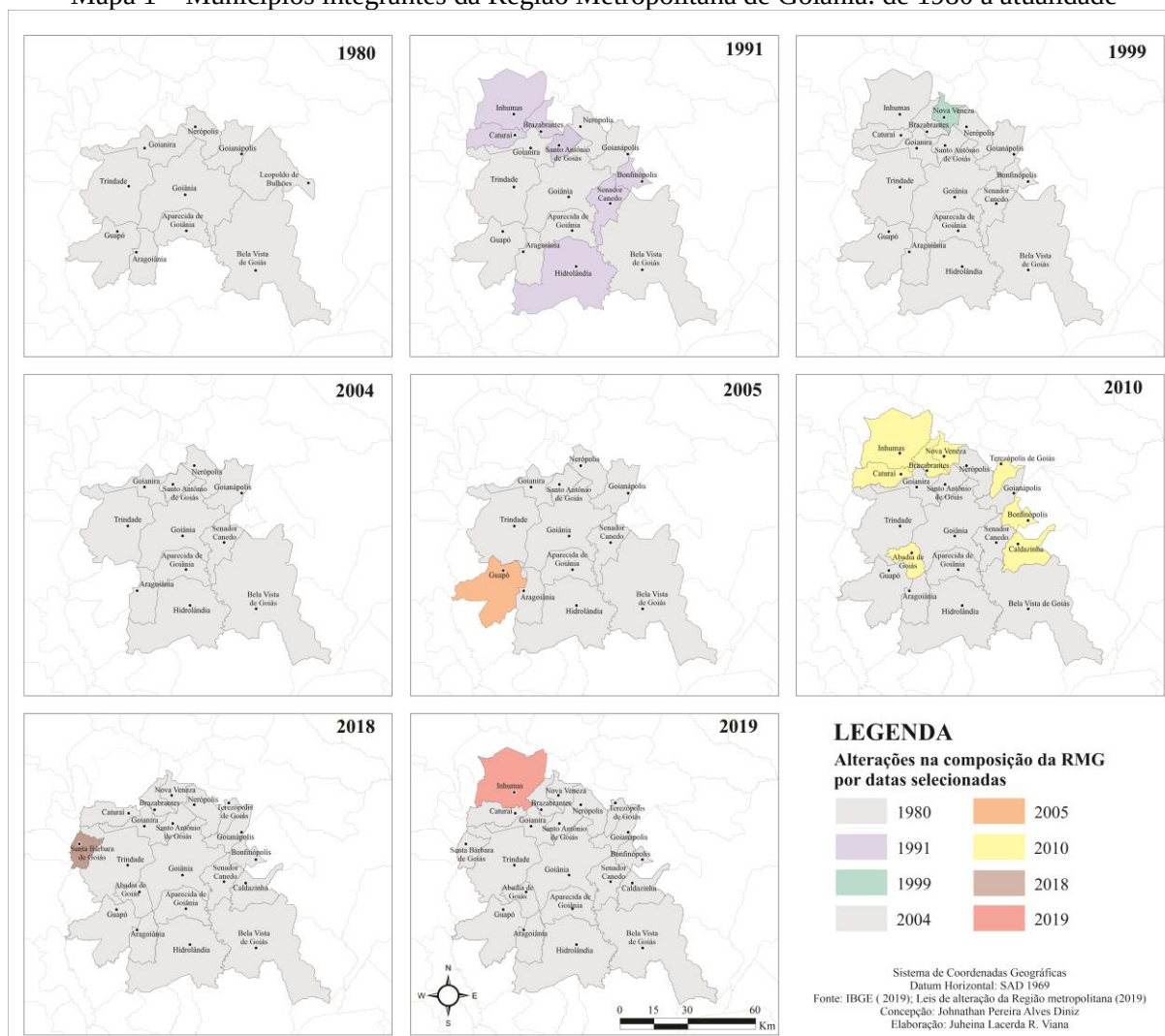
¹⁴ APROVEITE a Cidade. **Visão aérea da região central de Goiânia, 1969**. Goiânia, 23 out. 2020. Instagram: Aproveite a Cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGtE7TiF8H7/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

¹⁵ De acordo com Borges (2017), a AGLURG foi instituída pela Lei Estadual nº 8.956/1980 e passaram por diversas alterações até a formação da Região Metropolitana de Goiânia (RMG), em 1999.

Bonfinópolis, Brazabrantes, Caturai, Inhumas, Nova Veneza e Terezópolis de Goiás (BORGES, 2017).

A Lei Complementar nº 78/2010 unificou a RDIG na RMG, acrescentando também, os municípios de Guapó e Caldazinha, totalizando vinte (20) municípios. Nos anos seguintes (2018 e 2019) a RMG sofreria novas alterações, com a saída do Município de Inhumas e a entrada do Município de Santa Bárbara, em 2018. E a reintegração do Município de Inhumas à RMG em 2019. Portanto, a Região Metropolitana, conta com vinte e um (21) municípios integrados à Metrópole Goianiense. O mapa a seguir, mostra as principais alterações da Metrópole Goianiense, desde sua concepção (em 1980), até a atualidade.

Mapa 1 – Municípios integrantes da Região Metropolitana de Goiânia: de 1980 a atualidade



Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

A cidade cresceu se uniu a outras cidades ao seu entorno e tornou-se Metrópole. Consideramos que a cidade é um “ambiente construído” (GOMES, 1994) pela força dos

sujeitos sendo, ainda, um dos espaços onde se instauram relações econômicas, sociais e culturais entre o sujeito e seu próximo e/ou entre o sujeito e a própria cidade. O processo de metropolização de Goiânia teve papel fundamental no processo de urbanização do Estado de Goiás. Estima-se que 1/3 (um terço) da população do Estado de Goiás viva na Metrópole Goianiense (OLIVEIRA, 2011).

Desta forma, Chaveiro (2011) salienta que Goiânia é uma metrópole em travessia, onde se abarcam diversas tramas, paisagens, linguagens e mensagens, numa profusão entre o antigo e o atual, o velho e o moderno. Apesar de ser Metrópole, seu aspecto ligado à cultura sertaneja, continuam presentes nas imagens, nas memórias da cidade e na percepção de seus moradores. Oliveira (2011) salienta que, os espaços rurais que se manifestam na malha urbana de Goiânia transformam a divisão campo-cidade em “territórios entrelaçados”, no qual a cidade se apresenta nos espaços que expressam tempos e sujeitos distintos “sobrepostos” no espaço do presente. Tais espaços estão sobrepostos em múltiplas dimensões temporais e espaciais.

Para Arrais (1999), discursos e imagens sempre estiveram presentes na constituição urbanística de Goiânia, mesmo antes da sua efetiva edificação. O autor complementa que tais discursos buscam criar uma imagem positiva da cidade, ligada sempre a uma determinada gestão governamental. Alguns destes adjetivos qualificam características da Metrópole Goianiense e povoam o imaginário dos seus moradores. Muitos elementos identificaram (e ainda identificam) Goiânia durante décadas, tais como: “a Cidade das flores”; “a Cidade verde”; “a Cidade dos Parques”; “a Capital do Sertanejo” e; “Capital do Cerrado”. Também existem características que adjetivam os moradores da cidade (os goianienses), como por exemplo: “povo hospitaleiro e acolhedor”, “a Capital das pessoas mais bonitas”, entre outros.

Arrais (1999) dedica a aprofundar em dois adjetivos de Goiânia como a capital ecologicamente correta e a cidade das flores. O autor enfatiza que tais *slogans* nada mais são que estratégias de marketing para cristalizar e divulgar uma imagem positiva da cidade, pois se assim o fosse, a cidade não seria tomada de condomínios fechados que criam o ambiente de uma cidade dentro de outra cidade, proporcionando uma (falsa) liberdade vigiada. Como os governos se usam dos recursos e práticas de *marketing*, eles “vendem” uma ideia que precisa ser comprada pelos moradores do lugar.

Figura 7 – Goiânia, a Capital Verde do Brasil¹⁶



Fonte: Prefeitura de Goiânia, 2022.

A imagem posta na figura 7 mostra como a Prefeitura de Goiânia ainda repercute tais adjetivos e como eles estão presentes nas imagens que retratam a cidade. Quando se realiza uma rápida busca de imagens no *Google* sobre Goiânia, nota-se que muitas delas ainda vendem a concepção de cidade-jardim, uma integração entre o verde e o concreto retratando, porém, áreas nobres e centralizadas da cidade. As regiões periféricas e cidades da região metropolitana pouco aparecem ou mesmo são esquecidas como parte da paisagem da Metrópole.

Estudo divulgado, em 2012, pelo Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (ONU-Habitat) colocou Goiânia no topo do ranking das cidades mais desiguais da América Latina (ASSIS, 2012). Essa informação contrasta com os títulos de capital mais arborizada, visto que isso é sinônimo de qualidade de vida aos seus moradores. Pelá (2014) apresenta o termo ‘sujeitos não desejados’ ao se referir aos trabalhadores e construtores da cidade de Goiânia que, apesar de representar o maior contingente de habitantes da cidade, não havia sequer um espaço destinado a eles residirem. E, ainda hoje percebemos que a Metrópole Goianiense que é representada nas imagens e nos discursos se destoa da Metrópole vivida para quem habita as regiões periféricas da cidade.

Arrais (1999) observa que, tais discursos evocam uma imagem construída com fragmentos da cidade, deixando de lado regiões menos agradáveis da cidade. Dessa forma, é como essas imagens se tornassem parte do todo e elas são constituídas por múltiplos discursos e olhares, muitas vezes reproduzidas pelos moradores da cidade, na tentativa de fugir de

¹⁶ GOIÂNIA. Prefeitura de Goiânia. **Goiânia**: capital verde do brasil. Capital verde do Brasil. 2019. Disponível em: <https://www.goiania.go.gov.br/sobre-goiania/>. Acesso em: 26 maio 2022.

estereótipos e renegar o passado e a herança cultural. Oliveira (2011) salienta que, a imagem de cidade moderna nada mais é do que um conjunto de “auto-imagens” de uma sociedade hegemônica e capitalista, impressas num discurso de falsa modernidade.

O sujeito da Metrópole Goianiense é marcado por traços culturais da vida sertaneja, tanto na literatura, na música, na culinária, nas vestes e no jeito de se comunicar. Almeida (2019) ressalta que essa herança cultural permeia a relação com o território, sendo uma identidade territorial do sertanejo, indispensável na manutenção da biodiversidade e do horizonte de vida do sertão brasileiro.

Tal identidade cultural se firmou por meio da concepção do espaço vivido da cidade, tão apreciados por todos os signos e símbolos que traduzem este sentimento. Embora inseridos na contemporaneidade, marcada especialmente pelo uso das tecnologias da comunicação e informação (TIC's), os sujeitos da Metrópole preservam, ainda, traços originais de um passado não muito distante. Chaul (2011) define este sentimento de "goianidade" que, para o autor, abrange um período em que se procura mesclar o "velho" e o "novo", fundir o "antigo" e o "moderno", envolver o rural e o urbano e confluir o "atraso" e o "progresso" pelos caminhos da história.

Ao mencionar goianidade, o autor compreende o sentido cultural do sertão, do Cerrado, isto é, a identidade cultural do Goiano (CHAUL, 2011). Os signos culturais impressos na identidade cultural são essenciais para a compreensão à espacialidade, construída pelos sujeitos que vivenciam cotidianamente essa Metrópole Goianiense, percebida por várias imagens e linguagens. Almeida (2008a) salienta que, as relações simbólicas com o território são possíveis, mediante representações das coisas do mundo real e nestas representações os tempos se misturam e se impõem. A autora conclui que, a cultura enquanto dimensão de operações simbólicas adere às paisagens e a constrói, mediante vivências e significações.

Portanto, percebemos que a cultura sertaneja permeia a construção de Goiânia e a identidade cultural do goianiense. “O conflito entre o urbano e o rural na constituição de Goiânia, deixou marcas socioespaciais que se expressam nas práticas sociais de seus sujeitos e no espaço da cidade. Goiânia é a coexistência do tempo rápido e do tempo lento dos espaços urbanos e rurais de seus sujeitos” (OLIVEIRA, 2011, p. 70-71). Observaremos, com mais afinco, como este conflito do urbano e rurais presentes no cotidiano da Metrópole Goianiense, estão expressos nas imagens e nas linguagens e, conseqüentemente, na aproximação com a juventude que pratica e identifica no espaço virtual.

2.2 A Metrópole Goianiense - Da sua constituição à Juventude M1L GR4U

Quando falamos (e pensamos) em cidade, a percebemos em sua forma concreta, com seus espaços projetados, delimitados e as ruas construídas, porém, as representações do urbano são produzidas e difundidas no campo simbólico por sujeitos sociais concretos como os arquitetos, os cronistas e os literatos (PESAVENTO, 2002). A cidade se torna imaginada, novamente povoada pelos sujeitos que a habita. A cidade de Goiânia se encontra no contexto das cidades novas, uma cidade jovem que ainda está formando suas próprias memórias, transitando entre a visão de mundo dos seus agentes criadores e moradores e os aspectos de uma grande metrópole, moderna e digital, que ambas se convergem na construção do espaço de seus habitantes, reforçando um diálogo entre imagens e imaginários.

Cavalcanti (2015) salienta que a cidade é um espaço bastante complexo, de produção social, no qual o cotidiano dos sujeitos e dos grupos sociais é vivido pela mediação dos lugares e territórios, instituídos pelos processos de produção social, configurando as paisagens. A autora conclui que, este espaço contraditoriamente agrega os sujeitos, os separa em processos dessa produção social (CAVALCANTI, 2015). Assim, temos a Metrópole Goianiense, resultado da produção social dos sujeitos que a habitam, permeada por imagens, sentidos e imaginários.

Figura 8 – Visão área panorâmica da Região Central de Goiânia, com ênfase ao Setor Oeste¹⁷



Fonte: Reprodução Instagram. Aproveite a cidade, 2019.

¹⁷ APROVEITE a Cidade. **Visão área panorâmica da Região Central de Goiânia, com ênfase ao Setor Oeste.** Goiânia, 09 ago. 2019. Instagram: Aproveite a Cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B08fAqdFakL/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

A Metrópole Goianiense é permeada pelos vários discursos e visões. A narrativa goianiense abre espaço para uma nova escrita e leitura da cidade, verificando na paisagem urbana da Metrópole como suporte espacial dinâmico, em um processo de constante mutação física e cultural, potencializando, portanto, a apreensão dicotômica inserida no recorte temporal (GUIMARÃES, 2016). As imagens assumem, na história de Goiânia, características observadas na constituição de outras cidades, nos traços demasiadamente unidimensionais sobre o urbano e a natureza de sua memória.

Chaveiro (2007) salienta que a cidade é um fenômeno social, político, econômico e cultural, haja vista nos processos que nela se desenvolvem. O autor ainda complementa que Goiânia surge como um espaço de travessias sociais e paisagens cindidas, uma vez que existem dois movimentos: a objetividade dinâmica social, que estrutura o comportamento dos sujeitos sociais e a subjetividade de cada sujeito e as dinâmicas de grupos sociais que intenciam práticas no espaço urbano, tendo a cidade como parte integrante deste sujeito. Percebemos que a Metrópole Goianiense, apesar de jovem (no contexto das cidades), já possui sua história escrita e permeada pelos sujeitos que a habita.

Figura 9 – A história da cidade escrita na arquitetura: mureta do Lago das Rosas, Setor Oeste – Goiânia¹⁸



Fonte: Reprodução Instagram, Aproveite a cidade, 2020.

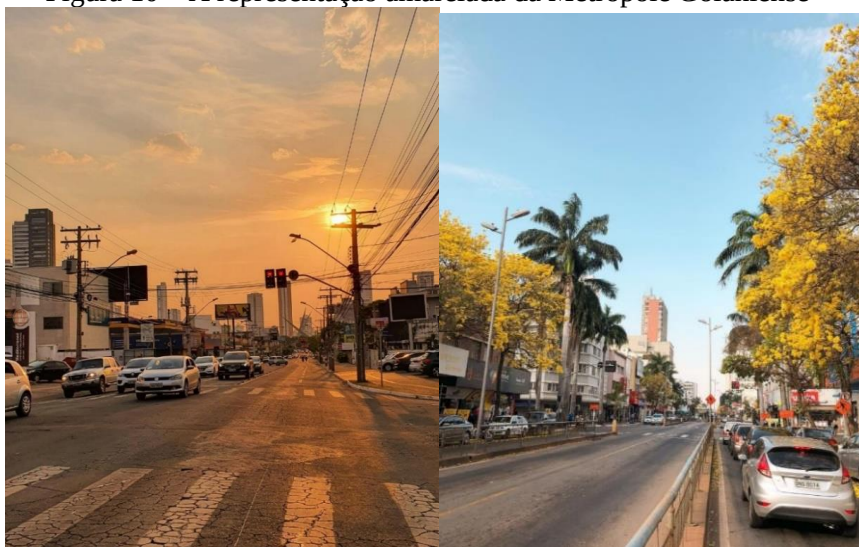
¹⁸ APROVEITE a Cidade. **A história da cidade escrita na arquitetura:** mureta do Lago das Rosas, Setor Oeste – Goiânia. Goiânia, 19 set. 2020. Instagram: Aproveite a Cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CFUj9nDFJTr/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

A imagem reforça que a constituição de Goiânia, se dá pelo movimento artístico e arquitetônico denominado *Art Déco* característicos da década de 1930. A constituição da cidade, na imagem, é percebida em relação aos monumentos. A mureta do Lago das Rosas é reflexo do período da formação de Goiânia. Para Santaella (2017) a relação entre a imagem e seu contexto verbal é algo íntimo do sujeito e podendo conter variações. Portanto, esse contexto imagético é abarcado por uma linguagem verbal. As imagens atribuem sentidos e significados para cada sujeito que se relaciona com ela. O Lago das Rosas tem sua história marcada pelos primeiros habitantes da cidade (como o lugar de encontro e lazer), mas também, hoje pode assumir outros sentidos e significados, podendo ser lida e interpretada de outras formas (como um mero cartão-postal da cidade).

A Metrópole Goianiense possui cores, sabores e sons que a identificam e formam a sua essência. Silva (2020) afirma que a cidade é um lugar afetivo, articulados às escalas subjetivas tem-se a casa, o bairro ou setor e a cidade “como o conjunto de lugares que frequentamos e cujas paisagens convertem-se em imagens especializadas que farão parte tanto da memória, como do imaginário social” (SILVA, 2020, p. 229). A autora reitera que Goiânia nasceu do sertão, mas com grã-finos planos importados, se fez metrópole moderna, com sociedade moderna, pós-moderna e contemporânea, mas o mundo ainda não a viu. Chaveiro (2007) salienta que, a construção de Goiânia resultou de um discurso moderno, constituído numa trama política oligárquica local aliada à ditadura nacional do Estado Novo. Dessa forma, segundo o autor, a cidade foi projetada sob os traços da tradição monárquica, constituída num imaginário de uma nação que buscava originalidade em um sertão, denominado à época como “vazio geográfico sedento de história” (CHAVEIRO, 2007, p. 16).

Conforme dito anteriormente, a cidade se constitui por imagens, por isso, Freire (1997), citando Walter Benjamin, afirma que as cidades são protagonistas de sua história, pois tecem o enredo das recordações, pois os mapas deveriam além de representar pontos reconhecíveis, deveria expressar a sensibilidade, instaurando sentidos, como a descrição, a afetividade com espaço vivido. Goiânia possui sua história contada nos traçados das ruas, na arquitetura das primeiras edificações nas cores e sabores, muitas retratadas por imagens. Tais representações para Chaveiro (2007) revelam o caráter contraditório e dialético na formação do espaço urbano da cidade, que mescla elementos tradicionais e modernos, urbanos e rurais e o velho com o novo. Estas marcas estão presentes no imaginário e na representação da Metrópole Goianiense, como podemos ver nas imagens a seguir:

Figura 10 – A representação amarelada da Metrópole Goianiense¹⁹



Fonte: Reprodução Instagram, Aproveite a cidade, 2020.

Neste sentido, a figura faz referência às cores (em tons de amarelo) que marcam a Metrópole Goianiense. Tais imagens estão incorporadas ao imaginário e a representação da Metrópole, pois o tom amarelado remete a cor da árvore símbolo do Cerrado, o ip , mas também, a cor do fruto principal representativo da identidade goianiense: o pequi.

A multiplicidade de sentidos produzidos acerca da cidade   circunscrita pelos seus habitantes. Santaella (2017) afirma que as imagens também podem contar entre os contextos que determinam a interpretação de uma imagem individual. Tais imagens retratadas acima foram registradas de forma que, o contexto inserido remetesse aos símbolos representativos do Cerrado e trouxessem aproximação com os sujeitos, podendo atribuir sentidos e significados próprios para quem se identifica.

Inserimos a definição estabelecida Certeau (2014), a qual estas imagens permitem uma “cidade praticada”, isto é, os vários e sempre renovados caminhos do espaço citadino, habitado por seus moradores. Trata-se de uma constante produção diversa e ininterrupta e de territorialidades. Os lugares são são vividos e experienciados quando os sujeitos o praticam e dão sentido a ele. Para Gomes (1994, p. 53) “a cidade é o território textual por excelência da transmissão e da estocagem da multiplicidade potencial, um universo jamais saturado de imagens”. Mas também as imagens podem exercer como contexto de outras imagens

¹⁹ APROVEITE a Cidade. **A representação amarelada da Metrópole Goianiense**: imagem 1. Goiânia, 08 out. 2020. Instagram: Aproveite a Cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGGVXVmFKrz/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020. APROVEITE a Cidade. **A representação amarelada da Metrópole Goianiense**: imagem 2. Goiânia, 23 ago. 2020. Instagram: Aproveite a Cidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CEO9Zl8lC-F/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

(SANTAELLA, 2007), uma vez que sua representação pode remeter a outros contextos de imagens e situações presentes nas práticas sociais dos sujeitos.

A identificação entre as relações sociais exercidas na cidade permite a juventude ensejar realidades alternativas. A diversidade cultural da juventude é refletida em suas formas de apropriação do espaço urbano, exercendo territorialidades marcadas pelas imagens e palavras, pelo dizer e pela espacialidade. Diante esta diversidade cultural, Santos (2014) salienta que a juventude é uma categoria em constante transformação, tanto no sentido histórico, quanto no sentido geográfico. Para a autora a história por si só não molda e não muda o modo de ser jovem, mas as práticas sociais é que estão diretamente associadas à sua existência e as suas relações socioespaciais. Desta forma, precisamos perceber a juventude na construção e constituição da Metrópole Goianiense aos dias atuais.

2.1.1 Interpretação histórica da juventude na Metrópole Goianiense

Como se pode notar na concepção da constituição da cidade de Goiânia, a égide da modernidade pairou nos projetos urbanísticos e na concepção governista adotada, para que a nova capital fosse erguida. Era o novo e o moderno se sobrepondo ao velho e o atrasado. Oliveira (2012) afirma que, entre as décadas de 1960 a 1980, Goiânia passou numa forte mudança cultural, ocasionado pelo abandono de hábitos provincianos, o aumento demográfico provocado pela migração rural-urbana e, principalmente, pela construção da Capital Federal, Brasília.

Sposito (2008) informa que a cidade pode revelar interesses e as ações da sociedade, ao mesmo tempo em que oferece condições para que estes interesses acontecessem, contribuindo para determinar o próprio movimento oriundo desse conjunto de ações. Na constituição das cidades, em especial de Goiânia, as praças e parques sempre foram locais de encontro dos sujeitos, em especial da juventude. Na figura 4, percebemos a construção do primeiro parque da cidade na década de 1940, o Lago das Rosas, que se constituiu como o lugar de encontro e das práticas sociais dos jovens da época.

Com o crescimento da cidade, outros espaços de lazer públicos e privados surgiram na capital, como o Parque Municipal Mutirama (Região Central), criado em 1969 e que em seu início, além de parque infantil, também foi espaço de reunião de jovens para assistir a espetáculos de *telecatch*²⁰. Clubes privados também foram criados e se tornaram espaços de

²⁰ Tipo de luta livre que combina encenações teatrais e circenses, tendo seu auge entre as décadas de 1960 e 1970.

encontro dos jovens da elite goianiense, dentre eles o Jôquei Clube (década de 1960), o Clube Privée, mais tarde (em 1960) Country Clube (formado quase exclusivamente por médicos), o Clube de Regatas do Jaó (fundado em 1962), o Goiânia Tênis Clube, o Clube Balneário Meia Ponte, o Clube Oásis etc. (OLIVEIRA, 2012).

A região central de Goiânia sempre foi o lugar de encontro dos jovens e, em 1977, parte da Rua 08 (compreendendo entre a Rua 03 e a Avenida Anhanguera), foi criado um espaço exclusivo para pedestres, denominado Rua do Lazer que foi pensado em um “espaço charmoso, com ares franceses, e que já contava com comércios populares e eventos políticos e culturais. No local está localizado o Goiânia Palace Hotel, uma das principais referências em *art déco* da cidade” (PESSONI, 2021). O espaço teve seu auge nas décadas de 1980 e 1990, sendo o principal ponto de encontro dos jovens, devido à intensa atividade cultural que dispunha neste espaço público.

Figura 11 – Rua do Lazer, em Goiânia, na década de 1980²¹



Fonte: Reprodução, Jornal A Redação, 2021.

Existem diferentes pontos de vista entre estudiosos acerca da constituição da juventude brasileira. Turra Neto (2015) afirma que definir juventude também deve ser encarado como ato político, uma vez que a construção da ideia de juventude é uma construção sócio-histórica, envolvida na produção de realidade que se quer aprender. Silva (2015) salienta que a juventude brasileira é uma concepção, enquanto fenômeno social coletivo, fruto

²¹ PESSONI, Carolina. Rua do Lazer, em Goiânia, na década de 1980. **A Redação**. Goiânia, 14 maio 2021. Colunas. Disponível em: <https://www.aredacao.com.br/colunas/150846/rua-do-lazer-eterno-ponto-de-encontro-da-juventude-goianiense>. Acesso em: 10 abr. 2022.

de uma sociedade urbana e industrial. Para o autor, a juventude enquanto movimento social se torna realidade somente a partir do final dos anos 1980, porém antes disso apenas a concepção de jovem existia, assim:

A juventude seria um fenômeno coletivo, socialmente construído e vivenciado em um determinado momento da vida pelos indivíduos. Embora exista grande incidência de indivíduos jovens que experimentam a juventude, esta não é uma regra. O momento de se aderir ou desvincular-se da juventude pode ocorrer em qualquer idade e é determinado pela adoção de valores sociais, culturais e simbólicos típicos da cultura juvenil (SILVA, 2015, p. 158).

A definição de juventude para Turra Neto (2015) é um enorme desafio, visto que, se cruzam quatro trajetórias históricas e discursivas, a saber: a) a trajetória história da própria juventude na sociedade moderna; b) a trajetória do pensamento científico, ou seja, os diversos conceitos atribuídos aos jovens e à juventude; c) a trajetória que a juventude recebeu pela indústria cultural, diante sua própria imagem na sociedade; d) a trajetória da própria sociedade moderna, que envolve representações e interações mediadas, no qual impactaram decisivamente a sociedade contemporânea.

Santos (2014) realiza um panorama da trajetória juvenil desde a década de 1950 à atualidade, salientando os movimentos dos anos dourados (década de 1950), marcado pelo estilo musical *rock'n roll* como forma de demonstração de ideologias. Foi à década marcada pelo início da liberdade sexual dos jovens, principalmente das mulheres, que até então deveria se dedicar aos afazeres do lar, do casamento e da criação dos filhos. A autora continua informando que, já na década de 1960, a juventude foi marcada pela rebeldia e pelo movimento de contracultura.

Os anos 1960 marcam, também, a revolta estudantil. Em 1968, a juventude de vários países da Europa, da América Latina, dos Estados Unidos e do Japão questionava os sistemas educacionais e puseram em questão a cultura em seus variados aspectos: costumes, sexualidade, moral e estética (SANTOS, 2014, p. 53-54).

No Brasil, foi o período de endurecimento da Ditadura Militar (iniciada em 1964), com a instauração do Ato Institucional nº 5 (AI-5), que caçou direitos civis, promoveu torturas e assassinatos nos porões dos quartéis militares e o exílio de inúmeros jovens que iam contra o Regime instalado. O AI-5 só viria ser revogado em 1979 e a Ditadura Militar se encerraria em 1985, com a eleição indireta de Tancredo Neves. Com os direitos caçados, a

juventude se viu impedida de se organizar em um movimento conforme salientado por Silva (2015).

Já na década de 1980, o *Rock Nacional*²² ganhou as rádios e as telas da televisão no período, como forma de protesto e possibilitou que os jovens pudessem se unir em uma juventude contestadora e consciente de seus direitos e deveres. Magalhães (2017) salienta que, o rock nacional deste período sempre foi visto pelos meios de comunicação como criação de uma geração perdida de jovens, denominada pelo cantor Renato Russo de *geração coca-cola*.

Os anos 1990 “marcam a ida dos jovens à rua de caras pintadas” (SANTOS, 2014, p. 54) pelas ruas brasileiras, inclusive em Goiânia. Também, nesta década, marcou no espaço da Metrópole Goianiense o surgimento da cultura *hip-hop*, como forma de identificação da juventude periférica da Metrópole, sendo assim expressão de manifesto e denúncia das condições sociais e da falta de oportunidades dos jovens destas comunidades.

Garcia (2006) afirma que a partir da segunda metade da década de 1980 a Região Central de Goiânia começou a receber os denominados *b-boys*²³, que se juntavam em rodas de dança com movimentos coordenados, sendo repreendidos pela elite que não via com bons olhos a juventude periférica. Este coletivo juvenil complementava e ao mesmo tempo destoava a paisagem central da cidade, com seus letreiros, poluição sonora e dos edifícios de negócios e poder. Sempre aos fins de semana ou no início da noite, quando não havia mais expediente nas instalações comerciais, tais espaços centrais eram transformados em territórios da periferia, majoritariamente negra (GARCIA, 2006).

Para Turra Neto (2008) a preocupação inicial com as culturas juvenis urbanas, adicionada à preocupação com as transformações mais amplas da sociedade local, é decorrente de processos de modernização, urbanização e de ampliação da vida de relações da cidade com uma série de outros lugares. O autor argumenta “que essas transformações explicam muitas das mudanças nas relações socioespaciais dos/as jovens com a cidade, nas referências culturais disponíveis para a construção de seus grupos de amizade e nos espaços de sociabilidade” (TURRA NETO, 2008, p. 17).

Com o crescimento vertiginoso e desordenado da Metrópole Goianiense, os espaços públicos que antes eram locais de encontro e de expressão da juventude, foram dando lugar à

²² Ou conhecido como *Brock*, nome dado pelo produtor musical Nelson Mota a esse movimento, em alusão as iniciais da palavra *Brasil* e ao término da palavra *rock*.

²³ O *breakdancer*, *breaker*, *b-boy*, ou *b-girl* é o nome dado a pessoa dedicada ao *breakdance* e que pratica o mesmo. Surgiu em meados da década de 1970 na periferia de Nova Iorque (Estados Unidos) como manifestação popular e alternativa de jovens para não entrar em gangues de rua (SOUZA, 2012).

malha viária e a mobilidade urbana. No final dos anos 1990, iniciou-se o processo de criação de condomínios residenciais fechados e a profusão de estabelecimentos privados (especialmente os *shoppings centers*) que surgiram diante da omissão governamental em estabelecer os espaços públicos como espaços de encontro dos jovens. A (falsa) sensação de liberdade vigiada, conforme descrito por Arrais (1999), só aumentou o abismo entre a juventude da periferia e a juventude da elite na Metrópole.

Para Pelá (2014), a Metrópole Goianiense passa a ser além de epicentro do poder, mas também, como epicentro político da luta pelo poder. Para a autora, a Metrópole une e fragmenta, atrai e repele. Por isso, o projeto de modernização, integração e desenvolvimento do país, passou necessariamente pela ocupação e transformação do Cerrado e, conseqüentemente, na adoção do modelo de cidade planejada (a qual Goiânia foi submetida), proporcionando condições essenciais para a materialização, garantia e a consolidação destas mudanças (PELÁ, 2014).

O efeito da globalização proporcionou um rápido avanço tecnológico no campo da comunicação humana, principalmente com a abertura da Internet de forma comercial, que tinha como premissa de acesso igualitário para todos, porém todo esse discurso escondia o grande problema desta sociedade que surgia: a exclusão digital, ou em termos sociológicos, podemos denominar de *apartheid* digital. No entanto, mesmo que o sujeito não esteja inserido nesta rede de comunicação, será igualmente impactado, porém sem os mesmos direitos daqueles que a acessam.

Na década de 2010 a cultura virtual (ou cibercultura), segundo afirmam Costa e Barbosa (2016), inaugurou linguagens, formatos e diversas possibilidades de apropriação material e simbólica do espaço-tempo. Nesta configuração do espaço urbano, as mídias sociais, alavancaram as práticas sociais e estéticas, adotadas visando flexibilizar a noção de espaço dos lugares, através de redes digitais que expressam a desarticulação das sociedades e culturas baseadas num local físico, transitando, assim, para uma cultura em rede e para diversos espaços de fluxos (CASTELLS, 1992).

A isso podemos chamar de sociedade da informação, sociedade da imagem, ou sociedade do espetáculo (CHAVEIRO, 2015a). Para o autor, um sujeito conectado, porém fragmentado, arrastado compulsivamente por imagens e informações. Bucci (2021) salienta que vivemos a era do imaginário superindustrializado, no qual a ambiência cultural é catalisadora de imagens, sons, textos, visando conferir sentido psíquico à fantasia dos sujeitos. Para o autor, o imaginário tece a linguagem e moldam discursos e sujeitos, que se conectam a estas significações, proporcionadas pela profusão e imagens.

O fato é que o contexto do Ciberespaço se converteu em ponto de encontro para os jovens, levantando questões diversas. Tais questões possibilitam a criação de condutas sociais e de uma cultura específica, tendo como principal característica, a alta velocidade dos fluxos de imagens. A juventude aprendeu a se expressar, na Rede, através de diversas ferramentas de multimídia, estabelecendo assim, a expansão de suas relações sociais além dos limites territoriais, podendo postar fotos, textos e vídeos. Convém destacar que, de acordo com Costa e Barbosa (2016), as redes sociais não surgiram com a Internet, visto que as relações sociais em formato de redes sempre se fizeram presentes na história da humanidade e é o fundamento das sociabilidades e interações.

O que de fato temos agora são essas tais redes mediadas por cabos de fibras óticas que potencializaram as relações sociais dos sujeitos. Di Felice (2009) elucida que a estreita relação entre lugares e estilos de vida em uma Metrópole virtual, se dá no resultado da relação entre sujeito e território, criando formas de habitar suspensas entre eletricidade, corpos, significados e arquiteturas. Portanto,

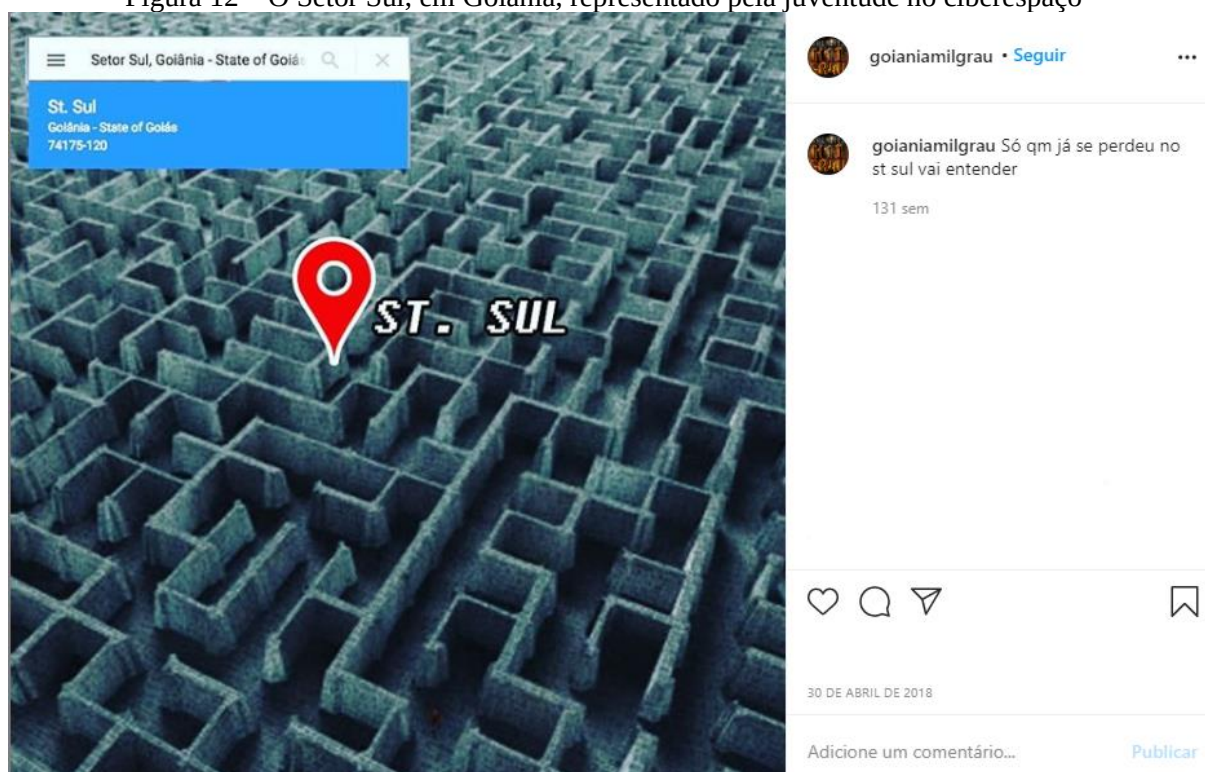
A relação território e cultura constitui mais do que um campo disciplinar ou intelectual, pois significa uma expressão de tensões e disputas de imaginários sobre o sentido do real. Estas se constituem como formas de linguagem de corpos, vivências, paixões e imaginações que pluralizam as concepções e percepções de horizontes de sentidos. Em outras palavras, estamos diante de narrativas que constituem a posição ocupada e respondem pela disposição de relações dos sujeitos na cena social em construções simbólico-expressivas. E, na sequência desta construção conceitual indicamos a possibilidade de compreensão dos sujeitos sociais a partir dos territórios forjados nas narrativas prático-sensíveis de suas existências (COSTA; BARBOSA, 2016, p. 2).

A juventude, potencializada pela interatividade proporcionada pelo ciberespaço, insere-se neste intenso fluxo, aprendendo novas maneiras de compreender a realidade. As imagens geram identificação e amplifica a sensação de pertencimento destes jovens no ciberespaço. “O espaço do sentido não preexiste à leitura. É ao percorrê-lo, ao cartografá-lo que o fabricamos, que o atualizamos” (LÉVY, 2011, p. 36). Vemos formar a juventude que pratica o espaço virtual, evidencia seus hábitos e costumes, bem como a cultura.

A cibercultura é fruto de novas formas de relação social, pois “está no cerne dos impactos socioculturais, pondo em jogo essa mistura inusitada e paradoxal entre razão aplicada, busca de tatilidade (agregações das mais diversas) e pensamento mágico-religioso” (LEMOS, 2013, p. 266).

Neste sentido, percebemos que para a juventude, os espaços da Metrópole podem assumir características diferentes daquelas idealizadas por aqueles que a construíram. Retomamos a concepção do espaço do Setor Sul, em Goiânia. Conforme discutido, daquela constituição do espaço que ‘viria a ser’ o bairro, se transformou em um espaço habitado e praticado pela Juventude M1L GR4U, no ciberespaço, adotando um sentido que foi passado ao decorrer do tempo, estando no imaginário e nos discursos dos moradores da Metrópole Goianiense, como podemos observar na figura 12:

Figura 12 – O Setor Sul, em Goiânia, representado pela juventude no ciberespaço²⁴



Fonte: Reprodução Instagram, Goiânia Mil Grau, 2018.

No ciberespaço, os sujeitos se apropriam de mapas virtuais, para buscar uma localização em específico. Na imagem, percebemos a utilização desse recurso (do aplicativo *Google maps*) para enfatizar a localidade que queremos abordar. Retomamos Guimarães (2016), quando nos informa que o Setor Sul, fora planejado para ter um traçado orgânico composto por becos sem saída, numa espécie de cidade-jardim. A Juventude M1L GR4U elabora uma leitura do mesmo bairro, diferente da concepção idealizada pelo arquiteto

²⁴ GOIÂNIA Mil Grau. **O Setor Sul, em Goiânia, representado pela juventude no ciberespaço**. Goiânia, 30 abr. 2018. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BiNEpKuBKOV/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

fundador, proporcionando assim, assumir outro significado e outra narrativa ao traçado urbano.

O sentido do espaço urbano sofreu o processo de resignificação no ciberespaço, porém a imagem do Setor Sul, também retrata a Metrópole real quando apresentada ao sujeito que exerce sua espacialidade. Percebemos que, por mais que a memória da cidade ainda esteja em formação (SILVA, 2013, 2020), parte dela é recontada pela Juventude M1L GR4U que a recria em uma nova forma de territorializar a Metrópole, no ciberespaço. Mesmo que a imagem representativa do Setor Sul não seja o retrato fiel do espaço real, ela o representa e o resignifica na dinâmica sócio-espacial juvenil. Esta é para Haesbaert (1999) uma das características principais da constituição de uma identidade territorial, aliada a uma dimensão histórico-imagético-social, de modo que este espaço sirva de referência à memória de determinado grupo.

Concordamos com Benjamin (1989, p. 35), quando afirma que “a rua se torna moradia para o *flâneur*”. As imagens condicionam a leitura da cidade, busca de sentido explícito e reconhecível, que a sociedade moderna já não permite, sendo assim, uma cidade faz compreender a outra (GOMES, 1994). Dessa forma, a história da cidade inscrita em sua arquitetura também faz parte da história da vida das pessoas que nela habitam. Portanto, “[...] a cidade não conta o seu passado, ela o contém como as linhas da mão, escrito nos ângulos das ruas, nas grades das janelas [...]” (CALVINO, 1997, p. 14). A sensação de pertença, explícita quando associamos as imagens das figuras 5 e 12, reforçam as territorialidades e as vivências dos sujeitos, em especial dos jovens, em um recorte espacial, tornando-o espaço vivido, sendo o lugar percebido e apropriado pelos sujeitos, o conjunto de representações (HAESBAERT, 2016).

A percepção da Metrópole Goianiense pela Juventude M1L GR4U, a partir da decodificação de textos, linguagens, imagens e, principalmente, na produção de sentidos realizada pelos sujeitos e suas expressões no espaço se faz importante. Esse olhar à juventude se justifica a partir dessa forma própria de ler e interpretar o mundo a sua volta, sendo uma soma de imagens, linguagens, sensações e leituras que os jovens trazem em suas experiências de vida.

2.1.2 Jovens, juventude e práticas culturais: primeiras aproximações

Entendemos essa perspectiva da imagem urbana, retratada pelas sociabilidades juvenis, indispensável para abordarmos uma semiótica da imagem que investigue sua

iconicidade e a representatividade social que a identifica. No espaço urbano da Metrópole Goianiense, as imagens que seguem uma lógica associativa e relacional, espontaneamente são determinadas por todo sinal de realidade. A Metrópole e suas múltiplas territorialidades, onde o real e o virtual não são tidos como contrapontos ou antagônicos, mas complementos de uma narrativa, sentido ou significado.

Estabelecemos a Goiânia, Metrópole Virtual (objeto deste estudo), é definida pela Metrópole real, calcada no sentimento de pertença e proximidade da juventude, proporcionando suas histórias e trajetórias entrelaçadas com a Metrópole. A literariedade, do dizer geográfico e da espacialidade juvenil é compreendida, enquanto construção do discurso, significações e ressignificações, leituras e interpretações que cabe a todos os sujeitos. É mediante a leitura de mundo, na concepção do pertencimento a este espaço. O lugar de encontro está nas relações sociais de alteridade da Juventude M1L GR4U no ciberespaço, tornando-se algo possível.

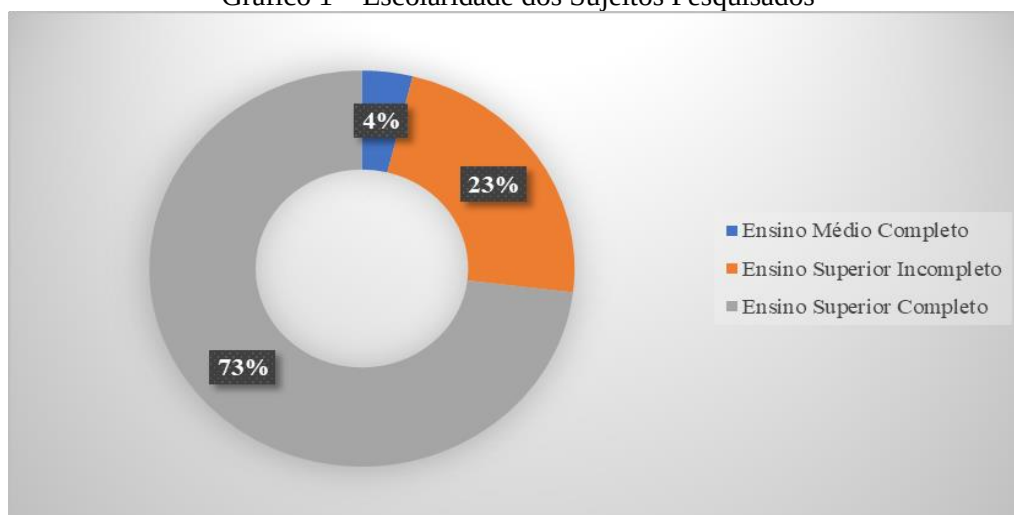
Para Cavalcanti (2013), os jovens são agentes do processo de produção e reprodução do espaço urbano, pois no seu cotidiano constroem e desconstroem territórios, dinamizam os espaços de fluxos e seus deslocamentos, criam demandas, compõem paisagens, traduzem e emitem mensagens, imprimem identidades e dão movimento aos lugares. Assim, a partir da afirmação da autora, delimitamos o conceito de Juventude M1L GR4U (estabelecido na introdução) e reiteramos que na Metrópole Goianiense, este coletivo busca resgatar valores culturais e sócio-espaciais, retratando imagens, situações, linguagens, comportamentos e práticas do espaço geográfico representado. De acordo com o estudo elaborado pelo Atlas das Juventudes (2021), o território é o lugar onde a vida acontece e está intimamente ligado à conexão que a juventude estabelece com ele; onde se ampliam e fortalecem suas percepções e horizontes ao acessarem uma diversidade de experiências.

Seguindo nesta reflexão acerca da juventude deste século, Cavalcanti (2013) salienta que estudiosos têm escolhido focar nas territorialidades dos jovens como eixo de sua constituição, bem como de suas práticas, além de atentar-se para sua pluralidade e para seus processos de identificação cultural, variados, efêmeros, enredados. Caminho este desenhado por Turra Neto (2011), na precisão de conceitos como lugar, lugar-local, relação global-local, território e territorialidade, desterritorialização/reterritorialização e espaço. A partir desta perspectiva, a juventude evidencia seu laço afetivo com a Metrópole, sejam nos seus comportamentos do cotidiano, duas próprias vidas e suas concepções, bem como nas suas práticas culturais.

As práticas culturais e sociais da juventude se constituem na formação e apropriação de territórios, das quais resultam em outras práticas, com diversos outros grupos, com vínculo nas redes sociais e, também, às vezes, virtuais e globais. Estas trocas sociais entre os sujeitos são delineadas no cotidiano destes territórios por eles constituídos em que se dá o sentido. Santos (2014) afirma que os jovens são personagens criativos, estando reflexo no seu cotidiano e com o acesso à Internet, possuem seus comportamentos impulsionados na diversidade de suas identidades sociais.

Os sujeitos da pesquisa se constituíram, portanto, da seguinte forma: 24% (vinte e quatro por cento) dos jovens compreendidos entre a faixa de 18 a 24 anos de idade; 20% (vinte por cento) dos jovens compreendidos entre a faixa de 25 a 30 anos de idade e; 56% (cinquenta e seis por cento) dos jovens compreendidos entre a faixa de 31 a 35 anos. Estes dados reforçam o recorte promovido por esta investigação ao ampliar o conceito de juventude para além da faixa estimada pelos órgãos governamentais e de saúde. Quando investigamos sobre o gênero dos pesquisados obteve-se o seguinte dado: 28% (vinte e oito por cento) dos entrevistados se declararam do gênero masculino e 72% (setenta e dois por cento) das entrevistadas se declararam do gênero feminino. Para conhecer melhor os sujeitos pesquisados, procurou-se conhecer sobre sua formação (escolaridade), refletida no gráfico a seguir:

Gráfico 1 – Escolaridade dos Sujeitos Pesquisados

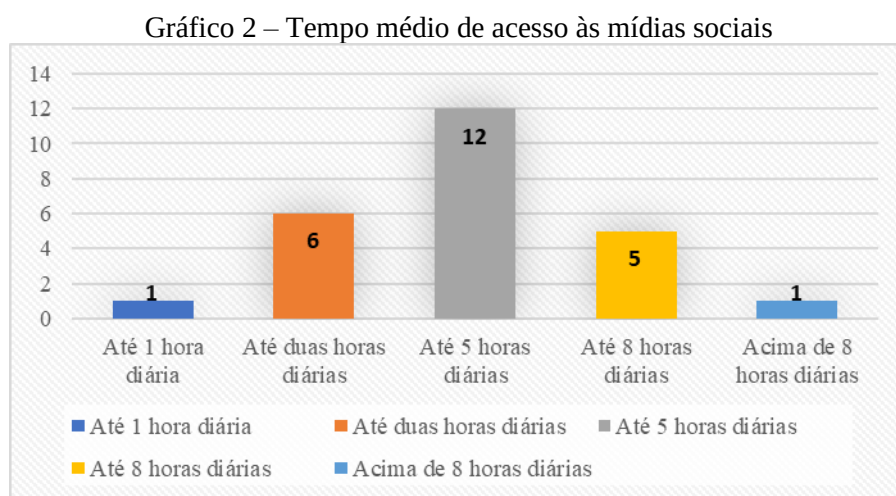


Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Sessenta e oito por cento (68%) dos entrevistados afirma que sempre morou ou mora há mais de 20 anos na Metrópole Goianiense. Vinte por cento (20%) mora na Metrópole de 15 (quinze) há 20 (vinte) anos e doze por cento (12%), afirmaram residir na região até quase 10

(dez) anos. Portanto, notamos uma amostra que a princípio não pode ser considerada uma totalidade representativa da população compreendida, porém, se mostra o reflexo fiel do universo representado.

Ao inferir os jovens pesquisados para esta pesquisa, apurou-se que cem por cento (100%) dos entrevistados acessam as mídias sociais diariamente. Quando observamos o tempo médio de acesso às mídias sociais destes jovens, temos o seguinte dado conforme apresentado no gráfico 2.

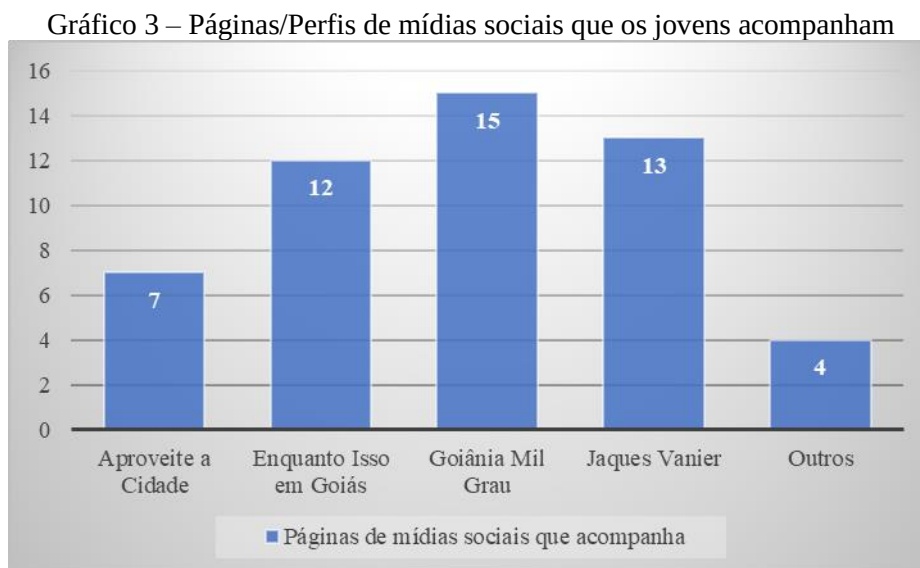


Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Em comparação ao tempo de conectividade à internet, o brasileiro passa cerca de dez horas (10h) conectados, seja por computadores, seja por celulares do tipo *smartphone* (WE ARE SOCIAL, 2021). Grande parte desse tempo na Internet, o brasileiro está presente nas mídias sociais. Numa comparação com os jovens da pesquisa, notamos que a maioria deles (68% dos entrevistados) acessam as mídias sociais entre cinco (05) a oito (08) horas diárias, refletindo, portanto, uma juventude conectada e atuante no ciberespaço. Entendemos ciberespaço como um mundo virtual complexo, conectando entre si inúmeras redes tecnológicas e sociais, onde milhares de informações, imagens e sons fluem numa simbiose entre a tecnologia e a interação humana, criando práticas sociais (e culturais), com linguagens e códigos próprios.

Tais códigos são marcados pela mesclagem de imagens, símbolos culturais e expressões locais (geralmente gírias) que marcam a espacialidade dos sujeitos. Nas mídias sociais, perfis e páginas foram criados para retratar a Metrópole Goianiense, a partir do olhar dos próprios jovens. Estes perfis estão presentes nos aplicativos e sites de redes sociais, entre eles o *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* e *Instagram*. As postagens inserem o contexto

Goiano/Metropolitano que atraem os jovens, provocando o riso, e que se identificam e se interessam pelo conteúdo compartilhado por esses perfis e páginas. Durante a pesquisa realizada, instigamos os jovens a apontar quais perfis/páginas de mídias sociais eles acompanham, tendo o seguinte resultado:



Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Foi aberto aos jovens entrevistados citarem outras páginas/perfis que seguem nas mídias sociais, constando na opção ‘outros’, sendo os seguintes perfis: *Curta Mais*; *Mais Goiás*; *EatNicely* (que não é um perfil que retrata a Metrópole Goianiense); e *Gyn City Pós-Impressionista Medieval*. Como já explicitado na introdução desta tese, apesar de que os demais perfis sejam seguidos pelos jovens pesquisados, optou-se por entrevistar apenas os desenvolvedores da página *Goiânia Mil Grau*, pois dos perfis elencados é o único que não se transformou em perfil comercial. Algumas imagens postadas das outras duas páginas serão refletidas nesta pesquisa, dentro do recorte temporal estabelecido para esta análise.

