

AS REPRESENTAÇÕES DA CIDADE DE GOIÂNIA E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES SOCIAIS*

Clarinda Aparecida da Silva**
Maria Geralda de Almeida***

Introdução

O presente artigo consiste numa reflexão a cerca das representações sobre a cidade de Goiânia enquanto fatores constituintes ou não de “identidades sociais²”. Cumpre entender o que é representado e inserido como imagem da cidade e aquilo que se reconhece como atributos da cidade. A delimitação desse estudo foi orientada a partir da concepção de que a cidade, enquanto “marca e matriz cultural”, conforme expõe Corrêa (2005)³, está impregnada de significados simbólicos provenientes do modo de vida dos seus habitantes, da sua paisagem, da região e de outros elementos, os quais possibilitam múltiplas interpretações que muitas vezes se sedimentam em representações e na própria materialidade. Almeida (1998) complementa a discussão argumentando que é com base nas representações que a sociedade designa a identidade do lugar e de seus