Em matéria no *Jornal O Popular*, em 2020, um dos integrantes da página *Goiânia Mil Grau*, salienta “Só queremos rir e fazer os outros rirem. [...] Nossas publicações variam bastante com o que está acontecendo na cidade” (FÉLIX, 2020). Dessa forma, verificamos que não há um compromisso comercial na construção desse perfil, sendo, portanto, uma página que está concomitantemente ligada ao que acontece na Metrópole Goianiense. A página *Goiânia Mil Grau* é um perfil que relaciona o cotidiano da cidade a linguagem humorística, proporcionando identificação dos sujeitos com o conteúdo postado.

Porém, trazemos a reflexão de Han (2017) no qual afirma que atualmente nos expomos nas mídias sociais e nos transformamos em mercadorias. Dessa forma, o autor se

preocupa com o fato de que o sujeito produzir conteúdo para ganhar relevância, o que ocasiona numa maior visibilidade, contudo, este sujeito se transforma em uma mera mercadoria (HAN, 2017). Mesmo que vejamos a página Goiânia Mil Grau não produzir conteúdos, visando diretamente um retorno financeiro, os produtores também estão imersos em uma sociedade que vive o culto por compartilhar e se fazerem presentes nas mídias sociais, atuando numa lógica mercadológica e capitalista, no qual, os rituais de festa (aqui entendidos como as práticas culturais dos sujeitos) estão relegadas apenas serem curtidas, compartilhadas e viralizadas.

Temos a Metrópole Goianiense virtual, retratada como espaço vivido da Juventude M1L GR4U, enfatizando a sua territorialidade e espacialidade. A figura 13 exemplifica o sentimento traduzido por esta página, utilizando uma linguagem humorística. O cotidiano e a proximidade com o conteúdo postado são marcas expressivas que trazem sentido aos jovens que praticam o espaço virtual.

Figura 13 – Valorização do espaço geográfico da Metrópole Goianiense em detrimento da Megalópole Nova Iorque²⁵



Fonte: Reprodução Instagram, Goiânia Mil Grau, 2016.

²⁵ GOIÂNIA Mil Grau. **Valorização do espaço geográfico da Metrópole Goianiense em detrimento da Megalópole Nova Iorque.** Goiânia, 06 jun. 2016. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BGNSUFvxrNh/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 10 out. 2019.

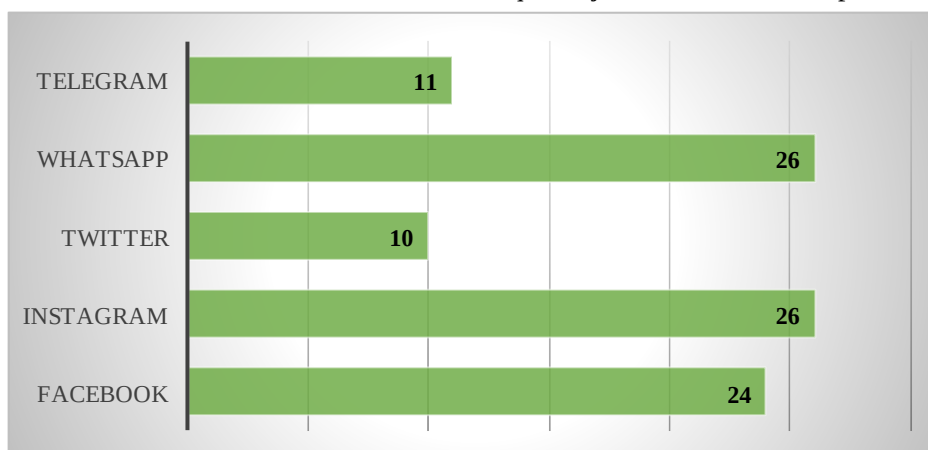
A imagem evidencia o quanto os jovens da Metrópole Goianiense valorizam o espaço onde vivem e realizam suas práticas culturais. Goiânia é o espaço dessa Juventude M1L GR4U, na qual ela se identifica e atribui sentido às suas relações sócio-espaciais, proporcionando a sensação de pertencimento. É o espaço, no qual, os jovens podem escrever sua história ou recontá-la, mas sempre valorizando seus aspectos que evidenciam sua identidade cultural.

A forma da escrita (utilizando letras em minúsculo) e a falta de pontuação são características destes perfis/páginas de mídias sociais. São uma forma de imprimir sua identidade “M1L GR4U” no contexto espacial metropolitano. Através do reconhecimento quase imediato dos estereótipos no humor (evidenciados na imagem acima), trazem à tona discussões socioculturais acerca da construção identitária de diversos grupos (SALIBA, 2002), dentre eles a Juventude MIL GR4U. O conteúdo é permeado pela linguagem humorística, no qual gera identificação com o espaço geográfico abordado (no exemplo acima, a valorização da Metrópole Goianiense).

Neste sentido, estas páginas/perfis de mídias sociais, reforçam os laços com o espaço vivido destes jovens que, como consequência, conquistam outros jovens mediante identificação com o conteúdo produzido e compartilhado por tais espaços de interação. Assim, a cidade é lida e recriada por um mosaico de imagens dispostas no ciberespaço. A identificação no ciberespaço, também, ultrapassa as barreiras dos limites geográficos da Metrópole, visto que tais práticas podem alcançar outros sujeitos que estão fora do contexto sócio-espacial, ou ainda contribuir para uma aproximação daqueles que se identificam com o espaço retratado.

Tal mosaico de imagens dispostas no ciberespaço se forma e se complementam à medida que os jovens compreendem a leitura da cidade como fator dinamizador de suas práticas identitárias e culturais. Eles assumem seu protagonismo para retratar a cidade, porém incorporando suas memórias e visões de mundo para que outros jovens possam interpretar e interagir, formando novas imagens e novas abordagens da Metrópole Goianiense. Após esse panorama, o gráfico 4 ilustra as principais plataformas acessadas pelos jovens entrevistados:

Gráfico 4 – Plataformas de Mídias sociais que os jovens entrevistados possuem



Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Como podemos notar, de acordo com as respostas dos jovens entrevistados, temos o *Instagram* e o *Facebook* como as principais mídias sociais acessadas por estes sujeitos (WE ARE SOCIAL, 2021), confirmando assim, a premissa estipulada para a realização deste estudo. As próximas páginas que se seguirem irão refletir essa ampla análise realizada nestas plataformas e que retratam a Metrópole Goianiense.

A constituição da cidade de Goiânia, apesar de recente, é símbolo da marca do seu tempo. Os jovens riem da forma como o espaço urbano é retratado, proporcionando identificação com a Metrópole através da linguagem humorística. O Setor Sul, como retratado na figura 12, é um exemplo como o espaço urbano é apropriado e representado por estes jovens. A Metrópole Virtual constitui por imagens e pelos sentidos que os sujeitos dão a ela, portanto, os percebemos que os *itinerários juvenis*²⁶ são permeados pelo humor na cidade, que retratam o cotidiano, gerando identificação dos sujeitos.

2.1.3 O humor e o riso na leitura do espaço urbano da Metrópole Goianiense

Ao direcionarmos o olhar aos jovens, por meio de uma observação geográfica, evidenciamos o contexto sócio-espacial na constituição de vivências juvenis, ligada à sua territorialidade, permeada pelo humor. Turra Neto (2004, 2008) afirma que o lugar da juventude na cidade aponta desafios e possibilidades para enfocar seu espaço vivido. A Metrópole Goianiense permite que a diversidade de “culturas juvenis” aconteça, a partir de intensas articulações sócio-espaciais. Entendemos aqui por cultura juvenil, as diferentes

²⁶ Entendemos, neste estudo, como itinerários juvenis as trajetórias de cada jovem percorre no ciberespaço. Elas podem refletir sentidos, dramas, alegrias, tristezas, dores, enfim marcas de sua formação cultural registradas no espaço virtual.

formas de apropriação do espaço urbano realizadas pelos jovens, deixando marcas de sua territorialidade e explorando outros lugares, dentre eles o espaço virtual.

Destaca-se os sentidos que a Juventude M1L GR4U imprime ao perceber e retratar a cidade, que vá além da mera observação do traçado urbano, do ritmo frenético e das grandes construções da Metrópole, mas que é reapropriada e produtora de sentido. Diante conceito proposto por Milton Santos, Cavalcanti (2013) salienta que a cidade é um espaço público e complexo da vida coletiva, que relaciona os sujeitos viventes que ali vivem e seus modos de produção deste espaço.

É neste espaço que os jovens idealizam seus itinerários, exercendo sua espacialidade e adotando práticas sociais com outros sujeitos, ressignificando o espaço vivido. Portanto podemos “[...] compreender o modo como os jovens percebem os lugares/locais da cidade, como tem se relacionado no cotidiano com eles, como em suas ações rotineiras e cotidianas tem assumido locais da cidade como seus lugares e como tem deles se apropriado e produzido território” (CAVALCANTI, 2013, p. 78).

Portanto, temos as mídias sociais, aliadas ao território e as territorialidades dos sujeitos, enquanto espaços que envolvem experiências individuais e coletivas, dessa forma as sociabilidades juvenis reafirmam a pluralidade cultural da cidade, debatendo sobre democracia, cidadania, direitos culturais e políticas públicas (COSTA; BARBOSA, 2016). A linguagem humorística empregada por muitos destes perfis oportuniza a adoção de ideais, seja por meio de uma ironia, ou crítica social, seja por situações corriqueiras do cotidiano para passar uma mensagem ou apenas rirem de si mesmos. Eagleton (2020) enfatiza que é neste cenário que o humor opera enquanto ferramenta de transformação cultural. A figura 14 destaca essa percepção da juventude, abordando em tom de humor, dilemas do cotidiano da Metrópole Goianiense.

Figura 14 – Cotidiano da Metrópole Goianiense, retratado com humor²⁷



Fonte: Reprodução, Instagram Goiânia Mil Grau, 2020

A imagem ressalta o cotidiano, fazendo alusão ao período temporal vivido por estes jovens: o início da pandemia do Coron v rus. O trecho: “*pesquisa dos pesquisadores de oxford mostram q as pessoas q comeram salgado do terminal são imunes ao corona virus*”, reforça os valores entre o texto e a imagem. Os erros ortográficos são propositais e marcam o discurso ir nico da postagem. Para Minois (2003) o riso ir nico flutua entre o real e o irreal, entre o autêntico e o virtual, portanto, vemos uma imagem que se ancora no humor para realizar uma ‘brincadeira’ com o cotidiano, utilizando fatos reais aliados ao senso comum dos sujeitos.

Concordamos quando Cavalcanti (2013) afirma que os jovens percebem a cidade, se apropriando dos espaços e produzindo sentido e se apropriando do território. Notamos também, na imagem, o espaço inserido do jovem metropolitano: o terminal de ônibus e a barraca de salgados, o que reforça a espacialidade dos sujeitos e seus laços com a cidade. O humor utilizado no discurso   característica da postagem, pois evidencia que o local não apresenta condições sanitárias adequadas, o que tornaria o jovem da foto imune à Pandemia de Coron v rus (SARS-CoV-2).

²⁷ GOIÂNIA Mil Grau. **Cotidiano da Metrópole Goianiense, retratado com humor**. Goiânia, 03 fev. 2020. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8Gt9Jnn28x/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

O humor adotado na imagem, que se apropria de imagens e textos que ocasionam o riso, denominados de meme²⁸, caracterizados como um tipo de conteúdo digitalmente produzido, possibilitando diversas interpretações e sentidos (CHAGAS *et al.*, 2017), graças a sucessivas apropriações e reapropriações no ciberespaço. Diante as dinâmicas adotadas pelos memes, os jovens se veem ‘desafiados’ e adotam novas práticas (formas) para se expressarem, num esquema de partilha e reforço de seus laços com as origens para formarem outros laços afetivos e novas práticas culturais.

Para Eagleton (2020) o riso é socialmente codificado, sendo um tipo de linguagem corporal, podendo expressar uma variedade de atitudes emocionais. Destacamos, então, o riso irônico da figura 14, em tom de denúncia às condições de higiene dos terminais de transporte coletivo da Metrópole. Este discurso reforça que as pessoas que se alimentam nestes estabelecimentos já estariam acostumadas com constantes doenças e contaminações. A ironia, neste caso, atua enquanto ferramenta de destaque da realidade (EAGLETON, 2020). Percebemos, que o ciberespaço é permeado pela linguagem humorística, proporcionada aos jovens, o exercício das mais diversas práticas culturais, atribuindo sentido e significado àquilo que é lido/interpretado.

Santaella (2004) afirma que o signo é meramente social, pois o entende como processo, de fluxo contínuo. Por isso, a autora defende que a linguagem não está no sujeito, mas o sujeito se adapta ao movimento da linguagem em toda sua temporalidade e complexidade. “A voz do texto de alguma forma tem de se vincular à experiência humana concreta, de modo que também seja a voz de um alguém, com quem eu vou negociar significados emocionalmente carregados” (TEZZA, 2012, p. 100).

Podemos afirmar que o itinerário adotado na imagem nos permite ler o espaço representado pela Juventude M1L GR4U, onde a leitura transcende a imagem e o texto nos insere no cotidiano citadino. Para Orlandi (2012), o discurso não é um mero conjunto de textos, mas uma prática. Desta forma, para que a linguagem do enunciado posto na imagem faça sentido a outros sujeitos, ela deve também fazer sentido ao sujeito autor desta postagem, gerando identificação. O produtor de conteúdo da página de mídia social Goiânia Mil Grau fez esta seguinte afirmação:

Com o tempo [após a criação do perfil] foi iniciada postagens que faziam críticas sobre a cidade, ao prefeito na época. Falava mais sobre o cotidiano

²⁸ Termo adotado pelo biólogo Richard Dawkins na obra *O Gene Egoísta*, onde ele afirma que a transmissão de ideias, hábitos e comportamentos do ser humano é análoga à transmissão genética, surgindo assim o meme, que significa imitação (DAWKINS, 2007).

de quem mora na região noroeste [de Goiânia]: andar de ônibus, ir ao Portal Shopping, passar pelo [Terminal] Padre Pelágio [...] todo esse cotidiano é representado na página. E a partir disso, começou a visibilidade por que as pessoas se identificavam, de uma forma despretensiosa que tinha como objetivo inicial brincar com a galera mais próxima, do círculo social (PRODUTOR DA PÁGINA GOIÂNIA MIL GRAU, 2021).

Evidenciamos que o fato de a página ter sido criada de forma despretensiosa, só reafirma que os jovens estabelecem a sua relação com espaço representado, produzindo sentidos a outros jovens, que interagem com esse conteúdo. Ao referirmos sobre o cotidiano, inserimos a concepção dada por Arrais (2017), como maneiras de apropriação dos espaços.

O cotidiano pode ser interpretado como uma síntese particular e geral da cidade. Particular porque cada indivíduo constrói uma relação com os fragmentos da cidade – praças, parques, ruas, cruzamentos, monumentos etc. Geral porque é no cotidiano que construímos, ao mesmo tempo, uma imagem geral dessa mesma cidade e, a partir dela, reproduzimos nossa vida (ARRAIS, 2017, p. 105).

No relato do Produtor da Página Goiânia Mil Grau, são ressaltados locais da Metrópole Goianiense, indicando assim que a espacialidade exercida o identifica como habitante da cidade. A região noroeste de Goiânia está mais distante da região central e/ou nobre da cidade ficando, às vezes, relegada à falta de representatividade em outros meios de comunicação (como jornais, rádios e emissoras de TV). Quando a região é mostrada, é atribuída a ela a imagem do descaso e da violência urbana.

A relação entre sujeito e a sua identificação com o cotidiano, constante na figura 14, se estabelece na linguagem humorística como crítica social. O discurso implícito de que a comida do terminal de ônibus poderia garantir imunidade ao coronavírus, afirmando assim, quem se alimenta nestes estabelecimentos está suscetível a infecções alimentares mais graves que o próprio coronavírus. Percebemos, no entanto que o discurso também faz uma denúncia acerca das condições sociais e cotidianas das pessoas que vivem nas regiões periféricas da Metrópole. Arrais (1999) conclui que o contato do sujeito com o outro e com o mundo, através dos discursos, das representações, desejos e receios, a imagem é constituída. A cidade sempre foi uma imagem, simulacro do mundo, portanto a imagem é uma experiência corporal.

O riso se encontra quando o discurso se realiza pelo sujeito que sentiu sua espacialidade representada, pois está em seu cotidiano. O humor, para Acselrad (2003), possibilita a reflexão dos sujeitos além do mundo que os cercam, mas também, uma reflexão sobre sua própria condição humana. Portanto, ao rir (dos outros e até de si mesmo) permite

“uma forma de lidar com as questões mais graves e profundas, a partir de uma superfície apaziguadora, mas ferina, sutil e sarcástica” (ACSELRAD, 2003, p. 5).

A influência do sujeito no espaço vivido, ou no espaço experienciado (e vice-versa) é dada desde os primórdios, onde segundo Lynch (1999), o espaço físico interfere na vivência humana desde suas associações emocionais e sua localização no mundo suas associações emocionais e contribuindo como elemento para reforçar laços, resgatando lembranças e símbolos comuns da cidade. As mídias sociais se firmam como locais de pertencimento e identidade dos sujeitos e, principalmente, da Juventude M1L GR4U. Realizamos aproximação entre Eagleton (2020) e Arrais (1999), para afirmar que se a cidade é objeto de discursos, mas também uma experiência corporal tem o riso como linguagem corporal, portanto, afirmamos que o riso e a cidade se relacionam e estão intrínsecos à medida que os sujeitos às incorporam e as relacionam com o seu momento vivido, permeados por itinerários as trajetórias de vida.

As mídias sociais se colocam, portanto, como local escolhido de expressão das práticas culturais juvenis, pois o sujeito ao realizar a leitura da cidade herda “a capacidade de ler e transitar entre formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos, direções, traços, cores” etc. (SANTAELLA, 2013, p. 35). Nesta perspectiva, a imagem “é interpretada como resultado de um trabalho social de produção de sentido” (MAUAD, 1996, p. 79), a partir de práticas culturais exercidas pelos itinerários juvenis é processado pelo significado da própria imagem e da leitura que é feita, assumindo contexto no qual a mensagem é veiculada. Portanto, não podemos desconsiderar a atuação do sujeito nos eventos em que ele se encontra envolvido, porém essa ressignificação acontece quando este sujeito se insere em um determinado contexto social.

Os laços afetivos com a cidade se acentuam quando os sentidos de pertencimento ao contexto sócio-espacial e cultural da Metrópole Goianiense são evidenciados em imagens que retratam o cotidiano citadino. Na leitura que os jovens fazem da cidade, prevalece o estabelecimento da construção da identidade Metropolitana com a população local, notando-se uma tendência em enxergarem características que se relacionam ao contexto inserido. Para Hall (2004), existe uma configuração do processo de identificação, ao qual os sujeitos redefinem suas identidades de acordo com aquilo que é imaginado por outros sujeitos, podendo se reconhecer em representações culturais diversas ao longo da vida.

Diante deste processo de construção de identidades e de produção/reprodução do espaço vivido, os jovens da Metrópole Goianiense que ressignificam a cidade, aproximando com o cotidiano vivido. Este cotidiano, portanto, se revela nas formas de habitar e, consequentemente, nas maneiras de apropriação dos espaços (ARRAIS, 2017).

Os memes, linguagem característica da Juventude M1L GR4U são o “elo na cadeia da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2016, p. 57) nestes tempos de mídias sociais, cada vez mais focada em textos e imagens. Ainda, segundo o autor, a alternância dos sujeitos no discurso acontece de forma muito veloz no espaço virtual, onde imagens e vídeos são continuamente alterados e adaptados, se caracterizam na construção do meme.

Para que os jovens possam ser além de leitores, produtores de conteúdo precisam estabelecer uma relação de exterioridade (perceber o espaço e a percepção do outro), ao mesmo tempo em que se remete à sua própria interioridade (histórias, memórias e narrativas), características de sua própria identidade (ORLANDI, 2012). Os mecanismos discursivos adotados pelas representações da cidade são colocados numa linguagem humorística, para que mais pessoas possam se identificar com o espaço retratado. O jovem pratica o espaço conforme o sentido que ele dá, traduzido na espacialidade e na identificação com o espaço vivido, conforme mostra a figura 15.

Figura 15 – Humor: formas de leitura do espaço urbano da Metrópole Goianiense²⁹



Fonte: Reprodução, Instagram Goiânia Mil Grau, 2020

A imagem retrata a articulação da reflexão do cotidiano, aliada ao discurso e à percepção de sentidos da Metrópole Goianiense. A partir da leitura do espaço realizada pela juventude, apropriada pelo recurso do meme para, ao mesmo tempo, provocar o riso, mas também nas entrelinhas, elucidar uma crítica social, reconfiguram as formas de leitura do

²⁹ GOIÂNIA Mil Grau. **Humor:** formas de leitura do espaço urbano da Metrópole Goianiense. Goiânia, 13 fev. 2020. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8hNyJ6gfdL/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

espaço urbano. Pontuamos as considerações elencadas por Almeida (2008a), no qual afirma que:

A geografia, repetindo, é um conhecimento (representação elaborada pelos geógrafos) do conhecimento (das formas que as sociedades e pessoas traduzem em imagens suas experiências do espaço vivido). Esta geografia, consciente de sua subjetividade, busca nos discursos, nas práticas espaciais, nas representações dos homens, suas racionalidades e sentimentos de pertencimento, as coerências e contradições para conhecimento do lugar, das regiões e dos territórios (ALMEIDA, 2008a, p. 316).

Salientamos a importância dos jovens em ressignificar a Metrópole Goianiense no espaço virtual, como forma de se territorializarem, numa troca constante de representações e sentidos. Ao adentrarmos nas discussões sobre territorialidade, também abrimos discussão para falarmos de identidade (ALMEIDA, 2008a). Observamos na imagem a Praça Cívica³⁰ (em destaque) e ao fundo o Setor Sul ainda sendo povoado. O Palácio Pedro Ludovico Teixeira (sede administrativa do governo estadual) ainda estava em construção, o que configura que Goiânia ainda possuía poucos anos de fundação.

O humor é ressaltado no texto quando este relata que seria a última foto de Goiânia antes do início da obra do corredor exclusivo de ônibus, denominado de *Bus Rapid Transit* (BRT). O BRT é uma obra que foi iniciada em 2015 e perdura há anos na cidade, sendo que ainda não fora concluída. Os jovens, na perspicácia de reproduzir o cotidiano, o fizeram em tom de humor, provocando uma crítica à situação atual da infraestrutura viária da Metrópole, ressaltando que a obra sempre esteve em fase de construção, juntamente com a fundação da capital goiana.

Consideramos que a juventude partilha de um espaço globalizado e conectado, por meio das mídias sociais, com enormes volumes de informações e conexões, cada vez mais velozes e multifacetadas. A construção textual, apropriada pela Juventude M1L GR4U, adotada com uma gramática propositalmente avessa à norma culta da língua, valorizando e exagerando regionalismos e vícios de linguagem, apreende-se que os memes são terreno fértil para o heterodiscurso, ou seja, formada por diversos discursos e vozes que povoam a vida social e que são “[...] paródica e polemicamente afiado contra as linguagens oficiais da contemporaneidade” (BAKHTIN, 2015, p. 43).

Poderíamos pensar, a princípio, que os jovens são formuladores do próprio discurso, mediante a leitura da cidade, se apropriando dos espaços e exercendo sua espacialidade.

³⁰ Marco-zero da cidade. Local onde se encontram, atualmente, órgãos do Governo Estadual e demais aparatos culturais (museus, bibliotecas, cinemas, além de outros monumentos que remetem da construção da cidade).

Porém, para Bucci (2021) as palavras impressas passaram a ser cultivadas em imagens eletrônicas. Assim a língua e, conseqüentemente a leitura, ingressaram na instância da imagem ao vivo, ou como o próprio autor define, de ideologia da imagem, ou *videologia* (BUCCI, 2021).

Na Superindústria do Imaginário, elas seguem padrões de diferenciação de signos, compondo **vocabulários** visuais e encadeamentos lógicos, em **sintaxes** visuais. No nosso tempo, mais do que em qualquer outro, elas comunicam seus conteúdos com eficiência e criam repertórios que congregam pessoas (BUCCI, 2021, p. 239, grifos do autor).

Turra Neto (2013, p. 47) elucida que “tal compreensão dos processos que envolvem as juventudes nos conduz à questão sobre o papel da materialidade do espaço na possibilidade de realização dos grupos culturais juvenis”. O autor complementa que é possível, argumentar que a experiência urbana dos sujeitos não mais coincide com a cidade real no qual habitam, mas também, a respeito das múltiplas conexões estabelecidas com um mundo urbano mais amplo, seja elas reais, virtuais ou imaginárias (TURRA NETO, 2013).

Notamos, no entanto, que os jovens são “condicionados” a ter e a fazer determinada leitura da cidade. Tal leitura é fabricada pelos grandes conglomerados de mídias sociais, sendo que tais imagens constroem sentidos à medida que se olha para elas, portanto a indústria das imagens implementa um maquinário complexo, de alta tecnologia, com enfoque exclusivo em atrair o olhar dos sujeitos e aplicá-lo a uma infinidade de signos visuais (BUCCI, 2021).

Assim, o sujeito ao compreender e perceber o significado linguístico do discurso aplica-o, prepara-se para utilizá-lo (BAKHTIN, 2016). Retomando as formas de significação da juventude no espaço virtual, o meme de internet como elemento que chega a tangenciar o grotesco, como sistema de imagens da cultura cômica popular (BAKHTIN, 2002), dada sua associação de elementos heterogêneos, posto no discurso (a língua falada, o regionalismo). Esteticamente, o meme se assemelha as formas exageradas da caricatura, assumidas no tom de paródia. Por não haver um padrão na formulação das imagens e do texto associado, para evidenciar a significação, o meme é deliberadamente construído para fazer rir, como podemos perceber nas imagens a seguir, que retrata momentos diferentes para problemas rotineiramente diários da Metrópole e percebidos pela Juventude M1L GR4U.

Figura 16 – Cotidiano da Metrópole Goianiense retratada por memes³¹



Fonte: Reprodução, Instagram Goiânia Mil Grau, 2020

A primeira imagem (  esquerda) mostra Goiânia [possivelmente no início da década de 1970], em que a expansão urbana iniciava seu processo de aceleração e que a descrição afirma que não “*tinha buraco*”, fazendo alusão às condições do asfalto das ruas da Capital goiana. Intrinsecamente, o contexto torna-se um parâmetro de comparação, pois se usa o passado da cidade, em que possivelmente não haveria problemas,   atualidade.

Também entendemos uma crítica acerca das condições da infraestrutura viária da Metrópole que, com o crescimento desordenado e vertiginoso, algumas representações da cidade, tais como “a capital das flores” e “a cidade pacata”, acabam se contrastando com crescimento desordenado e caótico que Goiânia tem experimentado nas últimas décadas. Provavelmente, tais características e representações estiveram sim, presentes em um passado não tão distante. Já a segunda imagem (  direita) ressalta que independente do tempo, alguns problemas não mudam. Novamente observamos o efeito da comparação entre passado e presente ser ressaltada (desta vez de forma explícita), mostrando que os dilemas do transporte público continuam o mesmo, apesar dos anos.

Arrais (1999) e Silva (2012) salientam que tal representação adv m de discursos governamentais e dos meios de comunicação, se conectam as opiniões dos sujeitos que habitam a Metrópole, demonstrando diversos valores de uso destes discursos. Tais representações são imbuídas de elementos contraditórios, conduzindo uma complexa teia de

³¹ GOIÂNIA Mil Grau. **Cotidiano da Metrópole Goianiense retratada por memes:** imagem 1. Goiânia, 31 jan. 2019. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BtTt309g2zU/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.
GOIÂNIA Mil Grau. **Cotidiano da Metrópole Goianiense retratada por memes:** imagem 2. Goiânia, 14 fev. 2020. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B8i5_0Jg7yT/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=. Acesso em: 26 out. 2020.

significados e múltiplas identidades da cidade. Mesmo que, no cotidiano, não percebemos mais tais representações, elas estão impregnadas nos discursos que foram cuidadosamente repassados pelos governos e pela mídia.

Reforçamos que essa comunicação, posta nos memes, se dá pelas manifestações do sentido que os jovens têm acerca da leitura da cidade. Bakhtin (2016) afirma que as esferas da atividade humana estão sempre relacionadas com a utilização da língua, em forma de enunciados, que refletem na linguagem adotada, denominada pelo autor de gêneros do discurso. Para o autor, o gênero está ligado a uma origem social, associado a aspectos sociais e relacionados com a temporalidade e a espacialidade.

Neste sentido, os gêneros se dividem em dois grupos (de acordo com a sua finalidade discursiva): primários e secundários³². Nas imagens representadas por memes, recorremos a Bakhtin (2016), pois podemos defini-las como grupo primário, envolvendo situações comunicativas cotidianas, espontâneas e informais. Aliadas ao humor proposto por essas páginas de mídias sociais, os jovens constroem o discurso pautado pela interação das imagens e dos sentidos atribuídos ao enunciado.

A identificação da Juventude M1L GR4U com a cidade demonstra, reforço dos sentidos advindos de hábitos e práticas exercidas no espaço urbano, demarcando a diversidade cultural da Metrópole Goianiense. Os aspectos sócio-espaciais são valorizados para gerar identificação entre outros jovens, com a finalidade de enaltecer aspectos do cotidiano. A produção de sentidos é ressaltada com base nas características, aos quais, intuem-se serem compartilhadas em uma mesma coletividade. Elas são reforçadas de acordo com as vivências dos sujeitos, estabelecendo práticas culturais para significação dos espaços. Haesbaert (1999) reitera que as identidades estão localizadas no tempo e no espaço simbólico, social e historicamente produzido. O espaço simbólico posto pelo autor é aquele onde os sujeitos se sentem detentores de exercer suas práticas sociais e culturais, o lugar de pertencimento e identificação.

Retomamos Hall (2004) a partir da ideia de que os sujeitos não possuem uma identidade definida ao nascer, mas ela é formada e transformada através de construções simbólicas, mediante as interações sociais. A identidade territorial da Metrópole Goianiense é, para Haesbaert (1999), característica histórica do imaginário social, de modo que o espaço é referência à memória do grupo.

³² Os gêneros secundários aparecem em situações comunicativas complexas, como, por exemplo, enunciados técnicos, as teses científicas, entre outros. Tanto os gêneros primários quanto os secundários são compostos por enunciados verbais, o diferencial entre eles está no nível de complexidade em que se apresentam (BAKHTIN, 2016).

Os itinerários juvenis, constituídos pelo humor das páginas de mídias sociais, assumem o tom de crítica às dinâmicas sócio-espaciais da cidade. Isto é, reforçado à medida que a paródia se configura enquanto instrumento de reforço das espacialidades juvenis, indicam o quanto estão inseridas em uma mesma rede de significados, permeados pelo humor e a ironia, permitindo a reflexão crítica da realidade compartilhada (BAKHTIN, 2002).

Podemos compreender o espaço virtual se constituindo como lugar onde a juventude expressa sua espacialidade, através do discurso e da sua leitura de mundo do cotidiano. Torna-se crucial englobar como se dão as práticas de leitura da juventude, pois assim conseguiremos entender as percepções advindas deste coletivo para expressarem suas relações com a Metrópole Goianiense.

2.1.4 Dimensão das mídias sociais, das práticas juvenis e leitura da Metrópole Goianiense

No ciberespaço, a juventude redescobre, por meio da leitura do espaço, uma nova forma de habitá-lo e pertencê-lo. Compreendemos que a leitura deste espaço é construída tanto geográfica quanto historicamente pelas relações sociais. Envolve, concomitantemente, a dimensão espacial, material e simbólica da realidade praticada, vivida. O ato de ler se mostra aberto, múltiplo, relacional, construtivo, mobilizador, um processo de produção de sentidos, um ato performático e político, discursivo e narrativo que pode produzir consentimento e ação. Tezza (2012) afirma que o ato da leitura realiza a passagem delicada da criação do narrador a criação do leitor sob uma mensagem parcialmente cifrada, portanto, percebemos que o leitor tem sim sua importância no processo de produção de sentidos e significados.

O espaço dito real, a qual o sujeito esteve sempre habituado, é tido como alicerce às construções culturais. Orlandi (2012) salienta que a leitura em sua acepção mais ampla, pode ser entendida como atribuição de sentidos, portanto não se trata de “uma questão de tudo ou nada, é uma questão de natureza, de condições, de modos de relação, de trabalho, de produção de sentidos, em uma palavra: historicidade” (ORLANDI, 2012, p. 10). Compreendemos, portanto, que os jovens conseguem traduzir a cidade, em diversas leituras (tanto visuais, quanto textuais), buscando a identificação com o seu “eu” e com outros jovens, para juntos, ressignificar o espaço vivido.

Trazemos Santaella (2013) que classifica esse tipo de leitor, denominado de ubíquo, constituído pelo sujeito que se adequa às arquiteturas do ciberespaço, pratica a leitura de variadas formas e formatos. É um leitor que possui características da efemeridade, típica da juventude do século XXI. São sujeitos, que além de realizar leituras, também a produzem para

outros sujeitos. E o espaço virtual se tornou espaço propício para atuação deste novo tipo de leitor, o produtor de conteúdo.

Dada essa possibilidade, é possível compartilhar imagens, textos e leituras, estando há dois metros ou a milhares de quilômetros. Neste sentido, a Juventude M1L GR4U faz parte deste tipo de leitor, que compreende a cidade, a lê e a ressignifica para que outros jovens possam interagir em uma relação sobre identidade e espacialidade. Teles (2020), afirma que as representações humorísticas inserem consequentemente, as identidades locais deste contexto nos fluxos virtuais de informação que pode ser acessado em diversos locais do mundo, com acesso à Internet, produzindo assim, novas leituras e novas percepções, enfim, são sujeitos imersos na Sociedade em Rede.

A Sociedade em Rede proporcionou uma mudança no hábito de vida das pessoas, antes limitada a um pequeno ciclo de amizades, agora ultrapassa as barreiras geográficas. Han (2017) alerta que vivemos em uma sociedade que vive o excesso de positividade, se manifestando pela superinformação (muitas informações, sem qualquer tipo de profundidade) e pela exposição excessiva que tem adoecido os sujeitos, deixando-os inertes naquilo que ele denomina de sociedade do cansaço. Dessa forma a intensidade da vida foi totalmente perdida, dando lugar ao consumo e à comunicação (HAN, 2017).

É crucial adotarmos um pensamento crítico ao analisar a Juventude M1L GR4U, pois muitos jovens que se enquadram ou participem deste coletivo, podem simplesmente estarem exaustos diante toda exposição que as mídias sociais provocam. Portanto, propormos o estudo de um coletivo de jovens, buscamos ler o mundo na sua unicidade formada pela infinita diferenciação de coisas, tempos e lugares, não há um tipo de leitura que seja correta aos olhos destes sujeitos, uma vez que o significado advindo da interação e da produção de sentidos possibilitam inúmeras interpretações (SANTOS; CHAVEIRO, VILELA, 2014).

Ressaltamos que, mesmo esta pesquisa tendo um aspecto ‘otimista’, também se buscou evidenciar críticas e contrapontos desse coletivo juvenil no ciberespaço, dada a isso a importância da leitura neste processo investigativo. Chartier (1998) informa que a leitura é sempre apropriação, invenção produção de significados. Para tal, evidenciamos a apresentação dos resultados da 5ª edição da pesquisa Retratos da leitura no Brasil, referente ao ano de 2020.

A pesquisa tem como principal premissa, estabelecer a concepção do leitor de livros (seja impressos ou digitais). Porém a mesma pesquisa, em certos momentos, amplia os dados sobre a leitura em outros formatos. Quando a pesquisa se refere à leitura realizada em outros suportes, que não são livros, conseguimos compreender que os sujeitos praticam suas leituras

em diversos formatos, comprovando, portanto, a presença mídias sociais no dia a dia dos sujeitos. A presença das mídias sociais (ou redes sociais *online*), no que se refere à troca de mensagens em aplicativos, participação de fóruns e comunidades chegou a setenta e seis por cento (76%) dos entrevistados pela pesquisa. Dentre essa população pesquisada, cerca de trinta e oito por cento (38%) deste público está compreendido na faixa etária de 18 a 35 anos, a faixa etária proposta por esta pesquisa de doutorado.

Santaella (2004), explica que há vários modos de ler e vários tipos de leitores, sendo constituídos de acordo com as reações e habilidades diante os estímulos semióticos que recebem. Portanto, a representação mental proporcionada pela semiótica, desenvolve processos cognitivos e operações mentais que ocorrem na representação de signos (SANTAELLA; NÖTH, 2017). Assim, conseguimos ter um panorama amplo de como os jovens exercem suas práticas na Internet e, compreendemos como as mídias sociais são relevantes na forma como tais práticas são realizadas.

Os sujeitos leem espaços e pessoas, para que se torne em experiências e narrativas. Freire (2008) informa que a leitura de mundo precede a leitura da palavra. Neste sentido, os sujeitos realizam suas leituras mediante suas concepções e experiências de vida. Santos (2014) afirma que com a Internet, os jovens buscam informações, conhecem pessoas e esse comportamento transforma as relações vivenciadas pela juventude e os impulsiona a diversificar suas identidades sociais.

Berdoulay e Entrikin (2012) elucidam que os sujeitos ou os grupos sempre teceram seus laços entre identidade e espaço, resultando em atividades rotineiras ligadas a um gênero de vida tradicional e de seu sentido de identidade. Nesta perspectiva, os autores concluem que os lugares podem ser entendidos relativamente elementos tradicionais, que contém os atores sociais³³ (os sujeitos) e seus modos de vida. Reforçamos, no entanto, a importância de se compreender como essa juventude vivencia e exerce sua espacialidade. Evidenciaremos tal concepção mediante a concepção das narrativas destes jovens, para compreendermos as suas ações e leituras que constroem a Metrópole Goianiense, no ciberespaço.

Almeida (2008a) salienta que as dimensões culturais construídas permitem entender as raízes dos sujeitos e as nossas, imersos no território. A autora ainda afirma que questionar a forma como os sujeitos são representados e como podem ser representados, auxiliam na compreensão das identidades territoriais, visto que são representações. “É pela cultura que estas populações fazem sua mediação com o mundo, constroem um modo de vida particular e

³³ São espaços de interação, lugares de fala construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade (RECUERO, 2014).

se **enraízam** no território” (ALMEIDA, 2008a, p. 317, grifo da autora). Portanto, perguntamos aos jovens entrevistados acerca dos motivos e os interesses que os fizeram acompanhar as páginas/perfis de mídias sociais elencados nos gráficos 3 e 4. Os relatos estão dispostos na tabela abaixo:

Tabela 1 – Principais interesses em acompanhar as páginas de mídias sociais

Jovem E1: O maior interesse que tenho nestes perfis, pois eles nos permitem uma certa proximidade e identificação. Por se tratar de páginas que versam sobre a temática Goiânia, ou no caso, ser de uma personalidade goianiense, acredito que seja meu principal interesse.
Jovem E3: As piadas em relação as experiências vividas na infância (com minha mãe, por exemplo) e em relação ao dia a dia do goiano, <i>pra</i> mim são os principais interesses que atribuo a seguir tais conteúdos.
Jovem E4: Achar o humor engraçado, principalmente por ser um humor bem regional. Adoro esta temática que os memes proporcionam e estas páginas me proporcionam momentos de grandes risadas.
Jovem E7: Para saber o que está acontecendo no Estado e gosto do humor feito com coisas regionais. Pois eu também percebo que, além de humor, há um toque de informação do tipo, uma certa crítica <i>né</i> , a tudo que acontece na nossa região.
Jovem E10: Me identifico muito com estas páginas e outras que citei na questão anterior. Acredito pelo conteúdo [postado por estas páginas] trazer familiaridade com o meu cotidiano. Eu consigo me ver representado em várias das postagens que sigo destas páginas das redes sociais.
Jovem E11: Interesse por lugares culturais, gastronomia e dicas para conhecer em Goiânia. Adoro conhecer lugares da cidade ou revisita-los com outros olhares que não tive da vez que os conheci. É bom ter essa percepção que algumas dessas páginas passam <i>pra</i> gente.
Jovem E13: Olha [...] para mim é o sentimento de Goianidade. O que de Goiás e que valorize nosso povo eu curto muito. Adoro mergulhar nas nossas raízes, na nossa cultura e rir um pouco de nós mesmos, do nosso cotidiano, não é mesmo?
Jovem E16: Meus principais interesses são: entretenimento, dicas [de lugares da cidade] e humor. Fico horas navegando pelos conteúdos e adoro visitar lugares que são retratados por estes perfis. Me identifico bastante quando me sinto representada por alguma situação retratada [por estas páginas].
Jovem E17: Meu principal interesse que estas páginas me proporcionam é, de certa forma, informação e entretenimento associados ao ambiente em que vivo. Passamos a conhecer melhor todos os cantos da cidade que a grande mídia, em geral, sequer mostra. Então acredito ser bastante importante a existências destes perfis.
Jovem E18: Acredito que por serem páginas bem-humoradas e retratar a cultura local. O humor regionalista é um grande atrativo.
Jovem E25: Olha, eu acho que cada rede social que acompanho tem algo que me interessa. Eu consigo ver um diferencial em cada delas. O Facebook, mesmo que muitas pessoas já tenham abandonado, ainda gosto para acompanhar notícias, <i>pra</i> ver memes, gosto dos grupos do Facebook. O Instagram eu vejo como uma mídia mais visual, eu gosto de ver os vídeos e fotos. O Twitter é uma bagunça e eu gosto de ver pelo humor mesmo e reclamação da vida [risos] e o WhatsApp para me comunicar com as pessoas.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Nos depoimentos, percebemos que os valores culturais de proximidade e de identificação com as páginas pesquisadas são os principais interesses destes jovens. Silva (2012) afirma que a identidade, não é um processo de categorização, mas sim uma representação que as pessoas têm de seu círculo de pertencimento, de seus atributos pessoais e dos demais sujeitos. É a forma como cada sujeito lê e interpreta o conteúdo postado nas mídias sociais.

É neste espaço que se formam, permanentemente, expressões e identidades dos atores sociais, pois essas apropriações funcionam na presença do sujeito (o ‘eu’) no ciberespaço, um espaço privado que também é, ao mesmo tempo, público (RECUERO, 2014). Neste ponto evidenciamos o ponto forte das mídias sociais, a possibilidade de interação entre pessoas de diversos círculos sociais. É neste espaço que os jovens se apropriam das tecnologias e convertem em rastrear relações, sentidos, codificando e recodificando os significados (REGUILLO, 2013). Das respostas, evidenciamos as dos Jovens E1 e E13, a seguir:

O maior interesse que tenho nestes perfis, pois eles nos permitem uma certa proximidade e identificação. Por se tratar de páginas que versam sobre a temática Goiânia, ou no caso, ser de uma personalidade goianiense, acredito que seja meu principal interesse (JOVEM E1, 2022).

Olha [...] para mim é o sentimento de Goianidade. O que de Goiás e que valorize nosso povo eu curto muito. Adoro mergulhar nas nossas raízes, na nossa cultura e rir um pouco de nós mesmos, do nosso cotidiano, não é mesmo? (JOVEM E13, 2022).

Percebemos a ideia de valorização da identidade cultural goiana nestes dois discursos, em um misto de linguagens, imagens, sentidos e temporalidades, ou seja, uma Metrópole Goianiense em travessia (CHAVEIRO, 2011). A mescla do rural e o urbano estão presentes nestas duas afirmações. O sentimento de Goianidade expresso pelo Jovem E13 é ressaltado como uma principal marca identitária destes jovens. Percebemos, também, o quanto os itinerários juvenis estão presentes nos discursos, a proximidade com as páginas/perfis se dá justamente na representação regional da cultura e do cotidiano, tanto da Metrópole Goianiense, quando do Estado de Goiás.

Para tal, complementamos a afirmação de Gomes (1994), na qual a produção dos sentidos na cidade fica a cargo do leitor, pois a Metrópole Goianiense é uma composição de camadas de construções e escritas, onde os sujeitos exercem suas práticas culturais e a ressignificam, de acordo com suas trajetórias e pela leitura do espaço urbano.

Consideramos que o espaço, o sujeito e a existência permitem diálogos possíveis, inovando o trabalho geográfico sem desconsiderar sua tradição, sua história e seus êxitos (CHAVEIRO, 2018). Desta forma, colocamos a leitura (e o ato de ler o espaço) como ação primordial para compreensão das dinâmicas sócio-espaciais estabelecidas pelos jovens no ciberespaço. Espaço esse que é sentido e percebido pelas trajetórias e narrativas destes jovens. Manguel (2020), então conclui que, quando lemos imagens (seja de qualquer tipo), atribuímos a elas caráter temporal da narrativa, desta forma, por meio a arte de narrar histórias, conferimos à imagem imutável uma vida infinita e inesgotável.

Neste estudo, propomos ampliar a concepção da leitura de mundo e sua percepção ao espaço a sua volta. Os jovens ao exercerem sua espacialidade, também se apropriam da leitura de mundo para compreender a cidade, entre suas múltiplas vozes, linguagens e sentidos. Santaella (2004, p. 171) enfatiza que “a linguagem é fluxo constante tal como as redes comunicacionais do ciberespaço potencializam”.

Assim, a Juventude M1L GR4U transita na Metrópole Goianiense, entre o real e o virtual, com suas múltiplas territorialidades concebidas por sociabilidades juvenis. Adentraremos no próximo capítulo, a partir da compreensão das representações identitárias na dinâmica espacial de pertencimento ao lugar pelos jovens.

3 GOIÂNIA, UMA METRÓPOLE CONTEMPORÂNEA: ENTRE O REAL E O VIRTUAL

Abordaremos neste capítulo a percepção da Metrópole Goianiense no ciberespaço, evidenciando elementos que reforçam a multiterritorialidade juvenis. Ao considerarmos como lugar de pertencimento, indicamos que a Metrópole, também, está ligada ao ciberespaço, no qual, os jovens se identificam, interagem e constroem a paisagem, praticam sua espacialidade através da linguagem humorística. As representações sócio-espaciais percebidas na Metrópole Goianiense virtual e real serão compreendidas por meio de sociabilidades juvenis.

Afirmamos que as práticas exercidas no ciberespaço, em páginas de mídias sociais, possuem sentido ampliado, pois atuam como instrumento de práticas socioculturais que unem pessoas e estas interagem por alguma razão onde é possível a produção de conteúdo descentralizado.

É, no ciberespaço, que os interagentes destes perfis de mídias sociais exercem suas espacialidades, presentes no contexto sociocultural metropolitano, gerando identificações, mediante aos conteúdos que representam estes grupos pela linguagem humorística, ou seja, realizam suas práticas culturais.

A Metrópole Goianiense se vê através de uma imagem refletida que “[...] depende do olhar de quem o contempla, e, como tal, o espelho pode operar de forma invertida e deformante. Representação sensorial de algo que existe, traduz lógicas de percepção que passam pelos caminhos do imaginário” (PESAVENTO 2002, p. 157). A autora ainda complementa que as cidades “se encontram na origem daquilo que estabelecemos como os indícios do florescer de uma civilização” (PESAVENTO, 2007, p. 11).

Viver e habitar a cidade não significa somente obter um endereço residencial, mas, também, é o lugar onde estão contidas as práticas sócio-espaciais dos sujeitos. Marandola Jr. (2014) afirma que os espaços de vida refletem flutuações sociais da espacialidade, nas quais se conformam as possibilidades de habitar. Propomos, portanto, apropriar a cidade como elemento central da narrativa, na composição da representação social do urbano.

3.1 Viver e habitar a Metrópole: Goiânia e suas multiterritorialidades

As Metrópoles contemporâneas são, continuamente, alteradas nas relações estruturais de espaço-tempo, vivenciadas pelos sujeitos. Neste sentido, entendemos que o espaço se configura na natureza das pessoas. O espaço se adequa ao momento vivido pelo

sujeito, passando a utilizar mecanismos e componentes que fazem deste lugar, onde se concentram as práticas culturais e onde há grandes interações com outros locais, gerando influências em outros espaços. Nesta perspectiva, Dardel (2011) reitera que conhecer o desconhecido e atingir o inacessível, a inquietude geográfica precede e sustenta a ciência objetiva. O pertencimento do sujeito a determinado espaço ou busca por novos espaços, fazem a relação entre o sujeito e o lugar em uma geograficidade³⁴, na qual este sujeito atua como modo de sua existência e de seu destino.

O sujeito só se reconhece como tal quando o local onde habita transcende significação. Podemos dizer que a Juventude M1L GR4U se relaciona com a Metrópole Goianiense no espaço virtual, buscando e ressignificando sentidos. Surge, então, a necessidade de trazermos as reflexões de Lévy (2000) sobre os sentidos da criação de um espaço virtual, denominado pelo ciberespaço e, conseqüentemente pela cibercultura.

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo **cibercultura**, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 2000, p. 17, grifo do autor).

Estes laços sociais se formam por meio de dinâmicas diversificadas, muitas vezes, estruturadas nas relações locais destes sujeitos. Lévy (2011) afirma que o virtual se apropria de novos espaços e novas velocidades, sempre problematizando e reinventando o mundo. Neste sentido, o ciberespaço se estabelece como:

[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso (LÉVY, 2000, p. 92).

Na tentativa de ampliarmos o conceito, definimos ciberespaço como lugar em que há interação humana nos diversos níveis de conhecimento, os dramas e as alegrias da vida em qualquer contexto. A Metrópole Goianiense se faz construída e habitada no ciberespaço, as relações sociais acontecem e produzem sentidos àqueles que vivenciam seu espaço. As

³⁴ Do termo em francês *géographicité*. A geograficidade, descrita por Dardel (2011), desenvolve-se a partir da existência comum dos sujeitos exercendo-se sobre um mesmo espaço, engendrando uma solidariedade orgânica entre eles, a despeito da sua diversidade de interesses.

cidades (e as metrópoles) reais e virtuais estão estruturadas na relação entre os sujeitos e espaço.

Para o Castells (2020), a sociedade global adentrou na cultura da virtualidade real, que consiste um sistema em que a própria realidade (experiência pessoal) é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais, no qual, as aparências se transformam em experiência. Sua principal característica é sua capacidade de incluir e abranger todas as expressões culturais, baseada em uma rede digitalizada e integrada de múltiplos modos de comunicação (CASTELLS, 2020).

Podemos considerar o ciberespaço uma virtualização da realidade, uma migração do mundo real para um mundo de interações virtuais. Um outro conceito adotado por Lévy (2000) é o de *virtual*, em distinção do senso comum e até mesmo do termo técnico ou filosófico. Para o autor, o virtual não se opõe ao real, nem ao material. Ainda que não esteja fixado em alguma coordenada de tempo e espaço, o virtual existe, é real, porém está desterritorializado.

Haesbaert (2016) analisa a compreensão do espaço-tempo, nas perspectivas de Giddens e Harvey, afirmando que não há de fato uma desterritorialização, mas um processo de (re)territorialização (denominado de multiterritorialidade) a qual os sujeitos pós-modernos estão vivenciando atualmente, sendo intimamente ligada a nova experiência da concepção do espaço-tempo, sendo este espaço múltiplo e versátil e sendo este tempo efêmero e global. Nesta perspectiva, o autor aponta importantes características entre a multiterritorialidade moderna e a pós-moderna. A moderna é zonal e hierarquizada, organizada em blocos econômicos, permitindo diferentes relações de interdependência.

O ciberespaço compreende sim lugar de sentidos, pois mesmo sendo desterritorializado fisicamente, é construído mediante as relações de produção de sentidos dos sujeitos com o espaço virtual, portanto se torna espaço reterritorializado. A Metrópole Goianiense real está intimamente ligada ao ciberespaço. A imagem de algumas marcas da cidade evidencia que o real e o virtual não se opõem, mas se complementam. Brandão (2009) elucida que criamos espaços para nele vivermos, pois ao construí-los, criamos interiormente a nós mesmos. A narrativa se funda ao dizer geográfico e ressignifica a paisagem da Metrópole. Para que possamos compreender a territorialidade juvenil no ciberespaço, vejamos a ilustração constante na figura 17:

Figura 17 – A narrativa juvenil na constituição de sua territorialidade sobre a Metrópole Goianiense no ciberespaço³⁵



Fonte: Reprodução Instagram, Goiânia Mil Grau, 2018.

Na imagem, a reconstrução da história de Goiânia, narrada em tom de humor pelos jovens. O *Monumento às Três Raças*³⁶ teve sua nova concepção no ciberespaço. Percebemos um novo sentido dado ao monumento, aproximando o imaginário ao contexto vivido e confirmando que as mídias sociais são espaços de proximidade e de relações sociais. O discurso adotado reconta a história do monumento, contextualizando que a estátua teve sua concepção, fruto de larva oriunda de um vulcão localizado na cidade de Caldas Novas, interior de Goiás. Há, no imaginário da população goiana, que as águas termais de Caldas Novas escondem um vulcão em inatividade e que poderia despertar a qualquer momento.

A isso podemos nomear como representação da cidade, quanto à metaforização do social, mediante atribuição de novos significados (PESAVENTO, 2002). A autora ainda salienta que, os sentidos apresentados pela imagem podem apresentar significados diversos, da forma que eles são sentidos pelos sujeitos. Portanto, ao ler e interagir com a postagem, os

³⁵ GOIÂNIA Mil Grau. **A narrativa juvenil na constituição de sua territorialidade sobre a Metrópole Goianiense no ciberespaço**. Goiânia, 25 out. 2018. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BpXogk0A3Vv/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

³⁶ O Monumento às Três Raças, cujo nome oficial é Monumento à Goiânia é uma escultura localizada no centro da Praça Cívica, sendo esculpida pela artista Neusa Moraes, em 1968. O monumento é em homenagem à miscigenação entre as etnias preta, indígena e branca, que deu origem ao povo goiano (MONUMENTO..., 2023).

jovens estabelecem conexão entre o real da virtual, nos revelando proximidade e identificação com a Metrópole, proporcionada por sua territorialidade.

A página, também, acrescenta à história contada, uma espécie de lenda urbana de que pode se tratar de um fato verdadeiro, nomeando as três estátuas de *Carlos*, *Everto* e *Jailson*. A Metrópole Goianiense tem sua história recontada e reterritorializada no ciberespaço, utilizando a linguagem humorística como discurso para identificação dos sujeitos. Notamos que, os sentidos propostos pelas imagens e pelo texto que a acompanha, ressignifica a percepção da Metrópole e busca a identificação daqueles sujeitos que habitam o espaço. Percebemos, então, que a juventude não está desterritorializada, mas está cada vez mais construindo novos territórios e se apropriando deles.

Turra Neto (2013) salienta que o entendimento dos jovens, capturados pela indústria cultural, nas redes virtuais e mesmo reais, buscam para além do lugar, referências culturais globais, construindo assim, grupos de sociabilidades e sua própria territorialidade na cidade que têm à disposição. Percebemos que os jovens ressignificam o espaço, a partir das experiências de outros espaços. Eis o novo sentido de habitar e viver a Metrópole.

O uso das mídias sociais se constitui parte do universo de socialização, possibilitando a criação de novas formas de linguagens. Tais linguagens surgem na paisagem da Metrópole Goianiense, na qual, os jovens leem e interagem com outros jovens. Belloni (2002) afirma que tais linguagens podem estar em imagens fixas e em movimento, acompanhadas de toda a forma de textualidade (escrita, oralidade), sendo estas linguagens mixadas numa mesma mensagem, construindo significados, carregando representações e difundindo signos.

Leonardo Eduardo, um dos criadores da página **Goiânia Mil Grau**, fez a seguinte declaração ao Jornal O Popular: “[...] temos um afeto pela capital e a proposta é brincar com os fatos corriqueiros do que acontece aqui. As pessoas se enxergam e sentem-se representadas quando vê alguma foto ou vídeo nosso” (FERREIRA, 2016). Compreendemos esta relação com a Metrópole Goianiense, a partir da identificação do jovem, baseada em aspectos simbólicos e sociais.

Ao recontar parte da história da Capital, no ciberespaço, evidenciamos o apreço pela história que remete à representação das narrativas fundacionais (HALL, 2004). A maneira como os sentidos são compartilhados, a partir de um mesmo contexto histórico da Metrópole, nos revelam o cotidiano e os modos de vida da população goianiense, ou seja, com seus fluxos de comportamento. O humor adotado na imagem marca a narrativa para que outros jovens possam se identificar e apropriar deste sentido, permitindo-o ressignificar os laços entre a Metrópole real e a virtual.

Para Eco (1976), todo o signo só irá ter significado se for socializado entre os sujeitos, proporcionando a identificação. As linguagens adotadas por tais páginas de mídias sociais nos revelam o grande desafio da juventude ao criar conteúdo e mediá-las a outros jovens. Ressaltamos, também, que a capital goiana permite essa apropriação, pois de acordo com Silva (2013, p. 7) Goiânia possui um tempo ausente, pois “refere-se à condição do surgimento dessas cidades planejadas”. A autora reitera que este tempo ausente não é um tempo abolido, mas um tempo que se espera acontecer, “dessa forma, a cidade planejada implica num impacto mental e identitário, forja símbolos e sentidos que buscamos interpretar, sobretudo, a partir do imaginário” (SILVA, 2013, p. 7). Contudo, os jovens não recriam a história para mudar o cotidiano da Metrópole, o fazem para ser parte dessa história, evidenciando a identidade da Metrópole.

De acordo com Lévy (2010), a utilização de signos linguísticos evoca acontecimentos interligados com os sujeitos, pois quanto maior for a quantidade e o enriquecimento destas linguagens mais aumenta as possibilidades de simular e imaginar. O espaço da Metrópole Goianiense permite essa articulação entre simulação e realidade, brincando com o cotidiano, buscando evidenciar os problemas, mas também trazendo uma mesma percepção da qual a Juventude M1L GR4U se identifique e compartilhe.

Brandão (2009, p. 148) afirma: “[...] viver um tempo, pensar um espaço, estar num lugar”. Para o autor, os sujeitos habitam tempos e espaços e vivenciam tais lugares, locais da existência e coexistência humana. Esta percepção atribui sentido, expressa pelos dizeres geográficos. Segundo Paz (1956), a palavra é vida, sendo ela a única forma de ampliar o mundo de cada sujeito. As imagens que surgem da existência e das espacialidades dos sujeitos, correspondem a um olhar observador da cidade.

Os sujeitos, também, escrevem suas histórias e deixam marcas para novas possíveis leituras. Portanto, para entender os espaços de proximidade e o enriquecimento das imagens por meio de novas imagens, buscamos realizar uma compreensão semiótica que fundamenta os sentidos dos signos e das linguagens no universo juvenil da Metrópole Goianiense Virtual. Calvino (1997, p. 48) faz alusão da cidade a uma linguagem metafórica, sendo “os símbolos formam uma língua, mas não aquela que você imagina conhecer [...], não existe linguagem sem engano”. Buscamos saber com os jovens entrevistados as práticas espaciais que reforçam sua identificação cultural com a Metrópole Goianiense e, se são reproduzidas nas mídias sociais, conforme posto na tabela 2.

Tabela 2 – Identificação cultural com a Metrópole Goianiense e as práticas exercidas nas mídias sociais

Jovem E1: Me considero uma total goiana, até com o <i>pé rachado</i> . Tenho costume de comer pamonha, ir <i>ao pit dog</i> , andar nos parques e desfrutar do céu único daqui. Acredito que alguns dos itens mencionados por mim estão sendo difundidos pelas publicações dessas redes sociais.
Jovem E2: Me identifico sim, com o compartilhamento de informações culturais. Podem sim serem produzidas pelas redes sociais, pois são um dos meio mais presentes e acessados no dia a dia das pessoas.
Jovem E3: Eu super me identifico, porém sem a pitada de humor e exposição que constam nestas páginas. Nunca tive esta percepção que [as postagens promovidas pelas páginas] era uma prática cultural.
Jovem E4: Sim, identifico-me. Creio que as práticas que mais exerço são as voltas para alimentação e a forma de interagir e conversar, elas fazem de mim uma típica goianiense. Sim, elas são bem reproduzidas nas páginas que sigo.
Jovem E7: Me identifico principalmente com as questões culturais e lazer. Eu gosto muito de descobrir lugares interessantes, exposições, shows, também gosto dos parques da cidade, de movimentos culturais realizados lá. Em minha opinião não há muita divulgação e produção de práticas culturais nas redes sociais, em especial nas páginas de maior alcance, o que faz com que a maioria dos residentes não conheçam as atrações de sua própria cidade.
Jovem E8: Sim, uma prática cultural é fazer pamonha e comer no <i>pit dog</i> e ouvir música caipira. Essas práticas culturais são bem-produzida nas redes sociais.
Jovem E9: Sim, vou aos parques e me identifico com a cidade, porém minhas práticas culturais nem sempre são produzidas nas redes sociais.
Jovem E10: Me identifico sim. Gosto de cinema, teatro, parques e da variedade de opções para comida e lazer. A meu ver, estas atividades não podem ser reproduzidas nas redes sociais.
Jovem E11: Sim, identifico-me com a metrópole goianiense. Minhas práticas culturais são ir em feiras e teatro antes da pandemia; pamonharia, <i>pit dog</i> , parques. Acho que parcialmente são produzidos nas redes sociais, por meio de dicas, fotos, relatos de experiências, adaptações.
Jovem E13: Sim. O que mais me identifica nas práticas culturais são a culinária, tradições religiosas, a música sertaneja.
Jovem E16: Sim. Temos muitas festas tradicionais em Goiás, a tradição [da Procissão] do Fogaréu e as festas católicas em Goiânia e regiões próximas como a romaria do Divino Pai Eterno, visitação em Goiás dos festivais de cinema, são tradições nas quais sempre que posso gosto de acompanhar. Já com temas mais atuais temos a gastronomia que cada vez nos fascina mais, a Feira Hippie que é uma tradição, festa de pecuária, exposição culturais em <i>shopping</i> .
Jovem E17: A UFG por si só já possui um microuniverso recheado de hábitos e rotinas que identificam um grupo. A ideia de haver macacos andando entre os alunos ou a rotina de sempre pegar os mesmos ônibus e ver as mesmas pessoas cria uma conexão entre os moradores daqui.
Jovem E22: Ir a feiras livres, Comer/fazer pamonha, ir a <i>pit dogs</i> ; comer comidas da região, visitar parques da cidade e monumentos históricos, fala e adota o sotaque goiano para se comunicar com seus amigos/familiares
Jovem E25: Eu me identifico [sim] como goianiense e gosto sim das práticas, mas não de todas. Por exemplo, não sou chegado [ao estilo] sertanejo, apesar de me identificar com o aspecto meio caipira pois minha família veio do interior, mas esse tipo de sertanejo mais comercial, o sertanejo universitário, eu não curto muito. Gosto muito da culinária [goiana], eventos locais voltados para o público alternativo. Essa nossa relação de amor com o Pequi, o nosso sotaque que é bem característico e me identifico com essas questões, pois vejo nas redes sociais que, por exemplo, o

caso do Lázaro todo mundo estava ligado no Mais Goiás para saber notícias [desse caso]. E bem no dia do jogo da Copa América [de 2021] estava passando o helicóptero aqui no Setor Aeroporto e muitas pessoas acharam que o Lázaro poderia estar nas imediações. E as pessoas começaram a ir ao Perfil do Mais Goiás e questionarem sobre esse helicóptero e a página interagindo com as pessoas e me senti parte daquilo, pois estava vivendo aquele momento. E isso mexeu com a imaginação das pessoas e geraram memes. Então penso que as redes sociais aproximam as pessoas e se não fosse a Internet eu veria e não falaria com ninguém, não saberia se alguém teria a mesma percepção que eu tive.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Percebemos, pelos depoimentos de vários jovens entrevistados, que a identificação cultural se dá por meio da linguagem, mas principalmente pela culinária que, para muitos dos jovens pesquisados, são marcas que o identificam nas mídias sociais. Outras marcas identitárias foram citadas, tais como a religiosidade (festas e celebrações religiosas), o estilo musical marcante na Metrópole Goianiense (possibilidade de acesso a inúmeros outros estilos, como destacado pelo Jovem E25), mas também o cotidiano da cidade (ir às feiras livres, frequentar o espaço da Universidade Federal de Goiás e os sons e barulhos de carros e ônibus na cidade). Menezes e Almeida (2021) realizam uma pesquisa vinculada à Geografia dos alimentos, traduzindo a relação rural-urbano para o entendimento da identidade, modos de vida e cultura de determinados grupos sociais. As autoras salientam que:

No estado de Goiás, havia uma data especial para a produção da pamonha. Trata das pamonhadas, que consistiam em encontro ou reunião que envolvia/envolve membros familiares, amigos, vizinhos, permeado por laços de amizade, sociabilidade. Todos compartilhavam a elaboração do alimento. Esses eventos eram, e ainda são, um momento especial, festivo, desejado e esperado no ano, de regozijo e partilha, que acontece em uma casa predefinida, na roça ou nas fazendas (MENEZES; ALMEIDA, 2021, p. 5).

É possível identificar que os diversos agrupamentos juvenis que se formam nestas cidades possuem uma espacialidade própria e nos remete à articulação com outros lugares, na construção de espaços de referência na cidade concreta (TURRA NETO, 2013). É uma forma de prática sócio-espacial entre sujeito e a cidade, que se fundam e atribui significado à paisagem urbana.

Para Chaveiro (2012), muitas destas práticas sociais mostram a convergência e/ou conflito entre tempos, inovação, resistência etc., se expressando em marcos espaciais com fortes sentidos simbólicos, como evidenciado pelos jovens, principalmente na culinária, nas linguagens e na religiosidade. Faremos alguns destaques dos depoimentos dos Jovens

Entrevistados: a Jovem E1 se denomina *goiana do pé rachado*, numa forma de afirmar sua identidade sertaneja. Almeida (2019) afirma que tais argumentos reforçam o ser, o sertão e os sertões em um espaço vivo e dinâmico, que comunica e possui forte carga simbólica, transmitida por valores e práticas por todos os sujeitos que partilham o espaço. É uma expressão que espacializa e territorializa o sujeito, diante suas práticas sociais e culturais.

Outro elemento em comum aos Jovens E1, E8, E11, E14, E16 e E22, são os exercícios de suas práticas nos espaços da Metrópole Goianiense. Dentre os elementos estão: a pamonha, o carro de doces de Nerópolis, frequentar feiras livres, o Eixo Anhanguera e os famosos *pit-dogs*³⁷. São elementos presentes na cidade, que permitem a identificação dos sujeitos. Quando são expressas no ciberespaço, permitem a reterritorialização destes sujeitos, em um sistema de partilha de experiências e trajetórias de vida. Quando o Jovem E14 (2022) afirma que “pode parecer estranho, mas isso caracteriza Goiânia para mim”, ela tenta compartilhar seus sentimentos por meio de sentidos e sensações com a Metrópole Goianiense. O jovem permite que outros possam observar e se identificar pelos elementos destacados por ela.

Destacamos também a reflexão do Jovem E25: “[...] Então penso que as redes sociais aproximam as pessoas e se não fosse a Internet eu veria e não falaria com ninguém, não saberia se alguém teria a mesma percepção que eu tive” (JOVEM E25, 2022). A Juventude M1L GR4U vive uma era, na qual, a comunicação e o compartilhamento são vitais para uma sociedade interativa. Castells (2020) afirma que por mais que os laços de interação virtuais fossem fracos, há interação entre os sujeitos, pois as afinidades em comum os aproximam, criando comunidades. Essas comunidades virtuais são reais, porém sem um espaço físico de interação. Concordamos com Haesbaert (2016) ao perceber o movimento de construção de territórios no espaço virtual, ou de acordo com as palavras do autor, o processo de reterritorialização.

Como imagem histórica, quando o sujeito observador se desloca pela cidade e compartilha esse tempo (de espera) com os demais sujeitos, é o que Benjamin (2009) definiu como *flâneur*. Por isso, se faz presente a figura do leitor destas imagens, pois as relações sociais exercidas na cidade se transformam em livros, versos e, também, em novas imagens.

As identidades culturais, conforme descrito por Hall (2004) são construídas tanto geográfica quanto historicamente, pelas relações sociais. Envolve, concomitantemente, dimensões espaciais, materiais e simbólicas do espaço vivido, praticado. Neste sentido, a

³⁷ O nome surgiu em 1972, quando os irmãos Abdala Rassi e Jacob Rassi abriram a primeira lanchonete com este nome, na Rua 7, Setor Central em Goiânia. São espécie de pequenas lanchonetes, que costumam ficar em *trailers* ou instaladas em calçadas. Se popularizou em Goiânia e em 2020 tornou-se patrimônio cultural e imaterial do Estado de Goiás (GOIÁS, 2020).

identidade é flexível tornando processo de produção, um ato performático, discursivo e narrativo que produz sentido. A linguagem só se faz em sua plenitude quando é concebida na dualidade que a define, sendo entre objeto de significação e objeto de comunicação.

A cultura juvenil na leitura da cidade é evidenciada na promoção de práticas emancipatórias, na qual os sujeitos podem debater, encontrar opiniões iguais/divergentes, outras percepções de mundo, proporcionando novas formas de leitura e, conseqüentemente, novas práticas culturais. “Uma metrópole propicia aos seus habitantes representações contraditórias do espaço e das socialidades que aí tem lugar” (PESAVENTO, 2002, p. 19). No ciberespaço é, portanto, possível o exercício de práticas culturais que evidenciam as culturas regionais e os aspectos do cotidiano, mesmo na profusão e na velocidade propagada pela Internet.

Cada jovem pode fazer parte de quantos grupos quiser, ou se identificar. A Metrópole Goianiense permite essa multiplicidade de vozes, sentidos, linguagens e práticas. Com base em informações obtidas na tabela 2, instigamos os jovens a destacar os elementos que fazem eles se identificarem como habitantes e moradores da Metrópole Goianiense. Salientamos que, apesar de refletirem a mesma temática das respostas colocadas na tabela anterior, percebemos que alguns jovens entrevistados trouxeram aspectos não notados no primeiro questionamento.

Tabela 3 – Características que identificam os jovens com a Metrópole Goianiense

(continua)

Jovem E1: Sim, [me identifico] por me sentir representada com os itens e buscar apresentá-los para as pessoas que não são daqui. Me identifico pelo meu gosto pela culinária goiana, por sofrer com o trânsito e o transporte coletivo, por gostar da vida noturna nos barzinhos da cidade, embora não esteja podendo ir [por conta da Pandemia] e por tentar ir em busca de algo que seja nosso.

Jovem E2: Por morar aqui desde pequena e conhecer a cultura, [me identifico com] a culinária e os modos linguísticos e de viver goianiense.

Jovem E3: Sinto [essa identificação] mais depois [de ter conhecido] estas páginas. Não gosto de sertanejo, mas vejo que Goiânia é além do sertanejo e com isso as práticas culturais daqui também refletem essa pluralidade.

Jovem E4: Sim, sinto. O gosto pela culinária goianiense, meu comportamento e meu vocabulário, fazem de mim uma goianiense nata.

Jovem E7: Não me sinto Goianiense. Mesmo que passe grande parte do meu dia na cidade e que goste muito dessas questões culturais, de lazer e da gama de opções que se tem na cidade, acredito que ainda há em mim algumas características interioranas que me não fazem criar esse sentimento de pertencimento, como gostar também de tranquilidade e de um senso de comunidade que a capital não tem.

Tabela 3 – Características que identificam os jovens com a Metrópole Goianiense
(conclusão)

Jovem E10: Me sinto goianiense. Me identifico com a variedade de opções culturais e a preservação dos parques e áreas verdes.

Jovem E13: Sou 100% goianiense, *goiana do pé rachado*, traço identificado no meu estilo de vida, vocabulário, costumes, culinária, religiosidade.

Jovem E16: Nossa cultura, forma de falar, paixão por música sertaneja, tradição em festas próprias da região, culinária como frango com pequi, festa junina e *pamonhada*.

Jovem E17: Meu entretenimento sempre envolveu *shopping* ou parques, os desgostos com o transporte público, mas ao mesmo tempo uma grande identificação com a sensação familiar de encontrar as mesmas pessoas e isso conforta frente os problemas de mobilidade.

Jovem E18: Sim, me sinto. O fato de gostar do que é oferecido na culinária goianiense e não forma de falar, absorvi muito do jeito goiano de se comunicar. A reprodução nas redes sociais é bem nítida. Eles pegam o que existe de mais característico e reproduz bem de forma humorada.

Jovem E25: A questão de gostar de Pequi, mas não só de Goiânia, mas de Goiás como um todo. E também com a questão do clima, pois Goiânia é muito quente. Já com o sertanejo não me identifico muito, eu não frequento ambientes sertanejos na cidade, Pecuária eu nunca fui e sei que é tradicional em Goiânia [...] essas eu não me identifico. Mas você pega pontos da cultura caipira, os *modão* [modas de viola] essas eu gosto e me identifico. Agora esse atual sertanejo eu não gosto, pois acho muito mecanizado, padronizado e comercial, perdeu aquela essência de vida no campo. E como falei, gosto bastante e me identifico com a nossa culinária e o nosso hábito de andar pelos parques da cidade, valorizar o nosso verde.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Fazemos o contraponto com que os Jovens E7 e E25 apresentaram nas tabelas 2 e 3. O Jovem E7 afirma que apesar de se identificar com as práticas culturais disponibilizadas nas páginas de mídias sociais, afirma que não se sente goianiense diante a dinâmica da metrópole com a vida corriqueira e agitada, diferente do ritmo que se observa em cidades interioranas do Estado de Goiás. Já para o Jovem E25 a identificação também ocorre pela culinária, mas também é refletida ao observar a dinâmica da cidade, ressaltada nos parques ecológicos, marca registrada da Metrópole Goianiense.

As demais respostas dos jovens direcionaram aos seguintes pontos de identificação com Goiânia: a linguagem, culinária, mobilidade urbana e a identidade sertaneja. Dizemos identidade sertaneja, pois em muitas respostas foi atribuído ao sertanejo apenas enquanto estilo musical, porém a identidade sertaneja perpassa, também, elementos culturais como a religiosidade, nas expressões populares utilizadas para reforçar o laço com a Metrópole e, principalmente, na relação já abordada por Menezes e Almeida (2021) de Geografia de alimentos.

Para Claval (2007), as práticas sociais e culturais exercidas por estes jovens se dão por intermédio que os sujeitos realizam a sua mediação com o mundo, construindo um modo de

vida que os fixam no território. Os jovens, ao destacarem elementos que os identificam com a Metrópole Goianiense estabelecem raízes com o espaço e, esta identificação transcende o território dito real e se reterritorializa no espaço virtual. Portanto, a Metrópole real e a virtual não são indissociáveis, uma vez que os sujeitos podem viver e habitar ambas, mediante sua leitura de mundo, percepção de sentidos e identificação com o lugar.

Diante tal articulação entre sujeito e lugar, Turra Neto (2013), considera ser possível falar em uma Geografia das Juventudes, pois presenciamos práticas culturais e socioespaciais, que ocasionalmente constroem territórios no espaço urbano e se produz a própria cidade. Precisamos, então, compreender a espacialidade e sociabilidades juvenis e a sua relação com o território, ponto de encontro que une esta investigação ao campo da Geografia.

“Há, assim, uma herança cultural que permeia a relação com o território. E a identidade territorial do sertanejo aparece como indispensável para a existência e a manutenção da biodiversidade e do horizonte de vida do sertão brasileiro” (ALMEIDA, 2019, p. 34). Nas respostas dos jovens entrevistados, percebemos que elementos da identidade sertaneja perpassam a relação de identificação com a Metrópole Goianiense.

No imaginário de muitas pessoas, quando mencionam sobre o qual elemento que identifica e define a cidade de Goiânia, tem-se logo a mente o estilo musical sertanejo. Portanto, observamos a figura a seguir, que apropria da representação social da Metrópole Goianiense de “a Capital do sertanejo”, realizando uma metáfora colocada na imagem. Em seguida, propomos uma leitura da imagem, buscando a intersecção destes pontos: a identidade sertaneja e a identificação com a Metrópole Goianiense.

Figura 18 – O “céutanejo” formando os acordes da Metrópole Goianiense³⁸



Fonte: Reprodução Instagram, Goiânia Mil Grau, 2018.

Notamos pela imagem que há um sentimento de valorização dos aspectos rurais e urbanos, evidenciados na Metrópole Goianiense, abordando a essência do ser na figura do sertanejo. Silva (2012) afirma que a vida rural, interiorana, a culinária e o gosto pela música sertaneja continuam marcantes na construção das identidades do goianiense. A autora ainda elucida que, mesmo carregando os vínculos com as tradições, os goianienses mesclam com as novas práticas culturais que marcam seus modos de vida com a metrópole. Podemos visualizar na resposta dos Jovens E1, E13 e E17:

³⁸ GOIÂNIA Mil Grau. **O “céutanejo” formando os acordes da Metrópole Goianiense.** Goiânia, 01 maio 2018. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BiP0WzOhxJR/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

Sim, [me identifico] por me sentir representada com os itens e buscar apresentá-los para as pessoas que não são daqui. Me identifico pelo meu gosto pela culinária goiana, por sofrer com o trânsito e o transporte coletivo, por gostar da vida noturna nos barzinhos da cidade, embora não esteja podendo ir [por conta da Pandemia] e por tentar ir em busca de algo que seja nosso (JOVEM E1, 2022).

Sou 100% goianiense, *goiana do pé rachado*, traço identificado no meu estilo de vida, vocabulário, costumes, culinária, religiosidade (JOVEM E13, 2022).

Meu entretenimento sempre envolveu *shopping* ou parques, os desgostos com o transporte público, mas ao mesmo tempo uma grande identificação com a sensação familiar de encontrar as mesmas pessoas e isso conforta frente os problemas de mobilidade (JOVEM E17, 2022).

Nota-se que as características do cotidiano marcam a construção das identidades dos jovens goianiense entrevistados. Silva (2012) afirma que conjuntos de elementos ligados ao contexto histórico-social e a locais específicos da Metrópole Goianiense, engendrou uma identidade sertaneja, mas também vinculou essa identidade a determinados estereótipos. Chaul (1999), calcado em um discurso governista e desenvolvimentista, afirma que são traços da goianidade (identidade goiana). O autor reitera que antes da criação do termo goianidade, existia o título de representação do goiano, intitulado de “*goianice*”, que remete a ideia de “decadência”, ao que o autor atribui ao contexto da crise da mineração em Goiás (CHAUL, 1999).

Porém, como já vimos, Gonçalves (2016) contrapõe a tese da decadência, ressaltada por Chaul (1999). É de conhecimento que a atividade de mineração não houve decadência, mas esteve em repouso até as condições tecnológicas e históricas de desenvolvimento das forças produtivas permitissem que tais recursos pudessem ser extraídos (GUIMARÃES, 2016).

Centrada em um discurso governista-desenvolvimentista, Chaul (2011) fala ainda em *goianidade*, ou seja, a construção da ideia de modernização através de uma de suas representações, o progresso, fruto dos projetos político-econômicos do pós-1930 em Goiás, numa tentativa de “mesclar o **velho** e o **novo**, fundir o **antigo** e o **moderno**, envolver o rural e o urbano e confluir o **atraso** e o **progresso** pelos caminhos da história” (CHAUL, 2011, p. 42, grifos do autor).

Refutamos esta afirmação, ao trazermos as reflexões de Pelá (2014) e Gonçalves (2016), ao elucidarmos que a dualidade antigo-moderno, velho-novo, atraso-progresso são conflituosas. Tais elementos “se contrastam e se entrecruzam a todo instante, uma vez que a

estrutura inicial tanto da sociedade como do território brasileiro tem a sua raiz fincada na fazenda, no latifúndio, no mando político e na exploração e expropriação de índios, negros, camponeses, enfim, da classe excluída e explorada” (PELÁ, 2014, p. 43). Para Gonçalves (2016), o latifúndio ‘plantou’ suas raízes, no qual a fazenda criou um processo de lastreamento e enraizamento territorial, em um grande processo de ruralização da sociedade goiana.

Portanto, retomamos a afirmação de Almeida (2008a, 2019), na qual a busca nos discursos, nas práticas sociais, nas representações, nas racionalidades, no pertencimento, nas contradições e coerências dos sujeitos, faz da geografia um conhecimento do conhecimento³⁹, sendo assim, elementos para conhecimento dos lugares e do território. Portanto, de acordo com os estudos da autora, a Metrópole Goianiense está contida no sertão brasileiro e, desta forma, podemos falar em uma identidade sertaneja goianiense, uma vez que, a identidade sertaneja não é unívoca, mas dinâmica (ALMEIDA, 2008a).

A autora, ao se referir enquanto identidade sertaneja goianiense, conseguiu identificar padrões culturais, enraizados com forte carga simbólica, transmitidas por valores e práticas por todos que partilham o espaço (ALMEIDA, 2019). “O sertanejo resulta da relação histórica do seu povo com o lugar onde vive, trabalha e reproduz sua cultura. Por isso, antes de tudo o sertanejo é um modo de vida estreitamente ligado ao mundo rural” (GONÇALVES, 2016, p. 57).

Portanto, baseado nos estudos de Almeida (2008a, 2019), Silva (2012) e nas afirmações de Gonçalves (2016) e Pelá (2014), entendemos que, ao falarmos de identidade sertaneja goianiense, possibilitamos ampliar o olhar desta análise, visando as práticas socioculturais dos jovens pesquisados. Mesmo que, a expressão goianidade esteja presente na marca cultural do povo goiano, notamos que seu conceito limita a compreensão geográfica que este estudo se propõe analisar. Os traços da vida e da cultura sertaneja e dos sertões perpassam os itinerários dos jovens da Metrópole Goianiense e são refletidas e interpretadas no espaço virtual. Salientamos a reflexão de Almeida (2019), sendo que:

Uma tipologia identitária do sertanejo, embora grosseira, foi esboçada. Porém, reconheço a natureza dinâmica presente na identidade. Há, além disso, a possibilidade de mesclar tipos identitários. Portanto, as identidades sertanejas são traços gerais, e somente singularizam a diversidade dos sertanejos, conforme já referi. Reconhecê-los em sua diversidade evita o

³⁹ A autora salienta conhecimento do conhecimento é a representação elaborada pelos geógrafos, aliada às formas que as sociedades e as pessoas traduzem em imagens suas experiências do espaço vivido (ALMEIDA, 2008a).

risco de empobrecer os sertões vendo-os como uma sociedade e um território únicos. Pode-se, pois, afirmar que a identidade cultural dá sentido ao território e delinea as territorialidades que se apoiam sobre as paisagens sertanejas (ALMEIDA, 2019, p. 41).

Ao realizamos a intersecção entre os depoimentos dos jovens e a imagem da figura 18, notamos traços identitários sertanejos na composição da paisagem da Metrópole Goianiense. Silva (2013) afirma que Goiânia é, ainda, uma cidade que foi adensando ao longo dos anos os sentidos e as materialidades da paisagem, onde tudo é simultaneidade e o espaço não mais revela as marcas do tempo, mas o simula. A Metrópole Goianiense da Juventude M1L GR4U no ciberespaço, é a metrópole dos sabores, das cores, das linguagens, das práticas sócio-espaciais e, também, do pertencimento. Esta juventude que a habita e a ressignifica a todo instante, criando múltiplos territórios, em que os espaços contam histórias e reforçam sua espacialidade e identidade sertaneja.

Santaella (2004) informa que o sentido não está armazenado nas consciências individuais, mas sim na relação, nos interstícios entre a linguagem e o sujeito que interage com ela. “Sentido é, portanto, linguagem em movimento, diálogo” (SANTAELLA, 2004, p. 168). Ao vermos as nuvens, imaginamos movimentos que podem nos aproximar de representações de sociabilidades. Desta forma, a linguagem visual nos mostra uma viola, que é perpassada (na visão do sujeito) por cabos de energia, formando acordes que formam a identidade cultural da Metrópole Goianiense e define seu espaço geográfico.

A partir disso, voltamos a Dardel (2011), no qual afirma que o espaço geográfico é o mundo da existência cotidiana, que agrupa dimensões do conhecimento e, também, da afetividade, portanto, “o espaço geográfico tem um horizonte, um modelado, cor, densidade. Ele é sólido, líquido ou aéreo, largo ou estreito: ele limita e resiste” (DARDEL, 2011, p. 2).

Para o autor, o espaço material é esmiuçado em: ‘espaço telúrico’, que fornece valores de profundidade, solidez e plasticidade; ‘espaço aquático’, que traz valores da vida e do movimento do tempo; ‘espaço aéreo’, atribui valores estéticos, simbolismo e dimensões afetivas; e o ‘espaço construído’, evidencia como paisagem e um produto histórico (DARDEL, 2011).

Bauman (2001) realiza compreensão vivida pela sociedade atual, calcada na transição da sociedade sólida para a líquida. A sociedade líquida faz com que ela seja adepta aos meios, preenchendo um espaço, que com a mesma facilidade que se esvai, para assim tomar outra forma. Para o autor, estabelecer uma forma única, fixa não é tão fácil, pois ela se adapta ao espaço, se apropria de suas principais características e se molda à outra forma. Portanto, o

nível de fluidez da sociedade é determinante na sua inserção em outros grupos, sendo seu instrumento na conquista do espaço.

A figura do sertanejo, característico do território do Estado de Goiás, fixa suas raízes na cultura e produz inúmeros códigos e símbolos que ressignificados perduram na Metrópole contemporânea. Dessa forma, Goiânia “[...] é emblemática pela multiplicidade de signos criados e distribuídos nas várias instâncias da sociedade, marcando sua textualidade: contexto e forma” (BERNARDES, 1998, p. 209). Esses signos são criados e ressignificados nas vivências urbanas dos moradores da cidade, de acordo com a autora. Todavia, evidenciamos que a identidade cultural do goianiense (identidade sertaneja), emanam costumes e culturas do passado rural no modo de vida e no imaginário da população. Tais elementos permitem a recriação das imagens e representações, no ciberespaço, daquele tipo de experiência do que é ser sertanejo.

Portanto, percebemos que a imagem da figura 18 (e imagens anteriores já abordadas), consegue realizar a conexão entre espacialidade, sociabilidade e a Geografia. O olhar geográfico permite que, ao se praticar a leitura do lugar, nos permite também, praticar a leitura de mundo (TURRA NETO, 2013). O entendimento dos aspectos culturais juvenis, nos permitem conhecer suas marcas espaciais, tal como sua (re)territorialização na cidade. Dado a compreensão de uma Geografia cultural, que elucide os movimentos dos sujeitos na paisagem, especificamente a Juventude M1L GR4U e a Metrópole Goianiense Virtual, nos instiga em aprofundar os estudos no ciberespaço, proporcionado pelas mídias sociais e digitais. Cabe-nos refletir as congruências e as incongruências que as espacialidades reais e virtuais incidem nas sociabilidades e itinerários juvenis.

3.2 A Metrópole real e a virtual: encontros e desencontros na espacialidade urbana imaginada

A possibilidade dos sujeitos construírem territórios e exercerem múltiplas espacialidades no ciberespaço, criam formas de percepção novas experiências em habitar tais espaços. A digitalização “atinge todas as técnicas de comunicação e de processamento de informações” (LÉVY, 2010, p. 103).

Na pós-modernidade⁴⁰, a multiterritorialidade é demarcada por um contexto descontínuo, fragmentado e de simultaneidade entre territórios; tais aspectos associados ao

⁴⁰ Bauman (2001) define como uma sociedade líquido-moderna, no qual, esta sociedade em que as condições sob as quais agem os sujeitos mudam num tempo mais curto e rápido do que aquele necessário para consolidação de

ciberespaço, possibilitando flexibilidade territorial não deve ser vista, por mais que algumas correntes conceituais insistam neste ponto, como algo homogeneamente difundido ao redor do mundo. O autor elucida que se há uma “multiplicidade inédita de territórios”, que são sobrepostos no mesmo espaço, por meio de conexões na rede, com diferentes realidades locais. Desta forma, a “nova” multiterritorialidade atua como fenômeno alavancador da exclusão, sendo que as condições de acesso aos “diferentes mundos” concretos ou virtuais não são idênticas para todos os sujeitos e sociedades, enfocando a reprodução de estruturas de poder (HAESBAERT, 2016).

Convém destacarmos que há divergências em conceituar e afirmar que vivemos em uma sociedade pós-moderna. Hall (2004) a denomina de modernidade tardia, pois entende-se que a sociedade não viveu de forma uniforme a transição dessas sociedades, possuindo grandes amarras com sociedades oligárquicas e feudais. O acesso à tecnologia (base da sociedade pós-moderna), não é igualitária a todos os sujeitos, visto que muitos sujeitos são excluídos em atuar nessa sociedade. Portanto, a visão de uma sociedade pós-moderna possui uma ótica europeia e estadunidense, baseada na lógica capitalista. As demais regiões do globo, dentre elas a América Latina, África e grande parte da Ásia, provavelmente nem ainda estão completamente em uma sociedade moderna.

Bucci (2021) elucida que as expressões “pós-industrial” ou “pós-moderna” não são exatas, uma vez que vivemos (mais do que qualquer outra época) em uma sociedade efetivamente industrial. Para o autor, a indústria não reflete mais as fábricas, ela foi superexpandida e não fabrica mais coisas, mas fabrica signos. Desta forma, a linguagem assume a posição de ‘chão de fábrica’ e o Capital fabrica pílulas linguísticas e imagéticas e entregam sentidos aos sujeitos. Esse sujeito é fragmentado e colapsado sendo um mero *chip* biológico desse sistema, denominado de superindústria do imaginário (BUCCI, 2021).

De fato, percebemos que a Rede é excludente e não fornece acesso igualitário a todos os sujeitos. Castells (2020) afirma que mesmos excluídos, estes sujeitos são atingidos pelas ações e definições realizadas pela Rede. O surgimento dessa Rede, caracterizada por fabricar valores por meio da comunicação e da publicidade alterou e continua alterando as nossas sociabilidades. Portanto, segundo Castells (2020), as cidades reais e virtuais também são atravessadas por estas questões, uma vez que a sociedade está constituída em torno de fluxos,

hábitos e rotinas. Tudo muda muito rápido, devido à vida efêmera que os sujeitos vivem. Já para Maffesoli (1998) a coletivização dos sentimentos destes sujeitos é fator essencial no renascimento de tais sociedades contemporâneas.

a saber: fluxos de capital, fluxos de informação, fluxos de tecnologia, fluxos de interação organizacional, fluxos de imagens, sons e símbolos.

Visando a conceituação, Lévy (2000) e Lemos (2013) utilizam a denominação de Cidade Digital ou *cibercidades*, enquanto Castells (1992) denomina este fenômeno como Cidade Informacional. Para o autor, ela é potencializada pelas tecnologias de informação e comunicação, proporcionando formas de interação dos sujeitos com o espaço urbano, ou seja, são espaço de fluxos, na qual ocorrem uma série de transformações sociais, econômicas e políticas (CASTELLS, 1992).

Sendo assim, diante a multiplicidade de conceitos, pontuamos que as cidades são extensões, um espaço de fluxos de variada natureza, ela se projeta no ciberespaço como uma *cibercidade*, isto é, um espaço de fluxos informacionais, compreendidas por linguagens, imagens, imaginários, cultura e memória, dispostas no espaço virtual e assim denominada de cidade virtual, ou seja, para este estudo, Metrópole Virtual.

A cidade virtual se caracteriza pelos fluxos de mercadorias, pessoas e capital, em ritmo cada vez mais acelerado (ROLNIK, 1995). O que caracteriza o espaço virtual é sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais, baseada na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, enfatizando que o espaço de fluxos e o tempo indefinido são as bases de uma nova cultura da virtualidade real que vai se tornando realidade (CASTELLS 2020).

O autor afirma ainda, que a característica mais importante dos espaços virtuais é captada, em seu domínio, da maioria das mais diversas expressões culturais. Entramos, assim, na cultura da virtualidade real, em que um sistema em que a própria realidade (experiência pessoal) é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam em experiência. Di Felice (2009, p. 236) declara: “o espaço virtual não se opõe ao real, mas flaqueia-se”, ou seja, se fortalece possibilitando novas experiências no habitar e na atribuição de sentidos a este espaço, atribuindo sentido de expansão ou extensão.

Para Hall (2004), quanto mais as sociabilidades são mediadas pelas imagens midiáticas e pelos sistemas de comunicação globalmente interconectados, mais as identidades se desvinculam dos lugares e flutuam livremente, criando inúmeros territórios. O autor destaca que, com isso, somos afrontados por uma gama de diferentes identidades, que podem nos territorializar sob qualquer temporalidade. Nesta perspectiva, os jovens reconhecem as características marcantes da Metrópole Goianiense, expostas nas mídias sociais, como elementos determinantes da sua identidade cultural.

Em decorrência desse processo, a divulgação de novas representações e imagens midiáticas da cidade, influencia o imaginário da Juventude M1L GR4U na construção identitária da Metrópole Goianiense. As mídias sociais passam, então, a encadear novos processos que inserem a cidade na escala nacional ou mesmo internacional na sua relação entre o sujeito e o espaço geográfico.

Essa representação do lugar tem sido empregada como a percepção de como a cidade é lida em outros contextos sócio-espaciais e também são divulgados pela mídia como mais um signo do progresso e da modernidade. A figura 19 retrata como a percepção da cidade é lida no contexto da juventude que vive e pratica o espaço e para aqueles que só vivenciam pelos signos representativos dos meios de comunicação.

Figura 19 – A Metrópole Goianiense e os sentidos imaginados no ciberespaço⁴¹



Fonte: Reprodução Instagram, Goiânia Mil Grau, 2021.

As representações da cidade e as representações da sociedade caminham juntas formando um único processo de comunicação (SILVA, 2012). A imagem em questão traz como é feita a representação da cidade de Goiânia nos meios de comunicação, principalmente nas novelas que, também, refletem as representações do que a própria sociedade expressa. A imagem fortalece a concepção de Lévy (2000), no qual o virtual também é real. A cultura sertaneja (que de fato marca a trajetória da cidade) está presente nas representações sociais que intrinsecamente povoam o imaginário dos sujeitos. Trazemos as reflexões do Jovem E25:

⁴¹ GOIÂNIA Mil Grau. **A Metrópole Goianiense e os sentidos imaginados no ciberespaço**. Goiânia, 11 abr. 2021. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CNhtan5AQ9G/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 15 maio 2021.

[O perfil] Mais Goiás era meu principal perfil para ler notícias sobre Goiânia e Goiás como um todo. Me identificava com o conteúdo, por me identificar com as postagens que tratam sobre aquilo que eu vivo, meu cotidiano. Mesmo que eu seguisse perfis [de jornais] como *Folha de São Paulo* ou *O Globo*, eu não teria estas informações regionais com a mesma ênfase. No Goiânia Mil Grau eu me identifico com dois aspectos: o humor e de falar de coisas e temas relacionados a nossa cidade. Eu sigo outras páginas de humor, com outro tipo de pegada e parecido com o praticado pelo Goiânia Mil Grau, que entendo como um humor mais tosco. Dessa forma, existe uma peculiaridade na forma de mostrar a cidade por esse humor, que muito dificilmente seria retratada por outros veículos de comunicação (JOVEM E25, 2022).

A Metrópole Goianiense é o lugar para que tais processos de identificação ocorrem, constituindo a identidade dos sujeitos. Na afirmação do Jovem E25, essa identificação marca a linguagem e sua proximidade com temas da Metrópole, realizando a comparação entre o que é representado pela mídia e o que de fato é. O Jovem, também, porém faz uma crítica ao afirmar o teor *tosco* da representação que seria o retrato fiel do sentimento de como os moradores da cidade realizam suas práticas sociais.

Baudelaire (2006) salienta que o cômico, diante um ponto de vista artístico, é uma imitação e o grotesco uma criação. Para o autor, a causa natural do riso, torna-se, também, no caso do cômico, a causa do grotesco, em um misto de elementos criados pelos sujeitos, misturada a uma faculdade imitadora de elementos pré-existentes na natureza (BAUDELAIRE, 2006). Tal método usado por estas páginas seriam a forma que proporcionariam esta identificação entre os sujeitos e a Metrópole Virtual. Tais práticas moldam e formam as identidades dos sujeitos que ali vivenciam o espaço, estando estreitamente ligadas (HALL, 2004).

As dimensões sociais das representações circulam entre os sujeitos não apenas como uma realidade individual, mas também como uma realidade social (CLAVAL, 2008). Nesta perspectiva, a juventude lê o espaço, tal qual como pratica. Caminhar pela cidade, observar seus aspectos e seu cotidiano é a proposta das páginas que retratam a Metrópole Goianiense, onde a compreensão do espaço urbano que é encarada, numa abordagem da cidade contemporânea, proporcionando uma reflexão crítica. Arriba (2002, p. 52, tradução nossa) salienta que “as tomadas de posição, a expressão de opiniões são todos procedimentos inerentes ao uso social do espaço, tornando-se assim em paisagem, lugar ou território”.

A prática de observar a cidade por meio de suas representações nos leva a entender como os sujeitos ressaltam questões a serem exploradas pelo seu “fazer” criativo. A experiência do caminhar é assumida, então, como uma maneira de fazer (CERTEAU, 2014).

Conseguimos visualizar como as práticas culturais dizem sobre a dinâmica da sociedade, uma vez que, os signos da cidade são representados por marcas identitárias que não se apagaram com o passar dos anos. Como é possível observar nas afirmações do Jovem E4:

Identifico sim. São páginas que mostram a cultura goianiense de forma divertida. Falam da nossa cidade e do nosso Estado, destacado o que temos de bom e que faz de nós goianiense. Mostrando nossa cultura e nossas tradições. Nessas páginas eu consigo ver e reconhecer muito do que existente na minha família, principalmente, nós que viemos de uma cultura mais rural (JOVEM E4, 2022).

Sempre prevalecerá a percepção da Metrópole Goianiense atrelada ao espaço rural, numa representação social do urbano. A cidade se reterritorializa em um espaço efêmero e que se materializa pelos sentidos juvenis. Antes de Metrópole, Goianiense também é a ‘Capital do Sertanejo’, onde os costumes estritamente rurais fazem parte do cotidiano de seus moradores. Na percepção do Jovem E4, a sua identidade cultural está calcada nas tradições e nos costumes que marcam a identidade sertaneja goianiense. Ao mesmo tempo em que a Metrópole virtual seja para os sujeitos que a habitam, espaço de identificação e representação cultural de seu cotidiano, para outros sujeitos, a Metrópole Goianiense seria a representação de uma *roça asfaltada*, numa tentativa pejorativa de desmoralizar esta identidade cultural. Vejamos a imagem a seguir:

Figura 20 – O rural e o urbano na paisagem da Metrópole Goianiense virtual⁴²



Fonte: Reprodução Instagram, Enquanto isso em Goiás, 2020.

A imagem da figura 20 ilustra que Goiânia é sim uma grande Metrópole, evidenciando alguns dos pontos que confirmam essa característica, como o Viaduto da Avenida T-63, no Setor Bueno e aos prédios contrastando com o Parque Flamboyant, na região sul da capital goiana. A imagem revela, também, o reforço do discurso que reitera a presença do aspecto rural, intrínseco à identidade goianiense: os dizeres “*Então vc é de Goiânia?? Mora na roça*”. O interlocutor, ao inserir a frase, afirma que no imaginário dos sujeitos que não conhecem a cidade, esta afirmação remonta a uma Goiânia que fora construída em um tempo em que o Estado de Goiás era marcado pela sua economia e cultura totalmente rurais.

Num comparativo entre as figuras 19 e 20 percebemos um contraponto na utilização da representação do que   morar na Metrópole Goianiense. Enquanto a primeira figura reforça a imagem sertaneja dos habitantes da Metrópole, a segunda tenta refutar este discurso, mostrando em imagens que a cidade não possui aspectos rurais em sua paisagem. De igual

⁴² ENQUANTO isso em Goiás. **O rural e o urbano na paisagem da Metrópole Goianiense virtual**. Goiânia, 24 out. 2020. Instagram: Enquanto isso em Goiás. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGviduFJEkg/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 01 nov. 2020.

forma, as duas imagens representam características da cidade, ora com aspectos cosmopolitas, ora com aspectos rurais e sertanejos.

Almeida (2019, p. 38) afirma que “esses signos identitários que informam as especificidades das populações locais vinculam-se a algumas das diversas ecologias que compõem os sertões”. Ao se associar *roça* à Metrópole Goianiense, evidenciamos uma construção discursiva cidadina, e esta também é produzida no espaço virtual. Por mais que seja uma metrópole com mais de dois milhões e meio de habitantes, os aspectos rurais estarão intrínsecos ao seu desenvolvimento. Por conseguinte, os lugares vividos são também espaços imaginados, uma vez que todos estes territórios vividos e/ou pensados refletem situações da experiência relacional da vida (ALMEIDA, 2019). As imagens evidenciam uma capital de cores, onde se predomina os tons amarelados, misturado ao movimento da cidade.

Silva (2013) salienta que o amarelo é impresso pela natureza do cerrado. A autora reafirma que “a paisagem urbana é o ponto de intersecção dos sentidos que nos permite captar, perceber uma realidade, tanto imediata quanto profunda, geradora de imagens que vão se tornando mais densas no seu conteúdo à medida que o tempo passa” (SILVA, 2013, p. 17).

Outras marcas textuais podem ser analisadas na imagem (figura 20), como a comparação feita entre a “*roça*” à “*Selva de pedra*”. Neste caso, foram utilizadas figuras de linguagem para reforçar marcas de duas cidades: a *roça* seria Goiânia e a *selva de pedra* seria a Megalópole São Paulo. Os signos criados na linguagem são interpretados no curso das relações sociais (BAHKTIN, 2002). Desta vez, percebemos que o contexto não é de depreciação a cultura sertaneja, mas de valorização da Metrópole Goianiense se tornou, sendo assim refletida nas percepções juvenis no ciberespaço.

Evidenciamos que o cenário identitário cultural da Metrópole Goianiense guarda contradições, confluências e produções de sentido, mediante paisagens abordadas pelas imagens. Ao fazermos esta reflexão, perguntamos aos jovens entrevistados que, mediante as postagens das páginas de mídias sociais que eles seguiam como imaginariam a Metrópole Goianiense. A Metrópole que eles vivem no dia a dia (a dita real) é a mesma expressada nas imagens da Metrópole virtual, ou ela assume outras formas e formatos. Os jovens trouxeram importantes considerações que analisaremos com mais afinco a seguir:

Por já ser goianiense penso que já tenho uma imagem definida em mente. Porém, acredito que as demais pessoas podem flertar com a figura do caipira, mas por vezes confundindo com o urbano e uma realidade de “pessoas ricas e fazendeiras”, que não condizem com a realidade (JOVEM E1, 2022).

Imagino uma metrópole descontraída, mas que existem problemas que precisam ser solucionados, no dia a dia é necessário entender que as postagens nas redes trazem à tona os prós e contras que a metrópole tem. Os memes trazem também o problema do estereótipo que outros lugares têm do goiano e ainda aqui na cidade continua sendo reforçado, isso é feito pelo modo engraçado, mas que a metrópole goianiense assume outros formatos também. É uma metrópole com problemas iguais as outras. Então acredito que há outras formas de expressão, não somente o que reforçam nas redes ou na percepção das pessoas de outros estados (JOVEM E2, 2022).

Tenho uma visão de uma Goiânia mais interiorana, com uma cara mais rural. Mas isso se perdeu muito. Goiânia hoje é a típica cidade grande, com muito trânsito, prédios etc. Para termos contato com o que é mostrado nas páginas temos que procurar pontos específicos da cidade, como por exemplo, o Mercado Central da cidade (JOVEM E4, 2022).

O que eu imagino é a cidade cheia de Ipê Amarelo. Isso está bastante ligado com a metrópole. Porém deixam a cidade perfeita (JOVEM E9, 2022).

Me identifico com o conteúdo pela sensação de proximidade com as falas e personagens. Situações cômicas típicas de quem está no dia a dia da Metrópole. Por exemplo: lanchar no *pit dog*, comer pamonha, manias de mãe, etc. (JOVEM E10, 2022).

Imagino a Metrópole Goianiense tranquila e mais diurna. Estou ligada a Metrópole que vivo e acredito que as demais pessoas têm essas mesmas percepções. Retratam o nosso dia a dia né (JOVEM E11, 2022).

Eu consigo ver um pouco de tudo no meio-dia a dia. Elementos rurais e elementos mais urbanos e tecnológicos. Goiânia é essa miscelânea (JOVEM E18, 2022).

Um pouco mais rural do que de fato ela é. Sim, Goiânia é uma cidade urbana e que vai além do clichê pintado do "goiano", por exemplo, conta com vários locais de arte urbana, grafites etc. (JOVEM E22, 2022).

Notamos percepções de alguns jovens, de certa forma, até contraditórias com algumas informações já apresentadas. Acreditamos que isso esteja ligado ao estigma da figura do sertanejo, ligado ao atraso e por muitas vezes estereotipado pelos veículos de comunicação. Tais reflexões estão expressas nas falas dos Jovens E1, E2, E4 e E22. As afirmações tentam refutar a ideia de que a Metrópole Goianiense possua ainda traços rurais. Isso fica evidenciado quando os jovens mencionam sobre o trânsito caótico, prédios, estereótipos e outras expressões e artes urbanas, que não são ligadas ao universo sertanejo. Como já mencionado, estas afirmações dissociam a imagem de uma Metrópole estabelecida no sertão, de uma Metrópole cosmopolita, ligada à modernidade e ao progresso.

Entendemos que muitos jovens, ao negarem uma possível conexão às representações identitárias sertanejas, tentam se aproximar das representações de modernidade que os

mesmos veículos de comunicação retratam as metrópoles das regiões sul e sudeste do país. Portanto, como já mencionamos anteriormente, o conceito de goianidade, apesar de ser amplamente difundido, proporciona interpretações difusas e equivocadas.

Ao valorizar a Metrópole Goianiense estabelecida no sertão, os sujeitos entrevistados poderão compreender que as práticas espaciais e culturais exercidas por eles estão calcadas na identidade cultural sertaneja, sendo o elo com o território goianiense. Mesmo que a Metrópole proporcione experiências cosmopolitas, semelhantes a outras grandes Metrópoles brasileiras, os sujeitos só se sentem pertencentes àquele espaço quando suas identidades culturais se conectam a paisagem.

Ao mesmo tempo notamos o Jovem E4 afirma que percebe a Metrópole Goianiense com aspectos rurais interioranos, que nos remete aos apontamentos elencados por Almeida (2019), no qual o espaço vivido reflete experiências relacionais da vida. O rural e o urbano estão imbricados na composição da paisagem da Metrópole. Os mesmos direcionamentos são trazidos pelos Jovens E9, E10, E11 e E18. Nesse contexto, a representação do habitar pela juventude traz “espaços de vida específicos revelam formas de ser e estar na metrópole, incluindo assim a perspectiva material e experiencial ao mesmo tempo, expressando a espacialidade do espaço vivido” (MARANDOLA JR., 2014, p.111).

A Metrópole Goianiense acontece a partir das ligações da cidade com o espaço agrário, na representação de uma identidade sertaneja, como nos indica Hall (2004), os processos de identificação têm se tornado mais fluidos e provisórios, de modo que culturas tradicionais hoje se encontram inseridas em um contexto de coexistência com novos fluxos globais e locais de referência.

Evidenciamos falas dos Jovens E9, E11 e E18. O Jovem E9 imagina a cidade povoada de ipê amarelo, árvore símbolo do cerrado, elemento que representa e proporciona identificação com o sertão goiano. O Jovem E11 vê a paisagem da metrópole diurnamente, numa alusão às cores e sabores proporcionados pela paisagem, afirmação esta que comunga com a reflexão do Jovem E18, quando salienta que *Goiânia é uma miscelânea*. Concordamos com Silva (2013, 2020), no qual afirma que Goiânia é o espaço afetivo destes jovens e o amarelo, característica predominante do cerrado goianiense, é observado em várias imagens na paisagem da Metrópole.

Entre o moderno e o tradicional, o urbano e o rural, a Metrópole Goianiense se vê imaginada pelos jovens, contida entre o real e o virtual, pois sendo espaços construídos com finalidades diferentes, o habitar de seus moradores os aproximam, pois se expressam os sentidos e o pertencimento do espaço vivido. Dada esta relação, analisamos a intensa

interação entre a juventude e a Metrópole Goianiense, mediante o exercício das sociabilidades juvenis, que englobam todas as parcialidades de imaginação da Metrópole virtual. Esta imaginação é uma atividade cultural, laço afetivo entre o sujeito e o lugar, um estender-se pelo mundo da Juventude M1L GR4U.

Cavalcanti (2015, p. 27) declara: “os jovens são agentes de espacialidades urbanas”. Para a autora, os jovens possuem interesses, motivações e preocupações quanto ao seu futuro e ao que a cidade pode proporcionar, portanto, o conhecimento geográfico, podem auxiliá-los na construção de múltiplas trajetórias com o espaço urbano, no espaço urbano e pelo espaço urbano (CAVALCANTI, 2015). As experiências espaciais e os fluxos urbanos amplificaram as vozes da juventude no espaço virtual, seja por meio de linguagens, códigos, símbolos e imagens.

Os itinerários juvenis são orientados por dinâmicas sócio-espaciais, constituídos pelo sentimento de pertencimento e de proximidade, que confluem em situações cotidianas vivenciadas pela juventude. Ao percorrer as imagens, os jovens transformam a cidade em um espaço para ser lido, em suma, um texto e uma nova linguagem. Esta compreensão permite em pensarmos a Metrópole e nas subjetividades trazidas pelos sujeitos, que permitem novos significados, linguagens e relações sócio-ciberculturais, permitindo assim várias visões de mundo e as sociabilidades juvenis nos espaços virtuais.

4 SER JOVEM E VIVER A JUVENTUDE: SENTIDOS PRODUZIDOS POR OS HABITANTES DA METRÓPOLE VIRTUAL

O objetivo deste capítulo é reconstituir as práticas culturais juvenis no ciberespaço, a partir dos sentidos atribuídos aos diversos lugares que compõem a Metrópole Virtual. Investigaremos se os jovens também vivem sua juventude (e a prática) neste espaço ou apenas a representa, não buscando a interação que é proporcionada pelo espaço virtual. Faremos reflexões acerca das representações sociais e os estereótipos da Metrópole Goianiense com a espacialidade exercida por estes jovens.

O espaço da Metrópole Goianiense, podem assumir aos jovens, diversas versões e olhares diferentes daquelas idealizadas por aqueles que a construíram. O cotidiano, aliado às sociabilidades juvenis, ressignificam a percepção da Metrópole Goianiense tanto a real, quanto a virtual. Santos (2014) afirma que o jovem busca o seu “lugar”, onde sua existência tenha sentido e onde ele possa estabelecer reações de aproximação e de identificação, incidindo em suas práticas culturais.

A Metrópole Goianiense virtual, então, se converge em lugar de encontro da juventude. Apropriamos dos estudos realizados por Silva (2015), no qual salienta que ser jovem e viver a juventude pode ser entendido e compreendido para além de uma faixa etária fixa, mas sim um fenômeno coletivo construído e vivenciado em determinado momento da vida dos sujeitos.

Os jovens têm a necessidade de manter laços com outros jovens e esses a outros, formando várias conexões, tribos e laços. A juventude ao formar um laço (ou vários laços), cria uma conexão efetiva entre os atores sociais. Estes laços são construídos mediante interação social. Não são somente os dispositivos que permitem a comunicação oral, mas sim um sistema de comunicação ubíqua, em que se reflete o modelo de comunicação fluida, em que se adaptam às arquiteturas líquidas proporcionadas pelo ciberespaço (SANTAELLA, 2013).

A relação dos sentidos com os símbolos e os signos, que se caracteriza por sua ambiguidade e pela infinidade de seus significados, é analisada dentro de estruturas que são organizadas pela cultura, desta forma, os fluxos informacionais e as estruturas sociais formam novos e diversificados signos de identidade. As sociabilidades juvenis expressas nas páginas de mídias sociais, ressignificam o contexto e o cotidiano metropolitano. Das relações sociais, surge a narrativa geográfica, praticada pelos jovens, no espaço virtual.

4.1 Práticas e sociabilidades juvenis em redes interativas

Os alicerces das relações sociais (diversas e complexas), resultam em diferentes formas de interação territorial, em que sempre se entrecruzam diferentes territórios. A partir destas diversas sociabilidades e de diversos níveis de complexidade, a lógica do jogo social é estabelecida na Metrópole Goianiense virtual e se desenvolve a partir dos sujeitos que a praticam.

Esta relação é vista para Lévy (2000), de quatro formas listadas a seguir: a) por meio de *analogias* entre comunidades territoriais e as comunidades virtuais; b) pela *substituição* das funções da cidade dita real, pelos meios técnicos do ciberespaço; c) pela *assimilação* da estrutura física das redes a um equipamento territorial tradicional; ou c) pela exploração dos diferentes tipos de *articulações* entre o funcionamento urbano e a inteligência coletiva.

Turra Neto (2013) parte do pressuposto que tais transformações são responsáveis pelas mudanças nas relações socioespaciais dos jovens com a cidade, tanto nas referências culturais disponíveis visando à construção de grupos sociais e de espaços de sociabilidades, quanto às territorialidades propiciadas onde estes grupos se materializam.

Neste sentido, reiteramos que a multiterritorialidade é tida como a ação ou processo, do qual se acessam ou conectam-se diferentes territórios individual e coletivamente e de forma concreta promovida por deslocamentos físicos ou virtuais, com a utilização das facilidades e relações do ciberespaço (HAESBAERT, 2016). As cidades virtuais, dentre elas a Metrópole Goianiense, partem de uma nova forma de distribuição do fluxo informacional, que de acordo com Le Coadic (2004), se constitui através de dois aspectos elementares: a explosão quantitativa da informação e a implosão do tempo de comunicação da informação.

Souza e Jambeiro (2005), destacam três momentos, no estudo das cidades, que podem servir para nossa compreensão da Metrópole Goianiense virtual. Em um primeiro momento, foram adotadas ferramentas de virtualização do espaço urbano, visando o planejamento urbanístico (automação de tarefas); logo em seguida, em um segundo momento, realizou-se a transposição literal da cidade física (e já constituída) para o ciberespaço, através dos primeiros modelos de cidades digitais (experiência de uso); e, por fim, passou-se a entender que a Metrópole contemporânea se constitui do entrelaçamento entre as redes físicas e virtuais, espaço dinâmico das práticas sociais (SOUZA; JAMBEIRO, 2005).

A Juventude M1L GR4U apresenta consciência da realidade do ciberespaço em um nível, talvez mais simples, mas que revela o posicionamento desse segmento social. Castells (2020), reitera que os sujeitos estão vivendo um momento crucial da história, cuja

característica é a transformação de nossa ‘cultura material’ por mecanismos de um novo paradigma tecnológico, orientado pelas tecnologias de informação e comunicação.

Essa atribuição do espaço virtual é para Lévy (2000, 2011), a concepção de um lugar de atuação, que não substitui as relações humanas presenciais, mas que articula as discussões em torno do real e do virtual. Dessarte, conseguimos perceber os sentidos das mídias sociais nas sociabilidades juvenis, no relato do Produtor de conteúdo da Página Goiânia Mil Grau:

[O conteúdo da página é direcionado] para o público jovem, mas no início não tivemos essa pretensão de focar em um público específico. Fazíamos um conteúdo que nós achávamos que era legal, a nossa linguagem, o jeito de escrever, trouxeram pessoas da nossa faixa etária [dos 20 aos 35 anos]. [...] Então pela maneira de falar, pelo público que a gente aborda são elementos que identificam mais nos jovens do que qualquer outra faixa etária. Pois quem só está vivendo aquela situação, naquele momento e na Internet, conseguirá entender a nossa proposta (PRODUTOR DA PÁGINA GOIÂNIA MIL GRAU, 2021).

Neste relato, os sentidos que a cidade assume no ciberespaço, surgindo ecossistemas informativos no interior dos quais o espaço e os significados são produzidos por uma estrutura interativa e informativa dos espaços sociais virtuais (DI FELICE, 2009). O espaço virtual é uma realidade incontestante, surgindo implicações para a vida social da juventude, inserida no cerne desta problemática. Chaveiro (2015b) salienta que a juventude brasileira e os grupos de jovens são constituídos, também, por sua inserção espacial, pois são nestes espaços que os jovens acontecem (e fazem acontecer), recebem símbolos advindos de máquinas semiotizadoras, agem e intervêm e se mostram atuantes em todos os campos e, principalmente, nas novas formas de se comunicar por meio das redes. “Na denominada democracia on-line com a organização política diferenciada de outras décadas anteriores; no modo de enunciar o corpo e de desenvolver a sua corporeidade. E também no modo de perceber, de sentir, de falar e agir” (CHAVEIRO, 2015b, p. 72-73).

As *cibercidades* ou cidades virtuais são moldadas pela tecnologia e a tecnologia atende aos desejos das sociabilidades dos sujeitos, portanto, tais cidades são fruto dos reflexos das relações sociais. Notamos na fala do Produtor da Página Goiânia Mil Grau, que há uma relação de proximidade entre os conteúdos postados na página e a identificação dos jovens que curtem estas postagens, pois elas refletem o cotidiano destes jovens. Os sentimentos coletivos são a premissa das sociedades contemporâneas, pois são compartilhados por meio da identificação entre grupos. Portanto, trazemos a reflexão do Jovem E14 acerca da relação das páginas de mídias sociais com a Metrópole Goianiense:

Elas traduzem aspectos da nossa história e da formação de Goiás. Apresentam um estigma social que existe quando os outros olham para Goiás. O imaginário sobre Goiânia se mistura com o do Estado de Goiás nesse sentido. Apresenta uma certa ruralidade que faz parte da construção histórica de Goiás, com seus costumes alimentares, religiosos, musicais, mas que ganha um peso preconceituoso no olhar e comentário de que é de fora do Estado e se negam a olhar para a nossa realidade tão além e mais profunda do que apenas Pequi e dupla sertaneja (que claro podemos gostar, mas que jamais será só isso). Ao mesmo tempo, as postagens apresentadas também questionam problemas socio-geográficos da nossa cidade: o trânsito caótico, a eterna construção do BRT desde o início atrasado e falido e a representação da cidade que e nós conseguimos compreender rapidamente do que se trata porque vivenciamos, experimentamos essa realidade (JOVEM E14, 2022).

O jovem salienta que sua relação de proximidade com a Metrópole Goianiense acontece mediante sua vivência e experimentação da realidade citadina e que os aspectos sociais, culturais e geográficos proporcionam sua identificação com o espaço. Santos (2015) afirma que os jovens buscam o seu lugar, no qual sua existência tenha sentido e que ele possa estabelecer conexões e relações de aproximação e de identificação. A autora, conclui “que o lugar é o espaço mais íntimo do indivíduo. O lugar não precisa ser físico para ter esse sentido” (SANTOS, 2015, p. 107).

Conseguimos compreender o jovem na sua abordagem, visto que, a identidade cultural do goianiense está alicerçada na cultura sertaneja que, como já vimos, vai além de um estilo musical, mas uma construção identitária que permeia as práticas espaciais destes sujeitos, a exemplo: a culinária, a religiosidade, a música, entre outros. Vemos, também, o jovem denunciar que os aspectos da ruralidade na cultura da Metrópole Goianiense podem servir de preconceitos exercidos por sujeitos que vivem e praticam outras dinâmicas espaciais, por isso, notamos uma certa negação às raízes sertanejas, numa afirmativa que *Goiânia não se resume ao sertanejo*, existem outras opções culturais. De fato, como toda Metrópole, Goiânia possui uma pluralidade de opções culturais, mas como o Jovem E20 declara:

Sim, eu me identifico com essas páginas, pois os elementos que eles mostram são coisas do dia a dia goianiense. Coisas que gostamos de forma bem humorada. Adoro ir na feira comer pastel com caldo de cana, ver jogos no estádio Serra Dourada, comer pamonha, ir a *pit dogs*, ir em parques nas minhas folgas, e também adoro pequi: o nosso ouro (JOVEM E20, 2022).

Percebemos que ambos os jovens valorizam o espaço que vivenciam, porém notamos no Jovem E20 a exaltação com os lugares que vivencia e, ao mesmo tempo, valoriza os aspectos da cultura goianiense. É um jovem que vivencia e pratica o espaço que vive,

valorizando sua identidade cultural. Santos (2015) elucida que o conceito de lugar está ligado ao sentimento de pertencimento e percebemos que para os jovens esse pertencimento pode, também, ocorrer nas mídias sociais. Reiteramos, portanto, que cada sujeito vivencia e se identifica com a Metrópole de acordo com sua relação de pertencimento a este lugar. Mesmo que o Jovem E14 se preocupa com os possíveis preconceitos ou estereótipos que possam ocorrer de outras pessoas fora de seu contexto espacial, o mesmo afirma que se identifica, pois, tais práticas no ciberespaço estão ligadas ao seu cotidiano.

As tecnologias da comunicação, portanto, possibilitaram a concepção do ciberespaço, lugar cujos valores se aproximam das acepções dos sujeitos. Lévy (2000) salienta que o ciberespaço permite a combinação de vários dispositivos e interfaces interativos, porém as mídias sociais não criam apenas formas de contato social, mas também uma nova ética comportamental, novos costumes, condutas, formas de cognição e até mesmo de manifestos sensoriais. Desta forma, nas mídias sociais, os jovens podem estar (e praticar) nos mil lugares da metrópole (SANTOS, 2015), é um espaço de fluidez, de interação e de sociabilidades.

Paula (2015) enfatiza que a condição juvenil para ser vivenciada, prescinde além dos aspectos sociais, históricos, culturais, entre outros, mas também, de espacialidade. Tal espacialidade é manifestada por meio das práticas sócio-espaciais do cotidiano destes jovens, dando a eles condições de produtores do espaço urbano, onde exercem suas territorialidades proporcionadas pelas redes de sociabilidades. Diante de tal afirmação, vemos na figura 21 como a postagem realizada nas mídias sociais pode refletir nos sentidos dos sujeitos que interagem com a mensagem transmitida, formando essa rede de sociabilidades.

Figura 21 – Manifesto sensorial e a territorialidade dos sujeitos no ciberespaço⁴³



Fonte: Reprodução Instagram, Enquanto isso em Goiás, 2019.

O interlocutor, ao reproduzir um trecho de uma música sertaneja (*Quando eu quero mais, eu vou pra Goiás*), indica que o Estado de Goiás é um lugar aconchegante, íntimo e que proporcionará muitos outros aspectos positivos. Atribuir ao estado à posição de *coração do Brasil*, nos remete a essa dimensão de proximidade e aconchego. Aos sujeitos que interagem com essa figura, também podem atribuir outros sentidos, pois as sociabilidades se fazem e se completam no encontro de diferentes formas de percepção e que são compartilhadas e reterritorializadas no espaço virtual. O Jovem E3 faz a seguinte afirmação:

A imagem traz muita representatividade, até mesmo para que não gosta de música sertaneja, como eu, não tem como não rir e não se reconhecer nas postagens. O sertanejo está na raiz do goianiense (JOVEM E3, 2022).

O Jovem E16 realiza o seguinte apontamento:

A imagem retrata a nossa cultura e as maravilhas de se morar em Goiás. Identifico com a variedade linguística goiana, comidas regionais, tradições e religiosidade. Acredito que [minha identificação] seja na questão de relacionamento com familiares, o nosso sotaque, o uso de gírias, o nosso cotidiano em si (JOVEM E16, 2022).

⁴³ ENQUANTO isso em Goiás. **Manifesto sensorial e a territorialidade dos sujeitos no ciberespaço**. Goiânia, 27 out. 2019. Instagram: Enquanto isso em Goiás. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B4IGq5DJCPy/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 26 out. 2020.

Diante tais expressões acerca da relação com a imagem apresentada, trazemos para esta análise as percepções de Paula (2015) que evidencia que dentre os sujeitos que produzem, isto é, vivenciam, se apropriam da cidade, os jovens é o grupo que mais apresenta bastante ativo no espaço urbano, pois eles inscrevem espacialidades diversas por meio de ações do cotidiano, construindo territórios e se apropriando dos diversos espaços urbanos. Portanto, as sociabilidades juvenis se tornam relevantes, pois lhes permitem vivenciar sua identidade juvenil e espacial. Para a autora, não basta ser jovem, é preciso vivenciar a juventude, ou seja, fazer coisas de jovens, estar com quem gosta e no lugar do qual se gosta (PAULA, 2015).

Neste sentido, podemos afirmar que os jovens enquanto coletivo Juventude M1L GR4U, vive sua juventude produzindo e praticando suas ações no ciberespaço. A imagem proporciona proximidade e aconchego, permitindo que estes jovens se reterritorializem e realizem suas práticas sócio-espaciais. Ao compreendermos que, a atual concepção que muitos estudiosos possuem acerca da definição do que é ser jovem e/ou juventude está datada, podemos conceber os jovens reais, detentores de suas práticas, seus tempos e produzem seus espaços de sociabilidades, bem como elaboram seus projetos de futuro (TURRA NETO, 2015).

Não podemos deixar de ressaltar, também, a existência de um contraponto acerca da imagem apresentada na figura 21. Ao mesmo tempo, em que a imagem passa uma sensação de aconchego, lembramos que o território goiano também é marcado por marcas não tão positivas a quem habita ou pretende habitá-lo. Goiás ainda é dominado por grandes latifúndios de terra e de grandes fazendeiros que detém o poder econômico de muitas cidades e do Estado, como um todo. O então Governador⁴⁴ é oriundo de uma antiga família oligárquica que sempre teve no poder político e econômico do Estado. Britto e Prado (2011) salientam que, desde os tempos da ocupação do território do Estado de Goiás para atividades de mineração, a centralização e instituição do poder estava concentrado nas mãos de alguns grupos familiares estabelecidos, dentre eles a família Caiado.

Os autores indicam que, mesmo em um primeiro momento a mudança da capital na década de 1930 possa ter enfraquecido o poder oligárquico destas famílias, elas souberam se reorganizar e, principalmente, com o golpe militar de 1964, elas voltaram a exercer o poder de outrora, atuando no controle cultural e político (BRITTO; PRADO, 2011). O Estado também é reconhecido como a terra do agronegócio, no qual, se apropria do solo, destruindo as características que formavam a paisagem. A paisagem do Cerrado está se transformando

⁴⁴ No período de realização da pesquisa e redação da Tese (2019-2022), o Governador do Estado de Goiás era o Senhor Ronaldo Caiado.

mediante a articulação capitalista, implantada pelo agronegócio. Salientamos que a frase, apesar de fazer parte de uma canção sertaneja, também faz parte de um discurso desenvolvimentista incorporado pelo Estado e pela mídia. Ressaltamos que ser jovem e viver a juventude, também proporciona realizar tais reflexões. O Jovem E6 faz um alerta:

[Acho] tudo muito estereotipado, me incomoda às vezes. *Pra* mim foge um pouco da realidade, pois Goiânia é a cidade mais desigual da América Latina e isso deveria ser mostrado por essas páginas, em tom de denúncia, o que infelizmente não acontece (JOVEM E6, 2022).

Diante o relato do jovem, vemos a preocupação, também, em que as páginas de mídias sociais façam denúncias das desigualdades sociais que são vivenciadas na Metrópole. Podemos refletir que tais questões transcendem ao espaço virtual, como já vimos, a Metrópole Virtual é extensão daquela que denominamos de real. Os problemas da cidade permeiam a vivência e as práticas juvenis no espaço. Chaveiro (2015b) afirma que a juventude brasileira é desigual, certamente heterogênea e, portanto, uma categoria complexa.

Contudo ao observarmos a autonomia juvenil, notamos seu modo de perceber, sentir e amar, possibilitando seu protagonismo nas mudanças sociais, na ação política e na conduta de suas corporeidades (CHAVEIRO, 2015b). Ao evidenciarmos a preocupação e o incômodo relatado pelo Jovem E6, podemos afirmar que existem outros jovens com essa mesma preocupação e que fazem (ou poderiam fazer), em seus espaços praticados, ações para exigir mudanças e contribuindo para o espaço urbano que está inserido.

Retomamos o relatório do Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (ONU-Habitat), no qual inseriu, em 2012, a cidade de Goiânia como uma das mais desiguais da América Latina. Tal informação veio corroborar, também, com Arrais (1999) e Oliveira (2011), no qual afirmam que os discursos construídos para a Metrópole Goianiense não mais são do que ecos de imagens construídas mediante fragmentos da cidade, ou seja, auto-imagens. Ao pensarmos em uma Metrópole Goianiense cosmopolita, com vida urbana agitada e desenvolvida, estamos excluindo as regiões menos agradáveis da cidade, ou melhor, é como elas não existissem. Portanto,

[...] fica a ilusória impressão de que as cidades-capitais planejadas do Cerrado são sinônimas de qualidade de vida, uma vez que o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) – mensurado a partir da expectativa de vida, do acesso ao conhecimento (educação) e da Renda Nacional Bruta (RNB) per capita, expressa em poder de paridade de compra constante – mascara as desigualdades (PELÁ, 2014, p. 120).

Por isso a preocupação do Jovem E6 é válida e nos proporciona uma reflexão crítica a respeito da responsabilidade social que os produtores de conteúdo deveriam ter ao retratar a metrópole, pois o que percebemos é vigorar um discurso hegemônico, de falsa modernidade, que renegam o passado e a herança cultural (ARRAIS, 1999; OLIVEIRA, 2011). A desigualdade social é marca presente na composição da paisagem da Metrópole Goianiense, sendo percebida pelos jovens que interagem com os conteúdos postados.

Silva (2012) complementa que a composição de imagens que evidenciam lugares, define a forma de olhar a cidade (na qual a Metrópole Goianiense está compreendida), bem como suas práticas culturais e suas inúmeras paisagens, servindo, portanto, à construção de identidades. Por isso cabe, aos jovens leitores do espaço, observar pontos e contrapontos que compõem as paisagens para compor sua interpretação na formação de tais espaços.

Diferentemente da massa, em que não se tem a presença da lógica de identidade, os pequenos grupos (constantes dessas páginas de mídias sociais) valorizam o papel de cada sujeito, no qual cada um pode expressar seu sentimento e partilhar com outros sujeitos. Esses pequenos grupos não são fechados e sempre estão em grandes mudanças, pois a identificação entre as pessoas varia de acordo que surgem novos grupos, novas ideologias. Dessa forma, percebemos que os jovens se reterritorializam de acordo com o sentido que se dá à leitura que é realizada do espaço retratado, ou seja, exercem sua sociabilidade. É por meio dessa sociabilidade, do encontro, do estar junto de seus pares, que os jovens constroem suas identidades, culturas juvenis e seus territórios, contribuindo com a produção do território no qual estão inseridos (PAULA, 2015).

Neste sentido, afirmamos que um mesmo sujeito pode habitar um território de várias formas (não padronizadas). Cabe ao sujeito partilhar suas experiências territoriais a outros sujeitos, formando conexões sociais de acordo com suas práticas culturais e leitura de mundo. Dada a essa premissa vislumbramos o ciberespaço como, também, lugar de partilha, produção e apropriação do território.

O crescimento do ciberespaço, para Lévy (2000) está orientado a partir de três princípios fundamentais: a *interconexão* (mundial ou local) – princípio básico do espaço virtual; as comunidades virtuais, “construídas sobre afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos, em um processo mútuo de cooperação e troca” (LÉVY, 2000, p. 127); e a *inteligência coletiva* – considerada a finalidade última do ciberespaço, na qual, o autor descreve como um tipo de inteligência compartilhada, baseada na cooperação dos sujeitos em duas diversidades. “É uma inteligência distribuída por toda

parte, na qual todo o saber está na humanidade, já que, ninguém sabe tudo, porém todos sabem alguma coisa” (LÉVY, 2007, p. 212).

O fato de as TIC favorecerem novas formas de acesso e de significações que podem ser compartilhados entre os sujeitos, ampliando o potencial de inteligência coletiva dos grupos, sendo os espaços culturalmente híbridos e mesclados (HAESBAERT, 1999). A este tempo, denominado de Era da Informação, a evolução tecnológica contribui no processo construção de novos conhecimentos em fluxos nunca vistos. Os desejos juvenis de existir além do cotidiano rígido possibilitam uma sociabilidade híbrida, que “no social digital são os sistemas informativos e a circulação de informações em tempo real que continuamente modificam os cenários sociais, passando a ressignificar, do mesmo modo, práticas e atuações” (DI FELICE, 2009, p. 277).

Estes sujeitos híbridos, ou *ciberjovens*, revelam uma juventude multifacetada, que busca sentido e novos territórios de atuação Maffesoli (1998, p. 10) chama isso de tribalismo, uma vez que “ela é precedida pelas noções de comunidade emocional, de potência e de sociabilidade que a fundamentam”. Como consequência do tribalismo estão o policulturalismo e a proxemia (o espaço individual no meio social). Entende-se por policulturalismo o acesso a várias culturas e a interação com elas e, proxemia como a relação do sujeito ao espaço social, ele pode tanto se aproximar por afinidade ou também para conhecer algo que não é familiar ao seu cotidiano, mas que lhe interessa conhecer. Dessa relação social pode ocorrer, também, o efeito de afastar o sujeito do meio social, uma vez que ele não se identifica com aquele meio/grupo.

As tribos⁴⁵ se conectam e se desconectam, mediante afinidades e temas que se convergem a um mesmo espaço geográfico retratado. Maffesoli (1998) conceitua tribo como uma tensão fundadora que caracteriza a sociedade atual. São sujeitos de uma história sem marcha (bases culturais sólidas). Refutamos a afirmação do autor, quando ele diz que os sujeitos que transitam entre várias tribos não possuem bases culturais sólidas. Percebemos, até aqui, que os jovens pesquisados trazem consigo grande bagagem cultural, adquirida por suas trajetórias de vida. E por tais trajetórias, eles compartilham com outros jovens suas experiências e vivências. Portanto, numa tentativa de atualizar a definição do autor, entendemos uma tribo enquanto agrupamento de sujeitos, que trazem trajetórias de vida e cargas culturais diversas e compartilham com um ou mais grupos; se adaptam e adequam a

⁴⁵ O autor afirma que a metáfora de tribo, permite dar conta do processo de desindividualização dos sujeitos e, desta forma, as tribos não socialmente estáveis. As pessoas que compõem estas tribos podem evoluir de uma para outra, ou seja, as tribos são parte de uma sociedade de vida efêmera e transitória (MAFFESOLI, 1998).

efemeridade proporcionada pelo espaço virtual e se espacializam por meio de suas sociabilidades.

Porém, entendemos também, que alguns jovens, mesmo não fazendo parte destas tribos, são influenciados por elas, mesmo que estejam e sejam totalmente desconectados ou excluídos. Após a afirmação do Jovem E6, cabe abordarmos a influência das tecnologias no cotidiano dos sujeitos, mesmo (des)conectados. Faz jus abordarmos sobre as desigualdades no espaço virtual para, enfim, compreendermos o processo de mediação das linguagens juvenis e seu reflexo nas práticas culturais da Metrópole virtual.

4.1.1 Sociabilidades juvenis no ciberespaço: expressões de uma juventude (des)conectada

Os fluxos de informações e mensagens praticadas no ciberespaço proporcionam novas possibilidades territoriais e sociabilidades juvenis no cotidiano da Metrópole Goianiense. Esta tendência sociável, conforme afirma Simmel (2006), revela-se como um jogo, no qual, os sujeitos jogam a sociedade de maneira descompromissada, ou seja, promovem certa interação social.

Nesta interação, os jovens envolvidos se debruçam sobre a fluidez e a flexibilidade, proporcionadas pelas formas de experienciar os espaços e, também, de socializar com outros jovens. Estas novas cartografias de práticas inventivas dos jovens, desenhadas a partir das culturas virtuais é, para Costa e Barbosa (2016), um portal de afirmação e comunicação de sujeitos autônomos, que se constituem em coletivos ao expressarem suas territorialidades de encontro.

A territorialidade desenvolve-se a partir da existência comum dos agentes exercendo-se sobre um mesmo território, engendrando uma solidariedade orgânica entre eles, a despeito da sua diversidade de interesses. A Mundialização, tal qual foi constituída, trouxe novo paradigma tecnológico e redimensionou as exigências e atributos, bem como os direitos das sociedades em geral. Castells (2006) afirma que, a Sociedade em Rede é sinônimo daquilo que chamamos de Globalização, e o seu principal objetivo é democratizar o acesso à informação para todos os indivíduos e sociedades afins. Porém, verifica-se que na prática os fatores sociais e econômicos impedem que o acesso livre a informações aconteça. Aliás, para estudiosos como Chaveiro (2015a) e Bucci (2021), esta sociedade pode ser denominada como sociedade da imagem ou sociedade do espetáculo, que conecta e desconecta sujeitos orientados pelo capital, que se tornou um narrador de histórias e produtor de significações.

O relatório do *Painel TIC Covid-19: pesquisa on-line com usuários de Internet no Brasil*, o dispositivo mais utilizado pelos brasileiros com 16 anos ou mais é o telefone celular do tipo *smartphone*, que representa noventa e nove por cento (99%) dos usuários da Rede; seguidos da televisão (64%) e computador (de mesa, ou *desktops*, *notebooks* e *tablets*) compreendendo cinquenta e quatro por cento (54%) (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2022).

O relatório ressalta ainda que os usuários das classes D e E alegam problemas de velocidade da rede, pacotes de dados, aparelhos e equipamentos defasados como as principais queixas destes usuários acerca da conectividade à Internet (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2022). Pontuamos que, mesmo que haja acesso à Internet para todas as classes sociais, este acesso não se dá de forma igualitária, visto que tais problemas elencados pelas classes sociais mais pobres economicamente não é percebido pelas classes sociais mais abastadas e ricas.

Destacamos que os planos de pacote de dados de Internet pré-pago, que é a realidade da maioria dos brasileiros, não permitem o acesso a todos os conteúdos disponíveis na rede. Portanto, mesmo que estes sujeitos estejam atuando no espaço virtual, não será da mesma forma praticada por outros grupos que possuem melhores condições de acesso e conectividade rápida à Internet. Esta era da informação pode, cada vez mais, aumentar o abismo social e a exclusão digital dos sujeitos. E infelizmente é isso que tem acontecido atualmente.

Se informação é sinônimo de poder, a desinformação também é visto que os sujeitos ficam mais suscetíveis às ordens do capitalismo. Bucci (2021) afirma que o capitalismo empresta sentido e identidade ao sujeito, avançando sobre as subjetividades e subjetivações dos sujeitos. O capital alimenta os desejos desses sujeitos desamparados por demandas libidinais, ou seja, um sujeito cada vez mais alienado e monetizado (BUCCI, 2021). À medida que os sujeitos deixam seus rastros na internet, os algoritmos constantes nos sites de mídias sociais, moldam as preferências dos sujeitos criando um vasto banco de dados com estas infinitas informações.

Os algoritmos utilizados em páginas de mídias sociais são denominados por Pariser (2012) como *bolha*, nos quais, filtram e classificam as postagens que aparecem em cada *timeline* (linha de tempo da rede social) do usuário da Rede. Para o autor, esta bolha é ativada por ‘filtros invisíveis’, ou seja, por conteúdos delimitados pelos algoritmos que observam o comportamento dos usuários da rede, uma vez que são “mecanismos criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar seguir” (PARISER, 2012, p. 14).

Muito embora algoritmos desempenhem um papel importante, Bakshy, Messing e Adamic (2015) alertam que os próprios sujeitos usuários de mídias sociais interferem na forma como o algoritmo se comporta. Os estudiosos, que a princípio investigaram a mídia social Facebook (porém estendemos esta compreensão às demais plataformas como YouTube, Instagram, WhatsApp, etc.), afirmam que os usuários acessam os conteúdos não apenas a partir do que seus amigos (conexões da rede) compartilham, mas também, a partir do ranking do *feed*⁴⁶, tal qual, as notícias, artigos, textos, vídeos e imagens são classificadas e visualizadas, caracterizando o potencial dos algoritmos no processo de relevância dos conteúdos que o usuário verá como prioridade na Rede.

A ordem de visualização destas postagens pelos usuários depende de inúmeros fatores, dentre eles, a frequência de visitas a páginas de mídias sociais, sua interação com os amigos da Rede e, principalmente, a frequência de acesso aos conteúdos postados (seja algoritmos ou por amigos, amigos de amigos, entre outros) que aparecem no *feed* de notícias. Porém, além do uso dos algoritmos, Parisier (2012) afirma que, o aprisionamento é um dos principais pontos no qual os sujeitos não deixem ou abandonem estas plataformas de mídias sociais.

E, assim, quanto mais aprisionado, mais fácil convencer o sujeito a se conectar em outros espaços usando plataformas de mídias sociais, proporcionando o contínuo rastreamento dos dados. Bucci (2021) aborda que as cinco maiores empresas de tecnologia, ou denominadas de *big techs*⁴⁷, possuem concentração de riqueza maior que grandes economias do mundo, inclusive o Brasil, perdendo apenas para Estados Unidos e China, respectivamente.

Com ideia de personalização ainda em vista, pode-se inferir que ocorre uma fragmentação ainda maior dos espaços públicos, existe um afunilamento da bolha. “Assim são as notícias na internet: as matérias ou sobem na lista das mais encaminhadas, ou sofrem morte infame e solitária” (PARISER, 2012, p. 61), as mediações podem ser intensificadas pelos filtros, os algoritmos e agora também com papel de curadores.

Com o sujeito cada vez mais exposto ao efeito de embolhamento, proporcionado por sites de busca e de mídias sociais e com planos de dados de Internet limitados que impedem o aprofundamento de informações e até a verificação da veracidade dos conteúdos, virou terreno fértil para propagação de notícias falsas, as *fake news*. Os filtros atuam para que haja a aproximação de pessoas que pensam com maior similaridade e um afastamento entre aqueles

⁴⁶ De acordo com o suporte do Google, o *feed* é um fluxo de conteúdo que permite rolagem, recurso utilizado em plataformas de mídias sociais. O conteúdo é exibido em blocos de aparência semelhante que se repetem um após o outro (GOOGLE, 2023).

⁴⁷ De acordo com Bucci (2021) são: Apple, Amazon, Alphabet (dona do Google), Microsoft e Facebook (Meta), que juntas bateram o valor de 9,3 trilhões de dólares, em julho de 2021.

sujeitos que tenham opiniões e preferências opostas, o que para muitos não é um problema. Outra situação é que até mesmo entre pessoas próximas podem ocorrer uma personalização da personalização, ou seja, os filtros agirão para mostrar aquilo que supostamente o usuário final ‘possa gostar e compartilhar’.

Tal problemática ocasiona entender como a informação adquirida, por meio das mídias sociais, são absorvidas pelos sujeitos em um sistema cognitivo de “crença”, que guiariam suas ações. Para Peirce (2008) a formação de crenças se baseia em um fator emocional que não deve ser ignorado: a irritação da dúvida, alcançando um estado de crença. O autor reitera que quando o sujeito possui dúvida sobre determinado conteúdo, permanece uma situação de desconforto, da qual, ele deseja escapar rapidamente. Dessa forma, faz sentido pensar que o compartilhamento de informações nas mídias sociais atua em duas direções, que se completam: busca-se aplacar a dúvida⁴⁸ e a confirmação da crença do sujeito.

Num primeiro momento, ao ser confrontado por fatos que contrapõem suas crenças, o sujeito passa a rejeitar tais informações e fatos a qualquer questionamento que abale este estado de crença. Na atual conjuntura política e econômica que encontra o Brasil⁴⁹, assistimos pessoas agarrando-se tenazmente às suas ideias e crenças, muitas delas assentadas em evidências e notícias falsas. Não significa que as *fake news* sejam uma experiência nova, deste milênio. Elas sempre existiram, sob o nome de boato, porém elas foram potencializadas pela Rede. Cada vez mais sujeitos dispersos, dopados com o excesso de positividade e pobres em alteridade, atingidos por uma comunicação generalizada e a superinformação, ameaçam as formas humanas de defesa (HAN, 2017).

Esta recusa em admitir a existência de uma posição contrária à sua convicção, aliada a impossibilidade de debate de opiniões opostas e contraditórias, proporciona o embolhamento, caracterizado pelo resultado de uma necessidade cognitiva estratégica para reduzir tanto quanto possível a dúvida. Neste caso, embora a satisfação da busca cognitiva seja atendida pelo o alívio da irritação da dúvida (ou seja, avaliação emocional final positiva), ela não sinaliza uma realização adequada do conhecimento.

Por mais que os sujeitos tenham certa autonomia em filtrar as informações recebidas e possam configurar suas relações *online* nas mídias sociais, sempre sua inclinação cognitiva o levará a situações, nas quais, suas crenças serão confirmadas, evitando assim, a dúvida, a incerteza. O que levaria a um embolhamento, nos termos colocados por Pariser (2012), já que

⁴⁸ Aqui salientamos o conceito de dúvida considerado como de uma amplitude que vai do tipo mais primitivo, passando por perplexidades pragmáticas até as mais altas atitudes científicas e filosóficas.

⁴⁹ Iniciado desde 2013, mas agravado a partir do impeachment da Presidenta Dilma, em 2016.

destaca, também, a relevância da transparência de mostrar aos usuários como funcionam os algoritmos curadores, a fim de que eles não sejam controlados por tais máquinas, mas que possam se apropriar delas e trabalhar de forma conjunta na tentativa de redemocratizar, de fato, as dimensões da sociedade.

Portanto, surge um questionamento no qual podemos realizar algumas reflexões: como os jovens e as juventudes lidam neste espaço permeados por algoritmos, que moldam os discursos, fazendo um boato ganhar ares de ideias e crenças verídicas? O Atlas das Juventudes enuncia: a juventude que ser ouvida, de forma a participar ativamente para melhora social do meio em que está inserido, mobilizando frentes e transformando realidades (ATLAS..., 2021). E, de certa forma é o que temos visto nestes últimos anos. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) elaborou uma campanha de conscientização para incentivar uma maior presença dos jovens nas eleições de 2022.

Figura 22 – Mobilização do TSE para participação juvenil nas Eleições de 2022⁵⁰



Fonte: Tribunal Superior Eleitoral, 2022.

O TSE organizou uma campanha nas mídias sociais para atingir os jovens. A campanha teve adesão de artistas, que estimularam os jovens a emitir seus respectivos títulos eleitorais. Percebemos que as mídias sociais foram utilizadas para atingir a grande massa de jovens presentes nestas plataformas. Houve mobilização para esclarecer sobre pontos da eleição (segurança das urnas eletrônicas, o poder do voto para mudar a situação política brasileira, entre outros) e a resposta foi positiva com o recorde histórico de mais de 7,2

⁵⁰ BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Eleições 2022**: participe do tuitaço para incentivar a participação dos jovens. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2022/Marco/eleicoes-2022-participe-do-tuitaço-para-incentivar-a-participação-dos-jovens>. Acesso em: 27 maio 2022.

milhões de novos títulos emitidos no país (BRASIL, 2022). Esta iniciativa mostra que os jovens e as juventudes, quando unidas em prol de alguma causa ou ideia, podem romper a barreira da discriminação e exclusão, daí a importância da participação política e social destes jovens. E o espaço virtual, que muitas vezes é excludente, pode ser o espaço para realizar intervenções e estratégias, visando o empoderamento juvenil.

Para que esta participação social juvenil seja efetiva, o Atlas das Juventudes elencou alguns pontos, dentre eles: compor e fazer parte de coletivos e movimentos com que se identifiquem (ATLAS..., 2021). Portanto, entendemos que a Juventude M1L GR4U, enquanto coletivo, pode também se mobilizar e estimular outros jovens que vivem e habitam o mesmo contexto espacial e incluí-los nas discussões e possibilitando que estes ‘furem a bolha’ e possam ter um pensamento crítico e adquiram competências informacionais.

Chartier, Santos e Dumont (2022) definem competência informacional como conjunto de habilidades, para que os sujeitos sejam capazes de reconhecer uma necessidade de informação, localizar e avaliar as fontes confiáveis e transformar a informação adquirida em conhecimento. Em um espaço permeado de *fake news*, torna-se crucial a implementação de políticas públicas de incentivo a entender o que são notícias falsas e como confrontá-las.

Iniciativas como a do TSE permitem que os jovens se organizem em coletivos e organizem movimentos, pois como Turra Neto (2015) afirmou vivenciar a juventude deve ser encarada, também, enquanto ato político, pois a ideia de juventude que temos vem de uma construção sócio-histórica, envolvida na produção de realidade que se propõe a investigar. Percebemos que as sociabilidades juvenis foram e são essenciais para evitar a exclusão social, espacial e informacional. A cultura mediada no ciberespaço da Metrópole Goianiense virtual deve, também atender aos jovens (des)conectados, por isso, propomos adentrar nos modos de comunicação do coletivo Juventude M1L GR4U e suas linguagens neste espaço virtual.

4.2 Linguagens e movimentos juvenis: a cultura mediada na Metrópole Virtual

Na linha de tempo da história, diversas etapas foram configuradas e evidenciadas por um determinado meio de comunicação. A primeira foi marcada pela cultura oral e pelo tribalismo dela decorrente (a oralidade obriga à presença simultânea de emissor e receptor, sendo integradora). O aparecimento da escrita transformou as sociedades, criando condições para o aparecimento das civilizações e das primeiras entidades territoriais. Mas também tirou a humanidade do "paraíso tribal" e promoveu o individualismo (MCLUHAN,

1969, 1977). Ainda, segundo o pensador canadense, a segunda etapa foi marcada pelo regresso à comunicação oral, agora mediada por um aparato eletrônico.

De acordo com Silva (2012), comunicação e sociedade estão estritamente imbricadas, pois, o ato de comunicar é base da interação humana e da convivência entre os sujeitos sociais. Todas as sociedades se dedicam na produção de conteúdos simbólicos. A comunicação ocorre de diferentes formas (pela fala, pela linguagem textual, imagética, simbólica, entre outros). Assim, uma sociedade só se faz como tal, mediante sua capacidade de elaborar signos que permitem produzir, armazenar e circular as mensagens que ocasionam o processo comunicativo.

Admitindo dentro do contexto do Ciberespaço, a transmissão de mensagens e as criações coletivas são formas interativas de seus agentes, sendo atribuída uma série de mecanismos que se dá a partir de dispositivos de criação. Dentre as interações proporcionadas pelo ciberespaço, as mídias sociais permitem o contato e a relação entre as pessoas de diferentes localidades ao redor do globo, mediada pelas tecnologias comunicativas. Costa e Barbosa (2016) atentam para o fato de que há um retorno das apresentações corporificadas em dispositivos de comunicação, dispostas nas mídias sociais e a força simbólica que tais plataformas podem influenciar os itinerários juvenis. Tais forças simbólicas podem provocar tensões, questionamentos contínuos, circulando imaginários e imaginações sobre a mobilização de subjetividades de jovens das periferias urbanas (COSTA; BARBOSA, 2016).

Diante desse cenário, um dado importante apontado no relatório *Digital in 2020*, o Brasil se configura como o terceiro país no mundo em consumo diário de Internet (acima da média global), evidenciando que sua penetração entre a população brasileira chega a cerca de 71%. Ainda, segundo o relatório, as mídias sociais mais utilizadas no Brasil, são: o WhatsApp, Facebook e o Instagram, sendo que 66% da população brasileira é usuária de mídias sociais (WE ARE SOCIAL, 2020).

Destacamos que as mídias sociais agregam ainda mais valor ao processo de comunicação entre os sujeitos, devido às possibilidades de suporte e de transmissão destas mensagens. Para Di Felice (2009), as redes sociais e as comunidades virtuais realizam um número crescente de processos de construção de significados e de transformações sociais e dos territórios a partir de interações virtuais, ou seja, emergem a partir do ciberespaço novas formas e práticas sociais e transformações que conseqüentemente ocorrem no território. O autor então, revela o conceito de atopia, como uma forma mais antropocêntrica do habitar.

A atopia não é um novo tipo de espaço, nem um território simulacro, nem poderia ser definida inteiramente como uma pós-territorialidade, no sentido único de superação de formas físicas e geográficas do espaço. Melhor seria defini-la como a substituição destas com uma forma informativa digital e transorgânica, cujos elementos constitutivos são as tecnologias informativas digitais, os ecossistemas territoriais e as redes sociais, compostas pela fusão de elementos inteligentes e pelas formas híbridas do dinamismo das linguagens transorgânicas (DI FELICE, 2009, p. 291).

Neste sentido, para o autor, o habitar atópico se configura na hibridização transitória e fluida de sujeitos, tecnologias e paisagens, a partir do surgimento de uma tipologia mais informativa e imaterial (DI FELICE, 2009). O sociólogo francês Maffesoli (2004), elucida a sua concepção sujeito pós-moderno, destacando a importância de estarmos vivendo no exato momento de transição em que a estética pós-moderna supera a ética moderna. O autor afirma veementemente como “o último aspecto do substrato epistemológico pós-moderno é a importância que a imagem passa a assumir na constituição do sujeito e na da sociedade” (MAFFESOLI, 2004, p. 29).

Cada vez mais as consecutivas transformações das tecnologias comunicativas nos oferecem usos e práticas inéditas do habitar, do qual ainda não possuímos uma análise interpretativa pronta, nem um pensamento adequado (DI FELICE, 2009). Identificar o sujeito pós-moderno é um desafio primordial para a compreensão da proposta de Maffesoli (2004), pois esta tem como pressuposto conceitual conceber propostas que possam romper os paradigmas da modernidade.

O autor salienta a noção de tribalismo, com a valorização de grupos ou agrupamento de pessoas pouco interessadas em vincular seus projetos de vida às grandes transformações imaginadas na modernidade, pois a metáfora da tribo, por sua vez, permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela (MAFFESOLI, 1998). Vislumbramos as afirmações de Di Felice (2009) e Maffesoli (1998, 2004), no relato do Produtor da Página Goiânia Mil Grau:

Dentro [de] Goiânia temos uma grande pluralidade de grupos [de jovens]. Depende muito da região [que se habita], pois na periferia temos um perfil diferente de goianiense daqueles que vivem no Bueno [bairro nobre da capital] (PRODUTOR DA PÁGINA GOIÂNIA MIL GRAU, 2021).

As diferentes tribos se conectam no ciberespaço da Metrópole Goianiense, graças à ubiquidade promovida pela “pós-modernidade”, no qual os sujeitos não possuem uma identidade estática definida, ele está propício à navegabilidade propostas pelas mídias sociais,

formando novas tribos, aproximando ou distanciando de outras, enfim, está suscetível à liquidez ocasionada pela vida efêmera deste espaço virtual.

Reforçamos que essa concepção dada por Maffesoli (1998, 2004) e Di Felice (2009) de pós-modernidade é questionada por diversos autores, dentre eles Hall (2004) e Bucci (2021), diante dos apontamentos no qual mostram que, além de vivermos uma era onde o capital funciona em fabricar imagens e o acesso às tecnologias propagadas pela dita pós-modernidade, não alcança todos os sujeitos da mesma forma. Também, como já vimos à conceituação dada para este estudo acerca da concepção de tribo, perpassa pelo compartilhamento de trajetórias de vida e itinerários juvenis, com alta carga cultural.

No relato do Produtor de conteúdo da Página Goiânia Mil Grau, percebemos intrinsecamente, a presença da divisão da cidade por classes sociais, quando ele afirma que há um perfil diferente de jovem, este perfil certamente vinculado ao poder aquisitivo e que escancara a desigualdade social já apontada no decorrer desta tese. O Jovem E25 fez uma análise a respeito dessa percepção, na qual ele diz existir duas ‘Goiânias’: a da fotografia (dos grandes prédios, das avenidas arborizadas, dos parques, da vida noturna agitada, do cartão-postal) e a periférica (marcada pelo processo de favelização, criminalidade, precariedade dos serviços públicos).

A minha percepção mudou um pouco, pois até o mês de fevereiro eu morava em um bairro da Região Norte de Goiânia, que não é um bairro centralizado da cidade. Agora estou morando em um bairro da Região Central de Goiânia. Muitas coisas [que vejo] do Goiânia Mil Grau sobre Goiânia e de outras páginas, dá sensação de que Goiânia é muito pequena. Parece que há um limite que recorta a cidade entre a região central e os bairros nobres (Bueno, Marista e outros), parece que tem um limite. Parece que as demais regiões [da cidade] não existe. Fica parecendo duas ‘Goiânias’: aquela bonitinha, representada nos perfis e na TV, dos prédios altos, dos monumentos e a outra Goiânia periférica, onde falta tudo. E agora [devido a minha mudança de bairro] me identifico mais com essa Goiânia representada nos cartões-postais. A Goiânia da fotografia, se assim posso dizer. O que eu gosto do Goiânia Mil Grau é que eles não focam apenas na Goiânia da fotografia, eles integram os setores mais afastados, deixando a entender que se trata da mesma Goiânia. Tem alguns momentos que eles exageram e retratam coisas que não é a realidade, como dizer quem mora no [Setor] Garavelo é bandido, é *pé-de-toddy*. A gente sabe que não é assim, pois mesmo em bairros afastados tem pessoas ricas morando lá (JOVEM E25, 2022).

O jovem narra sua experiência sob dois pontos de vista da paisagem da Metrópole Goianiense: da visão periférica (de morar em um bairro localizado na Região Norte da cidade) e da visão de centralidade (por estar inserido na Metrópole Goianiense muito propagada e

difundida nos cartões-postais). Arrais (1999) afirma que a imagem da Metrópole Goianiense é constituída por vários discursos e olhares. Os discursos que atribuem a Goiânia como “cidade das flores” ou “cidade ecologicamente correta”, estão de acordo com as regiões centrais da cidade. Quando o olhar se volta à paisagem periférica da Metrópole Goianiense tais discursos desaparecem, pois “é como se a primavera eterna restringisse o seu efeito colorativo ao centro e a periferia ficasse condenada ao eterno inverno” (ARRAIS, 1999, p. 26-27).

Devemos abrir parênteses visando à concepção de periferia na Metrópole Goianiense, conforme Rosa (2008) salienta: Goiânia, desde sua criação nasceu com duas centralidades – o Bairro de Campinas (antes cidade) e o próprio centro da capital goiana. Porém, com o passar das décadas, nasceram outros núcleos de centralidade na Metrópole, a saber: Setor Oeste, Setor Marista, Setor Bueno, Jardim Goiás e Setor Alto da Glória. Com estes núcleos de centralidade espalhados pela Metrópole onde poderiam ser denominadas, também, de ‘periferia’, sublinhamos a seguinte declaração do Jovem E25:

Parece que há um limite que recorta a cidade entre a região central e os bairros nobres (Bueno, Marista e outros), parece que tem um limite. Parece que as demais regiões [da cidade] não existe. Fica parecendo duas ‘Goiânias’: aquela bonitinha, representada nos perfis e na TV, dos prédios altos, dos monumentos e a outra Goiânia periférica, onde falta tudo (JOVEM E25, 2022).

A verdade é que essa ‘linha imaginária’ nada mais é a construção de um discurso hegemônico que tenta anular a Metrópole que não reforce os sentidos estabelecidos pelos discursos ditos oficiais. Arrais (1999) informa que existem outras ‘cidades’ em Goiânia e que ir além destes discursos significa, necessariamente, considerar outras dimensões do espaço urbano. É este contraponto da Metrópole que queremos evidenciar. Percebemos que na Metrópole Goianiense virtual, este mesmo espaço também sofre pelos mesmos preconceitos dos discursos estabelecidos pela Metrópole que denominamos de ‘real’, conforme mostram as imagens a seguir:

Figura 23 – Preconceitos nos discursos da Metrópole Goianiense⁵¹



Fonte: Reprodução Instagram, Goiânia Mil Grau, 2019/2021.

Notamos que estas imagens transmitem sentidos que resvalam em preconceitos que vão além de delimitação entre centro e periferia. São preconceitos que atingem as desigualdades sociais e o racismo. Garcia (2006) enfatiza que a imagem de riqueza e prosperidade obscurecem os problemas enfrentados pela grande parte da população, assolada pela grande desigualdade e exclus  o social, verificando que a base da pirâmide econ mica está constituída pela maioria de pessoas negras. É o que a imagem que “representa o morador do Setor Garavelo (Região Metropolitana)” ao passar por uma área nobre, na constituída ‘Goiânia da fotografia’, em contraponto a imagem da riqueza atrelada a pessoas brancas e ricas. O *frame* da imagem   da série de TV *Um maluco no pedaço*, protagonizada pelo ator estadunidense Will Smith, porém tirada do contexto da série e inserida no ciberespaço da Metrópole Goianiense.

Esta imagem também se associa com a afirmação do Jovem E25: “Tem alguns momentos que eles exageram e retratam coisas que não é a realidade, como dizer quem mora no [Setor] Garavelo   bandido,   *p -de-toddy*. A gente sabe que não é assim, pois mesmo em bairros afastados tem pessoas ricas morando l ”. Mesmo o jovem afirmando que “existem pessoas ricas morando no Setor Garavelo”, ele cita a violência e a falta de infraestrutura que assolam os bairros mais periféricos. O adjetivo ‘*p -de-toddy*’   uma figura de linguagem em alusão às pessoas que moram em ruas de terra e que acabam ficando com os p s sujos, na cor semelhante ao achocolatado.

⁵¹ GOIÂNIA Mil Grau. **Preconceitos nos discursos da Metrópole Goianiense**: imagem 1. Goiânia, 03 fev. 2021. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em:

<https://www.instagram.com/p/CK1iwUYndF6/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 15 maio 2021.

GOIÂNIA Mil Grau. **Preconceitos nos discursos da Metrópole Goianiense**: imagem 2. Goiânia, 27 set. 2019. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B26jAs-AK7S/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=>. Acesso em: 15 maio 2021.

Bakhtin (1997) afirma que este tipo de discurso é um aspecto de como a classe dominante tende a conferir ao signo um caráter intangível, acima das diferenças, numa tentativa de ocultar a luta de classes, a fim de tornar o signo monovalente. Para o autor, o signo ideológico possui valor social, sendo que ele não apenas se reflete, mas também se refrata, ou seja, “o signo se torna arena onde se desenvolve a luta de classes” (BAKHTIN, 1997, p. 46). Ao evidenciarmos tais discursos, trazemos à discussão a importância da mobilização juvenil para desnudar as desigualdades sociais presentes no espaço urbano da Metrópole Goianiense.

Simão (2016) denuncia que a desigualdade se expressa materialmente na constituição de um espaço urbano, no qual não garante acesso igualitário a uma parcela da população. Quando associamos a imagem, que remete aos ‘barzinhos do Setor Marista’, evidenciamos o quanto são preconceituosas as construções dos discursos e como eles estão enraizadas na construção identitária da sociedade brasileira. Retomamos Garcia (2006) no qual afirma a realidade dos jovens negros no Brasil e, especialmente em Goiânia, está relegada à marginalidade. O autor evidencia que, as culturas negras no Brasil sobreviveram à dominação e aculturação graças à força mobilizadora e ressignificação deste movimento.

Para Pelá (2014), a desigualdade se constitui como principal produto da urbanização. Para a autora, o desenvolvimento do território brasileiro, e principalmente, da Metrópole Goianiense foi gerado a partir de um crescimento histórico-geográfico desigual e combinado. Segundo a autora, não há como desconsiderar a dialética entre legados histórico-geográficos e diferenças geográficas que são constantemente (re)produzidas e (re)configuradas (PELÁ, 2014).

Nesse cenário, as subjetividades passam a ser influenciadas pelas questões relativas à cibercultura e às identidades múltiplas e coletivas que os sujeitos desenvolvem no ciberespaço. Desta forma, a “[...] pós-modernidade é a modernidade que admitiu a impraticabilidade de seu projeto original” (BAUMAN, 1999, p. 110) e, em função disso, tentando se acostumar a viver sem esse projeto. Decorrente do tribalismo é também o “não-ativismo social” o fator que mais interfere na ordem social constituída e instituída, pois a “persona” (sujeito) renuncia aos seus projetos sociais para viver em seu microgrupo (tribo), onde encontra todos os pressupostos para o seu gozo contemplatório de um sujeito pseudo-emancipado.

Costa e Barbosa (2016) realizam um panorama a respeito dos ‘rolezinhos’ dos jovens, ou seja, dos encontros dos jovens marcados nas mídias sociais. Um movimento que ficou bastante comum entre os anos de 2013 a 2016. Os coletivos de jovens (em sua maioria

adolescentes), denominados de ‘rolezeiros’ agendavam encontros pela mídia social Facebook para se encontrem em locais físicos, como os *shoppings centers*.

Aqui se explicita a vontade de sociabilidade mobilizada pelas redes de cibercultura, onde as identidades simbólicas são corporeidades estéticas feitas de hinos, chapéus, bermudas, camisetas, cordões, óculos escuros, gestos, danças, gíngas e falas de jovens de favelas e periferias (COSTA; BARBOSA, 2016, p. 5).

Nota-se que este coletivo transitava entre o real e o virtual, numa forma de expressão de seus sentimentos, ideologias, reforçando sua espacialidade e identidade. Portanto, percebemos que o real e o virtual são extensões um do outro. Haesbaert (2016) complementa que na pós-modernidade, a multiterritorialidade é promovida pelos territórios-rede, demarcando-se um contexto descontínuo, fragmentado e de simultaneidade entre territórios. O olhar se volta aos atores sociais, constituídos pelos sujeitos que moldam tais estruturas sociais na Rede e proporcionam a constituição de laços com outros atores, que se conectam mediante sua fragmentação e sua ubiquidade no ciberespaço.

Para Simão (2016) é inegável a capacidade que os jovens demonstram em transformar rapidamente as relações virtuais em territorialidade, em corporeidade. Tais relações travadas no espaço virtual permitem que os diálogos ultrapassem a barreira da virtualidade e ganham as ruas, por meio dos seus gostos, modos de pensar e habilidades. São práticas sociais que territorializam e são corporificadas. Cabe ressaltar que os Produtores da Página Goiânia Mil Grau, abordam diversas territorialidades da Metrópole virtual, mas também evidenciam a presença do coletivo M1L GR4U nos espaços da cidade. Arrais (1999, p. 16) afirma que “o fato de não vivenciarmos a cidade por inteiro não nos impede de construir representações de seus lugares mais longínquos”.

A multiterritorialidade não deve ser vista como algo homogeneamente difundido ao redor do mundo, pois alguns grupos privilegiados (atores hegemônicos) têm acesso quase que ilimitado a uma “multiplicidade inédita de territórios”, sejam eles sobrepostos no mesmo espaço ou por meio de conexões em rede com diferentes realidades mundiais (HAESBAERT, 2016).

Nesta perspectiva, as relações existentes entre reterritorialização e desterritorialização são vistas exatamente pelo seu encadeamento ao longo de um horizonte temporal mais amplo, na medida em que ocorrem movimentos individuais e sociais de desterritorialização, a estes sucedem novos processos de reterritorialização (HAESBAERT, 2016). Portanto, os sujeitos mesmo no ciberespaço, assumem alguma forma de territorialidade e/ou reterritorialidade.

Podemos perceber no seguinte relato do Produtor da Página Goiânia Mil Grau, como esse processo ocorreu no âmbito das mídias sociais.

A página foi criada em 2013 pelo meu amigo X. Eu entrei pouco tempo depois. [Dessa forma, a página] surgiu numa forma de brincadeira. Brincar com as pessoas próximas a ele [amigo X]. [A página] não falava muito sobre a cidade, do Estado, não fazíamos muitas críticas. Era uma brincadeira entre as pessoas, o ciclo de amizade dele [amigo X]. Com o tempo, devido às postagens na página, foi agregando mais pessoas, tendo grande visibilidade e dessa forma, ampliamos os conteúdos para abranger toda a cidade e consequentemente, trouxeram mais e mais pessoas a interagirem conosco (PRODUTOR DA PÁGINA GOIÂNIA MIL GRAU, 2021).

Como podemos notar nos dois trechos de fala do Produtor da Página Goiânia Mil Grau e no relato do Jovem E25, existe uma discrepância na apropriação do território da Metrópole Goianiense quando nos referimos a questões de cunho socioeconômico (bairros centrais – ditos nobres – e a periferia), no qual demonstra que a territorialidade dos sujeitos que habitam tais espaços é divergente. Diante disso, a grande parte do conteúdo é voltada à identificação do jovem da periferia.

“Quem mora nos bairros mais afastados, de certa forma, convive com essa realidade. Desse modo, tratam de forma bem-humorada essa realidade, e, por outro lado, combatem o preconceito relacionado à nossa cultura” (JOVEM E13, 2022). A partir desta constatação, reiteramos que a Página Goiânia Mil Grau, se caracteriza como um espaço onde a Juventude se faz presente, habita e pratica diferentes territórios.

Entendemos, também, nestes relatos como os laços são formados: pela identificação com o cotidiano retratado e pela representação que tais imagens significam a estes sujeitos que interagem com esta página. Dessa forma, as mídias sociais são espaços da representação dos atores sociais, lugares e espaços de interação, de fala, construídos para expressar elementos de sua personalidade ou individualidade (RECUERO, 2014). Portanto, notamos a importância da linguagem humorística na construção do discurso nas mídias sociais, pois como afirma Bergson (2018, p. 39) “o riso tem necessidade de eco”.

Quando o sujeito ri, ele está rindo com alguém, isto é uma forma de marcação linguística e espacial de pertença a um grupo ou a coletivos. O riso e o humor são marcas identitárias dos sujeitos, pois existe “quase uma cumplicidade com os outros ridentes, reais ou imaginários” (BERGSON, 2018, p. 39). A Juventude M1L GR4U se conecta mediante a leitura que é feita a partir de uma caricatura da cidade, trazendo seus dilemas cotidianos, de certa forma ‘despretensiosa’.

Evidenciamos, no entanto, que apesar de utilizarem uma linguagem humorística (que possa, talvez, amenizar tais aspectos do cotidiano), reforçam que a Metrópole Goianiense real e virtual, não se dissociam, mas estão contidas uma à outra, ou seja, padecem dos mesmos problemas sociais e que as centralidades são as mesmas, definidas pelas áreas nobres, tidas como cartões-postais e a parte periférica, com suas mazelas e desigualdades. Os sujeitos sentem a necessidade de manter laços com outros sujeitos, formando várias conexões.

Recuero (2014) reitera que a conexão entre um sujeito a um grupo torna-se um laço de outra ordem, representado unicamente por um sentimento de pertencimento, tratando-se de um laço associativo. Esse sentimento de identificação e pertença é puramente a participação efetiva do espírito coletivo. A ubiquidade da vida *online* também coloca novas questões para a noção de tempo, que pode ser compreendido como externo, interno e até mesmo social. Os conceitos de espaço e lugar no contexto das mídias sociais são reformulados constituindo-se sob a influência de múltiplos fatores comunicacionais levando a novos padrões de compreensão, associações e expectativas do espaço cotidiano (SANTAELLA, 2013).

Nesta perspectiva vivemos na “Idade da angústia, por força da implosão elétrica, que obriga ao compromisso e à participação, independentemente de qualquer **ponto de vista**” [...], pois “a aspiração de nosso tempo pela totalidade, pela empatia e pela conscientização profunda é um corolário natural da tecnologia elétrica” (MCLUHAN, 1969, p. 19, grifos do autor).

A Juventude M1L GR4U além de um movimento de protagonismo juvenil, é, sobretudo, um modo de vida experienciado no século XXI, exatamente a partir de meados da década passada. Esse modo de vida se concentra nas mídias sociais, que despertam nos jovens a necessidade de brincar com o cotidiano. O M1L GR4U não é um movimento exclusivo para retratar apenas a Metrópole Goianiense, mas também, abrange inúmeras cidades e metrópoles do país, utilizando as tecnologias comunicativas proporcionadas pelas mídias sociais para abordarem o cotidiano juvenil e, assim, formar laços que se associam mediante a identificação destes jovens no espaço virtual. As mensagens trazidas por estes grupos influenciam outros grupos, que fisicamente podem estar a centímetros ou milhares de quilômetros, porém estão interligados pelos laços estabelecidos em suas conexões digitais.

Maffesoli (1998) afirma mesmo que as pessoas vivam solitárias, elas não estão isoladas, pois ao configurar uma rede, nos mais variados laços, vão se constituindo tribos e cada uma dessas tribos há diversas formas de sociabilidades nesta galáxia eletrônica. Portanto, vivemos na era denominada de Galáxia Marconi, marcada regresso à experiência da comunicação oral, suscetível de integrar a humanidade numa espécie de "tribo planetária" que

vive num mundo transformado em *aldeia global*⁵² (MCLUHAN, 1977). Mas a comunicação oral mediada pelos meios eletrônicos e digitais também tem, segundo o autor, a capacidade de impor uma lógica não linear às formas de pensar.

“No quadro de uma sociedade complexa, cada um vive uma série de experiências que não tem sentido senão dentro do contexto global. Participa de uma multiplicidade de tribos, as quais se situam umas com relação às outras” (MAFFESOLI, 1998, p. 207). Então a flexibilidade, a mobilidade, a experiência e a vivência emocional confirmam o sentimento coletivo. Nas páginas de mídias sociais temos os laços associativos, construídos por meio da comunicação mediada, através da interação reativa. Portanto, é possível imaginar que, o desenvolvimento tecnológico comunicativo e o crescimento das tribos urbanas favoreçam uma *palabre* informatizada que retome os rituais da antiga Ágora e se estrutura em rede (MAFFESOLI, 1998). Temos abaixo, dois relatos dos jovens entrevistados, a respeito da apropriação no espaço urbano da Metrópole Goianiense retratada nas mídias sociais:

A meu ver, as postagens buscam reforçar a ideia de que Goiânia é um espaço majoritariamente rural e que o desenvolvimento urbano, inclusive a *art déco*, como os grandes restaurantes, imóveis modernos e mais não imperem frente esses imaginários. Percebo isso mais como uma construção social, já que vivemos em uma grande capital e com grande desenvolvimento. Não por acaso, foi planejada para 50 mil pessoas e hoje aporta mais de milhão (JOVEM E1, 2022).

Na minha visão nota-se uma relação de elementos que foram muito fortes no passado da nossa capital, como por exemplo, o uso de animais e veículos de tração animal no trabalho rural, bem como as vestimentas usadas nesse trabalho. Por termos pessoas que viveram essa realidade ainda temos contato com essa cultura mesmo que seja de forma verbal, como as passadas pelos meus pais que viveram isso. Na Metrópole se tem uma mescla disso tudo com a tecnologia moderna. Juntando o antigo e o moderno temos o goianiense (JOVEM E4, 2022).

Nos relatos, destacamos que os elementos culturais perpassam a produção do espaço virtual urbano da Metrópole Goianiense, um fato evidenciado pelo Jovem E1 que atribui a apropriação do território como uma construção social e para o Jovem E4 salienta o passado, o presente e o futuro como alicerce para construção da personalidade do sujeito goianiense. Corrêa (2003) enfatiza que os significados adquirem *status* de palavra-chave nos estudos

⁵² A aldeia global é, para McLuhan e Fiore (1969), a transformação do mundo linear, especializado e visual – criado pela mídia impressa – em um mundo simultâneo, holístico e multissensorial – propiciado pela mídia eletrônica. Para os autores, na aldeia global, tudo se fala, tudo se ouve, pois agora o planeta está totalmente interconectado. Os tambores da tribo ecoam por toda a aldeia.

culturais, visto que, a cultura propõe analisar o significado dos saberes, técnicas, crenças de um grupo, traduzidas em representações e práticas, que dão sentido a estes grupos.

Os dois relatos mostram certos contrapontos na percepção destes elementos culturais que compõem a paisagem da Metrópole, enquanto o primeiro jovem tenta descolar a imagem rural da paisagem goianiense, o outro jovem além de afirmar que o passado rural foi parte importante na construção da paisagem ele ainda o é e cada vez mais evidenciado com o desenvolvimento das tecnologias comunicativas, sendo o goianiense formado entre a junção do antigo e moderno. “Neste contexto, as ideias, habilidades, linguagens, relações em geral, propósitos e significados comuns a um dado grupo social são elaborados e reelaborados a partir da experiência, contatos e descobertas” (CORRÊA, 2003, p. 170). Portanto, as construções sociais e identitárias dos sujeitos, perpassam pela da formação da paisagem da Metrópole Goianiense. Esta percepção da paisagem no espaço virtual é traduzida pela mediação.

Para Di Felice (2009, p. 267), “estamos diante de um novo tipo de dinamismo de mundo e de processos de transformação tecnológicos que impõem uma velocidade de substituição de paradigmas e de saberes difícil de acompanhar”. Entendemos, no entanto, que a Metrópole Goianiense contemporânea se constitui do entrelaçamento entre as redes físicas e digitais reconfigurando suas aplicações, ressignificando as relações sociais. Para McLuhan (1969), a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas.

O advento de um social tecnológico, segundo Di Felice (2009), é resultante da mediação entre sujeitos, grupos, empresas, instituições e meios de comunicação, evidenciaram de forma qualitativa o surgimento de redes interativas e das comunicações digitais. McLuhan e Fiore (1969) descrevem, entre outras coisas, como a tecnologia pode ser entendida como extensões do sujeito. Nas suas palavras “todos os meios são prolongamentos de alguma faculdade humana – psíquica ou física” (MCLUHAN; FIORE, 1969, p. 54). Os autores afirmam que os circuitos elétricos seriam um prolongamento do sistema nervoso central humano.

A propagação das mídias sociais teve seu êxito graças ao desenvolvimento de aparatos tecnológicos que permitiram que os sujeitos pudessem atuar no ciberespaço sob qualquer circunstância. O desenvolvimento dos *smartphones* (telefones celulares integrados à Internet), possibilitaram uma comunicação mais fluida e ubíqua. O sujeito se adapta as arquiteturas propostas pelo ciberespaço e pela efemeridade que as mídias sociais proporcionam. Estes aparelhos são parte integrante do corpo humano. Maior o envolvimento sensorial, maior a

coparticipação de todos os sentidos elementares. Para Di Felice (2009), a eletrificação e a digitalização dos espaços produziram a emancipação do lugar, dando-lhe fluidez e mobilidade e, também, novas formas de interações entre o sujeito e o território, onde se produz sentido e alteram consequentemente a localidade e as práticas do habitar.

Com isso, este lugar se torna um espaço hegemônico, onde se concentram todas as forças que norteiam o tempo e as pessoas em outros lugares. O território é compreendido como produto da relação entre os sujeitos e o espaço, da forma como a territorialização ocorre e se ressignifica. Um território apropriado emerge o campo de sua dimensão cultural (BORGES, 2013). Com base na afirmação da autora, pode-se constatar que a Metrópole Goianiense é um espaço, no qual, a Juventude M1L GR4U se expressa e a ressignifica. Portanto, a cultura passa a ser compreendida como campo onde os sujeitos elaboram símbolos e signos, instituem práticas e valores, definem o sentido da linha do tempo, as diferenças no interior do espaço e os valores que determinam o sentido da vida, da morte e das relações entre o sagrado e o profano (CHAUÍ, 2008).

Ao referirmos sobre cultura, vislumbramos a perspectiva de Claval (2007) sendo a soma de comportamentos, saberes, técnicas, valores acumulados pelos sujeitos durante suas vidas e, também, pelo conjunto dos grupos que estes sujeitos fazem parte. Para Chauí (2008), a palavra cultura é oriunda do verbo latino *colere*, que significa cultivar, cuidar. Como cultivar, a cultura era concebida como uma ação que conduz à plena realização das potencialidades de alguma coisa ou de alguém; era fazer brotar, frutificar, florescer e cobrir de benefícios.

A cultura é herança transmitida de uma geração a outra. Ela tem suas raízes num passado longínquo, que mergulha no território, onde seus mortos são enterrados e onde seus deuses se manifestaram. Não é, portanto, um conjunto fechado e imutável de técnicas e de comportamentos. Os contatos entre povos de diferentes culturas são algumas vezes conflitantes, mas constituem uma fonte de enriquecimento mútuo. A cultura transforma-se, também, sob o efeito das iniciativas ou das inovações que florescem no seu ceio (CLAVAL, 2007, p. 63).

Afirmamos, portanto, que o local da cultura está compreendido no espaço vivido, lugar este onde os sujeitos praticam e atribuem sentido a ela. Sahr (2008) reitera que o território assim o faz, mediante a significância e subjetividade e não no espaço, sendo, portanto, um ato em movimento. O espaço habitado cria entre nós interativa e socialmente sistemas de ações e de coisas, de signos, símbolos e palavras que conduzem em nossas diversas culturas, saberes, significados, sensibilidades e sociabilidades (BRANDÃO, 2009).

As tecnologias comunicativas proporcionam à Juventude M1L GR4U elaborar códigos de comunicação que consequentemente reforçam suas práticas culturais, percebidas no exercício de sua espacialidade na Metrópole Virtual.

Borges (2013) elucida que, assim concebida, a cultura se torna mediadora do mundo e da existência, podendo ser construída, reconstruída, elaborada e reelaborada na interação dos sujeitos com o espaço, com o território e com o mundo. Portanto, a cultura possibilitou a história ser escrita sem a necessidade propriamente de palavras grafadas, pois os sujeitos em seus primórdios descreveram o mundo pela técnica e pela ação; depois a descrição veio pela linguagem e, por último, os sujeitos nomearam o mundo à sua volta. Pode-se realizar paralelo desta concepção no pensamento de Freire e Macedo (1990), pois o ato de aprender a ler e escrever são um processo histórico, pois os sujeitos começaram por libertar a mão e apossar-se do mundo.

A cultura vai se transformando em função dos movimentos da mundialização, pois, “[...] a vida consiste em atravessar constantemente fronteiras” (CERTEAU, 1981, p. 10). As mídias sociais proporcionam essa mudança no paradigma cultural, pois cada vez mais as redes possibilitaram o acesso à história e a memória da cidade, permitindo, portanto, aos jovens além de conhecer sobre, podem participar escrevendo sua própria história. E para escrever, estes jovens devem ler o espaço pela sua existência, sendo parte integrante na construção e no habitar da cidade. Para o Produtor da Página Goiânia Mil Grau, os sentimentos das pessoas que interagem com a página refletem nesse processo de identificação, e consequentemente, no exercício das práticas culturais.

Postamos temas relativos à nostalgia [memórias da Metrópole], pois entendemos que as pessoas se identificam mais com a cidade. Mas também postamos, algo que está acontecendo na hora, o que a gente chama de *hype*. A gente usa os assuntos que estão em *hype*, pois esse assunto vai também gerar identificação, pois é o que está sendo retratado no atual momento (PRODUTOR DA PÁGINA GOIÂNIA MIL GRAU, 2021).

A atuação dos jovens no processo de rememoração da Metrópole Goianiense não é descartada, visto que as “[...] lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isso acontece porque jamais estamos sós” (HALBWACHS, 1990, p. 30). O autor defende que processo de reconstrução do passado vivido é experimentado a partir de um determinado grupo social. Conclui-se, então, que a lembrança é resultado de um processo coletivo, inserido em um determinado contexto social.

Não podemos desconsiderar a atuação do sujeito, nos eventos em que ele se encontra envolvido, pois a sua subjetividade é crucial no processo de rememoração. A atribuição de novo sentido (ou de ressignificação), acontece quando este sujeito se insere em um determinado contexto social. Claval (2007) salienta que as relações do sujeito com o espaço constituem parte dos aprendizados culturais, sendo a ação de reconhecer-se (ou seja, memorizar imagens concretas, sentidos e significados que permitem a localização e o reconhecimento do sujeito) e a de orientar-se (situar em lugares num espaço de referência mais amplo ou abstrato), uma verdadeira tomada de posse (simbólica ou real) do espaço.

Dada à afirmação de Claval (2007), somadas ao relato do Produtor da Página Goiânia Mil Grau, na figura a seguir, inserimos dois aspectos, no qual, o jovem apontou a nostalgia e os temas da atualidade, para mostrar os conteúdos que geram identificação a outros jovens e são abordados na página de mídia social e ao mesmo tempo percebemos as relações de mediação que as imagens realizam entre os sujeitos e o espaço. A imagem da esquerda retrata o cotidiano da Metrópole num passado recente (a existência do transporte alternativo) e a da direita retrata um possível duelo entre o Goianiense contaminado com o Césio-137⁵³ e o Anapolino (morador da cidade de Anápolis-GO) contaminado com o novo Coronavírus.

Figura 24 – Entre a nostalgia e o hype da Metrópole Goianiense⁵⁴



Fonte: Reprodução Facebook, Goiânia Mil Grau 3.0, 2019/Instagram, Goiânia Mil Grau, 2020.

⁵³ Remete ao trágico acidente radiológico do Césio-137, que vitimou várias pessoas em Goiânia, no ano de 1987.

⁵⁴ GOIÂNIA Mil Grau. **Entre a nostalgia e o hype da Metrópole Goianiense**: imagem 1. Goiânia, 26 ago. 2019. Facebook: Goiânia Mil Grau 3.0. Disponível em: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0Vuq578AHwLTuPQUbW116Zc2R9pE2BLA93LnuG5W1t7sQ42zw7Y1eSALhzHsQxymMl&id=154101244952626. Acesso em: 26 out. 2020. GOIÂNIA Mil Grau. **Entre a nostalgia e o hype da Metrópole Goianiense**: imagem 2. Goiânia, 03 fev. 2020. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B8MHMScuV_/?igshid=YzA2ZDJiZGQ=. Acesso em: 26 out. 2020.

O uso da linguagem humorística para descrever as cenas do cotidiano é adotado na construção das imagens. Dado o sentido semiótico das duas imagens, percebemos que, apesar de ser um elemento que possa retomar memórias de um capítulo triste da Metrópole, os jovens no ciberespaço se apropriam do meme para, também, fazer uma crítica social do cotidiano. Santaella (2012) lembra que a leitura das imagens deixa marcas no discurso e não podem ser desassociadas de seu contexto. Dessa forma, as relações entre texto e imagem devem ser internalizadas, para que a leitura dessas marcas não se torne um mero exercício do olhar.

As perspectivas representadas nas imagens revelam nuances dos aspectos sociais da produção de sentidos dos sujeitos e da ancoragem da linguagem humorística no cotidiano, realizando aproximação de elementos cômicos (dentre eles o riso e a ironia) aliada a uma percepção cultural, em reforço de uma espacialidade. A juventude imersa neste fluxo, aprende novas maneiras de compreender a realidade, dinamizando a Metrópole Goianiense e gerando identificação, o que é potencializada pelo ciberespaço.

A grafia dos textos em uma linguagem coloquial é feita propositalmente para que reforce o lado humorístico dos conteúdos. São marcas identitárias que fortifica os laços já formados entre os jovens, mas também, possibilita a formação de outros laços com as demais tribos que interagem com o conteúdo. Claval (2007) afirma que todos os lugares habitados possuem nomes (toponímia), sendo uma herança preciosa de culturas passadas. O autor salienta que um tapete de nomes recobre o planeta, que se tornam objetos de discurso, sendo assim, “nomear os lugares é impregná-los de cultura e poder” (CLAVAl, 2007, p. 202).

A espacialidade dos sujeitos, nas duas imagens se coloca tanto na temporalidade da imagem à esquerda (fato costumeiramente ocorrido entre o início da década de 2000), quanto rememora os sujeitos a um espaço-temporal que já não é possível experienciar fisicamente. Na imagem à direita temos alguns elementos espaciais que territorializa os jovens (como o texto e o elemento do chapéu sertanejo, que também territorializa o sujeito que interpreta tal representação), no qual é possível um duelo entre uma pessoa contaminada por Césio-137 (claramente dito como morador de Goiânia) e um morador da cidade de Anápolis, com o novo Coronavírus. Pontuamos, também, o poder que as imagens possuem ao rememorar os lugares, abordando características e atribuindo sentido nostálgico a eles. Os sujeitos se reconhecem e se apropriam deste espaço, impregnando suas culturas e identidades.

Para Mauad (1996, p. 79), as imagens são interpretadas “como resultado de um trabalho social de produção de sentido”. A partir dessa interação social, proporcionada pelas mídias sociais, as práticas culturais são exercidas, processadas pelo significado das próprias

imagens (a intenção do interlocutor) e da leitura de mundo que cada sujeito já possui, assumindo, portanto, o contexto no qual a mensagem está sendo veiculada. Guimarães (2016) salienta que, a linguagem não verbal é percebida como fonte histórica, pois as imagens não marcam apenas uma materialidade passada, mas também, confirmam uma visão de mundo, pelo qual, tais imagens serão perpetuadas.

Portanto, para Claval (2007), a revolução da mídia transforma a difusão e a distribuição dos fatos de cultura, promove a difusão e uniformização dos espaços de intertextualidade, ou seja, evocam situações em que os sujeitos partilham o mesmo conjunto de referências. Quando observamos estes aspectos nos jovens entrevistados, evidenciamos suas percepções acerca dos conteúdos das páginas de mídias sociais que eles seguem, além de elementos culturais e identitários que constroem sua relação com a paisagem da Metrópole Goianiense:

Percebo nas postagens das páginas uma mescla de identidades. Conseguimos ver o lado do goianiense voltado para o rural, muito marcado pelo início da capital e que se perpétua nos interiores do estado de Goiás. Vemos a identidade do goiano contemporâneo sinalizado pela modernidade, pelo caos urbano que nossa capital se tornou (JOVEM E4, 2022).

Vejo nestas páginas, a presença da cultura, da pecuária, a tradição nas festas, o gosto pela música, vemos uma cidade que apesar de muito grande tem um trânsito ainda muito caótico, preserva esses traços (JOVEM E16, 2022).

Podemos ver nas postagens identidades rurais e urbanas, mostrando que o passado ainda está muito enraizado no presente. Fazendo a cultura goianiense única (JOVEM E18, 2022).

A nossa regionalidade, é claro! A cultura rural raiz que permanece também na cidade (JOVEM E19, 2022).

A identidade sertaneja do goianiense e do goiano em geral. Nas minhas andanças pela cidade eu já vi muitas vezes cavalos soltos nas ruas, até na Região central da cidade e isso viraliza nas redes e reforçam o discurso que Goiânia ainda predomina a vida rural e caipira. A gente vê no nosso cotidiano, mesmo sabendo que não acontece todos os dias, mas acaba que fica impregnado em nossa imaginação (JOVEM E 25, 2022).

Diante dos relatos, reafirmamos a instauração da toponímia pela Juventude M1L GR4U. Tal marca cultural expressa uma efetiva apropriação pelos jovens. Os jovens evidenciaram as marcas identitárias do Goianiense, por meio de formas simbólicas que expressa determinada cultura e realiza o seu papel de transformação cultural, tanto interna e externamente, quanto no passado, presente e futuro (CORRÊA, 2003). A relação dos sentidos

com os símbolos, que se caracteriza por sua ambiguidade e pela infinidade de seus significados, são analisados dentro de estruturas que são organizadas pela cultura. Uma maneira que cada cultura usa para organizar sua sensibilidade (pulsões subjetivas) e o meio em que vive (físico, social e histórico). Ao formamos um laço, criamos uma conexão efetiva entre os atores que estão interagindo entre si. Um laço social se faz mediante interação social.

As implicações culturais provocadas pelo ciberespaço proporcionam por novas abordagens de comunicação, de sociabilidade e de inclusão, o qual Lévy (2000) define como cibercultura, sendo o meio pelo qual as pessoas partilham a inteligência coletiva e discutem inúmeros temas simultaneamente, portanto é neste contexto que retomamos ao sentido de multiterritorialidade. Os espaços existem porque são construídos e os jovens são protagonistas desta construção identitária. As intersecções entre espaço e cultura são feitas a se fazer e a serem feitos (BRANDÃO, 2009). “Espaços de vida específicos revelam formas de ser e estar na metrópole, incluindo assim a perspectiva material e experiencial ao mesmo tempo, expressando a espacialidade do espaço vivido” (MARANDOLA JR., 2014, p. 110).

Os sujeitos e tradições estão se formando em articulação com uma série de fatores, que formam suas características e os espacializam. Bhabha (2010) a define como entre-lugar, constituídos por espaços produzidos na articulação da diferença, formando terreno visando a elaboração de estratégias para novos signos de identidade. Dessa forma a Metrópole Goianiense real e a virtual são constituídas por diversas identidades juvenis, que se permitem conectar, estabelecer vínculos de interação e permite ser lida a outros contextos socioespaciais.

Santaella (2013) reitera que ao simples toque na tela do celular, podemos adentrar no ciberespaço informacional, podendo conversar “com alguém ou com um grupo de pessoas a vinte centímetros ou a continentes de distância” (SANTAELLA, 2013, p. 35). A autora conclui que não são somente os dispositivos que permitem a comunicação oral, mas sim um sistema de comunicação ubíqua, em que se reflete o modelo de comunicação fluida, em que se adaptam às arquiteturas líquidas proporcionadas pelo ciberespaço.

Portanto, devemos pensar a Metrópole Goianiense virtual nas suas estruturas espaciais, seus fluxos sociais e informacionais. Para Turra Neto (2013), a transculturalidade evidencia a cidade aos jovens como lugar que oferece um campo de possibilidades para este acontecer, ao mesmo tempo em que se transforma com a nova territorialização que passa a comportar. Para Haesbaert (2008), toda cultura de alguma forma é híbrida e parte de uma mescla de outras culturas. A Metrópole Goianiense, analisada a partir de uma visão abrangente, que aborde

seus aspectos materiais, virtuais e culturais, se constitui em um espaço de fluxo construído através de relações sociais.

A fluidez dos espaços invade as relações humanas, em que notamos, também, o retorno à valorização dos elementos tradicionais que compõem a Metrópole ‘real’ ao ciberespaço, estabelecidas por estereótipos, na composição representativa e imagética acerca de um povo e/ou localidade. Ponderamos que há espaços de permanências que prevalecem também nas interações humanas, dentre elas a desigualdade social, a pobreza, o clientelismo político e a oligarquia agrária. Goiás é um estado em que as raízes oligárquicas rurais são bem arraigadas e não podemos deixar de observar o espaço por esta ótica. Na Metrópole Goianiense, a valorização do estereótipo do sertanejo (muito consequência dessa raiz oligárquica agrária) é reforçada tanto identitária, quanto cultural, pelos meios de comunicação. Enfim, trata-se de representações sociais do urbano.

4.3 Virtualidade: estereótipos e sentidos proporcionados por outra forma de prática cultural

A partir das imagens que foram analisadas no decorrer deste estudo, notamos um aspecto que se converge quando retratamos o espaço urbano da Metrópole Goianiense: a figura estereotipada do morador da metrópole atrelada à vida e aos costumes oriundos do espaço rural, ou seja, na figura do sertanejo. Silva (2012) afirma que essa identidade (ou identificação) sertaneja se fixou nas raízes culturais de Goiás e produziu uma gama de códigos e símbolos que são ressignificados até os dias atuais.

Goiânia que foi construída pelo espírito da modernidade, incorporou em seu território, aspectos da cultura sertaneja que foram trazidos pelos seus primeiros moradores. A identidade sertaneja goianiense, se dá na apropriação do sujeito ao território, na qual são impressos aspectos culturais e identitários (ALMEIDA, 2008a, 2019). A construção da cidade de Goiânia, estabelecida no sertão goiano, reafirmou na fixação desta identidade e com o desenvolvimento da agricultura industrial (a partir da década de 1970), o estilo de vida sertanejo se torna marca principal na composição da identidade dos moradores, fixando como característica representativa da Metrópole.

Berdoulay e Enrikin (2012) elucidam que a afirmação cultural e identitária se produzem atualmente em diversas escalas espaciais. Os autores afirmam que a identidade é evidenciada atualmente, na vontade de recolocar a discussão habitual de pautar a relação das sociedades e dos sujeitos pelo espaço, ou seja, suas práticas culturais. Haesbaert (1999) afirma

que a identidade social também é uma identidade territorial, quando o referente simbólico desta identidade parte ou transpassa o território. Assim, a constituição da imagem do sertanejo goiano (e da Metrópole Goianiense) estereotipada a uma ideia de atraso e decadência, que muitas vezes pairam nas representações realizadas pelos meios de comunicação.

Para Teles (2020), as percepções sobre a localização do estereótipo em um espaço imaginado passeiam por lugares precisos da Metrópole Goianiense. Tais sentidos evocam as apropriações do estereótipo, posicionando no preconceito atribuído aos moradores da cidade por outras pessoas de outras regiões do país, relacionando, assim, seus hibridismos entre signos urbanos e rurais a uma suposta estagnação do desenvolvimento metropolitano.

De acordo com Haesbaert (1999), tais identidades se situam frente ou num espaço simbólico, social/historicamente produzido, sendo uma das suas principais características “é que ela recorre à uma dimensão histórica, do imaginário social, de modo que o espaço que serve de referência condense a memória do grupo” (HAESBAERT, 1999, p. 180). A reconstrução imaginária da identidade, na visão do autor, envolve a escolha de múltiplos eventos e lugares do passado que fazem todo sentido na atualidade, sendo a memória sempre solicitada reestruturando os sentidos.

A Juventude M1L GR4U também retrata essa visão distorcida da cultura sertaneja por outras pessoas que não vivem o contexto sócio-espacial da Metrópole Goianiense, sob forma de humor e crítica social, inserindo elementos de representação social de outrem na concepção da paisagem da cidade e do Estado de Goiás. Concebemos representação social, de acordo com Moscovici (1978), como formas específicas para a representação do conhecimento do senso comum, que se constituem no curso das comunicações interpessoais, ou seja, pelo cotidiano. Contudo, reforçam que tais estereótipos nada mais são do que representações da realidade, inseridas para enfatizar que o sujeito é sim permeado por uma identidade cultural enraizada por séculos.

Braga e Campos (2016) elucidam que as representações sociais surgem, acontecem, constroem e (re)constroem a toda a hora e a todo momento nos atos comunicativos, em relação aos contextos socioespaciais de cada sujeito, sejam eles sociais, temporais, culturais, que proporcionam os comportamentos que as comunicações que vão se estabelecer. As imagens a seguir mostram como as interações realizadas nas plataformas de mídias sociais reforçam estereótipos que são propagadas e partilhadas na comunicação com o outro.

Figura 25 – Representação social: reforço de estereótipos⁵⁵

Fonte: Reprodução Instagram, *Goiânia Mil Grau*, 2018.

As duas imagens abordam o uso do estereótipo para mostrar duas concepções da espacialidade juvenil. A primeira imagem, à esquerda, ressalta a visão das pessoas que não moram ou não conhecem o estado, têm ao imaginar o modo de vida e o cotidiano dos goianos. Teles (2020) salienta que neste imaginário externo, os sentidos do estereótipo remetem ao estigma da *goianice*, representado pura e simples pelo atraso em relação a outras regiões do país. Essa visão não se difere para quem mora na Metrópole Goianiense, haja vista que as figuras 18 e 19 já mencionadas no capítulo anterior, evidenciam que os aspectos rurais permeiam pela paisagem e pela identidade de seus moradores.

A cultura sertaneja está explicitamente retratada pelo carro de boi, pela viola e pela imagem da dupla sertaneja *Zezé di Camargo & Luciano*. Saliba (2002) salienta que a *goianice* também produz uma imagem simplificada da identidade dos moradores da Metrópole Goianiense, no qual podemos notar o signo do atraso e da pobreza. Porém de acordo com Silva (2012), a Metrópole Goianiense adota um estilo *country*, que consiste em estabelecer parâmetros do passado, com as inovações da vida moderna, dessa forma a imagem perpassa um sentido jocoso e preconceituoso da identidade sertaneja.

Os jovens então, ressignificam o estereótipo, traduzindo-o na forma de meme para rir das situações, mas também, levantar discussões acerca sobre suas próprias construções identitárias. Para Bergson (2018), o humor possui significação social, correspondendo a

⁵⁵ GOIÂNIA Mil Grau. **Representação social:** reforço de estereótipos (imagem 1). Goiânia, 21 mar. 2018. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BgmVWQdh67M/?igshid=YzA2ZDJiZGQ%3D>. Acesso em: 26 out. 2020. GOIÂNIA Mil Grau. **Representação social:** reforço de estereótipos (imagem 2). Goiânia, 03 ago. 2018. Instagram: Goiânia Mil Grau. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BmBVl8_HaoK/?igshid=YzA2ZDJiZGQ%3D. Acesso em: 26 out. 2020.

elementos do cotidiano da vida. Segundo o autor, a compreensão do riso e a comicidade, não impede o estudo do contexto sociocultural em que eles se manifestam. Para Minois (2003), o caráter da comédia é apropriado enquanto gênero artístico, atuando, inclusive em caráter de subversão crítica de um *ethos*, ou seja, de uma determinada cultura.

A imagem traz a reflexão de que mesmo com as inovações tecnológicas proporcionadas pela modernidade, à identidade regional e citadina continuará atrelada ao sentido de decadência, características ainda presentes na vida rural. A imagem da direita, já realiza um percurso discursivo diferente. Trazemos as reflexões dos jovens que evidencia o quanto os estereótipos podem ser tratados como alívio cômico, mas também incomodar, pois resvalam em preconceitos com o goianiense.

Tabela 4 – A Metrópole Goianiense e os estereótipos das imagens

(continua)

-
- Jovem E1:** Pelas postagens estereotipadas, reconheço o goianiense como um roceiro, bairrista, amante do sertanejo, que bebe e se alimenta da comida caipira.
- Jovem E3:** As imagens trazem muita representatividade. Até mesmo para que não gosta de música sertaneja, como eu, não tem como não rir e não se reconhecer nas postagens. O sertanejo está na raiz do goianiense.
- Jovem E4:** Nas imagens vemos uma relação com elementos do passado que ainda são bem vivos na memória de cidadãos goianienses mais velhos, mas que as mantém vivas por meio de suas histórias e no modo de viver, mescladas com a modernidade e caos que virou a capital.
- Jovem E11:** São imagens estereotipadas e que não se relaciona com a realidade no dia a dia.
- Jovem E13:** Quem mora nos bairros mais afastados, de certa forma, convive com essa realidade. Há carroças transitando pelas ruas, pessoas montadas a cavalo, esporadicamente. Desse modo, tratam de forma bem humorada essa realidade, e, por outro lado, combatem o preconceito relacionado à nossa cultura.
- Jovem E14:** Preciso lidar cotidianamente com o preconceito com a música sertaneja, com o olhar estereotipado de como os goianos/goianienses vivem, comem e se relacionam.
- Jovem E15:** Elas constroem o humor a partir de estereótipos relacionados ao goianiense (gosto musical, comida, raiz forte ligada ao meio rural, questões ligadas ao transporte e espaço).
- Jovem E18:** Ao frequentar lugares que oferecem alimentação, onde a presença do pequi é da pamonha são fortes. Os inúmeros *pit dogs* existentes. As músicas, hoje o sertanejo domina a capital. Mesmo sendo uma capital grande, ainda vemos elementos rurais atrelados as pessoas mais antigas. Que ainda tem a cultura de criar galinha no quintal, ainda temos pessoas que criam cavalos em bairros mais afastados e usam esses animais para o trabalho.
- Jovem E20:** Que apesar de nós vivermos em uma Metrópole, sempre teremos raízes interioranas.
- Jovem E21:** Elas trazem os estereótipos do que os demais acreditam ser Goiânia ou as pessoas que moram aqui.
- Jovem E22:** Elas questionam e ironizam o estereótipo que existe sobre os goianienses, mas algumas acabam sim reforçando isso também [risos]. Apesar de reconhecer que há elementos a mais e isso é apenas a "casca".... percebo que muitos desses elementos permearam minha infância de alguma forma e até hoje acabam se relacionando às lembranças e identidade, a exemplo disso o carro de boi que sempre me faz lembrar da época das procissões para Trindade.

Tabela 4 – A Metrópole Goianiense e os estereótipos das imagens

b(conclusão)

Jovem E25: Essas imagens brincam com coisas que são do senso comum, digamos assim, pois é mais evidente. Pegam uma coisa que é muito falada na cidade e trazem para a página. As outras imagens ressaltam a visão que se tem das pessoas que moram em Goiânia/Goiás, um perfil mais xucro e que não quer se identificado como caipira. O espaço onde a gente vive diz muito sobre [a gente]. Acaba se identificando com ele e pensando que ele faz parte da gente. Entre nós aqui isso é uma piada, chamar alguém de “ó da roça!”. Mas quando alguém de fora fala isso, soa estranho e parece ofensivo.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Percebemos nos relatos dos jovens vários sentimentos no que diz na recepção destas imagens e nos discursos que (re)afirmam a figura estereotipada do goiano e do goianiense, em geral. Vemos a afirmação da representação estereotipada do goiano, ressaltando sim a identidade sertaneja, evidenciando o chapéu de palha e a imagem inserida do cavalo ao fundo. Mesmo que para muitos jovens da Metrópole Goianiense (e do Estado de Goiás) ser chamado de roceiro, seria uma ofensa ou grosseria, a imagem reforça que de fato os aspectos rurais fazem parte do discurso e das características culturais e identitárias dos moradores. Assim, Braga e Campos (2016) afirmam que:

A expressão linguística, aqui compreendida como ato comunicativo, exerce um papel nesse movimento de ordenação do mundo, de forma que dota as experiências de significado e as categorias por meio da construção de campos semânticos em uma totalidade revestida de sentido, determinando o acervo social de conhecimento e possibilitando a objetivação de experiências. É por meio da linguagem, com suas características flexíveis e em constante mutação, que se faz possível a comunicação e a construção das representações sociais (BRAGA; CAMPOS, 2006, p. 91).

Os aspectos rurais fazem parte da constituição do território goiano e da Metrópole Goianiense e podem ser notados nos discursos adotados pelas imagens, bem como elementos que remetem à identidade sertaneja. Brandão (2009) reitera que os sujeitos criam seus espaços, fruto da imaginação e da ação humana, fazendo estes lugares acontecerem. A Metrópole Goianiense virtual construída pelos discursos e pelos sentidos culturais e identitários que os jovens atribuem à sua reterritorialidade.

O rural e o moderno se mesclam a um mesmo espaço, aliados ao sentimento de pertencimento, na qual a juventude ressignifica na Metrópole Virtual. Podemos ver tais elementos compreendidos nos relatos dos Jovens E3, E4, E13, E18, E22 e E25. A cultura e a produção dos sentidos são constituídas no espaço, na relação dos sujeitos com os lugares

(CHAVEIRO, 2015a), formando laços afetivos com outros sujeitos e outros lugares, podendo assim, acessar vários territórios e incorporar novas identidades. Nesta perspectiva, o espaço vivido é carregado de significações, que nada mais é do que a tradução entre mediações de representações, conceitos e ações do sujeito histórico no mundo (BORGES, 2013). O Jovem E13 faz o seguinte relato: “de certa forma as páginas reforçam o estereótipo goiano do “roceiro”, mas não de uma forma negativa. Creio que trazem um orgulho de ser goiano por meio das caricaturas apresentadas” (JOVEM E13, 2022).

Compreende-se, portanto, a partir do relato do Jovem E13 que a identidade é constituída tanto geográfica quanto historicamente pelas relações sociais. Envolve, concomitantemente, a dimensão espacial, material e simbólica da realidade praticada, vivida. A identidade é aberta, múltipla e relacional, é construtiva, mobilizadora e produtiva, um ato performático e político, discursivo e narrativo que pode produzir consentimento e ação. E todos estes aspectos são retratados no ciberespaço.

A representação da Metrópole Goianiense pelos jovens é evidenciada, também, pelo relato do Produtor da página Goiânia Mil Grau. Questionado acerca da recepção dos conteúdos postados na página gera identificação e o reforço dos laços associativos entre os jovens e a Metrópole, foi feita a seguinte afirmação:

Eu acredito que sim, que há uma representatividade [que identificam os jovens à Metrópole], porém por parte nossa há um exagero, com as postagens a gente brinca [com os estereótipos]. Gera identificação, pois como tem que ser engraçado, o nosso conteúdo parte disso, do humor. O nosso conteúdo precisa ter alguma coisa que cause ou o entranhamento ou precisa arrancar a risada [dos interagentes] de alguma forma. Por exemplo, as postagens que retratamos como o goiano se vê e como o goiano é, na verdade. Claro que a gente sabe que não é todo mundo que é desse jeito, porém vemos muitos outros perfis de goianos que se apoiam nestas características [estereotipadas] de usar chapéu, usar botina, tipo o *Jacques Vanier*. Então se as pessoas acompanham estes perfis e consomem este conteúdo, eles não podem ficar bravos quando os meios de comunicação representam a imagem do goiano, tal qual praticamos nas redes sociais. Então a gente usa a realidade para tornar algo engraçado, através do exagero, reforçando aquela imagem que nós goianos reproduzimos em nosso cotidiano (PRODUTOR DA PÁGINA GOIÂNIA MIL GRAU, 2021).

Os estereótipos são expressões da forma como os sujeitos se veem no cotidiano. Podemos entender que reforçar estereótipos, pode ser uma forma, também, de reforçar a identidade cultural das pessoas que interagem com estas imagens, proporcionando o sentimento de pertencimento. O gênero humorístico é recurso recorrente destas páginas para além de gerar o riso, fortalecer laços identitários com o lugar. Bhabha (2010) salienta que estes sentidos cômicos se sustentam no processo de estereotipização, resultado das

representações pautadas no exagero, na simplificação e no estabelecimento de uma identidade cultural fixa, de onde ressaltam estereótipos ditos jocosos, como por exemplo, a figura do sertanejo caipira, que remete a um contexto de atraso tecnológico.

Para Hall (2016), diversas representações estereotipadas de um grupo estabelecidas, dentre elas a subversão dos sentidos negativos de um estereótipo em sentidos positivos, tentam fazer com que tais estereótipos operem contra eles próprios. Esta resignificação pode ser observada em conteúdos postados pela página Goiânia Mil Grau nas diversas plataformas de mídias sociais (Instagram, Facebook e YouTube) e que abordam tais características jocosas da imagem estereotipada do goiano e, conseqüentemente, do goianiense, na percepção que estes próprios interagentes possuem e que também são reproduzidas pelos meios de comunicação e por pessoas de outros lugares do Brasil. O Jovem E14 realiza a seguinte reflexão:

Eu penso que ela [a Metrópole Goianiense] pode assumir outros formatos. Imagino que a ideia da cultura caipira pode ganhar ênfase para quem não conhece Goiânia. Acredito que, por exemplo, a forma como o *Jacques Vanier* se veste e fala não é o padrão do goianiense. Ele exagera para poder ganhar comicidade, nós compreendemos isso. Mas, quem não é daqui consegue distinguir o real e o entretenimento? Não é todo dia que você sai na rua e vê um jovem de chapéu e camisa xadrez, falando com um sotaque carregado (JOVEM E14, 2022).

Notamos por todos os relatos dos jovens entrevistados que, é nas mídias sociais, o local onde a Juventude M1L GR4U atribuem sentido ao uso dos estereótipos da cultura e da identidade sertaneja, para ser como um motivo a mais para “rir de si mesmo” e dos outros ao seu entorno. Consideramos, que o humor, enquanto gênero discursivo e inserido na Metrópole Goianiense virtual, de alguma forma atua no processo de construção identitária dos sujeitos, produzindo representações sociais do urbano, ancoradas no processo de estereotipização das identidades culturais, porém não correspondem à totalidade de tais representações. Chamamos a atenção, também, para que muitos desses estereótipos possam se resvalar em reforço de preconceitos contra a identidade sertaneja, por isso a preocupação de muitos jovens entrevistados em se identificar com tais representações.

Salientamos que, apesar destas preocupações (que são válidas e devem ser mencionadas), percebemos que as representações sociais do espaço urbano da Metrópole Goianiense são resignificadas pela juventude e proporcionam que estes exerçam sua espacialidade no ciberespaço. Também reforçam a cultura local e enfatizam que os jovens são

detentores e protagonistas de suas práticas. A cultura se adapta ao momento vivido pelos jovens.

Santos (2014) observa que a metrópole e seus diversos lugares instigam a juventude atual a buscar o seu 'eu'. A autora alerta para não desconsiderarmos que, o sentido de juventude na atualidade é sinônimo de pluralismo, no qual instiga em observarmos uma faixa etária mais alargada. Portanto, ser jovem e viver a juventude está muito além de um recorte etário, pois a juventude é um coletivo que se adequa ao seu tempo. Hoje presenciamos a que denominamos de Juventude M1L GR4U, já tivemos a juventude dos rolezinhos e, muito em breve poderão surgir outros coletivos juvenis.

Ao entendermos o processo de significação das imagens no contexto da Metrópole pelos jovens, tentaremos adentrar nas concepções das espacialidades juvenis e compreender como tais representações são importantes. Para que, diante disso, possamos contextualizar o ciberespaço como lugar da ação, da imaginação, dos desejos, a partir das relações sócio-espaciais juvenis que se apropriam de múltiplas territorialidades para transformar o lugar, em espaço vivido, ou seja, como vivem a experiência de sua espacialidade.

4.4 As representações sociais na constituição das espacialidades juvenis

A Metrópole Goianiense é carregada de significações e se adapta ao momento vivido pelas pessoas. Ao decorrer deste estudo, abordamos o quanto os jovens trazem novos sentidos aos temas vividos pelo cotidiano, refletidos nas postagens de páginas de mídias sociais. Reiteramos que a juventude reconstrói a Metrópole Goianiense no ciberespaço. Os jovens se adequam ao efêmero, proporcionados pelas múltiplas identidades experienciadas a partir do espaço virtual. Mas mesmo com essa possibilidade de experimentar diversas identidades, os jovens, também, valorizam aspectos culturais e identitários que o definem enquanto praticantes de um território.

Hall (2007) afirma que, essencialmente, presume-se que a identidade cultural seja fixada no nascimento do sujeito, seja parte da natureza socialmente transformada (isto é, da paisagem), impressa através do parentesco e da linhagem dos genes e na parte constitutiva do 'eu' mais interior pressupondo uma construção subjetiva. Já Pesavento (2002) reitera que a identidade (sendo uma representação do real e que se atribui sentido), oportuniza a sensação de pertencimento e constrói a noção de alteridade (fazer sentido ao outro).

É a partir desse momento que observamos a importância da identidade (ou identificação) com a Metrópole Goianiense, é o sentimento de pertença que unem o sujeito e o

lugar para que conjuguem um significado. A leitura da cidade, conforme descreve Gomes (1994), permite essa identificação e sensação de pertença por parte do sujeito. Obviamente há distanciamentos promovidos entre sujeitos e lugares, porém este estudo pretende focar nos aspectos que trazem sentidos na composição da leitura do espaço urbano da Juventude M1L GR4U.

A subjetividade da leitura proporciona a multiterritorialização da juventude, pois um texto/imagem lidos carrega consigo significações e estas amplificam o habitar da Metrópole virtual. Berdoulay e Entrikin (2012, p. 107) salientam que, “como sujeitos, os seres humanos constroem lugares – de pertencimento e de identidade – e como são, também, moldados por tais lugares”.

Os lugares são, enfim, expressões socioespaciais praticadas pelos sujeitos, pois considera aspectos subjetivos pessoais como a experiência espacial. Brandão (2009) sugere o termo *espaciar*, no sentido de o sujeito gerar ou criar seus lugares. É fruto da ação humana, criando e fazendo estes lugares existirem, fazer sentido. Este lugar faz parte, também, do processo de formação de uma identidade cultural, ou seja, é o campo de atuação das relações sócio-espaciais, das práticas culturais e da Geografia cultural.

Para Corrêa (2009) a espacialidade da cultura permite que a expressão “mapas de significados” não seja apenas uma metáfora, sendo possível elaborar mapas de significados que ampliem o escopo da cartografia geográfica. O autor ainda salienta que, as representações cartográficas da geograficidade proposta por Eric Dardel, possibilitam outros olhares acerca da ação humana. Ao pensarmos numa cartografia geográfica a partir da espacialidade da cultura, damos a ela o entendimento como uma ampla rede de significados, um modo de observar e interpretar a realidade dos sujeitos, da forma como pensam e praticam os espaços urbanos, sejam por suas narrativas, trajetórias e memórias.

A memória por si só não registra a duração temporal, o que nos impede de revivermos momentos, com base apenas nas suas cronologias. Porém, a memória se estabelece como espaço habitado e estabelece uma dialética com espaços delimitados de nossas afetividades íntimas. No ciberespaço, a Metrópole Goianiense também possui a constituição de espaços afetivos, que relembram momentos dos sujeitos e tragam sentimentos de pertencimento. Muitos jovens se expressam nas mídias sociais, na tentativa de manter laços com o lugar em que habitaram ou habitam, mas também buscar a identificação de outros jovens, na tentativa de reforçar sua identidade cultural.

A figura 26, a seguir, demonstra como a espacialidade e a constituição afetiva, na visão de um jovem goiano, enfatizam o sentimento de pertencimento com a Metrópole

Goianiense. Tais sentimentos foram expressos no espaço virtual, criando laços afetivos e identificação com o lugar e gerando a percepção de outros jovens que habitam o mesmo espaço, porém podem ter vivido temporalidades e territorialidades diversas. A seguir, também, é feita a transcrição do depoimento do jovem, que fora postado no perfil do aplicativo Instagram e que aborda acerca de suas memórias que se conectam a Metrôpole Goianiense real e virtual.

Figura 26 – Reforço dos laços afetivos na Metrôpole Goianiense virtual⁵⁶



Fonte: Reprodução Instagram, Jacques Vanier, 2019.

Esse *busão* eu peguei por 10 anos. Quando eu era criança eu *num* pagava, passava debaixo da catraca, mas *num podia sentá*. Tinha que dar lugar *pros mais véi*. Quando eu era adolescente eu pensava que eu ia conseguir sentar, mas *num* dava porque os ônibus era muito *chei*. Quando eu achava um lugar eu pensava nos outros e carregava os *fichário das menina bunita*. Quando eu ia pra faculdade eu ia em pé do lado do motorista *pq* eu nunca lembrava de recarregar a carterinha. Depois de um tempo eu já *tava fera* em pegar busão. Eu pegava ele voltando. Demorava *10 minuto* a mais, mas pelo menos eu ia sentado e eu fazia os *cálculo* pra saber q lado o sol ia bater na janela. Não importa onde a gente tá, essas lembranças vão sempre ficar comigo. Às vezes eu fico com saudade de pegar o 020, colocar meu *foninho* e ouvir Raça Negra (VANIER, 2019, não paginado).

Numa primeira análise das imagens, notamos o reforço do estereótipo do goianiense, tendo a ideia de que o perfil dos moradores da Metrôpole é totalmente voltado à cultura

⁵⁶ VANIER, Jacques. **Reforço dos laços afetivos na Metrôpole Goianiense virtual**. Goiânia, ago. 2019. Instagram: Jacques Vanier. Disponível em: <https://instagram.com/jacquesvanier?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso em: 15 set. 2019.

sertaneja e rural (CHAUL, 1999). O jovem⁵⁷ em questão reforça esse estereótipo ao usar vestimentas que remetem ao ambiente sertanejo (o chapéu, a botina e a camisa xadrez quadriculada), porém um detalhe: ele aborda sua espacialidade, o Terminal Isidória, localizado na região sul da cidade de Goiânia. O terminal de ônibus de passageiros, conhecido pelo grande fluxo de pessoas oriundas das diversas localidades da Metrópole, foi demolido em 2020, para ser reconstruído e abrigar as linhas do futuro BRT.

Retomamos a afirmação de Santaella (2012), quando ela afirma que ao se fazer a leitura das imagens, este ato insere marcas no discurso e não são desassociadas de seu contexto. Percebemos que as duas imagens, aliadas ao depoimento do jovem interlocutor são interpretadas por outros jovens, tornando assim uma leitura dinâmica e possível da cidade. Essa leitura só se concretiza, mediante a leitura de mundo que cada sujeito possui. São formadas as práticas culturais que evidenciam o ciberespaço como o lugar de encontro e da produção de sentidos.

O jovem descreve, em um tom de saudade, suas lembranças enquanto morador da Metrópole Goianiense, revisitando o local que costumava passar diariamente. Percebemos também, o uso do humor para retratar as condições das pessoas que utilizam o transporte coletivo metropolitano. A foto e o texto informam que se trata especificamente da linha de ônibus 020⁵⁸, linha esta que é conhecida por andar sempre lotada, devido à alta demanda de passageiros. No trecho a seguir:

[...] esse *busão* eu peguei por 10 anos. Quando eu era criança *num* pagava, passava debaixo da catraca, mas *num* podia *sentá*. Tinha que dar lugar *pros mais véi*. Quando eu era adolescente, pensava que eu ia conseguir sentar, mas *num* dava porque os ônibus era muito *chei* (VANIER, 2019, não paginado).

Percebemos o tom regionalista descrito pelo interlocutor, sendo descrito na linguagem típica dos moradores do Estado de Goiás, o goianês⁵⁹. Preservamos a forma de escrita, para também evidenciar a identidade goiana que está presente, tanto nas marcas das imagens, quanto no discurso do jovem. Ao fazer a leitura do texto, notamos certa literariedade nas palavras. O sertanejo adota o tom poético ao retratar seu cotidiano, uma forma de aproximação entre o sujeito e espaço urbano ao conteúdo lido.

⁵⁷ Personagem criado pelo humorista Jacques Vanier. Residiu por algum tempo nos Estados Unidos e criou um perfil na mídia social Instagram, como forma de se manter perto da cultura do Estado, mas também, para reforçar seus laços territoriais e a valorização da identidade sertaneja. Atualmente é humorista e realiza shows.

⁵⁸ Linha de ônibus que liga o Terminal Garavelo ao Terminal Praça da Bíblia, passando pelos Terminais Cruzeiro e Isidória, dessa forma realizando um percurso na Região Metropolitana de Goiânia.

⁵⁹ Dialeto falado pelos moradores do Estado de Goiás.

Como já explicitado neste estudo, Chaveiro (2015a) realiza aproximação entre a Geografia e o dizer, relacionando o sujeito com o lugar, possibilitando a construção do mundo pela leitura e percepção. A espacialidade está presente no mundo vivido, nas memórias, no imaginário, enfatizando o lugar da geografia como estudo da narrativa e das práticas culturais. Paz (1956) afirma que, a linguagem é poesia e possui certa carga metafórica, que só é percebida por quem a pronuncia. No texto apresentado, percebemos o sentimento latente de saudade e certos laços com sua identidade cultural predominante, valorizada pela figura do sertanejo.

Portanto, a Metrópole Goianiense se constitui, também pelo conjunto de recordações que dela emergem, assim que nos relacionamos com ela (CANEVACCI, 2004). A Metrópole assim é ressignificada no ciberespaço, permitindo que outros jovens possam ler e contextualizar, tal qual a forma do seu próprio cotidiano. Verificamos na leitura do texto o sentimento de que aquele terminal de ônibus, retratado pelo jovem como lugar de suas memórias, se configura como espaço afetivo em seu sentimento, proporcionando identificação de outros jovens com a memória ali retratada. Os sujeitos ao interagirem com esse discurso sentem-se acolhidos pelo depoimento, proporcionando assim, um sentimento de pertencer também a este lugar.

O sentimento de pertencimento, constante na figura 26, confirma que a percepção é ressaltada pela juventude e por outros sujeitos que, ao lerem tal depoimento, se ‘transportam’ para aquela localidade na busca de evidenciar sua própria história com aquele espaço. Eis o princípio da multiterritorialidade, proporcionada pelo ciberespaço, onde a Juventude M1L GR4U têm a possibilidade de habitar um mesmo espaço de diversas formas, como já descrito por Haesbaert (2016). Porém, não podemos deixar de mencionar os depoimentos dos jovens entrevistados que, atentaram para a construção destes estereótipos, visto que podem também apontar preconceitos a formação identitária sertaneja goianiense. Mas é claro que tais marcas identitárias fazem parte da formação do povo goiano e da paisagem constituída na Metrópole Goianiense.

Ao referirmos em paisagem, delimitamos uma determinada área ou um complexo geográfico, no qual são feitas manifestações, escolhas e mudanças realizadas pelos sujeitos de uma comunidade cultural (WAGNER; MIKESELL, 2003). Assim, evidenciamos a cultura, na qual atribui significado aos sujeitos, as imagens e as linguagens. A representação da figura do goiano sertanejo é vista como valorização da cultura de um povo e caracterização da paisagem da Metrópole que mescla o urbano e o rural, possibilitando várias formas de habitar e de territorialidades.

Os estudos sobre os aspectos culturais e demográficos do espaço geográfico contribuem à compreensão desse momento de intensa circulação de informações, pessoas e modos de vida. Para Bauman (2001), o sujeito inserido na sociedade, possui o espaço disponível para praticar a sua civilidade, no qual, cada sujeito expressa o seu “eu”. Sem o preenchimento desse espaço não há significado, pois, este espaço só tem sentido mediante as práticas culturais dos sujeitos, até mudar de forma novamente a compreensão desse mesmo espaço.

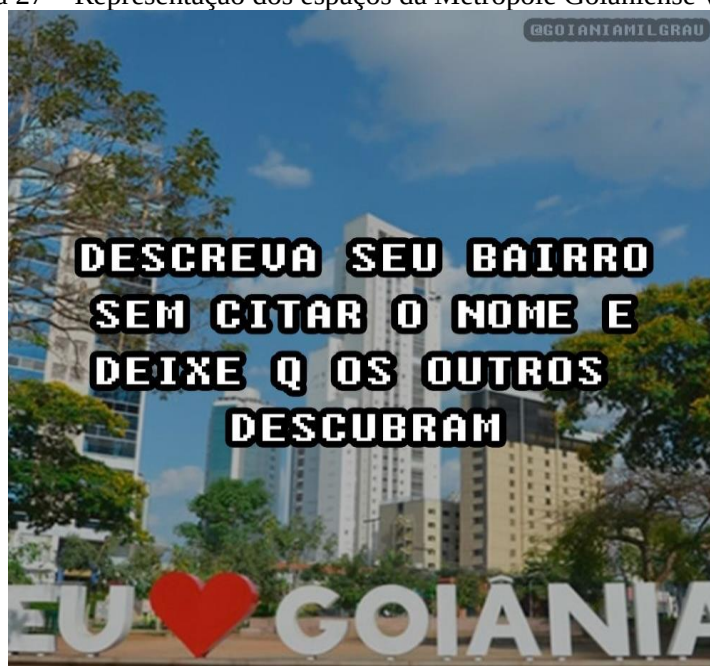
As mídias sociais fornecem grau de sociabilidade, conforme afirmam Bauman (2001) e Maffessoli (1998), e trouxeram consequências culturais para sociedade. Na Metrópole Goianiense, observamos que as práticas culturais são sim, realidades nas páginas que retratam o contexto da cidade. Os jovens se adequam à vida líquida proporcionada pelo ciberespaço e transitam e formam laços com outros jovens, conseqüentemente, conhecendo outros contextos sócio-espaciais, porém valorizando sua identidade cultural. A cidade é ressignificada e a Juventude M1L GR4U é a protagonista desta história.

De acordo com Pesavento (2002), a cidade é tida como o lugar do sujeito, que se presta à multiplicidade de olhares entrecruzados que, de forma transdisciplinar, buscando entender e conhecer sua pluralidade. Portanto, “ambas as representações são plausíveis e trata de convencer o leitor e transportá-lo há outro tempo, mas só o historiador se empenha em demonstrar que a sua versão não é apenas, poderia ter sido, mas efetivamente foi” (PESAVENTO, 2002, p. 13). A juventude, ao ler o depoimento do jovem, não só valoriza o lado poético e imaginado do discurso, mas também observa aspectos do cotidiano e evidenciam os estereótipos enquanto crítica social. Porém isso é feito mediante uma linguagem humorística, que é um recurso utilizado para refletir não apenas sobre o mundo a sua volta, mas, sobretudo à sua própria condição humana (ACSELRAD, 2003).

Portanto, os espaços são formados pela relação entre sujeitos e lugar, tornando espaços de proximidade e afetividade (topofilia). Para compreendermos que as representações sociais podem também, ir além de representações espaciais urbanas estereotipadas, temos a imagem a seguir de uma representação cultural do goianiense, retratada na postagem feita na página de mídia social Goiânia Mil Grau (no Facebook). A postagem convida os interagentes⁶⁰ a descreverem características do bairro da Metrópole Goianiense em que morar, sem explicitar o nome da localidade, reforçando, portanto, seus laços com diversos com o lugar.

⁶⁰ Daremos esta definição às pessoas que acompanham e interagem com as páginas de mídias sociais que retratam o cotidiano da Metrópole Goianiense.

Figura 27 – Representação dos espaços da Metrópole Goianiense virtual⁶¹



Fonte: Reprodução Facebook, Goiânia Mil Grau, 2020.

Dentre as respostas dos jovens participantes, escolhemos algumas descrições que partem da percepção   imagem apresentada na figura 27, num convite a evidenciar características de suas localidades e a possível relação de proximidade com outras pessoas. O tom de humor, e o reforço de estereótipos, ficam evidentes na representação de tais espaços, evidenciando que o exagero, t m m é assumido na construção discursiva destes jovens para contrastar com problemas do cotidiano citadino.

Quadro 1 – Descrição dos espaços na Metrópole Goianiense, no ciberespaço

Interagente 1: 1000 casas *num* dia;

Interagente 2: Codinome *Robauto*, latarias, sempre da ruim com polícia que descobre peças roubadas de carro... [risos]. Obs.: Meu bairro é o do lado, mas todo mundo chama pelo nome desse que descrevi, *porque* onde moro divide rua com esse setor;

Interagente 3:  ltimo setor de Goiânia. Um dos mais perigosos. É o segundo conjunto habitacional que tem o nome de uma madre;

Interagente 4: Conjunto dividido em duas partes, onde todo mundo acha que aqui   abençoado pela cruz, mas na verdade tem sempre um *noia* na esquina esperando você *moscar* com o celular
Obs.: A energia acaba direto aqui;

⁶¹ GOIÂNIA Mil Grau. **Representação dos espaços da Metrópole Goianiense virtual**. Goiânia, 16 dez. 2019. Facebook: Goiânia Mil Grau 3.0. Disponível em: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0ms4M6bZ8mMyvHjSDtWP6JU5HkDyAxsjYghAtKUB9LS4qV5vRBDFNPdeDmznrNprZl&id=154101244952626. Acesso em: 26 out. 2020.

Interagente 5: Considerado um dos maiores conjuntos habitacionais da América Latina na década de 80, hoje com mais de 30 mil residências, criado exclusivamente para militares;

Interagente 6: Todo mundo acha que é rico, mas só tem dívidas;

Interagente 7: Em Aparecida, tem uma serra onde pega fogo todos os anos. Nome de feriado;

Interagente 8: Prédio *pra* todo, trânsito, escolas particulares, trânsito, um Borges Landeiro a cada esquina, já falei trânsito?

Fonte: Retirado do Facebook Goiânia Mil Grau 3.0; elaborado pelo autor, 2020.

Escolhemos oito descrições em que podemos evidenciar como os espaços da Metrópole Goianiense são vividos e experienciados de várias formas, mas também, estereotipados. O interagente 1 relaciona com o fato ocorrido na década de 1980 em que 1000 casas foram construídas em um único dia, formando a Vila Mutirão, região noroeste de Goiânia. Tal bairro nasceu do sonho de muitas pessoas que angariavam um lugar para morar. Lynch (1999) conceitua bairro como parte da cidade, na qual o observador entra e pode notar alguma característica comum, identificadora da cidade. A partir desta definição de bairro, conseguimos notar uma possível afetividade ao imaginar que seus primeiros moradores viram um sonho virar realidade, com a aquisição da casa própria. O próprio nome do bairro já nos induz a este imaginário.

Para o interagente 2, denomina sua localidade como *Robauto*, local que recebe a visita frequente da Polícia Militar. Este local é conhecido pelas lojas de autopeças, que geralmente possuem problemas em relação à procedência de suas mercadorias. Trata-se da Vila Canaã, região oeste de Goiânia. A descrição dada pelo Interagente 2, se territorializa nos sujeitos de diferentes formas, de acordo com sua relação com este espaço. Percebemos também, que o mesmo sentido que o bairro possui na Goiânia real, acaba transpondo à Goiânia virtual, tornando ambos os espaços indissociáveis na concepção vivida pelos sujeitos.

Os Interagentes 3 e 4 ressaltam o grave problema social de seus bairros: a violência urbana, porém evidenciamos que os símbolos religiosos também formam o habitar dos bairros (Madre Germana e Vera Cruz, respectivamente). Após a expansão urbana desenfreada ocorrida a partir da década de 1960 (ROSA, 2008), a religião sempre acompanhou o crescimento e o desenvolvimento da cidade. Quando o interagente 4 afirma que por haver uma Cruz o local seria abençoado, reforça a religiosidade, característica do povo goiano desde os tempos oligárquicos da República Café com Leite, descritos por Chaul (1999).

O interagente 5 nos descreve o lugar como o “maior conjunto habitacional da América Latina”, no qual apontamos o Parque Atheneu, localizado na região sul da Capital. Também

foi um local planejado para abrigar militares em sua concepção e que hoje assumiu outra formação, sendo que sujeitos, não militares, também habitam o espaço urbano. O interagente 6 descreve outro bairro planejado, o Eldorado (região sudoeste da capital), porém afirma que são pessoas que vivem de aparência, por se parecerem ricas.

O interagente 7 já retrata um bairro pertencente a uma cidade da Metrópole Goianiense (Aparecida de Goiânia), local onde tem uma serra, que ocorrem queimadas todos os anos e o bairro possui um nome de um feriado nacional (Tiradentes). O Jardim Tiradentes também é retratado pela violência urbana, porém aqui o interagente elencou elementos topográficos para definir sua espacialidade. A Serra das Areias é um conhecido espaço da cidade de Aparecida em que ainda há uma pequena porção de cerrado preservado, porém ao longo dos anos, vem sofrendo com o desmatamento e o crescimento desordenado da Metrópole. Também se utilizou de figuras de linguagem ao referir ao nome do bairro, ao dizer que se tratava de um feriado. Desta forma, Marandola Jr. (2014, p. 170) salienta que “os espaços da vida refletem flutuações sociais da espacialidade na qual se conformam as possibilidades de habitar”.

Para o interagente 8 o seu espaço é constituído pela desordem e o caos no trânsito, do adensamento urbano, característicos de bairros bastante populosos e que experimentam formas diversas do habitar. O Setor Bueno (região sul da cidade) é retratado pelo seu movimento frenético e pela desordem. É um lugar em que as pessoas habitam de várias formas, por isso a leitura de mundo aplicada à leitura da cidade ajuda a descobrir a singularidade do humano, o seu contato rente com as coisas, os eventos e as situações.

Notamos que o reforço de estereótipos, também ajuda na construção do espaço e da relação dos sujeitos com ele. Traduzindo em palavras geográficas, as narrativas dos jovens nos permitem ler a cidade com as referidas paisagens, e principalmente, com o mundo vivido (CHAVEIRO, 2015a). O autor reitera que narrar constrói mundo, nos transforma. Por isso, a identificação com o lugar, a noção de pertencimento, estimulam os jovens a se afirmarem detentores do espaço vivido, sendo este um espaço multiterritorial, ou seja, reconstroem pela leitura e pela imaginação, as suas práticas culturais. A Metrópole Goianiense é redefinida no ciberespaço pela Juventude M1L GR4U, sendo dinamizada além dos seus limites territoriais.

As reconstruções territoriais evidenciadas pelos jovens interagentes, constantes no quadro 1 reforçam o sentido narrativo-discursivo do habitar, pois a cidade se faz na percepção dos sujeitos, porém elas existiam antes da sua percepção. A constituição de tais espaços afetivos se faz na relação íntima entre os sujeitos e os lugares, o que percebemos nas descrições feitas pelos interagentes. Marandola Jr. (2014) reitera que ao pensar a experiência

da Metrópole, tomamos a região como espaço vivido, na constituição da geograficidade. Dessa forma, a adoção de estereótipos é uma forma de estabelecer uma dinâmica sócio-espacial, com o lugar habitado e territorializando por estes jovens.

Diante disso, o que está em questão é um modo de ler o espaço pela existência, valendo-se de uma máxima geográfica: o território somente tem sentido porque os seres humanos, em relações sociais e existenciais, ocupam-no, usam-no, outorgam-lhe valor, distinção, limites. De maneira que as práticas sociais dos indivíduos e suas tramas existenciais tecem os lugares a partir de marcas culturais. Poder-se-ia dizer: as práticas temporalizam o espaço (CHAVEIRO; GONÇALVES; BORGES, 2019, p. 296).

Os jovens fazem da Metrópole Goianiense a concepção de um espaço íntimo e próximo, onde ressignificam o cotidiano real e a reconstroem no ciberespaço. A Metrópole Goianiense virtual também padece dos mesmos dilemas da Goiânia real, pois ambas foram construídas pela imaginação, ou seja, por trajetórias narrativas e também pelo sentido que os sujeitos dão a ela. Silva (2013) anuncia que a cidade imaginária e seu feixe de imagens são colhidos na temporalidade urbana e presentes em todos os elementos que se deslocam da paisagem para retratá-la e representá-la.

Para Cavalcanti (2013) em um movimento dialético, cidade e a juventude se transformam constantemente. Dessa transformação, segundo a autora, são produzidas espacialidades que, englobam culturas e a própria cidade. Identidades são formadas e subjetividades com as condições dadas pela espacialidade urbana instituída se transformam com determinado objetivo (CAVALCANTI, 2013). O Jovem E25 realiza uma observação acerca dos conteúdos disponibilizados pela página de mídia social Goiânia Mil Grau:

É um retrato caricato, não vejo como um retrato fiel [da realidade]. O [perfil] Goiânia Mil Grau não é dono da verdade, digamos assim, mas é um ponto de vista. É um ponto de vista que pode estar de acordo com aquilo que eu penso, mas às vezes não [concordo]. Porém ao mesmo tempo, que não pode fazer sentido para mim, pode significar para outras pessoas. Então não diria que seja [totalmente] fiel, mas uma boa caricatura do que é a Cidade de Goiânia e faz com as pessoas se identificam (JOVEM E25, 2022).

Notamos que a produção e a reprodução do espaço da Metrópole Goianiense estão diretamente ligadas à recepção e a percepção que cada sujeito tem com os conteúdos postados na página. As mídias sociais permitem as relações sociais da juventude, tornando-se lugar de pertencimento e de proximidade. No tom de humor assumido pela página Goiânia Mil Grau,

os jovens reafirmam como detentores deste espaço, na qual compreendemos que a interação proporcionada possibilita a Juventude a praticar a Metrópole Goianiense no ciberespaço.

Percebemos que, a voz da Juventude M1L GR4U ecoa dos bairros periféricos da Metrópole Goianiense, o que nos permite afirmar que eles são detentores de suas práticas culturais e querem ser ouvidos. A percepção da Metrópole a partir da periferia dá uma dimensão do intenso diálogo sobre espacialidade e identidade que estes jovens praticam no seu cotidiano. Múltiplos olhares e visões se entrecruzam na convergência da composição da paisagem Metropolitana.

Os jovens vivem sua juventude tendo o espaço urbano, enquanto lugar de exercício de suas espacialidades e territorialidades, reforçando suas identidades culturais e, permitindo que suas trajetórias de vida sejam, também, parte deste coletivo a que denominamos de Juventude M1L GR4U. No próximo capítulo, abordaremos a percepção dos jovens, como suas práticas culturais fazem parte de suas trajetórias e narrativas na Metrópole Goianiense virtual, em um diálogo sobre espacialidade e identidade.

5 PRÁTICAS CULTURAIS DA JUVENTUDE NA METRÓPOLE GOIANIENSE VIRTUAL: UM DIÁLOGO SOBRE ESPACIALIDADE E IDENTIDADE

A partir do entendimento sobre Metrópole Virtual, objetivamos neste capítulo interpretar as sociabilidades e as narrativas juvenis expressas nas linguagens da representação social do urbano e sua identificação com a Metrópole Goianiense, lidas pelas imagens e por suas linguagens em um diálogo sobre espacialidade e identidade. A leitura de mundo aqui proposta consiste em ler o espaço, enquanto construção social e histórica da ação dos sujeitos (PEREZ, 2010).

Como instância da sociedade, segundo a autora, o espaço é o objeto da Geografia, por conseguinte, os sujeitos delimitam, constroem e mudam o seu espaço. Dessa maneira, tanto a cidade quanto o urbano se situam no âmbito das reflexões sobre o espaço e a sociedade, pois são produtos históricos dessa relação. Assim, ler o mundo é estudar a sociedade e estudar o processo de humanização dos sujeitos a partir do “território usado⁶²” (SANTOS, 1994).

Na busca por um objeto particular de estudo, as construções epistemológicas têm sido desenvolvidas no sentido de construir um conceito abrangente de espaço geográfico que compreenda a diversidade das pesquisas Geográficas. Gomes (2012, p. 21) afirma que “em resumo, de um ponto de vista geográfico, o espaço é simultaneamente o substrato no qual são exercidas as práticas sociais, a condição necessária para que essas práticas existam e o quadro que as delimita e lhes dá sentido”.

As práticas ocorridas no espaço virtual da Metrópole Goianiense pela Juventude M1L GR4U tem sido o olhar proposto a este estudo. Conforme dito anteriormente, a Geografia cultural tem se significados como foco principal, diante da atividade material dos sujeitos sobre a paisagem (CLAVAL, 2001). Entendemos que, atualmente, o ciberespaço fornece condições para que tais relações socioespaciais se formam e se transformam. A Metrópole virtual está imbricada à Metrópole real (ou concreta) e vice-versa. Compreendemos também como lugar do encontro, das diferenças, dos debates e de práticas emancipatórias e culturais.

Harvey (2014, p. 134) enuncia que “a cidade é o lugar onde pessoas de todos os tipos e classes se misturam, ainda que relutante e conflituosamente, para produzir uma vida em comum, embora perpetuamente mutável e transitória”. Nessa perspectiva, entendemos que as práticas culturais da juventude são fundamentais para que se criem vínculos nestes espaços (o espaço vivido), ultrapassem a efemeridade, não sejam episódicos, e que levem a repercussões

⁶² SANTOS, Milton. O retorno do território. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia; SILVEIRA, María Laura. **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994. p. 15-20.

(KUPIEC; NEITZEL; CARVALHO, 2014) por meio das relações estabelecidas e alimentadas no cotidiano da Metrópole Goianiense virtual. Canton (2009) entende como “espaço”, termo utilizado de natureza genérica e que “lugar” direciona a uma especificidade do espaço. Por fim, nas palavras do autor, trata-se de “[...] um lugar particular, familiar, responsável pela construção de nossas raízes e nossas referências no mundo” (CANTON, 2009, p. 15).

A leitura dos espaços, assim como a ação dos sujeitos sobre esses espaços, nos sinaliza como a Juventude M1L GR4U se relaciona com o mundo. O vivido dá-se no trânsito destes espaços e nas práticas sociais e culturais, pois ambos são fatores determinantes na transitoriedade. Nesta perspectiva, retrataremos o humor enquanto os modos de significação/ressignificação geográfica influenciam na articulação com o lugar de alteridade e, conseqüentemente, com suas práticas culturais. Elencaremos as cinco categorias que constituem o conceito de Metrópole virtual (linguagem, imagem, imaginário, cultura e memória) para elaborarmos uma cartografia⁶³ da Juventude M1L GR4U, ou seja, evidenciaremos os pontos que convergem no diálogo sobre espacialidade e identidade com a Metrópole Goianiense.

A vida cotidiana de cada jovem pesquisado mostrará como o processo de reterritorialização deste coletivo de jovens se faz presente na construção do espaço virtual, na vida cotidiana de cada jovem pesquisado e, conseqüentemente no processo, produção e práticas culturais.

5.1 Práticas juvenis da Metrópole Goianiense virtual: um diálogo sobre espacialidade e identidade

As práticas culturais exercidas pela juventude na Metrópole Goianiense proporcionam a constituição de adoção de imagens e linguagens e, conseqüentemente, evidenciam os itinerários juvenis, seja buscando entretenimento, compartilhando experiências virtuais, ou até mesmo, intensificando experiências sociais nessa teia digital de comunicação. Castro (2021) salienta que expressões identitárias, em uma perspectiva territorial, são complexas, densas e instigantes, pois envolvem diversas questões, dentre elas as questões culturais dos sujeitos.

Haesbaert (2016), numa perspectiva de contrapor e atualizar os ideais de Pierre Lévy, afirma que o processo de virtualização deve ser analisado com maior ênfase na construção de novos territórios, ou seja, no processo de reterritorialização. Endossamos que as perspectivas

⁶³ Esta cartografia não será a confecção de um mero mapa georreferencial, mas sim, a concepção de um mapa mental que busque evidenciar as práticas culturais da Juventude M1L GR4U no ciberespaço.

de Lévy (2000, 2011) remetem a um espaço virtual, totalmente inabitado ou que ainda não se tinha a dimensão exata das possibilidades, que este espaço traria às práticas socioculturais dos sujeitos.

A produção social dos sujeitos, conforme é estabelecida por Cavalcanti (2015) é instituída pela mediação de lugares e territórios. Diante desta contextualização, buscamos evidenciar, mediante os relatos dos jovens entrevistados, as narrativas que produzem e os reterritorializam, isto é, a construção de novos territórios, dentre eles, o da Metrópole Goianiense. Para realizar esta observação, o pesquisador estabeleceu um período de análise das imagens postadas nas páginas de mídias sociais, que retratam o contexto da Metrópole Goianiense. As imagens retratadas nesta pesquisa seguiram como fruto desta observação e confluem para os próximos resultados a serem abordados.

Das imagens analisadas, elencamos cinco (05) delas para que os jovens entrevistados pudessem evidenciar a sua percepção em relação à constituição do espaço da Metrópole Goianiense e tal qual a paisagem retratada se constitui na imaginação destes jovens. As imagens apresentadas aos entrevistados foram refletidas ao longo desta pesquisa, constando nas figuras 12, 15, 18 e 25, respectivamente.

Curiosamente, três das cinco imagens apresentadas aos jovens, abordam o contexto da identidade sertaneja goianiense, reafirmando os estudos elaborados por Almeida (2008a), enraizadas na dinâmica dos sertões e com forte carga cultural e simbólica. A seleção das imagens obedeceu aos critérios mediante análise do pesquisador na fase 1 da pesquisa⁶⁴, no qual observou que tiveram grande repercussão e engajamento dos jovens que interagem com os conteúdos.

As cinco imagens foram extraídas da página de mídia social Goiânia Mil Grau, pois durante a análise do pesquisador, foi à única página das pesquisadas que manteve o perfil direcionado o contexto espacial da Metrópole Goianiense. O pesquisador não interferiu nas respostas dos entrevistados, portanto, as percepções dos jovens refletem fielmente o retratado por eles. Os relatos estão dispostos na tabela 5.

⁶⁴ A Fase 1 consistiu na análise dos três perfis (Goiânia Mil Grau, Enquanto Isso em Goiás e Jacques Vanier), resultado das postagens que realizassem uma representação da identidade e da espacialidade da Metrópole Goianiense, no período de 2015 a 2021.

Tabela 5 – Produção do espaço juvenil na Metrópole Goianiense

(continua)



Jovem E1: A imagem 3 - Ela constrói a representação da famosa frase de que 'basta balançar uma árvore e cai uma dupla sertaneja aqui em Goiânia'. Isso fica explícito por meio dos fios, que remetem às cordas de um violão.

Jovem E2: Escolho a imagem 2, pois na minha imaginação, anseia-se uma cidade em construção, mas que atualmente está uma bagunça generalizada.

Jovem E3: A imagem 1. [Acerca] da representação o que é ser goiano na visão de quem não é do estado e da cidade. É bastante pejorativo!

Jovem E4: Imagem 4 - Goiânia é um imenso labirinto. Antes de usar GPS eu já me perdi em suas ruas andando de carro. A imagem que me passa na cabeça é a seguinte: eu perdida pedindo informação e chorando por não conseguir voltar para casa. Já passei muito por isso.

Jovem E5: Escolho a imagem 3. O violão me remete aos barzinhos com música sertaneja ao vivo e a nossa festa agropecuária, a famosa Pecuária de Goiânia.

Jovem E6: Me identifico com todas, mas a imagem 1 faz referência direto à típica fazenda asfaltada de quem não conhece Goiânia. E essa imagem é reproduzida na TV e nos filmes.

Jovem E7: A primeira [imagem] é claramente a visão que pessoas de outros estados tem dos Goianos e do estado todo em si. Quase uma grande fazenda, onde todos os moradores andem de cavalo, carroça e carro de boi. Estereótipo vivo do goiano.

Jovem E8: Imagem 3 retrata a importância da música sertaneja na vida dos goianos. Nosso patrimônio cultural.

Jovem E9: Escolho a imagem 2. Antes de surgir a construção da BRT existia ruas e espaço. Agora o espaço foi reduzido a concreto e desorganização.

Jovem E10: O Setor Sul é um labirinto [imagem 4]. Se você erra o caminho, acaba num beco sem saída.

Tabela 5 – Produção do espaço juvenil na Metrópole Goianiense

(conclusão)

Jovem E11: Imagem 4, mexe com minha imaginação ao lembrar que preciso usar o GPS para andar no Setor Sul.

Jovem E12: A imagem 4 mostra claramente a forma como o Setor Sul além de ser de classe média alta é formado pelas ruas de forma bem confusa.

Jovem E13: O ‘cêutanejo’ [imagem 3] remonta à música e isso é a cara e a alma de Goiânia.

Jovem E14: 2. A imagem 2 eu acho impactante. Vejo as obras do BRT inacabadas, destruindo da paisagem da cidade, atrapalhando o trânsito e deixando o caos. Dessa forma parece que a cidade nunca foi planejada, tudo que foi construído parece que ficou datado, sei lá.

Jovem E15: A imagem 5 constrói na minha imaginação as situações que não gostamos que nos diminuam nos chamando de "roceiro", pois realmente temos nossas raízes ligadas ao meio rural. Dessa forma, surge a contradição: não gostamos que nos chamem de roceiros, mas carregamos essa identidade rural.

Jovem E16: A imagem 1 pra mim retrata bastante a tradição, a cultura, a musicalidade, as paixões e os encantos de como Goiânia e bem retratada em um *post*.

Jovem E17: A construção do BRT [imagem 2] que existe desde antes de e eu me mudar e vim com expectativa de ela estivesse concluída. E pelo visto se vão por muitos anos. Eu imagino que a cidade nunca teve um projeto de organização. Acho tudo aqui meio bagunçado.

Jovem E18: Imagem 1- Remete muito da família da minha esposa comendo pequi. Eles amam este fruto. Acho genuinamente goiano esse amor por esse fruto.

Jovem E19: A imagem 1 mostra a cidade sertaneja, rural, com traços da roça e que não rejeita suas raízes. São características muito forte que marcam a Metrópole.

Jovem E20: A imagem 3, que faz com que imaginamos que Goiânia só respira a cultura sertaneja. Parece que a qualquer momento irá surgir mais uma dupla sertaneja. Estereótipo puro!

Jovem E21: A primeira imagem sempre me lembra quando vou à casa da minha tia e vejo o jornal ligado no programa do Oloares [apresentador de TV]. É um clássico! Todo mundo em Goiânia tem aquela tia que assiste ao Oloares [risos].

Jovem E22: Demais a imagem 1! Imagino perfeitamente as pessoas de fora [do Estado] falando assim de Goiás. Carregamos este rótulo *né*, que aqui é tudo roça e que vivemos entre vacas, bois, galinhas e porcos. Que andamos de botina e chapéu, mascando fumo e tendo apenas o cavalo e a carroça como meios de transporte.

Jovem E23: A imagem 4, de que o Setor Sul é realmente um labirinto. Quem nunca se perdeu ali ou nunca andou por lá ou anda com o mapa na mão, porque ali não tem condições.

Jovem E24: A imagem 1 constrói na minha imaginação a imagem de fins de semana em chácaras/fazendas, com simplicidade. O Goiano é simples *né*, temos essa proximidade com aquilo que é do interior, uma busca pelas nossas raízes.

Jovem E25: A imagem do BRT (imagem 2) a que me identifiquei mais. A primeira coisa que mexe com a minha imaginação é a imagem em preto e branco, pois remete a um tempo muito antigo. E [a imagem] com relação ao BRT, diz muito que essa obra está enraizada na cidade, desde a *época da carochinha* [até o presente momento]. Resumindo é o antigo do antigo, sempre essa busca em tentar buscar o moderno, mas nunca termina.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

A imagem 1 foi escolhida pelos Jovens E3, E6, E7, E16, E18, E19, E21, E22 e E24, abordam a percepção de outras pessoas que não moram ou não exercem sua espacialidade no território goiano e goianiense, resvalando nos estereótipos da construção do goiano. As mesmas percepções foram notadas na imagem 3 (apontadas pelos Jovens E1, E5, E8, E13 e E20) e na imagem 5 (apontada pelo Jovem E15). Conforme já elucidado por Silva (2012), estas representações da cidade comungam igualmente com as representações da sociedade em um único processo de comunicação. Retomamos Bakhtin (2016), pois este tipo de comunicação se enquadra enquanto gênero de discurso primário, ou seja, aqueles que envolvem situações comunicativas cotidianas, espontâneas e informais.

Dentre as percepções dos jovens notamos que os aspectos culturais permeiam as relações identitárias dos sujeitos com a Metrópole Goianiense. Castells (2018) elucida que a construção de identidades se vale pela matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, pelas instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva, fantasias pessoais e pela religiosidade. O autor conclui que, todos estes aspectos são processados pelos sujeitos que reorganizam o seu significado em função de suas relações socioculturais, bem como na constituição de tempo/espço (CASTELLS, 2018).

Assim, notamos que a vida sertaneja (hábitos e costumes) estão presentes na percepção das identidades dos jovens mencionados acima. Neste sentido, tais identidades são construídas a partir de significações, que associam as práticas sociais e culturais dos sujeitos, conduzidas por meio de um ou de vários outros discursos. A imagem de atraso, muitas vezes impregnada a identidade sertaneja é percebida nos relatos dos jovens, que num primeiro momento a repulsam, mas em muitas das afirmações são prontamente confirmadas como elementos de identificação do sujeito com o lugar e que constituem a paisagem da Metrópole Goianiense.

A identidade territorial, conforme abordada por Haesbaert (2007; 2016) é acionada na compreensão de espaços e tempos em aspectos geográficos e históricos, moldam como os sujeitos que exercem sua espacialidade em determinado recorte espacial, se reconheçam, em um sentimento de pertencimento. Podemos perceber este sentimento retratado nas afirmações dos Jovens E15, E16 e E19, por exemplo. Mesmo que seja valores que remetam à constituição identitária anterior a construção da Metrópole Goianiense, ela está presente nas marcas dos sujeitos que a habitam e se faz presente na constituição da identidade sertaneja goianiense.

A imagem 2 (percebidas pelos Jovens E2, E9, E14, E17 e E25) e 4 (percebidas pelos Jovens E4, E10, E11, E12 e E23), que retratam o contexto espacial da Metrópole Goianiense, mediante a leitura dos jovens que praticam o espaço têm. Assim, concordamos novamente

com Haesbaert (2016), no qual afirma que o espaço é percebido e apropriado, mediante um conjunto de representações. Notadamente, está calcada no cotidiano vivido por estes jovens: os conflitos urbanos e o desenvolvimento desenfreado que (des)caracteriza a Metrópole Goianiense atualmente praticada por eles.

Vai se construindo, então, através de representações sociais, um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade. Tais representações são interpretadas como significações partilhadas, ou seja, se tornam instrumentos de comunicação (BRAGA; CAMPOS. 2016). Diante dos vinte e cinco relatos, destacaremos cinco que mostram, com mais afinco, como a sensação de pertencimento ao espaço virtual, as mobilizações e representações de identificação com a prática social simbólica da Metrópole Goianiense.

A imagem 3 - Ela constrói a representação da famosa frase de que *basta balançar uma árvore e cai uma dupla sertaneja aqui em Goiânia*. Isso fica explícito por meio dos fios, que remetem às cordas de um violão (JOVEM E1, 2022).

A primeira [imagem] é claramente a visão que pessoas de outros estados tem dos Goianos e do estado todo em si. Quase uma grande fazenda, onde todos os moradores andem de cavalo, carroça e carro de boi. Estereótipo vivo do goiano (JOVEM E7, 2022).

A imagem 5 constrói na minha imaginação as situações que não gostamos que nos diminuam nos chamando de "roceiro", pois realmente temos nossas raízes ligadas ao meio rural. Dessa forma, surge a contradição: não gostamos que nos chamem de roceiros, mas carregamos essa identidade rural (JOVEM E15, 2022).

Demais a imagem 1! Imagino perfeitamente as pessoas de fora [do Estado] falando assim de Goiás. Carregamos este rótulo *né*, que aqui é tudo roça e que vivemos entre vacas, bois, galinhas e porcos. Que andamos de botina e chapéu, mascando fumo e tendo apenas o cavalo e a carroça como meios de transporte (JOVEM E22, 2022).

A imagem do BRT (imagem 2) a que me identifiquei mais. A primeira coisa que mexe com a minha imaginação é a imagem em preto e branco, pois remete a um tempo muito antigo. E [a imagem] com relação ao BRT, diz muito que essa obra está enraizada na cidade, desde a época da carochinha [até o presente momento]. Resumindo é o antigo do antigo, sempre essa busca em tentar buscar o moderno, mas nunca termina. (JOVEM E25, 2022).

Pelos relatos dos cinco jovens, notamos como se expressam as percepções com o espaço retratado. Neste sentido, Woodward (2007) salienta que a identidade é uma atividade relacional, isto é, ocorre através de uma marca simbólica, pelo discurso, pela linguagem, etc. É por meio das diferenças de cada sujeito, que as percepções acontecem e são praticadas nas relações sociais. Em todos os relatos, notamos a presença da marca identitária sertaneja,

retratadas pela vida no campo, pelos aspectos rurais, pela música e pela noção de atraso, muito propagada como justificativa para a construção da cidade de Goiânia, calcada no espírito de modernidade, que se desenhava com o início do Estado Novo.

Para Paula (2015), o contexto espacial urbano, no caso da Metrópole Goianiense, interfere diretamente na condição juvenil dos jovens migrantes oriundos de outros núcleos urbanos menores que Goiânia. Acrescentamos que, mesmo para aqueles que sempre moraram no espaço da Metrópole, não a praticam em sua plenitude. Conforme já mencionado por Arrais (1999), existem várias Goiânias dentro da mesma cidade, isto é, percepções e práticas diferentes dentro de um mesmo contexto socioespacial.

De acordo com Santos (2015), os diversos lugares da Metrópole se tornam efêmeros, principalmente para os jovens que buscam cada vez mais novas descobertas, portanto, “a identidade – identidades ou papéis assumidos pela juventude – na atualidade, pode estar ligada ao lugar de convivência destes jovens” (SANTOS, 2015, p. 108). Diante do exposto, afirmamos que a Metrópole Goianiense, retratada pela juventude, se multiplica em diversos espaços (vividos), convergindo em um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade.

Para Haesbaert (1999) a junção de tais identidades destes sujeitos e grupos sociais implicam na busca de reconhecimento, que se faz frente no encontro/embate com o outro, portanto, nas relações de alteridade. Na tentativa de evidenciar a presença do discurso e do imaginário no processo de identificação da Juventude M1L GR4U, selecionamos três reflexões dos jovens, que nos indicam como tais relações de alteridade são percebidas e praticadas em seu cotidiano.

É impossível negar a identificação, por nós próprios trazermos essa linhagem crítica ao ser goiano. Porém, não me vejo como os signos ali representados (JOVEM E1, 2022).

Sim, apesar de reconhecer que há elementos a mais e isso é apenas a "casca" [...] percebo que muitos desses elementos permearam minha infância de alguma forma e até hoje acabam se relacionando às lembranças e identidade, a exemplo disso o carro de boi que sempre me faz lembrar da época das procissões para Trindade que passavam no jornal (JOVEM E22, 2022).

Eu me identifico na questão do sertanejo, não necessariamente com o sertanejo, mas quando acham pelo fato de não gostar de sertanejo eu não seria morador de Goiânia. As pessoas ficavam bravas comigo quando eu desconhecia alguma dupla sertaneja. Então me identifico com esse conflito com a identidade sertaneja. E me identifico com os lugares representados [pelas postagens]. O espaço onde a gente vive ele diz muito sobre [a gente].

Acaba se identificando com ele e pensando que ele faz parte da gente (JOVEM E25, 2022).

A Jovem E1 afirma que, apesar de haver certa identificação com as imagens retratadas, por tais páginas de mídias sociais, ela não se reconhece nos signos representados. O mesmo ocorre com o Jovem E25, que se refere ao sertanejo enquanto estilo musical, porém ele salienta que se identifica com os lugares representados pelas páginas de mídias sociais, mas vive um conflito com a identidade sertaneja. O Jovem E22 informa que tais elementos que o ligam com a identidade sertaneja são uma parte do seu processo de identificação, uma vez que os principais aspectos representados pelas imagens remetem a religiosidade, marca identitária sertaneja. O relato do Jovem E22, já abordado na tabela 4 do capítulo anterior se mostra pertinente, para evidenciarmos como tais elementos de identificação estão presentes no seu cotidiano.

Conforme já abordado por Iasbeck (2008), o signo é tudo aquilo que nos chega da realidade, sendo parte dela e que percebemos. Assim, todo signo tem um significado e contém uma forma condensada de outros signos, capazes de ofertar consistência à representação da realidade (IASBECK, 2008). Mesmo que não haja um reconhecimento pleno dos jovens acerca das identidades representadas nas imagens, não podemos negar que tais identificações perpassam também, nos sentidos e significados expressos nestas imagens que retratam a Metrópole Goianiense e evidenciam a identidade sertaneja.

Chaveiro (2007) salienta que à medida que a Metrópole Goianiense articula a sua teia urbana, revelam-se sociabilidades complexas, uma vez que sujeitos e grupos sociais se diversificam diante as formas socioespaciais praticadas. Concluímos, então, que as relações de alteridade são percebidas pelos jovens, enquanto construções discursivas, pelo imaginário e pela análise das imagens. Dada a esta afirmação, reflexionamos o relato do Jovem E25 informando que, por meio da linguagem, a representação da cidade se completa no processo de identificação juvenil e, consequentemente, nas relações de alteridade.

O fato destes perfis usarem algumas gírias, encurtarem palavras, remete muito ao modo como eu falo e vejo as pessoas na rua falando. Então eu acho que sim que as imagens mostradas elas geram uma identificação minha com a Metrópole. A linguagem consegue reforçar essa ligação com o goianiense. E visualmente também, pois ao usarem elementos caricatos, como o cavalo na cidade, o chapéu de palha e até a imagem antiga da cidade, você se identifica pois você conhece os lugares representados e gera uma proximidade com as postagens (JOVEM E25, 2022).

Bucci (2021) nos informa que o imaginário abarca toda a ambiência cultural, sendo catalisador de imagens, sons, textos, visando conferir sentido psíquico à fantasia dos sujeitos. Dessa forma, o imaginário se tece na linguagem e os sujeitos se conectam as significações (BUCCI, 2021). Diante esta afirmação, compreendemos que os jovens entrevistados escolheram a imagem que transmitia significado ao imaginário que cada um detém. Mesmo, ao negar em um primeiro momento, a figura da Metrópole Goianiense calcadas em uma cultura especificamente sertaneja, a Juventude M1L GR4U reconhece os elementos que os identificam à cultura sertaneja. Portanto, se confirma um dos pressupostos desta pesquisa, que a Metrópole Goianiense se estabelece aos jovens, por meio da identificação e compreensão do espaço, evidenciadas pelas imagens, sentidos e linguagens. Estas compreensões perpassam na construção do discurso e na representação da cidade que é lida e percebida pelos jovens.

Haesbaert (1999) elucida que quando falamos em identificações se trata muito mais de processos do que de formas bem definidas, e muito mais de identidades plurais do que identidades singulares, visto que o território veicula poderes simbólicos e múltiplas faces, ativando múltiplas identidades. Percebemos uma Metrópole plural, na qual os jovens vivem contextos sociais e espaciais diversos, porém os elementos da cultura sertaneja permeiam o processo de identificação destes sujeitos.

Assim, a identidade é fixada de forma parcial, conforme informa Bhabha (2002), por meio da diferença, em um processo deslizante de significados e posições de sujeito. Segundo o autor, para ocorrer à identificação, a identidade nunca será um *a priori* e nem um produto terminado. Consequentemente, a identidade é um processo problemático de acesso e constituição de uma “imagem da totalidade”, pois diante de condições discursivas, a imagem construída enquanto “representação é sempre espacialmente fendida – ela torna presente algo que está ausente – e temporalmente adiada: é a representação de um tempo que está sempre em outro lugar, uma repetição” (BHABHA, 2002, p. 85).

Portanto, verificaremos o modo, pelo qual, as imagens abordadas pelas páginas de mídias sociais são expressas na constituição da identidade cultural dos jovens, expressas no humor, nas imagens e linguagens. Os elementos de recepção percebidos por eles nos permitirão estabelecer a constituição de uma cartografia da Juventude M1L GR4U, a partir da localização de suas possíveis centralidades. Estes locais serão expressos nas próximas páginas que se seguem e, como tais locais são expressos no contexto da espacialidade juvenil.

5.1.1 Identidade cultural da juventude expressas no humor, símbolos, imagens e linguagens

O espaço da Metrópole Goianiense está permeado de relações simbólicas. Tais símbolos constroem espaços, lugares e significações culturais, elementos estes que moldam as identidades dos sujeitos. Dessa forma, os valores, os conflitos sociais, e o cotidiano da Metrópole Goianiense em si refletem no colapso de identidades, constituído como uma série de processos históricos que, antes sustentavam certas identidades, agora está entrando em processo de colapso, possibilitando que novas identidades sejam forjadas⁶⁵, em muitas vezes através da luta e da contestação política (WOODWARD, 2007).

As identidades que caracterizam a Metrópole Goianiense (conforme visto ao decorrer desta pesquisa) foram calcadas por um discurso governista-desenvolvimentista e, mais recentemente, pela mídia e demais grupos dominantes de poder. Reafirmamos que, ao delimitar a identidade cultural do goiano a partir de discursos governistas-desenvolvimentistas, limitaria a percepção que esta pesquisa busca evidenciar. Dado o momento em que definimos que tais construções identitárias, perpassam enquanto identidade sertaneja goianiense, destacamos que as práticas sócio-espaciais dos sujeitos que a habitam estão calcadas no Sertão e nos Sertões (ALMEIDA, 2008a).

A forma de viver e se relacionar com o mundo, permitem que vários grupos sociais, dentre eles a Juventude M1L GR4U, se apropriem de diversas identidades caracterizadas pela vivência historicamente culturais semelhantes, e se adequam a efemeridade do cotidiano juvenil. “As identidades imbricam-se, mesclam-se e apresentam dinamicidade, construindo uma diversidade identitária, o que reforça o argumento sobre a impossibilidade de se cogitar sobre a pureza de uma identidade cultural e territorial” (ALMEIDA, 2008b, p. 49).

Nesse sentido, a identidade cultural preenche os espaços de mediação entre os jovens e o ciberespaço da Metrópole Goianiense. Neste processo, ao mesmo tempo, a juventude projeta suas particularidades sobre o contexto espacial, mas também internaliza o espaço, através de linguagens, imagens, imaginários, cultura e memórias, assim a Juventude M1L GR4U constrói sua identidade.

Portanto, os símbolos identitários da Metrópole Goianiense podem ser interpretadas sob perspectiva de uma abordagem cultural geográfica. Estes símbolos se fazem presentes no território; na representatividade e identificação da juventude com a Metrópole. Santaella

⁶⁵ Castells (2018) identifica três tipos de identidades, a saber: legitimadora (introduzida pelas instituições dominantes); de resistência (introduzida pelos grupos que buscam resistir ao processo de hegemonia cultural); e as de projeto (que ao forjar identidades, buscam mudar sua condição social de maneira estratégica).

(2018) afirma que o símbolo é um signo, usado para mediação dos sujeitos. Nesta perspectiva, indagamos aos jovens entrevistados se as postagens realizadas pelas páginas de mídias sociais retratam a Metrópole Goianiense no ciberespaço trariam identificação e representatividade às suas práticas cotidianas. Observamos as seguintes reflexões, apresentadas na tabela 6.

Tabela 6 – Representatividade e identificação com a Metrópole Goianiense

Jovem E1: É uma imagem distorcida do que de fato somos, mas que traz elementos nossos, como a comida e o sertanejo, que exportamos pelo mundo. Até escritórios se instalam na cidade por conta da facilidade em desenvolver carreiras na metrópole.
Jovem E3: Sim, de fato reforçam. Tem a linguagem própria da Internet misturada com a linguagem do goiano. Uma mistura ente a roça e a cidade, que a gente vê muito em Goiânia.
Jovem E4: Eles me representam quando eu bato de frente com um prato de pequi. Ninguém me segura, gosto muito. Eles me representam ao mostrarem que Goiânia é um caos um labirinto.
Jovem E7: Inteiramente não. Em algumas postagens, quando falam algum muito particular nosso (por exemplo, algo que fale de comidas goianas ou sotaque) até que temos uma identificação, por fazer parte do nosso universo. Mas é apenas uma parte pequena deste universo o qual o restante nunca é representado ou apresentado em qualquer tipo de conteúdo.
Jovem E14: Sim. As postagens trazem situações que vivenciamos no nosso cotidiano independentemente de concordarmos com elas ou desejarmos que elas acontecessem. Acredito que esse seja até mesmo o motivo de nos identificarmos com elas, são simbólicas de algumas das nossas revoltas. O sentimento de ser goianiense a revolta e os amores que isso traz consigo.
Jovem E16: Nem sempre, como disse acima, as páginas mostram muito conteúdo interessante, e outro nem tanto, e muito questão de gosto e humor, mais muitas páginas mostra como vemos a nossa querida capital em tempo real e o que está acontecendo de mais bonito e o lado pior e caótico da cidade.
Jovem E19: Me sinto caracterizado com a questão da Regionalidade da roça que gosto muito. Questão musical sertaneja atual não muito. A regionalidade é um forte laço que mantém e me identifica com essa linguagem adotadas por essas páginas. É muito bom perceber que outras pessoas, além de você, pensam e praticam ações, modos e linguagens. E perceber a diversidade presente na nossa cultura e pelo jeito de viver na cidade.
Jovem E20: Sim me sinto, porque eles trazem o que Goiânia e Goiás tem de melhor, e de uma forma bem-humorada.
Jovem E22: Sim, porque trazem símbolos que permeiam a identidade goianiense mesmo que de forma mais simbólica em si do que como um retrato da atualidade.
Jovem E24: Não. Como dito anteriormente, minhas características e estilo de vida divergem muito do que é representado nas redes sociais, o que faz com que eu não me sinta muito representado
Jovem E25: Eu me identifico com elas [as páginas] pelo motivo, que é preciso reforçar, de tantos perfis que falam e mostram coisas que acontecem na cidade para as pessoas daqui. Então já começo a me identificar por este aspecto. Um outro ponto é ver coisas e elementos que estão na minha imaginação e de outras pessoas e que dificilmente são representadas em outras páginas de humor. Pensando no Goiânia Mil Grau, que junta muito o humor regional com o cotidiano da cidade. Então acho interessante saber o que está acontecendo na minha cidade e a questão de explorar esses elementos [representação da cidade e humor local].

Notamos que os símbolos identitários elencados pelos jovens perpassam pelo regionalismo, pela linguagem e pela culinária (consequentemente por aspectos culturais). Apenas o Jovem E24 afirma não se identificar com a representatividade da Metrópole Goianiense apresentada nas mídias sociais. Os demais relatos comprovam o que Silva e Mancini (2007) informam:

No caso de Goiânia o sertão também se reveste de potencial identitário. A imagem do sertão se contrapõe com a concepção de modernidade e civilização que surge com a nova capital de Goiás. Mas, também, é retratada, principalmente, na música sertaneja como uma característica marcante da identidade goiana. O paradoxo entre litoral e interior; cidade e sertão publicado pela Revista Oeste em 1942, época do batismo cultural de Goiânia, evidencia o papel da paisagem nos dilemas da construção da identidade goiana. [...] Goiaz é o filho que fugiu do litoral e foi ressurgir dentro do mato, dentro do que é mais Brasil, um exemplo de coragem. A sós, sem a assistência do pai zeloso, foi colher dentro do sertão um dos mais raros frutos da brasilidade (SILVA; MANCINI, 2007, p. 12).

Os relatos dos jovens, imbricados em identidades forjadas, ressignificam a metrópole com rótulos que buscam imprimir uma imagem de simbolismo mercantilista, no qual a grande mercadoria é a cidade. A Jovem E1 faz a seguinte reflexão: “é uma imagem distorcida do que de fato somos, mas que traz elementos nossos, como a comida e o sertanejo, que exportamos pelo mundo. Até escritórios se instalam na cidade por conta da facilidade em desenvolver carreiras na metrópole” (JOVEM E1, 2022).

Ao mencionar os escritórios de música sertaneja, a jovem implicitamente informa que há um interesse comercial no consumo de uma identidade sertaneja, visto a quantidade de cantores, duplas, bandas que se apropriam do sertanejo para o lucro. Chaveiro (2007), afirma que alguns rótulos (ou símbolos) associados à Metrópole Goianiense propõem uma revalorização da paisagem, mas com ideais mercadológicos. Tais símbolos são “Capital do Cerrado”, “Capital do Pequi”, “Capital Country”, entre outros, conforme já vimos em Silva (2012).

As influências culturais e fluidez de múltiplas identidades e especializações podem ser aplicadas à Metrópole Goianiense, visto que seu território não possui fronteiras culturalmente delimitadas, uma vez que a metrópole recebe influência de diferentes locais e localidades. As múltiplas identidades constantes na Metrópole Goianiense compõem um mosaico em constantes construções e revitalizações, mercantilizadas muitas das vezes pela lógica do sistema capitalista e sofre influências da globalização (BORGES; ALMEIDA, 2011).

Nesta perspectiva, a geografia cultural se torna uma abordagem interessante e necessária para compreendermos os discursos construídos no processo de identificação cultural, com a Metrópole Goianiense e as relações sociais da Juventude M1L GR4U. Claval (2007) elucida que os hábitos, preferências, sonhos e aspirações que os sujeitos adotam nas suas representações, possuem dimensões espaciais. Ao incorporar aspectos da cultura, da identidade sertaneja e dos símbolos que compõem a paisagem da Metrópole, significam uma forma territorialização ou reterritorialização, quando pensamos na Metrópole virtual. Os sujeitos, a partir da significação ou da ressignificação, produzem e constroem territórios, estabelecendo sentidos fundamentais à identificação de outros sujeitos.

Diante dos relatos dos jovens, percebemos que o humor, ou a linguagem humorística, perpassa a compreensão da Metrópole Goianiense virtual. Para o Jovem E25, o cotidiano e o humor são uma combinação perfeita para a representação da Metrópole, no qual destaca o humor desenvolvido pela página de mídia social Goiânia Mil Grau.

Um outro ponto é ver coisas e elementos que estão na minha imaginação e de outras pessoas e que dificilmente são representadas em outras páginas de humor. Pensando no Goiânia Mil Grau, que junta muito o humor regional com o cotidiano da cidade. Então acho interessante saber o que está acontecendo na minha cidade e a questão de explorar esses elementos [representação da cidade e humor local] (JOVEM E25, 2022).

Elementos de significação são compreendidos pelos jovens que realizam a leitura destas imagens. A imagem se traduz em linguagem e, portanto, a significação constitui a relação do signo (realidade isolada) com outra realidade por ela representável (BAKHTIN, 1997). Portanto, evidenciamos a linguagem humorística como marcas de uma cultura e de uma sociedade (TEZZA, 2012). Para Baudelaire (2006), o riso é essencialmente humano e essencialmente contraditório, haja vista, que o riso é uma expressão, um sintoma, um sentimento e para os jovens são, também, símbolos de representação da Metrópole.

Neste sentido, a linguagem se faz para que o sujeito exista e promova encontros (CHAVEIRO, 2015a), e estes encontros ocorrem na intersecção de imagens, linguagens, cultura, imaginário e memória. “A identidade é construída subjetivamente, baseada nas representações, nos discursos, nos sistemas de classificações simbólicas, embora não seja algo puramente subjetivo e não se restrinja à textualidade e ao simbólico” (CRUZ, 2007, p. 18). Essas representações sobre a Metrópole Goianiense expressam a essencialidade das imagens, no processo de leitura da paisagem, emulando diálogos de espacialidade e identidade aos jovens, proporcionando múltiplas apropriações do território. A figura abaixo elucida o

encontro que a imagem e a linguagem proporcionam no processo de espacialidade e identidade da Juventude M1L GR4U.

Figura 28 – Imagem e linguagem: representação identitária do discurso com humor⁶⁶



Fonte: Reprodução Facebook, Enquanto isso em Goiás, 2017.

A imagem retrata o contador de “causos” Geraldinho Nogueira (1913-1993)⁶⁷. A página de mídia social *Enquanto isso em Goiás*, ao utilizar a imagem do contador de causos, evidencia para qual público a linguagem está direcionada. A linguagem utilizada trata-se do *goianês*, espécie de variação linguística, pertencente aos sujeitos que praticam sua espacialidade no Estado de Goiás. A imagem, associada aos dizeres “goiano que é goiano não imita, goiano *remenda*” busca trazer a literalidade ao discurso que se pretende propagar. Chaveiro (2015a) elucida que o texto, enquanto marca do discurso, se realiza no encontro dos sujeitos entre si e dos sujeitos com as paisagens e o espaço.

Para Bergson (2018), a essência do riso advém, principalmente, do contraste da rigidez de seu objeto com a fluidez natural da vida, ou seja, o significado do cômico está nas relações humanas, na interação entre sujeitos. E a imagem consegue conectar ao receptor, com o

⁶⁶ GOIÁS, Enquanto isso em (Enquanto isso em Goiás). **Imagem e linguagem: representação identitária do discurso com humor**. Goiânia, 27 mar. 2017. Facebook: Enquanto isso em Goiás. Disponível em: <https://web.facebook.com/enquantoissoemgoias/photos/a.144211825680909/1025374150898001/>. Acesso em: 26 out. 2020.

⁶⁷ Geraldo Policiano Nogueira foi um grande sertanejo goiano e contador de causos. Sua linguagem tipicamente sertaneja, logo ganhou os holofotes das mídias, sendo o grande representante da cultura sertaneja de Goiás.

processo de identificação e de exercício de suas práticas culturais. Ao identificar-se com o discurso, o sujeito se especializa. A linguagem humorística constrói laços entre os jovens e a Metrópole Virtual.

A Juventude M1L GR4U certamente não se lembra de ter visto (ou sequer viu) o Geraldinho contando e narrando seus causos na televisão, porém sua imagem perpassa o tempo, como símbolo de uma identidade sertaneja. Esta identidade é marcada pela regionalidade, pela cultura e linguagem. Ao atribuir significado a palavra *remendar*, sendo sinônimo da palavra imitar, é proporcionar a aproximação do dizer com o espaço geográfico. Os Jovens E19 e E22 ressaltam que tais símbolos, presentes nestas páginas, permeiam as formas de praticar a Metrópole Virtual.

As identidades juvenis podem ser reinventadas, modificadas por influências do meio social e recheada de símbolos, mensagens, simbolismos que podem ser interpretados, pois conforme Almeida (2008b) informa que ocorre pela (re)significação e reafirmação das coisas naturais como partes e produtos da sociedade. Assim, “refletir, pois, sobre tais coisas, pela transversalidade da cultura, é considerar que elas possuam signos e mensagens e, é interpretar o valor social a elas agregadas” (ALMEIDA, 2008b, p. 53).

Percebemos que, a partir da (re)significação da linguagem, os jovens produzem e constroem novos territórios, mediante seus itinerários e trajetórias de vida, podendo ser classificadas como geossímbolo. Bonnemaïson (2002, p. 99) informa que “o geossímbolo pode ser um lugar, um itinerário, uma extensão que, por razões políticas, religiosas ou culturais, aos olhos de certas pessoas e grupos étnicos assume uma dimensão simbólica que os fortalece em sua identidade”. Dada todo o caminho percorrido por esta pesquisa, afirmamos que o itinerário da Juventude M1L GR4U é fortalecido através de uma presença marcante da identidade cultural sertaneja, isto é, por aspectos regionalistas que evocam o sentimento de pertença e, promovem o exercício de suas práticas culturais.

Os símbolos da Metrópole Goianiense, portanto, estão estreitamente ligados a regionalidade e fortalecem as identidades dos jovens, estes com diversas territorialidades, sejam elas de natureza espacial, cultural, social, imbricadas no espaço vivido entre o real e o virtual proporcionados pelos itinerários juvenis e pela leitura da paisagem.

5.2 Uma cartografia da Juventude M1L GR4U: a leitura da paisagem metropolitana a partir de itinerários juvenis

Como já dito, a experiência dos sujeitos sobre o território é essencialmente geográfica, evidenciando o que Dardel (2011) denomina de geograficidade. A geograficidade nos permite discutir a realidade do mundo a qual os sujeitos vivenciam, principalmente quando direcionamos nossa análise a experiência geográfica da juventude na atualidade. Reguillo (2013) afirma que pensar sobre os jovens em contextos espaciais demasiados complexos, demanda uma grande articulação nas mais diferentes e diversas escalas geopolíticas, locais e globais. A autora ainda afirma que a adoção da tecnologia se converte em referência para mapear as relações e significados sociais dos jovens (REGUILLO, 2013).

Observamos que as sociedades são dinâmicas e o mundo muda junto com elas. No contexto contemporâneo, ao tentar compreender a experiência geográfica da Juventude M1L GR4U na Metrópole Goianiense, deve ser considerada quando esta experiência geográfica se estabelece como um dos requisitos fundamentais para leitura e a compreensão da paisagem, a partir de seus itinerários juvenis.

Lévy (2011) informa que a sociedade nunca presenciou, de forma tão expressiva, a transformação da humanidade por ela mesma. Tais transformações se concentram na forma dos sujeitos praticarem o espaço. As práticas culturais e espaciais da Juventude M1L GR4U irrompem barreiras e limites impostos pela corporalidade. Os limites culturais estão compreendidos no espaço virtual, uma vez que “a travessia das fronteiras é a nova pulsação da Terra” (LÉVY, 2001. p. 33).

As experiências dos lugares, espaços e paisagens, exercidas pelos jovens na Metrópole Goianiense configuram uma consciência geográfica do território, na constituição do mundo (DARDEL, 2011; RELPH, 1976). Este espaço, rico e complexo, é ordenado a partir das experiências dos sujeitos, imersos através de suas ações e percepções. Estas percepções estão entrelaçadas por trajetórias de vida que cada sujeito traz consigo e, que quando se juntam, compõem a paisagem da Metrópole. Ao formar esta paisagem, a Metrópole permite ser lida.

Numa tentativa de compreensão do espaço virtual da Metrópole Goianiense, a partir da experiência geográfica, perguntamos aos jovens pesquisados, quais elementos estabelecidos por esta investigação e que são constituintes da Metrópole Virtual (linguagem, imagem, imaginário, cultura e memória) se mostrariam mais evidentes no processo de identificação com o território e se as retrataria da mesma forma que foram postadas nas mídias sociais. As principais respostas dos jovens constam na tabela a seguir.

Tabela 7 – Elementos da Metrópole Virtual no processo de identificação juvenil

(continua)

Jovem E1: Eu considero primeiramente a gastronomia (pequi, pamonha, frango caipira, x-salada), querendo ou não o sertanejo, os parques e a *Art Déco*. Sendo assim, não retrataria com igual linguagem, mas procurando valorizar o que é nosso.

Jovem E2: Cultura, linguagem e culinária. Não retrataria [da mesma] como as imagens acima, mas as percebo no convívio com outras pessoas. Não gosto muito desse viés totalmente estereotipado que estas páginas promovem, mesmo sabendo que é sim um tanto reflexo, apesar de exagerado.

Jovem E3: Olha [...] não sei se teria a mesma criatividade de retratação [das imagens]. Mas tudo demonstra a visão [daquilo que vivemos]. Sabemos que a cidade é mais urbana, mas no imaginário das pessoas é realmente muito o que é representado e torna engraçado para quem vê e interage [com as imagens].

Jovem E4: A imagem que me faz identificar com a cidade é a do prato de pequi sobre a mesa da figura 1. A culinária de Goiânia é a melhor na minha opinião. Eu retrataria Goiânia da mesma forma sim, porém com menos exageros, mas como as páginas mostram humor, o exagero cai bem e é válido.

Jovem E7: Acho que me identificaria mais com a questão de ser uma capital pujante, com diferentes pessoas, diferentes estilos, com uma cultura variada e rica. Não as retrataria desta forma não, tentaria mostrar as coisas que temos, as pluralidades que temos para que isso possa ser conhecido e reconhecido por todos.

Jovem E8: O único elemento que identifico com a cidade de Goiânia é da música, por isso com toda certeza retrataria a cidade de outra forma, menos exagerada como essas páginas trazem. Mas acredito que esse exagero faça parte do humor que é composto por estas páginas.

Jovem E9: Para mim, retrataria a cidade como uma lida árvore grande, com flores amarelas. O nosso Ipê Amarelo, que se destaca na secura do cerrado e faz Goiânia reluzir!

Jovem E10: Retrataria a imagem do sertanejo, que gosta da vida na roça e da culinária nossa, que é particularmente a melhor do mundo!

Jovem E11: Elementos que se mostram mais evidentes para eu identificar com a cidade: pamonha, *pit dog*, Ipês floridos, pequi, parques, obras de grafite no centro, mercados municipais, feiras livres. Não retrataria da mesma forma das imagens acima.

Jovem E13: A culinária e a base rural. Eu não retrataria da mesma forma, mas reconheço que são paródias que reforçam nosso estereótipo.

Jovem E14: Eu me identifico culturalmente com a cidade por símbolos clichês como a música sertaneja, a comida, mas vejo essas coisas sempre atualizadas, relacionadas em seu contexto sócio-histórico e não estáticas em um eterno tradicionalismo.

Jovem E15: Retrataria da mesma forma sim. Elementos: música, comida, trânsito, memória familiar ligada ao meio rural.

Jovem E16: Algumas, a primeira imagem representa muito as festas tradicionais, o gosto musical, e os telejornais, retrata bastante o cotidiano e nossas tradições musicais de Goiânia.

Jovem E18: O sertanejo faz parte da cultura musical da cidade e me representa bastante. Sabemos que existem outros ritmos, mas essa característica é mais forte. Achei que representa bem o cenário musical de Goiânia.

Jovem E22: Ah, a utilização de símbolos muito cotidianos como as duplas sertanejas são a marca da cidade. Talvez retrataria diferente, buscando outros elementos mais representativos dos aspectos urbanos da cidade.

Tabela 7 – Elementos da Metrópole Virtual no processo de identificação juvenil

(conclusão)

Jovem E25: Eu acho que poderia ter coisas em comum e também diferentes, pois depende muito da criatividade de quem está produzindo o humor. Se fosse pensar, por exemplo, numa imagem de Goiânia antiga para fazer um meme, talvez não usaria a mesma imagem aérea da Praça Cívica, [talvez] pegaria uma imagem nem em preto e branco, mas uma imagem dos anos 1970. Sobre a linguagem, existem algumas gírias que eu não conheço, talvez eu usaria outras gírias para fazer a mesma representação. Sobre o imaginário eu acredito que teria muitas coisas em comum, até por serem imagens que retratam o senso comum. O humor busca bastante o senso comum para fazer rir, dessa forma a representação seria recorrente, com todos os elementos do que pensamos sobre o que é ser goiano.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Conseguimos identificar, dado os relatos dos jovens entrevistados, elementos de suas trajetórias de vida e, conseqüentemente, dos seus itinerários juvenis que perpassam pela forma que se apropriam e praticam do território. Confirmamos, desse modo, que o processo de reterritorialização no espaço virtual da Metrópole Goianiense ocorre de igual forma ao espaço da Metrópole real. Haja vista que elementos culturais (identidade sertaneja, culinária, linguagem), o reforço de estereótipos (visão do goiano enquanto adepto a vida e costumes estritamente rurais) e os símbolos imagéticos que compõem a paisagem (inseridos pelas páginas de mídias sociais), proporcionam a identificação e o exercício da espacialidade destes jovens no ciberespaço.

Assim, concordamos com Certeau (2014) ao referirmos em uma cidade praticada, ou mais especificamente, na Metrópole Goianiense praticada pela Juventude M1L GR4U, pois as imagens recebidas pelos jovens contêm símbolos representativos, que os aproximam e dão sentido às suas práticas culturais. Dessarte, compreendemos que as práticas culturais dos jovens são exercidas, produzidas e percebidas no ciberespaço, talvez não de forma fidedigna, mas notamos a presença de símbolos representativos que são elementos destes jovens com a representação da Metrópole.

A paisagem da Metrópole é evidenciada nos relatos dos Jovens E9 e E11, nos quais destacam a árvore símbolo do Cerrado: o Ipê Amarelo. Neste sentido, lembramos da afirmação de Silva (2020) que diz que os lugares frequentados pelos sujeitos se convertem em imagens especializadas que fazem parte da memória e do imaginário social. O Ipê é, no entanto, um símbolo característico da paisagem urbana da Metrópole (tanto real, quanto virtual), a qual sua representação imagética se complementa com a leitura da cidade. Quando retomamos a análise proposta nas imagens colocadas na Figura 10 (página 53), juntamente com os relatos dos jovens que se seguiram durante toda a tese, notamos que estas imagens assumem, também, como discurso e linguagem, traduzindo aos sujeitos como espaço vivido.

Concordamos ainda com Gomes (1994), ao salientar que a cidade é um território textual, universo múltiplo de imagens que jamais será saturado, pois a percepção de cada sujeito é o que dá o tom a sua prática cultural e, ocasionalmente, a sua identificação com o espaço vivido. Para Pelá (2014), existe um espaço vivido que não pode ser desconsiderado, pois é nele que se percebe o movimento dos sujeitos não desejados contra a lógica hegemônica do capital. É um espaço de contradições, consequentemente a dialética entre o espaço concebido, percebido e o vivido se fazem presentes (PELÁ, 2014). Notadamente os jovens se identificam com elementos do seu cotidiano, como afirma Arrais (2017) o cotidiano é uma síntese particular e geral da cidade, pois a partir dela os sujeitos reproduzem suas vivências.

No entanto, trazemos a reflexão de Santos (2014) ao informar que a juventude não é estática, mas uma categoria em constante transformação mediante suas práticas culturais e sociais. Por isso, percebemos que a recepção às imagens se altera, dado os sentidos e a percepção que cada jovem atribui a ela. A linguagem humorística adotada pelas páginas de mídias sociais, principalmente a página Goiânia Mil Grau, se ancora na prática discursiva dos memes, possibilitando uma multiplicidade de sentidos em um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade.

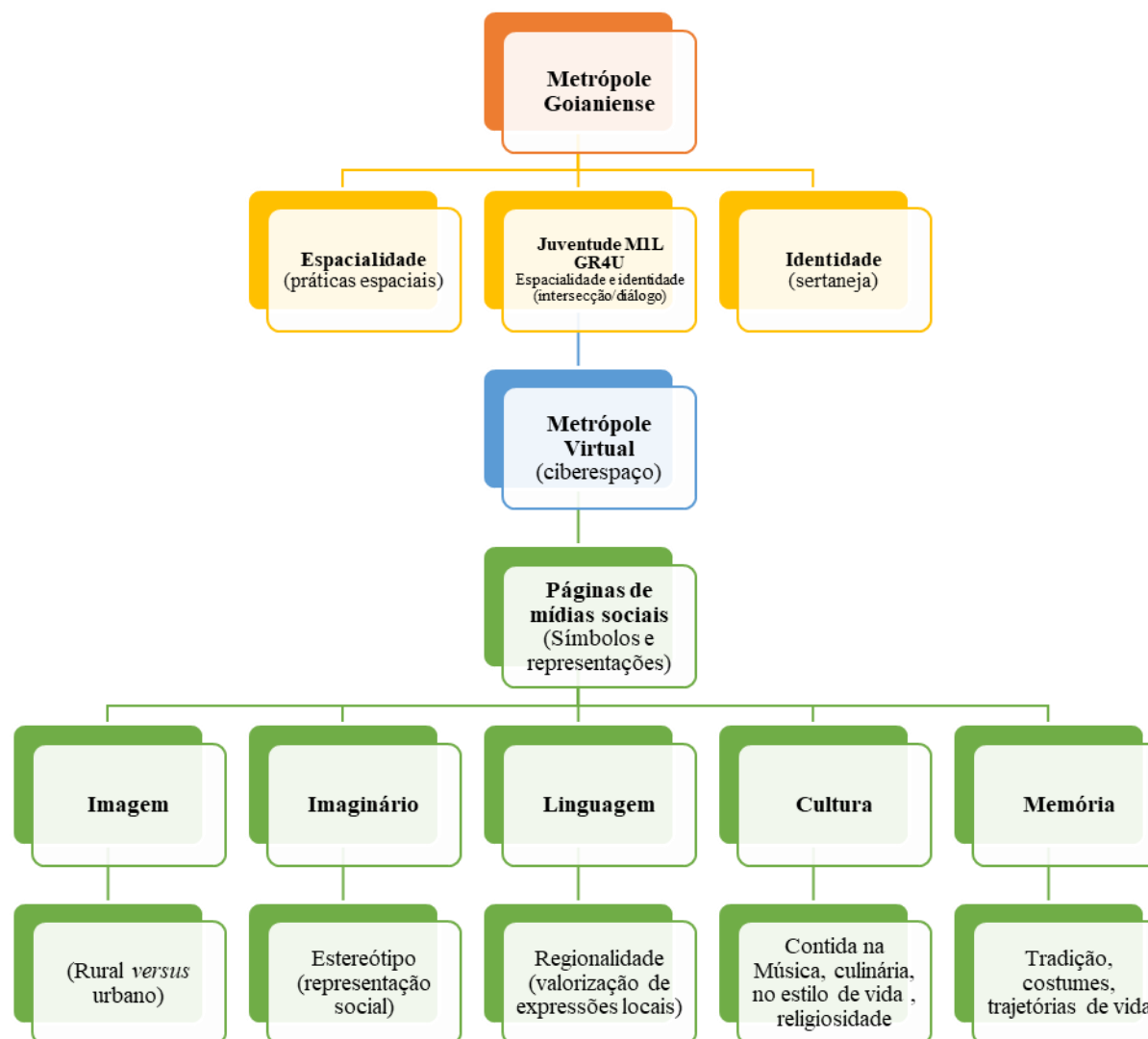
Ressaltamos as afirmações de Eagleton (2020), em que o riso e o humor são um tipo de linguagem corporal, expressando várias atitudes emocionais. Tais atitudes evidenciam as territorialidades dos jovens através de elementos do cotidiano, seja na constituição da paisagem (o tom amarelado que marca a Metrópole Goianiense), ou na culinária, que conforme Menezes e Almeida (2021) traduz a relação rural-urbano para o entendimento das identidades, modos de vida e cultura, estando intrinsecamente ligado as suas relações virtuais em territorialidade e em corporeidade (SIMÃO, 2016).

Portanto, a partir de práticas corporificadas da Juventude M1L GR4U, que também são refletidas no espaço virtual, reafirmamos que a Metrópole real e a virtual são indissociáveis. Uma metrópole está imbricada a outra, mediante seus signos e símbolos representativos, um enunciado que possibilita diversas percepções e sentidos, através de imagens, de imaginários, das linguagens, da cultura e da memória. Bakhtin (1997) elucida que o enunciado se encontra no intermédio entre os sujeitos – emissor e receptor – sendo que este enunciado é dialógico (estabelecidas na relação entre o eu e o outro), entrelaçando os discursos incorporados pela interação (KOZEL, 2008).

Para que possamos compreender a indissociabilidade das metrópoles real e virtual, propomos a construção de um mapa mental, contemplando os elementos que foi discutido ao

longo desta tese. Destarte, consideramos mapa mental sendo “sistema de relações sociais nos quais estão inseridos valores, atitudes e vivências” (KOZEL, 2008, p. 74), explícitas em uma linguagem. O mapa aqui desenvolvido tem o propósito de realizar a leitura da Metrópole Goianiense, a partir dos relatos dos jovens entrevistados, numa tentativa de elaborar uma cartografia da Juventude M1L GR4U, um mapa georreferencial que localize pontos de convergência acerca do diálogo sobre espacialidade e identidade, baseados em um sentimento de pertencimento e reconhecimento ao espaço habitado e praticado.

Figura 29 – A cartografia da Juventude M1L GR4U



Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

Temos a Metrópole Goianiense (real) espaço, no qual o coletivo de jovens (denominados por esta pesquisa de Juventude M1L GR4U) realiza o diálogo sobre espacialidade (produção e apropriação do território) e identidade (identificação com o sertão e a cultura sertaneja). Ambos confluem e reterritorializam na Metrópole Goianiense virtual, estabelecida no ciberespaço por estes jovens, evidenciadas nesta pesquisa pelas páginas de mídias sociais, que retratam o contexto espacial metropolitano, mediante símbolos e representações do espaço.

Estes símbolos perpassam por cinco categorias, a saber: imagem, imaginário, linguagem, cultura e memória. Pelos relatos colhidos dos jovens entrevistados percebemos o seguinte. Em relação à categoria *imagem*, notamos um conflito entre o rural e o urbano, muito isso em consequência do *imaginário* que povoa a concepção destes jovens acerca das relações de alteridade. Estas relações são muitas vezes construídas mediante o estereótipo, que se tem do goianiense e da vida na metrópole, que se confunde com o sertão. Em muitos relatos percebemos que os jovens tentaram evidenciar que a Metrópole Goianiense ‘iria além’ do sertanejo. O sertanejo, na visão destes jovens está muito ligado ao ritmo musical, que comercialmente, marca a Metrópole Goianiense (tanto imagética, quanto discursivamente) como a Capital do Sertanejo.

Como já abordado nesta tese, Almeida (2008a) elucida que a palavra sertaneja, advém dos sertões, dos seus lugares, paisagens, símbolos e sujeitos que praticam o espaço. Portanto os laços de identidade se manifestam na convivência com o lugar, com o território, sendo marcados pela multiplicidade de percepções (ALMEIDA, 2008a). Os laços identitários percebidos pelos jovens dão sentido a este espaço praticado e estão consolidados em um território sertanejo. A Metrópole Goianiense real pertence ao sertão, consequentemente, a Metrópole virtual advém de construções enraizadas da identidade sertaneja.

Em relação à categoria *linguagem*, evidenciamos a valorização de expressões locais e a regionalidade dos jovens entrevistados como elementos que identificam com a paisagem da Metrópole Goianiense virtual. O uso da linguagem humorística e dos memes, para muitos era tida como uma forma de interação e delimitação do espaço, para outros jovens poderia soar ofensivo, devido ao exagero promovido por estas páginas. Porém, ao mesmo tempo, quando elencamos as categorias *cultura* e *memória*, percebemos que os elementos da vida sertaneja (música, culinária, religiosidade, tradição e costumes), formam as trajetórias de vida destes sujeitos.

Ao observarmos esta cartografia da Juventude M1L GR4U na sua totalidade, ponderamos que suas percepções e práticas da Metrópole Goianiense virtual estão calcadas no

cotidiano da Metrópole Goianiense real. Desse modo, o real e o virtual não se opõem, nem mesmo duelam, mas está um imbricado ao outro, em um movimento de complemento, sendo a Metrópole Goianiense virtual extensão da Metrópole Goianiense real e vice-versa. Quando propomos a formação do mapa mental, baseamos na afirmação de Lévy (2011) que elucida que, ao cartografar os espaços que os sujeitos praticam, conseguimos compreendê-lo e realizar uma ampla leitura deste espaço representado.

Dada essa compressão da leitura do espaço vivido pela Juventude M1L GR4U, Santos (2014) declara que a discussão sobre as interações promovidas pelas mídias sociais, cria o pressuposto que tais plataformas *sintetizam a metrópole* em diversos sentidos. A autora continua afirmando que nestas plataformas, os jovens podem estar em mil lugares da metrópole, sendo assim, possível identificar os locais frequentados por este grupo, o que fazem, gostam de ler, comer, assim e fazer (SANTOS, 2014).

Complementamos a afirmação da autora, elucidando que as redes sociais *online* (ou mídias sociais) são representações do cotidiano destes jovens e reflexos de seus itinerários juvenis. Os jovens espacializam e evidenciam protagonistas deste espaço virtual, impregnam ritmo à Metrópole, valorizando seu contexto cultural a partir de dinâmicas sócio-espaciais. Assim, retomamos o apontamento feito por Chaveiro (2018, p. 87), em que devemos “considerar que espaço, sujeito e existência permitem diálogos possíveis, é abrir-se para inovar o trabalho geográfico sem desconsiderar a sua tradição, a sua história e seus êxitos”.

Este espaço vivido é tensionado por meio de trajetórias da Juventude M1L GR4U, que traz consigo símbolos, significados e sentidos e o exercem no ciberespaço, lugar das práticas culturais e de alteridade. A metrópole virtual só se faz sentido ao outro se ela puder ser lida, produzida e dali surgir outras e diversas leituras e interpretações e reproduções.

Por fim, compreendemos que o conceito delimitado a esta tese para Juventude M1L GR4U, a partir dos apontamentos de Cavalcanti (2013), foi determinante para realizar esta abordagem, investigando imagens, expressões, linguagens, trajetórias e culturas juvenis. Os jovens ao ressignificarem o espaço virtual, valorizam aspectos da cultura sertaneja e evidenciam identidades, trajetórias e dão movimento aos lugares. Portanto, a Juventude M1L GR4U realiza suas práticas culturais no ciberespaço, compreendido pela Metrópole Goianiense Virtual.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS – A METRÓPOLE GOIANIENSE DA JUVENTUDE

M1L GR4U

A partir de uma compreensão geográfica, destacada por esta tese, de que os espaços real e virtual da Metrópole Goianiense estão imbricados um ao outro e não se dissociam, mas se complementam, buscamos evidenciar as percepções identitárias dos jovens entrevistados, pertencentes ao que denominados de coletivo Juventude M1L GR4U. Ao realizar um estudo aprofundado da juventude, notamos que as práticas juvenis ocorrem por meio de coletivos ou grupos organizados de jovens, que compartilham códigos, linguagens, leituras e visões de mundo.

A fluidez dos espaços conjuga as relações humanas, em que notamos, também, o retorno à valorização dos elementos tradicionais que compõem a Metrópole Goianiense ‘real’ ao ciberespaço. As sociabilidades juvenis nos revelam, também, reforço de uma identidade sertaneja goianiense, a partir de um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade com a Metrópole virtual. Desta estreita relação, entre aspectos reais e virtuais, foram delimitados, para esta análise, cinco categorias, a saber: linguagem, imagem, imaginário, cultura e memória.

É possível notar que as emoções e vivências juvenis experienciadas no cotidiano da Metrópole, carregam uma série de imagens individuais e/ou coletivas, estimuladas relações sociais e construídas, também, por meio de uma linguagem humorística, características das páginas de mídias sociais pesquisadas. A Metrópole Goianiense, então, é praticada a partir de sua dinâmica sócio-espacial, que confluem seus aspectos materiais, virtuais e culturais, constituindo, assim, em espaços de fluxos construídos através das relações de alteridade.

Nesta perspectiva, pensando nos aspectos em que esta tese foi estruturada, o pesquisador, inicialmente, emergiu no universo das páginas de mídias sociais elencadas para este estudo, numa tentativa de compreender as práticas culturais e espaciais exercidas pelos sujeitos que interagem com os conteúdos postados. Dessa análise, percebeu-se que a maioria das interações advinha de jovens que, ao expressar seus sentidos e percepções, também propunham novos olhares, numa tentativa de aproximar o virtual ao seu cotidiano, ao seu espaço vivido.

Portanto, a estes jovens que ao adotarem uma linguagem própria de comunicação, com erros propositais de grafia, ou mesmo, adoção de expressões regionais, permitiam essa proximidade e identificação com outros jovens, criando assim um coletivo denominado nesta tese de Juventude M1L GR4U. Para este estudo resolvemos ampliar a concepção de jovem,

delimitando a faixa entre 18 a 35 anos, pois de acordo com as concepções de Santos (2014) e Silva (2015) a juventude pode ser vivenciada em qualquer momento da vida do sujeito, portanto, cada vez mais vemos sujeitos que se identificam enquanto jovens mesmo após os 30 anos de idade.

A pesquisa foi estruturada em três fases que nos revelaram interessantes apontamentos e direcionamentos. Então, retomamos a questão norteadora e as suposições (hipóteses) que estruturaram toda esta investigação. Foram elaboradas cinco suposições acerca do problema de pesquisa, sendo que, cada uma será descrita abaixo informando se foi ou não confirmada e apontando possíveis caminhos para investigações futuras. Ao fim das descrições das suposições, responderemos à questão problema e retomaremos a tese defendida nesta pesquisa.

A primeira suposição é: *a Metrópole real e virtual são indissociáveis, partindo de uma mesma essência sócio-espacial* – Conforme vimos, de acordo com os depoimentos dos jovens, as suas relações sociais praticadas na Metrópole real são transpostas, também, à Metrópole Virtual. Os jovens, ao se reconhecerem enquanto praticantes de um espaço estabelecido no sertão, evidenciaram sua identidade sertaneja. Portanto, sua conexão com o território da Metrópole Goianiense se dá pelas suas respectivas identidades culturais, que são identidades sertanejas, na relação entre o rural e o urbano. Portanto, a Metrópole real é extensão da Metrópole virtual e vice-versa. Uma está imbricada a outra, uma implica a outra; uma complementa a outra.

No período de isolamento social ocasionado pela Pandemia de Coronavírus, por algum tempo a Metrópole Virtual se tornou o único lugar de práticas (espaciais, sociais e culturais) destes jovens. O espaço virtual foi o lugar em que a Juventude M1L GR4U manifestou suas práticas culturais e, elementos da identidade sertaneja goianiense foram evidenciados, para que os laços com o território não fossem perdidos ou enfraquecidos. Os jovens se reterritorializam o ciberespaço. A concepção de sujeito desterritorializado no espaço virtual deixa de existir, pois ao entendermos o real e virtual, enquanto espaços de coexistência, logo os sujeitos apropriam, produzem e reproduzem o território praticado.

Vemos, agora, com o retorno das práticas espaciais na Metrópole real, a Juventude MIL GR4U tenta refletir seu cotidiano em ambos os espaços, possibilitando novas formas de praticá-lo e habitá-lo. Na elaboração da cartografia da juventude pesquisada, notamos que os diálogos sobre espacialidade e identidade marcam a trajetória dos sujeitos, valorizando o contexto cultural no qual estão inseridos e, conseqüentemente, identificando-se nas relações de alteridade e na leitura do espaço, enquanto espaço vivido.

A segunda suposição é: *a Metrópole Goianiense se estabelece aos jovens que participam destas páginas de mídias sociais, por meio da identificação e compreensão do espaço, evidenciadas pelas imagens, sentidos e linguagens* – Ao evidenciarmos imagens que poderiam representar o contexto espacial da Metrópole Goianiense, percebemos que os jovens pesquisados se reconhecem praticantes do espaço mediante imagens linguagens e sentidos atribuídos a elas nas páginas de mídias sociais que retratam o cotidiano metropolitano. As práticas discursivas dos jovens se baseiam na constituição de memes, ou seja, na utilização de textos e imagens que se apropriam do riso e da ironia para estabelecer laços e proporcionar diversas práticas culturais.

Portanto, ao apoiarmos em Bakhtin (2016), evidenciamos que, em tempos de mídias sociais e práticas ciberculturais, os memes se fazem como elos da comunicação discursiva. É por meio deles que os jovens se comunicam e evidenciam seus contextos espaciais e sociais, gerando identificação e proporcionando que outros contextos sociais e espaciais sejam refletidos em diversos sentidos, linguagens e imagens. As práticas discursivas adotadas pelos jovens que interagem com as páginas de mídias sociais se ancoram na concepção de memes e nas produções de múltiplos sentidos, dada sua interação com a paisagem da Metrópole Goianiense. Uma marca presente nestes discursos está o reforço de estereótipos, que apontamos serem representações da realidade, inseridas em um tom humorístico, mas que traz identificação dos sujeitos que interagem com os conteúdos postados.

Assim, entendemos que os estereótipos são a forma como os jovens veem o espaço virtual representado no seu cotidiano real, em um reforço à cultura e identidade sertaneja. Porém, como apontado por vários entrevistados, tais estereótipos se resvalam em preconceitos e se tornam marcas jocosas, que possivelmente podem ser atribuídas a situações xenófobas com sujeitos praticantes e habitantes da Metrópole Goianiense. Os jovens, neste sentido, têm a plena consciência do seu papel de protagonista em valorizar o espaço que vive e pratica, por isso, notamos um movimento de valorização do espaço e retomada de aspectos culturais e rurais, contudo atrelados ao urbano, às dinâmicas cosmopolitas de uma grande metrópole brasileira.

A terceira suposição é: *o espaço virtual pode nos revelar uma juventude fragmentada e dispersa, diante ao grande volume de informações e imagens* – Ponderamos que, através da fluidez dos espaços nas relações sociais, notamos, também, a construção de discursos hegemônicos, na composição representativa e imagética acerca de um povo e/ou localidade. Por mais que o ciberespaço, num primeiro momento, se converta em lugar de alteridade destes jovens, eles também expõem os problemas e as desigualdades sociais, possibilitando

que estas questões estejam implicadas, inclusive no cotidiano da Metrópole real. Não podemos deixar de salientar que o Estado de Goiás possui suas raízes oligárquicas rurais bem arraigadas e, também, não podemos deixar de observar o espaço por esta ótica. Existem espaços de permanências que prevalecem também nas interações humanas, dentre elas a desigualdade social, a pobreza, o racismo, o clientelismo político e a oligarquia agrária. A Metrópole Goianiense, inserida neste contexto arraigou todos estes discursos oligárquicos, que são percebidos ainda atualmente.

Em um dos relatos, um dos jovens evidenciou a existência de uma espécie de ‘linha imaginária’ que circundasse a Metrópole Goianiense, estabelecendo a “Goiânia cartão-postal”, “da fotografia”, da Goiânia periférica e marginalizada. Salientamos que, mesmo em tempos de uma sociedade cansada, exposta a uma infinidade de imagens (positivas e negativas) e que, cada vez mais, direciona seu olhar às redes sociais, numa espécie de fábrica de imagens e imaginários, poderíamos dizer que temos uma juventude dispersa e fragmentada. Se olharmos no todo, talvez seja esta percepção que podemos ter da juventude e de qualquer outro coletivo de pessoas que se aproximam por laços de afetividades, sentidos, linguagens etc.

Porém, notamos que os jovens da periferia da Metrópole Goianiense, em especial, a Juventude M1L GR4U, possuem consciência do seu papel, enquanto protagonistas para serem inseridos nas discussões postas no ciberespaço. As sociabilidades juvenis nos revelam, também, o reforço destes coletivos e a atuação políticas destes jovens em seu contexto espacial. O Atlas das Juventudes (2021) aponta que a juventude quer ser ouvida, participando ativamente das decisões e discussões do espaço que habitam.

No entanto, apesar destes apontamentos, não foi possível comprovar totalmente esta premissa, visto que as análises não indicaram esta situação, mas que fica implícito quando tratamos acerca das desigualdades de acessos ao ciberespaço. Ao propomos nesta tese, abordar os jovens que também vivenciam sua juventude e, ao dar a voz a eles, pertencentes a um coletivo juvenil, tentamos evidenciar e reforçar suas respectivas identidades culturais, em um diálogo intenso com suas espacialidades, primordial na reconstituição deste espaço. Cabe destacar que, as desigualdades e preconceitos também estão presentes nestes espaços e, da mesma forma, existem políticas de inclusão social, há também a necessidade de adoção de políticas de inclusão digital. Estas questões devem ser tratadas para que todos possam praticar o espaço real e virtual da Metrópole Goianiense de forma igualitária.

A quarta suposição é: *as práticas culturais no ciberespaço são percebidas, produzidas e reproduzidas pelos jovens que atuam nestas páginas de mídias sociais* – As práticas

culturais da Juventude M1L GR4U são constituídas por diversas identidades juvenis, que se permitem conectar, estabelecer vínculos de interação e permite ser lida a outros contextos e dinâmicas sócio-espaciais, ou seja, no contexto real e virtual, estão um relacionado ao outro. A virtualidade se faz presente na Metrópole concreta, ao mesmo tempo em que a realidade permeia os aspectos sociais e espaciais da Metrópole Goianiense Virtual.

Em suma, concordando com os preceitos de Cavalcanti (2013) e pela definição por nós colocada acerca do que denominamos de Juventude M1L GR4U, os jovens produzem e reproduzem o espaço urbano, no ciberespaço, criando espacialidades e territorialidades, imprimindo identidades, proporcionando que a Metrópole Goianiense seja lida sob suas sociabilidades e itinerários juvenis. Talvez, essa leitura do espaço não ocorra de forma fidedigna ao cotidiano da Metrópole real, porém os elementos que as identificam e as aproximam são os mesmos. Os símbolos imagéticos compõem a paisagem da Metrópole Goianiense e permitem que a Juventude M1L GR4U se espacialize e reterritorialize.

A quinta e última suposição é: *o espaço vivido (enquanto categoria de análise), pode ser tensionado, também, a partir de itinerários juvenis* – ao decorrer desta tese, buscamos evidenciar a concepção dos itinerários juvenis, pois se trata de uma construção cultural e identitária de cada sujeito, carregada de percepções, costumes, vivências e tradições. Somadas a estas cargas de sentimentos, unem-se as outras bagagens culturais de vários outros sujeitos. São percepções, visões e leituras de mundo completamente diferentes e todas estas se confluem no espaço da Metrópole Goianiense. Portanto, ao elaborarmos os conceitos de itinerários juvenis e de metrópole virtual, buscamos assim, ressaltar a compreensão do espaço vivido, enquanto espaço de práticas culturais e de alteridade.

A Metrópole permite ser lida se ela fizer sentido a este sujeito, e consequentemente, este sujeito a incorpora em seus sentidos e percepções para que seja parte da Metrópole para que outros sujeitos possam realizar a sua leitura e se identificando, produzindo e reproduzindo o espaço. Enfim, as práticas culturais da Juventude M1L GR4U ocorrem em um intenso diálogo sobre espacialidade e identidade. Portanto, a experiência geográfica na concepção de espaços, lugares e territórios, aliadas aos itinerários juvenis, compõem a paisagem a Metrópole Goianiense. Assim, estabelecemos a concepção de cinco categorias que nos possibilitam ler a paisagem, sob a ótica e percepção dos jovens.

Neste sentido, retomamos a problemática de pesquisa, pois compreendemos que a percepção identitária da Juventude M1L GR4U perpassa pela valorização de símbolos e signos que identificam a Metrópole Goianiense, calcados em uma identidade sertaneja, visto que o território foi concebido no sertão e, consequentemente, os jovens possuem traços da

memória e da cultura sertaneja, expressa em linguagens, imagens e imaginários. As redes sociais *online* (ou mídias sociais) permitem que essa identificação seja, também, transposta à Metrópole Virtual. A regionalidade é um dos principais pontos de ligação entre estas páginas de mídias sociais e os sujeitos jovens, pois permitem que eles possam realizar suas práticas espaciais, mas também, reforçar laços identitários com o território que habita.

Compreendemos, também, que viver e habitar podem ocorrer de diversas formas, visto que o ciberespaço é desterritorializado, porém se reterritorializa a partir com os sentidos que os sujeitos dão ao espaço criado (ou produzido). Os jovens possuem maior flexibilidade de transitar em diversos contextos e em diversas tribos, por isso a concepção de Metrópole virtual perpassa em um espaço de fluxos informacionais, que conjugam o espaço e a identidade como elementos essenciais que territorializam e permitem movimentos a estes lugares, sendo a linguagem humorística, atividade corporal e de ressignificação juvenil.

Dessarte, tais identificações ficam evidenciadas mediante a valorização da identidade sertaneja goianiense, nos aspectos do cotidiano e, principalmente pela leitura da paisagem. Concluímos que, a Metrópole Goianiense real e virtual pertencente a Juventude M1L GR4U trata-se de uma Metrópole em travessia, numa profusão de sentidos, linguagens e temporalidades (CHAVEIRO, 2011). A Juventude M1L GR4U é um coletivo deste tempo em que esta tese foi desenvolvida. Já existiram inúmeros coletivos juvenis e mais outros estão por vir. Todos eles são e serão abarcados pela Metrópole Goianiense. O Ciberespaço permite que interpretações sejam sempre repensadas, pois o seu estudo ainda é ínfimo e demasiadamente complexo.

Propomos, aqui, apenas um recorte do coletivo a que denominamos de Juventude M1L GR4U. Esperamos que estas reflexões sejam base para construção de outras abordagens e percepções. O estudo acerca dos jovens e das juventudes se mostra vasto e instigante, visto que, ainda não há definições claras do que podemos denominar esta fase da vida. Para a elaboração deste trabalho, realizamos um recorte retratando a Metrópole Goianiense, tendo como base os apontamentos e direcionamentos elencados por Santos (2014). E assim esperamos que este estudo possa, no futuro, proporcionar novas abordagens. Por fim, destacamos que a Juventude M1L GR4U é um coletivo que busca valorizar o espaço que vivem, pratiquem, resgatem elementos identitários e compreendem seu papel, enquanto protagonistas de suas práticas culturais seja na Metrópole Goianiense real ou virtual.

REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, Márcio. O humor como estratégia de comunicação. *In: ENCONTRO DA COMPÓS*, 12., 2003, Recife. **Anais [...]**. Recife: Compós, 2003. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_923.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.
- ALMEIDA, Maria Geralda de. Uma leitura etnográfica do Brasil sertanejo. *In: SERPA, A., (org.) Espaços culturais: vivências, imaginações e representações*. Salvador: EDUFBA, 2008a. p. 313-336.
- ALMEIDA, Maria Geralda de. Aportes teóricos e os percursos epistemológicos da Geografia Cultural. **Geonordeste**, Sergipe, ano 19, n. 1, p. 33-54, 2008b.
- ALMEIDA, Maria Geralda de. Sertão: identidades e representações no Centro-Oeste. **Revista Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, n. 25, p. 34-43, maio/nov. 2019.
- ALTERMANN, Dennis. Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais? **Midiatismo: observando e traduzindo o mundo digital**. 2010. Disponível em: <https://www.midiatismo.com.br/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>. Acesso em: 31 jan. 2022.
- ARRAIS, Tadeu Alencar. **A produção do território goiano: economia, urbanização, metropolização**. 2. ed. Goiânia: Editora UFG, 2016. 167 p.
- ARRAIS, Tadeu Pereira Alencar. **Goiânia: os discursos no urbano e as imagens da cidade**. 1999. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Estudos Sócio Ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 1999.
- ARRAIS, Tadeu Alencar. O cotidiano. *In: ARRAIS, Tadeu Alencar. Seis modos de ver a cidade*. Goiânia: Cênone editorial, 2017. p. 104-150.
- ARRIBA, Carmen Gil de. **Ciudad e imagen: un estudio geográfico sobre las representaciones sociales del espacio urbano de Santander**. Cantabria, ES: Universidad de Cantabria, 2002.
- ASSIS, Deire. Goiânia, a cidade mais desigual. **O Popular**, Goiânia, 22 ago. 2012. Cidades, p. 1-2. Disponível em: <https://opopular.com.br/noticias/cidades/goiania-a-cidade-mais-desigual-1.194068>. Acesso em: 20 ago. 2021.
- ATLAS das juventudes: evidências para a transformação das juventudes. São Paulo: Em Movimento, 2021. 349 p. Disponível em: <https://atlasdasjuventudes.com.br/>. Acesso em: 1 abr. 2022.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 8 ed. São Paulo: Hucitec, 1997. 196 p.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rebelaís**. Tradução de Y. F. Vieira. 5 ed. São Paulo: Annablume; São Paulo: Hucitec, 2002. 419 p.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 6. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011. 476 p.

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio, notas e glossário de P. Bezerra; notas da edição russa de S. Botcharov. São Paulo: Editora 34, 2016.

BAKHTIN, Mikhail. **Para uma filosofia do ato responsável**. Tradução aos cuidados de V. Miotello e C. A. Faraco. São Carlos: Pedro e João, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. **Teoria do romance I: a estilística**. Tradução, prefácio, notas e glossário de P. Bezerra; organização da edição russa de S. Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo: Ed. 34, 2015.

BAKSHY, Eytan; MESSING, Solomon; ADAMIC, Lada A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. **Science**, v. 348, n. 6239, p. 1130-1132, 2015.

BAUDELAIRE, Charles. Sobre a essência do riso: resenha; tradução. **Revista da UFG**: extensão, cultura, ensino, pesquisa, Goiânia, v. 8, n. 2, p. 154-165, 2006. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48111/23470>. Acesso em: 10 set. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução [de] Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BELLONI, Maria Luiza. Ensaio sobre a educação a distância no Brasil. **Educ. Soc.**, [S. l.], v. 23, n. 78, abr. 2002, p.117-142. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302002000200008&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 15 fev. 2021

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. 253 p. (Obras escolhidas, v. 1).

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. Tradução: José Carlos Martins Barbosa e Hemerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 1989. (Obras escolhidas, v. 3).

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.

BERDOULAY, Vincent; ENTRIKIN, J. Nicholas. Lugar e sujeito: perspectivas teóricas. In: MARANDOLA JR, Eduardo; HOLZER, Werther; OLIVEIRA, Lívia de (org.). **Qual o espaço do lugar?** Geografia, epistemologia, fenomenologia. São Paulo: Perspectiva, 2012. p. 92-115.

BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre a significação da comicidade**. Tradução [de] Maria Adriana Camargo Capello. São Paulo: Edipro, 2018. 127 p.

BERNARDES, Genilda Darc. **Goiânia, cidade planejada / cidade vivida: discurso e cultura da modernidade**. 1998. Tese (Doutorado em Sociologia) – Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 1998.

BERNARDI, Daniela. **Design, projeto e desenvolvimento de produto para a indústria de mobiliário Serflex**. 2016. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Design, Universidade da Região de Joinville, Joinville, 2016. Disponível em: https://www.univille.edu.br/account/ppgdesign/VirtualDisk.html?action=readFile&qt=%2FProjetos_Defendidos&file=Daniela_Bernardi.pdf. Acesso em: 24 jan. 2023.

BERQUÓ, Elza; CAVENAGHI, S. Mapeamento socioeconômico e demográfico dos regimes de fecundidade no Brasil e sua variação entre 1991 e 2000. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS*, 14., 2004, Caxambu. **Anais [...]** Campinas: ABEP, 2004.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Tradução de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010. 395 p.

BORGES, Elcileni de M. **Habitação e metrópole: transformações recentes da dinâmica urbana de Goiânia**. 2017. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

BORGES, Joyce de Almeida; ALMEIDA, Maria Geralda de. Práticas pedagógicas e percepções dos estudantes com relação às identidades goianas no Ensino Fundamental de Geografia em Goiânia-2009. **Revista Geografar**, [S.L.], v. 6, n. 1, p. 1-22, 30 jun. 2011. Semestral. Universidade Federal do Paraná. <http://dx.doi.org/10.5380/geografar.v6i1.21801>. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/geografar/article/view/21801>. Acesso em: 25 jan. 2023.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro. Sobre pensamentos, ações e mediações midiáticas. *In: BORGES, Rosana Maria Ribeiro. Pensamentos dispersos, hegemonias concentradoras: discursos jornalísticos e movimentos de territorialização no Cerrado*. 2013. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Estudos Socioambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013. p. 74-105.

BRAGA, Claudiomilson Fernandes; CAMPOS, Pedro Humberto Faria. **Representações sociais e comunicação: a imagem do professor na mídia e seus reflexos na (re)significação identitária**. Goiânia: Kelps, 2016. 177 p.

BRANDÃO, Carlos R. Viver um tempo, habitar um espaço – a visita de um antropólogo à geografia. *In: BRANDÃO, Carlos R. “No Rancho fundo”: espaços e tempos no mundo rural*. Uberlândia, MG: EDUFU, 2009. p. 15-31.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Área de Saúde do Adolescente e do Jovem. **Marco Legal: saúde, um direito de adolescentes**. Brasília, 2007. 60 p.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Justiça Eleitoral bate recorde histórico de atendimentos antes do fechamento do cadastro eleitoral**. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2022/Maio/justica-eleitoral-bate-recorde-historico-de-atendimentos-antes-do-fechamento-do-cadastro-eleitoral>. Acesso em: 27 maio 2022.

BRITTO, Clovis Carvalho; PRADO, Paulo Brito do. "Por que mataram a pedra?": "geração AI-5" e juventude na cidade de Goiás. **Emblemas**: Revista do Departamento de História e Ciências Sociais - UFG/CAC, Catalão, v. 8, n. 1, p. 51-72, jan./jun, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/emblemas/article/view/13053/10627>. Acesso em: 02 maio 2022.

BONNEMAISON, Joel. Viagem em torno do território. In: ROSENDHAL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). **Geografia Cultural**: um século, Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002. 196 p.

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. 446 p.

CALVINO, Italo. **As cidades invisíveis**. Tradução Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. 150 p.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. Tradução: Cecília Prada. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2004.

CANTON, K. **Espaço e lugar**. São Paulo: Martins Fontes, 2009. (Coleção Temas da arte contemporânea).

CASTELLS, Manuel. **The informational city**: information technology, economic, restructuring, and urban-regional process. Oxford: Blackwell Publishers, 1992.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2018. 601 p. (Era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 2.).

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução [de] Roneide Venâncio Majer. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2020. 698 p. v. 1.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (org.). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 2006. p. 17-30.

CASTRO, Janio Roque Barros de. Prefácio: diversidade das expressões identitárias em diferentes contextos geográficos. In: RIGONATO, Valnei Dias *et al.* (org.). **Territórios, identidades e alteridades**. Ituiutaba, MG: Barlavento, 2021. p. 10-14.

CAVALCANTI, Lana de Souza. Jovens escolares e a cidade: concepções e práticas espaciais urbanas cotidianas. **Caderno Prudentino de Geografia**, Presidente Prudente, SP, v. esp., n. 35, p. 74-86, 2013. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/view/2171/2611>. Acesso em: 10 dez. 2019.

CAVALCANTI, Lana de Souza. Uma Geografia da cidade: elementos da produção do espaço urbano. In: CAVALCANTI, Lana de Souza. (org.). **Geografia da cidade**. Goiânia: Alternativa, 2001. p. 11-32.

CAVALCANTI, Lana de Souza. Os jovens, a escola e suas práticas espaciais. In: CAVALCANTI, Lana de Souza; CHAVEIRO, Eguimar Felício; PIRES, Lucineide Mendes (org.). **A cidade e seus jovens**. Goiânia: PUC Goiás, 2015. p. 13-29.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Tradução de Ephraim F. Alves. 22. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. 319 p.

CERTEAU, Michel de. **Californie, un Théâtre de Passants**, Autrement, n. 31, abr. 1981.

CHAGAS *et al.* A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo dos memes dos debates eleitorais de 2014. **Intexto**, Porto Alegre, n. 38, p. 173-196, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/4dsmDK>. Acesso em: 13 mar. 2021.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. Tradução Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/ Imprensa Oficial do Estado, 1998. 159 p.

CHARTIER, Roger; SANTOS, Andréa Pereira dos; DUMONT, Lígia Maria Moreira. **Livro, mundo digital e leituras**: práticas e apropriações. Goiânia: Ed. UFG, 2022. 115 p.

CHAUÍ, Marilena. Cultura e democracia. **Crítica y emancipación**: revista latinoamericana de Ciencias Sociales, Buenos Aires, v. 1, n. 1, p. 53-76, jun. 2008.

CHAUL, Nasr Fayad. **A construção de Goiânia e a transferência da capital**. 2. ed. Goiânia: UFG, 1999.

CHAUL, Nasr Fayad. A identidade cultural do Goiano. **Cienc. Cult.**, São Paulo, v. 63, n. 3, p. 42-13, jul./2011. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0009-67252011000300016&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 25 out. 2020.

CHAUL, Nasr Fayad. Goiânia: a capital do sertão. **Revista UFG**, Goiânia, ano 11, n. 6, p. 100-110, jun/2009. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48235>. Acesso em: 15 out. 2020.

CHAVEIRO, Eguimar Felício. Dizibilidades literárias: a dramaticidade da existência nos espaços contemporâneos. **Revista Geograficidade**, Niterói, RJ, v. 5, n. 1, p. 40-50, 2015a.

CHAVEIRO, Eguimar Felício. Jovens e juventudes no reino da aceleração: princípios para uma leitura geográfica. In: CAVALCANTI, Lana de Souza; CHAVEIRO, Eguimar Felício; PIRES, Lucineide Mendes (org.). **A cidade e seus jovens**. Goiânia: PUC Goiás, 2015b. p. 71-83.

CHAVEIRO, Eguimar Felício. Espaço, sujeito e existência: mediações entre Geografia e Literatura – O exemplo da representação de Goiânia. **Revista Geografia, Literatura e Arte**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 74-90, jul./dez. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geoliterart/article/view/174361>. Acesso em: 15 abr. 2021.

CHAVEIRO, Eguimar Felício; GONÇALVES, Ricardo Junior de Assis Fernandes; BORGES, Ronan Eustáquio. Geografia e literatura, migração e existência: o transmundo de Monsalim. **Revista Geografar**, Curitiba, v. 14, n. 2, p. 287-302, jul./dez. 2019.

CHAVEIRO, Eguimar Felício. A Metrópole contemporânea: pontos para uma reflexão. **Revista de Geografia**, Recife, v. 29, n. 2, p. 218-232, 2012. Disponível em:

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistageografia/article/view/228819/23231>. Acesso em: 7 maio 2022.

CHAVEIRO, E. F. **Goiânia Reinventada**. Goiânia: PUC-GO: Kelps, 2011.

CHAVEIRO, Eguimar Felício. **Goiânia, travessias sociais e paisagens cindidas**. Goiânia: UCG, 2007.

CLAVAL, Paul. O Papel da Nova Geografia Cultural na Compreensão da Ação Humana. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. **Matrizes da Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.

CLAVAL, Paul. **A geografia cultural**. Tradução de Luíz Fugazzola Pimenta, Margareth de Castro Afeche Pimenta. 3. ed. Florianópolis: Ed. UFSC, 2007. 453 p.

CLAVAL, Paul. Introdução. Uma, ou algumas, abordagem(ns) cultural(is) na geografia humana? In: SERPA, Ângelo (org). **Espaços culturais: vivências, imaginações e representações**. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 13- 31.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (São Paulo). Centro Regional de Estudos para o desenvolvimento da Sociedade da Informação. **Painel TIC Covid-19 pesquisa on-line com usuários de internet no Brasil: cultura, comércio eletrônico, serviços públicos on-line, telessaúde, ensino remoto e teletrabalho**. 4. ed. São Paulo: Cgi.Br, 2022. 41 p.

CORDEIRO, Narcisa. **Goiânia: evoluções do plano urbanístico**. Goiânia: Composição Artes Gráficas e Editora, 1989.

CORRÊA, Roberto Lobato. Sobre a Geografia cultural. **Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, p. 1-9, 16 nov. 2009. Disponível em: <http://ihgrgs.org.br/artigos/contibuiacoes/Roberto%20Lobato%20Corr%C3%AAa%20-%20Sobre%20a%20Geografia%20Cultural.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2021.

CORRÊA, Roberto Lobato. A Geografia cultural e o urbano. In: ROSENDAHL, Zeni; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). **Introdução à Geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 167-186.

COSTA, Eliane; BARBOSA, Jorge Luiz. Rolezinho: territórios e territorialidades em ciberculturas. **Revista Z Cultura: Revista do Programa Avançado de Cultura Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 1, ano 6, p. 1-8, 2016. Disponível em: <http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/rolezinho-territorios-e-territorialidades-em-ciberculturas/> Acesso em: 30 out. 2021.

CRUZ, V. C. Itinerários teóricos sobre a relação entre território e identidade. In: BEZERRA, Amélia C. A.; GONÇALVES, Cláudio U.; NASCIMENTO, Flávio R. do.; ARRAIS, Tadeu A. (org.). **Itinerários geográficos**. Niterói, RJ: EdUFF, 2007. p. 13-35.

DARDEL, Eric. **O Homem e a Terra: natureza da realidade geográfica**. Tradução de Werther Holzer São Paulo: Perspectiva, 2011.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas**: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009. 307 p.

DINIZ, J. P. A. **Práticas de leitura nas mídias sociais**: evidências de leitura dos graduandos do IF Goiano, Campus Urutaí, 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

EAGLETON, Terry. **Humor**: o papel fundamental do riso na cultura. Tradução de Alessandra Bonruquer. Rio de Janeiro: Record, 2020. 153 p.

ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1976.

FÉLIX, Bruno. Sorrir em meio ao caos: quarentena torna-se uma fábrica de memes nas redes sociais. **O Popular**, Goiânia, 10 abr. 2020. Magazine. Disponível em: <https://opopular.com.br/noticias/magazine/sorrir-em-meio-ao-caos-1.2033174>. Acesso em: 25 nov. 2021.

FERREIRA, Clenon. Páginas criadas nas redes sociais brincam com hábitos e cultura de Goiânia. **O Popular**, Goiânia, 22 nov. 2016. Magazine. Disponível em: <https://opopular.com.br/noticias/magazine/p%C3%A1ginas-criadas-nas-redes-sociais-brincam-com-h%C3%A1bitos-e-cultura-de-goi%C3%A2nia-1.1183323>. Acesso em: 12 fev. 2020.

FORTUNA, Carlos; PEIXOTO, Paulo. A recriação e reprodução de representações no processo de transformação das paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas. In: FORTUNA, Carlos; SILVA, Augusto Santos (org.). **Projeto e circunstância**: culturas urbanas em Portugal. Lisboa: Afrontamentos, 2002. p. 15-65.

FREIRE, Cristina. **Além dos mapas**: os monumentos no imaginário urbano contemporâneo. São Paulo: SESC: ANNABLUME: FAPESP, 1997.

FREIRE, Paulo; MACEDO, Donaldo. **Alfabetização**: leitura do mundo, leitura da palavra. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**: três artigos que se completam. 49. ed., São Paulo: Cortez, 2008.

GARCIA, Allyson Fernandes. Rimadores Pekizeiros: cultura hip hop na “roça asfaltada”. **Revista Brasileira do Caribe**, Goiânia, v. 6, n. 13, p. 49-78, 2006.

GOIÂNIA. Prefeitura de Goiânia. **Goiânia a capital da arquitetura Art Decó**. 2021. Disponível em: <https://sme.goiania.go.gov.br/conexaoescola/eaja/goiania-a-capital-da-arquitetura-art-deco/#:~:text=Palavra%20afrancesada%20que%20define%20o,hist%C3%B3rico%20de%20Goi%C3%A2nia%2C%20nossa%20capital.&text=Art%20Dec%C3%B3%20%C3%A9%20um%20estilo,de%20interiores%2C%20entre%20outras%20%C3%A1reas>. Acesso em: 18 mar. 2021.

GOIÁS. Estado de Goiás. Secretaria de Estado da Casa Civil. **Agora é lei**: pit-dogs fazem parte do patrimônio cultural de Goiás. 2020. Disponível em:

<https://www.casacivil.go.gov.br/noticias/9147-agora-é-lei-pit-dogs-fazem-parte-do-patrimônio-cultural-de-goiás.html>. Acesso em: 02 maio 2022.

GOMES, Paulo César da C. Espaços públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. In: CASTRO, Iná E. de; GOMES, Paulo César da C.; CORRÊA, Roberto L. (org.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. p. 19-42.

GOMES, Renato Cordeiro. **Todas as cidades, a cidade: literatura e experiência urbana**. Prefácio de Eneida Maria e Souza. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

GONÇALVES, Ricardo Junior de Assis Fernandes. **No horizonte, a exaustão: disputas pelo subsolo e efeitos socioespaciais dos grandes projetos de extrativismo mineral em Goiás**. 2016. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

GOOGLE. **O que é um feed?** Disponível em: <https://support.google.com/adsense/answer/9189559?hl=pt-BR>. Acesso em: 25 jan. 2023.

GUIMARÃES, Leonardo. Memória e espaço na gênese de Goiânia. In: SEMINÁRIO DE HISTÓRIA DA CIDADE E DO URBANISMO, 14., 2016, São Carlos, SP. **Anais [...]**. São Carlos, SP: IAU:USP, 2016. p. 520-532.

HAESBAERT, Rogério. Identidades territoriais. In: ROSENDAHL, Zeni; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1999. p. 169-190.

HAESBAERT, Rogério. Identidades territoriais: entre a multiterritorialidade e a reclusão territorial (ou do hibridismo cultural à essencialização das identidades). In: ARAUJO, F. G. de. HAESBAERT, R. (org.). **Identidade territórios: questões e olhares contemporâneos**. Rio de Janeiro: Access, 2007. p. 33-56.

HAESBAERT, Rogério. Hibridismo, mobilidade e multiterritorialidade numa perspectiva geográfico-cultural integradora. In: SERPA, Angelo (org.). **Espaços culturais: vivências, imaginações e representações**. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 393-419

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do ‘fim dos territórios’ à multiterritorialidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: Betrand Brasil, 2016. 394 p.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Editoria Vértice, 1990.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Puc-Rio: Apicuri, 2016.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 103-133.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Tradução de Enio Paulo Giachini. 2. ed. rev.

atual. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. 128 p.

HARVEY, David. **Cidades rebeldes**: do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins Fontes, 2014. 296 p.

HOLZER, Werther. **A geografia humanista**: sua trajetória 1950-1990. Londrina: EDUEL, 2016.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio Barros (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo, Atlas: 2008. p. 193-205.

IBGE. Município de Goiânia, território e ambiente. **Cidades**. Brasil, 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 28 abr. 2022.

KOZEL, Salete. Representação e ensino: aguçando o olhar geográfico para os aspectos didático-pedagógicos. In: SERPA, Angelo (org.). **Espaços culturais**: vivências, imaginações e representações. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 71-88.

KUPIEC, Anne; NEITZEL, Adair Aguiar; CARVALHO, Carla. A mediação cultural e o processo de humanização do homem. **Antares**: Letras e Humanidades, Caxias do Sul, v. 6, n. 11, p. 163-177, 17 ago. 2014. Semestral. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/antares/article/view/2565>. Acesso em: 25 jan. 2023.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos / Livros, 2004.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 295 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000. 260 p.

LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva**: para uma antropologia do ciberespaço. Tradução [de] Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2007. 104 p.

LÉVY, Pierre. A Rede digital. In: LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução [de] Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro, Editora 34, 2010. p. 103-114.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2011. 160 p.

LOPES, Edmar Aparecido de Barra e. Goiânia: dinâmicas do patrimônio e da memória entre a instituição da cidade-monumento e a cidade-praticada: diálogos e desafios. **Anos 90**, [S. l.], v. 25, n. 48, p. 275–296, 2018. DOI: 10.22456/1983-201X.82408. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/anos90/article/view/82408>. Acesso em: 25 jan. 2023.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. Lisboa: Edições 70, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. ed. Tradução de Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998. 232 p.

MAFFESOLI, Michel. **Notas sobre a pós-modernidade**: o lugar faz o elo. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004. 105 p.

MAFFESOLI, Michel. Invaginação do sentido. *In*: CICLO DE ESTUDOS SOBRE O IMAGINÁRIO, 14., 2006., Recife. **Anais** [...] Recife: UFPE, 2008.

MAGALHÃES, Emerson. **Construção da cena cultural e musical do Rock Alternativo Goiano**. 2017. Dissertação (Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em História) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2017. Disponível em: <http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/handle/tede/3699>. Acesso em: 25 abr. 2022.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**: uma história de amor e ódio. Tradução [de] Rubens Figueiredo, Rosaura Eichemberg, Cláudia Strauch. São Paulo: Companhia das Letras, 2020. 358 p.

MANSO, Celina Fernandes Almeida. **Goiânia**: uma concepção urbana, moderna e contemporânea - um certo olhar. Goiânia: Edição do autor, 2001.

MARANDOLA JR., Eduardo. **Habitar em risco**: mobilidade e vulnerabilidade na experiência metropolitana. São Paulo: Blucher, 2014. 248 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 297 p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247 p.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 3. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2012. 196 p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247 p.

MAUAD, Ana Maria. **Através da imagem**: Fotografia e História Interfaces. Tempo. v. 1, n. 2. Rio de Janeiro, 1996. p. 73-98.

MCLUHAN, Herbert Marshall. O meio é a mensagem. *In*: MCLUHAN, Herbert Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969. p. 9-37.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio são as massa-gens**. Rio de Janeiro: Record: 1969. 187 p.

MCLUHAN, Marshall. A galáxia de Gutenberg. *In*: MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho; Anísio Teixeira. 2. ed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1977. p. 31-352.

MELLO, Márcia Metran de. **Goiânia: cidade de pedra e de palavras**. Goiânia: Editora da UFG, 2006.

MENESES, U. T. B. D. Morfologia das cidades brasileiras: introdução ao estudo histórico da iconografia urbana. **Revista USP**, [S. l.], n. 30, p. 142-155, 1996. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/25914>. Acesso em: 11 nov. 2022.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda de. Pamonha, alimento identitário e territorialidade. **Mercator**, Fortaleza, v. 20, p.1-15, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.4215/rm2021.e20002>. Acesso em: 7 maio 2022.

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. Tradução: Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: Ed. UNESP, 2003. 653 p.

MONUMENTO às Três Raças. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki?curid=1160159>. Acesso em: 25 jan. 2023.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. Tradução de Álvaro Cabral. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

OLIVEIRA, R. de C. A. Estéticas juvenis: intervenções nos corpos e na metrópole. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 4, n. 9, p. 63-86, mar. 2007.

OLIVEIRA, Eliézer Cardoso de. **História cultural de Goiânia**. Goiânia: Editora Alternativa, 2003.

OLIVEIRA, Eliézer Cardoso de. A realidade da ficção: representações da cidade de Goiânia nos contos literários e poemas. **História Revista**, Goiânia, v. 17, n. 1, p. 143-164, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/historia/article/view/21689>. Acesso em: 25 abr. 2022.

OLIVEIRA, Ubiratan Francisco. **Marca d'água o ser e o existir do rural no espaço metropolitano de Goiânia**. 2011. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2011.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2012. 159 p.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Tradução [de] Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 213 p.

PAULA, Flávia Maria d Assis. (Re)territorializações e territorialidades juvenis na Metrópole de Goiânia: das práticas espaciais às redes de sociabilidades. In: CAVALCANTI, Lana de Souza; CHAVEIRO, Eguimar Felício; PIRES, Lucineide Mendes (org.). **A cidade e seus jovens**. Goiânia: Puc Goiás, 2015. p. 184-204.

PAZ, Octávio. El lenguaje. In: PAZ, Octávio. **El Arco y La Lira**. México: Fondo de Cultura, 1956. p. 29-38.

PELÁ, Márcia Cristina Hizim. **Uma nova (des) ordem nas cidades: o movimento dos sujeitos não desejados na ocupação dos espaços urbanos das capitais do cerrado - Goiânia**,

Brasília e Palmas. 2014. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014.

PEREZ, Carmen Lúcia Vidal. Ler o espaço para compreender o mundo: algumas notas sobre a função alfabetizadora da Geografia. **Revista Tamoios**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 23-30, jul. 2010. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/tamoios/article/view/646/681>. Acesso em: 21 jul. 2022.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O imaginário da cidade**: visões literárias do urbano. 2. ed. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2002. 393 p.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 27, n. 53, p. 11-23, jun. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script>. Acesso em: 20 out. 2020.

PESSONI, Carolina. Rua do Lazer: eterno ponto de encontro da juventude goianiense. **A Redação**. Goiânia, 14 maio 2021. Colunas. Disponível em: <https://www.aredacao.com.br/colunas/150846/rua-do-lazer-eterno-ponto-de-encontro-da-juventude-goianiense>. Acesso em: 10 abr. 2022.

PEIRCE, Charles S. **Ilustrações da Lógica da Ciência**. São Paulo: Ed. Letras e ideias, 2008.

PITTA, Danielle Perin Rocha. As dimensões imaginárias da natureza. In: CICLO DE ESTUDOS SOBRE O IMAGINÁRIO, 14., 2006., Recife. **Anais [...]** Recife: UFPE, 2008.

RECUERO, Raquel. Sobre sites de redes sociais. In: RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2.ed. rev. ampl. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 178-187.

REGUILLO, Rosana. Pensar los jóvenes: um debate necessário. In: REGUILLO, Rosana. **Culturas juveniles**: formas políticas des desencanto. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores, 2013. p. 19-38.

RELPH, Edward. **Place and placelessness**. London: Pion, 1976.

RETRATOS da leitura no Brasil. Organização IBOPE Inteligência. 5. ed. Rio de Janeiro: Instituto Pró-Livro, 2020. 153 p.

ROCHA, Hélio. **Goiânia 75**. Goiânia: Ed. da UCG, 2009.

ROLNIK, Raquel. **O que é cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

ROSA, Alda Maria Araújo Torreal. A produção do espaço em Goiânia. In: ROSA, Alda Maria Araújo Torreal. **Jardim Goiás**: uma nova área de centralidade em Goiânia. 2008. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008. p. 23-55.

SAHR, Wolf-Dietrich. Ação e EspaçoMUNDOS: a concretização de especialidades na Geografia Cultural. In: SERPA, Angelo (org.). **Espaços culturais**: vivências, imaginações e representações. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 33-57.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso**: a representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. O leitor ubíquo. In: SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013. p. 27-44.

SANTAELLA, Lúcia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo, Brasiliense, 2007. 84 p. (Coleção primeiros passos, 103).

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018. 218 p.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2017. 232 p.

SANTOS, Andréa Pereira dos. **Juventude da UFG**: trajetórias socioespaciais e práticas de leitura. 2014. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Estudos Socioambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014.

SANTOS, Andréa Pereira dos; CHAVEIRO, Eguimar Felício; VILELA, Benjamim Pereira. Espaço, leituras fragmentadas: construção de leitores e preconceitos de leitura. In: SANTOS, Andréa Pereira dos *et al.* (org.). **Leitura, espaço e sujeito**. Goiânia: FIC: FUNAPE: LABOTER, 2014. p. 15-25.

SANTOS, Andréa Pereira dos. Retratos da leitura no Brasil: uma análise sócio-espacial das práticas de leitura juvenil. In: CAVALCANTI, Lana de Souza; CHAVEIRO, Eguimar Felício; PIRES, Lucineide Mendes (org.). **A cidade e seus jovens**. Goiânia: PUC Goiás, 2015. p. 103-118.

SILVA, Clarinda Aparecida da. **Goiânia(s)**: representações sociais e identidades. 2012. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Estudos Socioambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

SILVA Clarinda Aparecida da; MANCINI, Cristiane R. **Percepção do patrimônio cultural art déco de Goiânia**: caminhos de identidade local, caminhos de turismo. 2007. Relatório (Pesquisa de Iniciação Científica) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Goiás, Goiânia, 2007.

SILVA, Karinne Machado; CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O lugar dos trabalhadores na cidade planejada: plano de urbanização de Goiânia de 1938. **Revista Nós**: cultura, estética e linguagens, Anápolis, GO, v. 3, n. 3, p. 146-158, 2018. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/revistanos/article/view/8453>. Acesso em: 20 out. 2020.

SILVA, Valéria Cristina Pereira da. A construção da temporalidade e as novas sensibilidades em Goiânia: Imaginário e Literatura. **Ateliê Geográfico**, v. 14, n. 1, p. 226-247, 21 abr. 2020.

SILVA, Valéria Cristina Pereira da. Goiânia – um mosaico imaginário: modernidades e micro-tempo-territorialidades. **Caderno Prudentino de Geografia**, Presidente Prudente, SP, n. 35, v. esp., p. 6-25, 2013.

SILVA, Maciel Pereira da. A Juventude no contexto da sociedade urbana e industrial em Goiás. **Élisée**: revista de Geografia da UEG, v. 4, n. 1, p. 156-170, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/elisee/article/view/3932>. Acesso em: 29 abr. 2022.

SIMÃO, Mario Pires. Jovens e favelas: em busca de visibilidade. **Ensaio de Geografia**, v. 4, n. 8, p. 7-27, 10 jan. 2016. Disponível em: https://periodicos.uff.br/ensaios_posgeo/article/view/36288/20982. Acesso em: 27 maio. 2022.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais de sociologia**: indivíduo e sociedade. Tradução de Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Zahar, 2006. 120 p.

SOUZA, Leandro; JAMBEIRO, Othon. CIDADES DIGITAIS E CONTROLE DA INFORMAÇÃO. In: CONGRESSO PANAMERICANO DE COMUNICACIÓN, 3., 2005, Buenos Aires. **Anais [...]**. Buenos Aires: Universidade de Buenos Aires, 2005. p. 1-16. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/LeandroSouza.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2021.

SOUZA, Hilton Neiva. **Dicionário Básico de Estrangeirismos Ingleses**. 2012. Disponível em: <https://estrangeirismosingleses.blogspot.com/>. Acesso em: 25 jan. 2023.

SOUZA, Marcelo Lopes de. Apresentação: socioespacial, sócio-espacial... ou sobre os propósitos e o espírito deste livro. In: SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013. p. 9-18.

SPOSITO, Eliseu Savério. Cidades. In: SPOSITO, Eliseu Savério. **Redes e cidades**. São Paulo: Ed. UNESP, 2008. p. 12-46.

TELES, Diogo Carvalho Gondim. **Estereótipos e a construção identitária da população goianiense**: os sentidos produzidos por interagentes do Instagram a partir do humor do Goiânia Mil Grau. 2020. Dissertação (Mestrado de Pós-graduação em Comunicação) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2020.

TEMER, Ana Carolina. R. P.; NERY, Vanda Cunha A. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: EDUFU, 2009. 205 p.

TEZZA, Cristóvão. **O espírito da prosa**: uma autobiografia literária. Rio de Janeiro: Record, 2012. 2017 p.

TREVISAN, Ricardo. **Cidades novas**. 2009. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

TURRA NETO, N. **Enterrado Vivo**: identidade punk em Londrina. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

TURRA NETO, N. Movimento hip-hop do mundo ao lugar: difusão e territorialização. *In*: SEMINÁRIO DE JUVENTUDES E CIDADES, 1., 2013, Juiz de Fora, MG. **Anais [...]** Juiz de Fora, MG: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/geografia/article/view/17962/9269>. Acesso em: 25 out. 2020.

TURRA NETO, Nécio. Os jovens, suas espacialidades e territorialidades. *In*: CAVALCANTI, Lana de Souza; CHAVEIRO, Eguimar Felício; PIRES, Lucineide Mendes (org.). **A cidade e seus jovens**. Goiânia: PUC Goiás, 2015. p. 119-136.

TURRA NETO, Nécio. **Múltiplas trajetórias juvenis em Guarapuava**: territórios e redes de sociabilidade. 2008. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2008. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/105044>. Acesso em: 10 dez. 2019.

VAZ, Maria Diva Coelho. **Transformação do centro de Goiânia**: renovação ou reestruturação? 2002. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Estudos Sócio-Ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2002.

WAGNER, Philip L; MIKESELL, Marvin W. Os temas da geografia cultural. *In*: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (org.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 27-61.

WE ARE SOCIAL (England). **Digital in 2020**: we are social's compendium of global digital, and mobile data, trends and statistics. 2020. Disponível em: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2020>. Acesso em: 13 mar. 2021.

WE ARE SOCIAL (England). **Special report digital 2021**: your ultimate guide to the evolving digital world. 2022. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>. Acesso em: 03 abr. 2022.

WOODWARD, Kaathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 7-72.

GLOSSÁRIO

Barzin: alusivo a bar. Locais onde as pessoas se encontram para divertimento. Se fala *barzin*, numa tentativa de tornar o local próximo de quem o frequenta.

Céutanejo: junção das palavras “céu” e “sertanejo”. Uma forma própria dos sujeitos de marcarem o local, diante sua principal característica, ou seja, o estilo musical sertanejo.

Fake news: notícias falsas (em livre tradução). O termo é bastante difundido nas Internet e, principalmente, nas mídias sociais como forma de alertar que certo conteúdo/imagem/notícia não pode ter sido verificada, porém se propaga de forma viral, fazendo que seja facilmente compartilhada e difundida.

Feed: é um fluxo de conteúdo que os sujeitos podem percorrer. Geralmente associado às mídias sociais, o conteúdo é mostrado em blocos de aparência semelhante que se repetem um após o outro.

Goianês: dialeto falado por quem nasceu ou mora no Estado de Goiás. É marca de linguagem, que está expressa também em imagens e sentidos que os sujeitos atribuem a locais e eventos do seu cotidiano;

Mil Grau: (ou M1L GR4U) expressão da *Internet* que remete ao sinônimo de ‘legal’ (fazer rir; divertimento), tendo juventude como seu principal público-alvo.

Moscar: sinônimo de vacilar, dar bobeira.

Noia: alusivo a usuários de entorpecentes; drogas ilícitas.

Pé-de-Toddy: expressão difundida na Metrópole Goianiense em meados da década de 2000, referindo-se a pessoas que moram em ruas de terra, sem asfalto. O pé-de-toddy é uma alusão a forma como os pés das pessoas ficam ao passar em uma rua sem pavimento, na terra batida. Situação geralmente vista na periferia da Metrópole.

Remendar: sinônimo de imitar. Expressão típica do dialeto goianês, que indica quando o sujeito está realizando uma imitação de algo ou alguma outra pessoa.

Robauto: expressão para designar a região da Vila Canãa, em Goiânia. Bairro conhecido por ter lojas de autopeças que fazem a revenda de materiais de origem duvidosa, sem procedência. Geralmente o local é conhecido pelas operações policiais em combate ao roubo de veículos.

Roceiro: sujeito morador da roça, zona rural. Porém, também, é marcado aos moradores da Metrópole Goianiense. Mesmo que seja uma grande metrópole brasileira, Goiânia tem o estigma de ser um local atrelado à zona rural, por isso a identidade sertaneja é marca forte da Metrópole, sua principal identificação e leitura dos sujeitos que a habitam.

Setor: termo alusivo a bairro. Na Metrópole Goianiense vários bairros têm o nome de setor, por exemplo, Setor Sul, Setor Marista, Setor Bueno, Setor Central, entre outros.

Timeline: tradução livre para linha de tempo. Nas mídias sociais, a linha de tempo é o que cada sujeito visualiza em seu feed de notícias. As imagens, notícias aparecem de acordo com a relevância com qual cada sujeito interage aos conteúdos dispostos na plataforma.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
DOUTORADO EM GEOGRAFIA

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

(Versão online com os desenvolvedores das páginas/Entrevista)

Você/Sr./Sra. está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada **“JUVENTUDE M1L GR4U – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA: PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL”**.

Meu nome é **Johnathan Pereira Alves Diniz**, sou o pesquisador responsável e sou aluno do curso de Doutorado em Geografia da Universidade Federal de Goiás minha área de atuação é Natureza e produção do espaço.

Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, assinale ao final deste documento, *online*, a opção que você deseja participar ou não do estudo. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado(a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas *sobre a pesquisa* poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail biblijohn@hotmail.com e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: **(62)99140-9597**. Ao persistirem as dúvidas *sobre os seus direitos* como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa** da Universidade Federal de Goiás, pelo telefone (62)3521-1215, que a instância responsável por dirimir as dúvidas relacionadas ao caráter ético da pesquisa. O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP-UFG) é independente, com função pública, de caráter consultivo, educativo e deliberativo, criado para proteger o bem-estar dos/das participantes da pesquisa, em sua integridade e dignidade, visando contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos vigentes.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Prezado,

Você está participando da pesquisa intitulada: **“JUVENTUDE M1L GR4U – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA: PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL”**. O intuito desse estudo é discutir as práticas culturais da juventude exercidas no ciberespaço, retratadas na Região Metropolitana de Goiânia. A pesquisa tem como objetivo compreender Goiânia como metrópole cultural, real e virtual indissociável na prática dos jovens que tem o espaço virtual como espaço vivido.

A pesquisa conta com três fases. A primeira consiste em fazer análise nos perfis das principais mídias sociais utilizadas pela juventude a ser pesquisada, para tanto se baseará em informações e dados coletados em fontes de informações de outras pesquisas já realizadas neste âmbito, para posterior analisar as postagens e interações destes perfis num espaço de tempo de seis (06) anos, de 2015 a 2021. A segunda fase, na qual você participará, consiste no contato direto com os desenvolvedores das páginas/perfis mediante entrevista estruturada, ressaltando a visão de mundo de ambos. A terceira fase consistirá, também, em uma entrevista estruturada aos jovens que seguem e curtem as postagens destas páginas de mídias sociais.

A presente pesquisa não apresenta nenhum risco físico, químico, material ou biológico aos seus participantes, porém, é possível que haja pequenos riscos, tendo em vista que a

entrevista possa vir a apresentar, para o participante, as seguintes situações de: desconforto, vergonha, ansiedade, incômodo pelo fato de estarem expondo suas opiniões ou pelo fato de suas falas estarem sendo gravadas (com consentimento dos participantes) e cansaço. Para tal, o pesquisador adotará todas as medidas para minimizar os possíveis danos e desconfortos, tais como a realização das entrevistas, com agendamento dos dias e horários predeterminados, sendo garantidos o sigilo e a privacidade dos participantes, inclusive elas ocorrerão em formato *online*. Apesar de pouco provável, porém, no caso em que ocorrer algum dano proveniente da aplicação das entrevistas, o pesquisador estará apto a auxiliá-lo bem como, o participante poderá desistir de participar da pesquisa a qualquer momento sem qualquer prejuízo ao pesquisado. Tais desistências não serão registradas na pesquisa e os possíveis dados coletados, não serão utilizados, porém a sua participação é de suma importância, para continuidade da pesquisa.

Os encontros serão feitos pela plataforma *Google Meet* e serão gravados, garantido o sigilo e o anonimato dos participantes da pesquisa. Os pesquisados não serão identificados por seus nomes, mas por símbolos, letras ou números a julgar pelo pesquisador no momento da análise dos dados. Cada participante poderá solicitar versão deste TCLE, como também do conteúdo respondido e terão acesso, sempre que solicitado ao conteúdo. A qualquer instante o pesquisado poderá se recusar a participar da pesquisa e/ou solicitar a retirada do seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer penalidade. Porém para que esses dados possam ser utilizados, necessito da sua autorização para compor os dados da pesquisa. Segue as opções:

☐ Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa;

☐ Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa. Você deve assinalar e rubricar na opção escolhida. A sua participação é espontânea!

Cada participante terá a liberdade em responder quaisquer perguntas, tendo liberdade, também, em recusar a responder questões que lhe causem desconforto emocional e/ou constrangimento em qualquer fase da pesquisa. Os resultados obtidos pela pesquisa serão divulgados e tornados públicos, sejam favoráveis ou não.

Com os dados coletados pretende-se entender as mídias sociais como campo de atuação para o como incentivo à leitura, realização de atividades culturais desenvolvidas no ciberespaço. Os estudos desta natureza possibilitam conhecer este público e traçar ações culturais que possam estar ao alcance do público-alvo desta pesquisa. A divulgação dos dados seguirá os trâmites éticos estipulados pelo CEP/UFG.

1.2 Consentimento da Participação na Pesquisa:

☐ Concordo em participar da pesquisa. Informo ter mais de 18 anos e destaco minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário*;

☐ Discordo em participar da pesquisa.

*Caso você concorde em participar da pesquisa, você assegura que foi devidamente informado (a) e esclarecido(a) pelo pesquisador(a) responsável **Johnathan Pereira Alves Diniz** sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
DOUTORADO EM GEOGRAFIA

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE **(Versão online com os públicos das páginas/Entrevista)**

Você/Sr./Sra. está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada **“JUVENTUDE M1L GR4U – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA: PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL”**.

Meu nome é **Johnathan Pereira Alves Diniz**, sou o pesquisador responsável e sou aluno do curso de Doutorado em Geografia da Universidade Federal de Goiás minha área de atuação é Natureza e produção do espaço.

Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, assinale ao final deste documento, *online*, a opção que você deseja participar ou não do estudo. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado(a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas *sobre a pesquisa* poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail bibliojohn@hotmail.com e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: **(62)99140-9597**. Ao persistirem as dúvidas *sobre os seus direitos* como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa** da Universidade Federal de Goiás, pelo telefone (62)3521-1215, que a instância responsável por dirimir as dúvidas relacionadas ao caráter ético da pesquisa. O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP-UFG) é independente, com função pública, de caráter consultivo, educativo e deliberativo, criado para proteger o bem-estar dos/das participantes da pesquisa, em sua integridade e dignidade, visando contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos vigentes.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Prezado,

Você está participando da pesquisa intitulada: **“JUVENTUDE M1L GR4U – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA: PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL”**. O intuito desse estudo é discutir as práticas culturais da juventude exercidas no ciberespaço, retratadas na Região Metropolitana de Goiânia. A pesquisa tem como objetivo compreender Goiânia como metrópole cultural, real e virtual indissociável na prática dos jovens que tem o espaço virtual como espaço vivido.

A pesquisa conta com três fases. A primeira consiste em fazer análise nos perfis das principais mídias sociais utilizadas pela juventude a ser pesquisada, para tanto se baseará em informações e dados coletados em fontes de informações de outras pesquisas já realizadas neste âmbito, para posterior analisar as postagens e interações destes perfis num espaço de tempo de seis (06) anos, de 2015 a 2021. A segunda fase, consiste no contato direto com os desenvolvedores das páginas/perfis mediante entrevista estruturada, ressaltando a visão de mundo de ambos. A terceira fase, na qual você participará, consiste em envio de questionários (contendo 22 perguntas) aos jovens que seguem e curtem as postagens destas páginas de mídias sociais.

A presente pesquisa não apresenta nenhum risco físico, químico, material ou biológico aos seus participantes, porém, é possível que haja pequenos riscos, tendo em vista que a entrevista possa vir a apresentar, para o participante, as seguintes situações de: desconforto, vergonha, ansiedade, incômodo pelo fato de estarem expondo suas opiniões ou pelo fato de suas falas estarem sendo gravadas (com consentimento dos participantes) e cansaço. Para tal, o pesquisador adotará todas as medidas para minimizar os possíveis danos e desconfortos, tais como a realização das entrevistas, com agendamento dos dias e horários predeterminados, sendo garantidos o sigilo e a privacidade dos participantes, inclusive elas ocorrerão em formato *online*. Apesar de pouco provável, porém, no caso em que ocorrer algum dano proveniente da aplicação das entrevistas, o pesquisador estará apto a auxiliá-lo bem como, o participante poderá desistir de participar da pesquisa a qualquer momento sem qualquer prejuízo ao pesquisado. Tais desistências não serão registradas na pesquisa e os possíveis dados coletados, não serão utilizados, porém a sua participação é de suma importância, para continuidade da pesquisa.

Os encontros serão feitos pela plataforma *Google Meet* e serão gravados, garantido o sigilo e o anonimato dos participantes da pesquisa. Os pesquisados não serão identificados por seus nomes, mas por símbolos, letras ou números a julgar pelo pesquisador no momento da análise dos dados. Cada participante poderá solicitar versão deste TCLE, como também do conteúdo respondido e terão acesso, sempre que solicitado ao conteúdo. A qualquer instante o pesquisado poderá se recusar a participar da pesquisa e/ou solicitar a retirada do seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer penalidade. Porém para que esses dados possam ser utilizados, necessito da sua autorização para compor os dados da pesquisa. Segue as opções:

☐ Permito a divulgação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa;

☐ Não permito a publicação da minha imagem/voz/opinião nos resultados publicados da pesquisa. Você deve assinalar e rubricar na opção escolhida. A sua participação é espontânea!

Cada participante terá a liberdade em responder quaisquer perguntas, tendo liberdade, também, em recusar a responder questões que lhe causem desconforto emocional e/ou constrangimento em qualquer fase da pesquisa. Os resultados obtidos pela pesquisa serão divulgados e tornados públicos, sejam favoráveis ou não.

Com os dados coletados pretende-se entender as mídias sociais como campo de atuação para o como incentivo à leitura, realização de atividades culturais desenvolvidas no ciberespaço. Os estudos desta natureza possibilitam conhecer este público e traçar ações culturais que possam estar ao alcance do público-alvo desta pesquisa. A divulgação dos dados seguirá os trâmites éticos estipulados pelo CEP/UFG.

1.2 Consentimento da Participação na Pesquisa:

☐ Concordo em participar da pesquisa. Informo ter mais de 18 anos e destaco minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário*;

☐ Discordo em participar da pesquisa.

*Caso você concorde em participar da pesquisa, você assegura que foi devidamente informado (a) e esclarecido(a) pelo pesquisador(a) responsável **Johnathan Pereira Alves Diniz** sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

APÊNDICE C – ROTEIRO PARA ENTREVISTA

(Versão online com os desenvolvedores da página Goiânia Mil Grau/Entrevista)

Prezado, este roteiro faz parte da pesquisa “**JUVENTUDE M1L GR4U – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA: PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL**”. A pesquisa tem como objetivo Compreender Goiânia como metrópole cultural, real e virtual indissociável na prática dos jovens que tem o espaço virtual como espaço vivido. Entre em contato comigo pelo telefone (62) 99140-9597, via e-mail: biblijohn@hotmail.com ou acessando meu perfil na mídia social Instagram: @biblijohn.

Momento 1: Contextualização

1. Apresentação do Pesquisador e abordar os objetivos da pesquisa;
2. Informar que a entrevista será gravada e que tudo que possa identificá-los não será revelado na pesquisa, preservando o anonimato.

Momento 2: Narrativas com a Metrópole

1. Solicitar aos entrevistados se apresentem e narrem suas histórias e o que motivaram a criar os perfis nas mídias sociais;
2. Caso sinta os participantes não muito à vontade, realizar perguntas diretas, propor temas para discussão ou até citar exemplos que podem trazer resultados esperados e que o façam responder aos questionamentos.

Momento 3: Identificação cultural com Goiânia

1. A quanto tempo vive na Região Metropolitana de Goiânia?
2. Quais as primeiras lembranças você tem de Goiânia? Quais lugares da Metrópole fazem parte da sua memória?
3. O que é ser goianiense para você?
4. Diante a sua afirmação, você se sente goianiense? Por quê?
5. Qual foi a motivação para criar o perfil nas mídias sociais?
6. Ao retratar aspectos da cultura goiana, você(s) esperava que a grande identificação dos jovens fosse imediata?
7. Você acredita que essa aproximação entre o dia a dia da juventude com os conteúdos que você(s) posta(m) nas mídias sociais reforçam os laços entre a Goiânia virtual e a Goiânia real?

8. Como você imagina a Goiânia Metrópole? É a mesma retratada no mundo virtual?
9. Qual(is) identidade(s) da Metrópole Goianiense você(s) tentam retratar nas postagens? Que sentidos a(s) caracterizam?
10. Diante sua afirmação, quais práticas, expressões e linguagens você se identifica e te define como pertencente à Metrópole Goianiense?

Momento 4: Espacialidade da Metrópole Goianiense

11. Como as imagens postadas pela sua página de rede social reconstroem a Metrópole Goianiense na sua percepção?
12. Percebemos que a página trata o cotidiano da Metrópole com humor e certa crítica social, portanto, qual é a leitura que você faz dos conteúdos que você posta nas mídias sociais?
13. A sua Metrópole sentida e reproduzida nas imagens é indissociável àquela Metrópole que você vive atualmente? Quais as aproximações e quais os distanciamentos?
14. Você acha que a sua página retrata o cotidiano da cidade aos jovens? Quais elementos você julga que são importantes para reforçar estes laços entre a juventude e a sua espacialidade, ou seja, sentirem pertencentes a este lugar?
15. Você conhece alguns membros da(s) página(s) que você administra? Poderia indicar cinco pessoas para participar da próxima fase da pesquisa?

Momento 4: Agradecimentos e encerramento da entrevista

Agradecer ao entrevistado acerca do tempo destinado a participar da entrevista e reiterar que as informações coletadas servirão para escrita da tese, preservando seu anonimato e que em breve serão disponibilizados para ele os trechos da conversa.

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA

(Versão *online* com os públicos das páginas/Entrevista)

Prezado, este roteiro faz parte da pesquisa “**JUVENTUDE M1L GR4U – CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA: PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL**”. A pesquisa tem como objetivo Compreender Goiânia como metrópole cultural, real e virtual indissociável na prática dos jovens que tem o espaço virtual como espaço vivido. Entre em contato comigo pelo telefone (62) 99140-9597, via e-mail: bibliojohn@hotmail.com ou acessando meu perfil na mídia social Instagram: @bibliojohn.

Momento 1: Contextualização

Apresentação do Pesquisador e abordar os objetivos da pesquisa;

Informar que a entrevista será gravada e que tudo que possa identificá-los não será revelado na pesquisa, preservando o anonimato.

Momento 2. Perfil do Pesquisado

01. Qual a sua idade?

- ☐ De 18 a 24 anos
- ☐ De 25 a 30 anos
- ☐ De 30 a 35 anos
- ☐ Acima de 35 anos

02. Qual o seu Gênero?

- ☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Outro. _____ ☐ Prefiro não responder

03. Escolaridade:

- ☐ ensino básico incompleto
- ☐ ensino básico completo
- ☐ ensino médio
- ☐ ensino superior.

04. Quais mídias sociais, listadas abaixo, você possui:

- ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ WhatsApp
- ☐ Outra. Qual? _____ ☐ Não possuo rede social.

05. Quantos dias por semana você acessa redes sociais?

- ☐ 1 ou 2 dias ☐ 3 ou 4 dias ☐ todos os dias ☐ Não utilizo

06. Em média, quanto tempo por dia você gasta acessando redes sociais?

- ☐ Até 1 hora ☐ Até 2 horas ☐ Até 5 horas ☐ Até 8 horas
- ☐ Acima de 8 horas ☐ Não possuo rede social

07. Você acompanha alguma dessas páginas/perfis da Internet que abordam o contexto da Metropolitano listadas a seguir?

- ☐ Aproveite a cidade
- ☐ Enquanto isso em Goiás
- ☐ Goiânia M1L GR4U
- ☐ Jacques Vanier
- ☐ Não sigo nenhuma destas páginas

08. Qual(ais) foi(oram) o seu principal(ais) interesse(s) em acompanhar tais páginas?

Momento 3: Identificação cultural com Goiânia

09. A quanto tempo vive na Região Metropolitana de Goiânia?

10. Você se identifica com a Metrópole Goianiense? Quais práticas culturais (ações que reforçam seu laço com a cidade) você exerce no seu dia a dia? Você acha que elas são produzidas nas redes sociais?

11. Com elementos elencados acima, você se sente goianiense? Quais características você se identifica e te define como morador da Metrópole?

12. Você se identifica com as postagens das páginas que você segue/curte? Cite quais elementos trazem esta identificação?

13. A partir destas postagens como você imagina a Metrópole Goianiense? Ela está ligada a Metrópole Real, ou ela assume outras formas e formatos? Cite quais?

Momento 4: Produção do espaço juvenil na Metrópole Goianiense

Observe as imagens abaixo sobre a paisagem da Metrópole Goianiense e observe o que possam significar na sua percepção de produção do espaço:

Imagem 1



Reprodução: Instagram, 2019.

Imagem 2



Reprodução: Instagram, 2020.

Imagem 3



Reprodução: Instagram, 2020.

Imagem 4

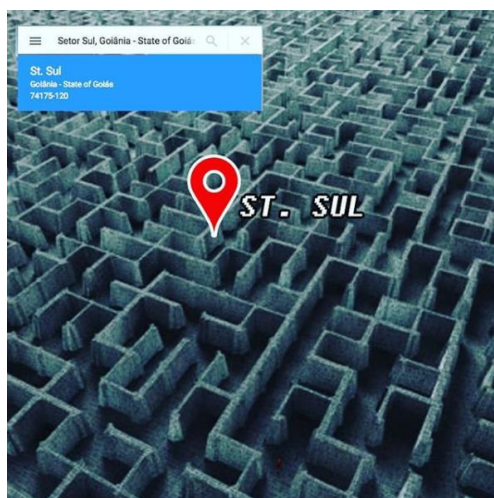


Imagem 5



Reprodução: Instagram, 2020.

14. Na sua opinião, como as postagens se relacionam com a Metrópole Goianiense?
15. Como percebe estes elementos retratados nas postagens no seu dia a dia?
16. Qual(is) identidade(s) você consegue reconhecer nas postagens? Que sentidos a(s) caracterizam?
17. Você se enxerga na(s) identidade(s) representada(s) na postagem? A partir de quais características?
18. Estas postagens ligam a Metrópole Goianiense retratada no mundo virtual, com a Metrópole Goianiense vivida no seu cotidiano?
19. Escolha uma das imagens acima e descreva que paisagens elas constroem na sua imaginação?
20. Você se sente representado no conteúdo que é publicado por estas páginas? Por quê? De que modo?
21. A linguagem adotada nas imagens reforça a sua identificação com a Metrópole Goianiense?
22. Quais elementos (linguagem, imagem, imaginário, cultura, memória) se mostram mais evidentes para você se identificar com a cidade? Você as retrataria da mesma forma das imagens acima?

Momento 5: Agradecimentos e encerramento da entrevista

Agradecer ao entrevistado acerca do tempo destinado a participar da entrevista e reiterar que as informações coletadas servirão para escrita da tese, preservando seu anonimato e que em breve serão disponibilizados para ele os trechos da conversa.



UFG - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS



ANEXO A - PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DA EMENDA

Título da Pesquisa: JUVENTUDE M1L GR4U - CIBERESPAÇO EM GOIÂNIA:
PRÁTICAS CULTURAIS NA METRÓPOLE VIRTUAL

Pesquisador: JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 40164120.0.0000.5083

Instituição Proponente: Universidade Federal de Goiás - UFG

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.836.050

Apresentação do Projeto:

A pesquisa exploratória exigirá, também, a realização de uma pesquisa bibliográfica.

A Pesquisa se dará totalmente em forma online. O estudo, então, será dividido em três fases descritas a seguir: a) Fase 1: Análise de conteúdo –pretende-se fazer uma análise nos perfis das principais mídias sociais utilizadas pela juventude a ser pesquisada, para tanto se baseará em informações e dados coletados em fontes de informações de outras pesquisas já realizadas neste âmbito, para posterior analisar as postagens e interações destes perfis num espaço de tempo de cinco (05) anos, de 2015 a 2020, no intuito de evidenciar as postagens que mais traduzem a percepção da metrópole na visão dos jovens.

Serão analisadas postagens (imagem e vídeo) que remetam ao contexto Goiano/Metropolitano nas principais mídias sociais mais utilizadas no Brasil, conforme estabelecida pela We are Social, porém para este estudo será limitado ao Facebook, Instagram e YouTube. Entende-se por análise de conteúdo como sendo um conjunto de instrumentos metodológicos, em constante aperfeiçoamento que se aplicam a discursos diversificados (BARDIN, 2016). Dentre seus principais usos estão na medição dos conteúdos das mensagens pesquisadas, descobrindo estilos de comunicação (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). Para que tal fase seja executada da melhor forma possível, torna-se

imprescindível apoio de um vasto referencial teórico para que possam ser estabelecidas as categorias de análise. Feito esta primeira análise, a pesquisa entrará na segunda fase: b) Entrevista com os desenvolvedores das páginas - consiste no contato direto com os desenvolvedores das páginas/perfis mediante entrevista estruturada, ressaltando a visão de mundo de ambos. Para Martins-Pereira (2012) a entrevista é uma técnica de conversação Direta, conduzida pelo pesquisador, visando compreender uma situação, o que exige clareza da informação que está buscando". Como decisão metodológica, pretendemos entrevistar os criadores da página intitulada Goiânia M1L GR4U, pois trata-se de um perfil desenvolvido especificamente para retratar o cotidiano e o espaço urbano da Metrópole Goiânia. Para tanto as perguntas a serem formuladas na entrevista terão como base a análise feita nas postagens destes produtores de conteúdo.

Ao término das entrevistas, o pesquisador pedirá aos pesquisados que indiquem outros jovens que participam ativamente das postagens das mídias sociais a serem entrevistados. Tal escolha será feita mediante amostragem intencional. C) Fase 3 – Realização de entrevista com os jovens que curtiram as postagens. Estes jovens serão parte de uma amostra representativa da população pesquisada. Entende-se como amostra sendo uma parcela conveniente selecionada do universo a ser pesquisado, é um subconjunto deste universo (MARCONI; LAKATOS, 2010). Portanto a amostragem intencional é a do tipo não probabilística, na qual o pesquisador se dirige, intencionalmente, ao grupo de elementos dos quais deseja saber opiniões. Será elaborado um roteiro de entrevistas, para entender como esta juventude interpreta os conteúdos postados e qual construção ontológica é feita da Metrópole Goiânia no ciberespaço.

O projeto tem o objetivo de investigar a relação entre um grupo de produtores de conteúdo digital sobre Goiânia e sua relação com os modos de viver e imaginar sua experiência na cidade. Ele pretende utilizar uma análise fenomenológica dos modos de percepção da cidade mediado pela experiência digital e em redes sociais para descrever um "modo de ser" característico da meio urbano de Goiânia. O projeto intenciona aplicar questionários de caráter qualitativo a dois grupos: desenvolvedores e usuários das páginas citadas.

Objetivo da Pesquisa:

O objetivo do projeto é responder à seguinte questão: "Como podemos compreender a indissociabilidade da metrópole real e virtual, assim como os jovens se apropriam desse ciberespaço metropolitano goiano como espaço vivido?".

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Segundo o pesquisador:

Assim sendo, mesmo que este estudo não apresente nenhum risco físico, químico, material ou biológico aos seus participantes, é possível que haja pequenos riscos, tendo em vista que as entrevistas e a aplicação de questionários possam vir a apresentar, para o participante, as seguintes situações de: desconforto, vergonha, ansiedade, cansaço e incômodo pelo fato de estarem expondo suas opiniões ou pelo fato de suas falas estarem sendo gravadas (mesmo que com consentimento) e ainda por receio de ser identificado. Para tal, o pesquisador adotará todas as medidas para minimizar os possíveis danos e desconfortos, tais como aplicação da entrevista e dos questionários, com devido agendamento dos dias e horários predeterminados, de acordo com o estipulado pelo participante, sendo garantidos o sigilo e a privacidade deles.

Dessa forma, nos casos em que ocorrer algum dano, o pesquisador estará apto a auxiliar o pesquisado bem como, caso seja necessário, o participante poderá deixar de participar da pesquisa a qualquer momento, sem qualquer prejuízo ao pesquisado. Tais desistências não serão registradas na pesquisa e os possíveis dados coletados, não serão utilizados.

Benefícios:

Como benefício oriundo desta pesquisa, profissionalmente pretende-se entender o ciberespaço como campo de atuação de práticas culturais, como incentivo à leitura, realização de atividades culturais desenvolvidas no âmbito profissional e futuramente o pesquisador pretende seguir carreira docente, possibilitando que estudos desta natureza possam ser viabilizados e se tornem cada vez mais presentes nos eventos acadêmicos e na melhoria de produtos culturais oferecidos a este público.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa relevante. Protocolo completo.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O pesquisador apresenta tanto o TCLE (para ambos os grupos pesquisados) assim como o Termo de compromisso em acordo com as Resoluções CNS no 466/12 e Resolução CNS no 510/16

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há pendências. Protocolo aprovado.

Considerações Finais a critério do CEP:

Informamos que o Comitê de Ética em Pesquisa/CEP-UFG considera o presente protocolo APROVADO. O mesmo foi considerado em acordo com os princípios éticos vigentes. Reiteramos a importância deste Parecer Consubstanciado, e lembramos que o(a) pesquisador(a) responsável deverá encaminhar ao CEP-UFG o Relatório Final baseado na conclusão do estudo e na incidência de publicações decorrentes deste, de acordo com o disposto na Resolução CNS n. 466/12 e Resolução CNS n. 510/16. O prazo para entrega do Relatório é de até 30 dias após o encerramento da pesquisa, previsto para janeiro de 2023.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_1741725_E1.pdf	23/04/2021 17:24:25		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Detalhado_Juventude_M1L_GR4U_Johnathan_CEP_UFG.pdf	23/04/2021 17:18:33	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
Orçamento	ORCAMENTO_novo.pdf	23/04/2021 17:16:58	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA_novo.pdf	23/04/2021 17:15:28	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
Outros	Roteiro_Entrevista_Fase2_e_fase3.pdf	23/04/2021 17:12:04	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
Outros	Termo_Compromisso_pesquisa_juventude.pdf	23/04/2021 17:11:16	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Detalhado_Juventude_M1L_GR4U_Johnathan_CEP_UFG.doc	23/04/2021 17:10:03	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
Folha de Rosto	CEP_Folha_de_Rosto_Johnathan_Pereira_Alves_Diniz.pdf	17/11/2020 14:14:26	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de	TCLE_versao_online_publicos_painelas_entrevista.pdf	17/11/2020 14:10:49	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito

Ausência				
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Versao_online_desenvolvedores_paginas_entrevista.pdf	17/11/2020 14:10:35	JOHNATHAN PEREIRA ALVES DINIZ	Aceito

Situação do Parecer: Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP: Não

GOIANIA, 08 de Julho de 2021

**Assinado por:
Rosana de Moraes Borges Marques
(Coordenador(a))**

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação - Agência UFG de Inovação, Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2

Bairro: Campus Samambaia, UFG

CEP: 74.690-970

UF: GO

Município: GOIANIA

Telefone: (62)3521-1215

E-mail: cep.prpi@ufg.br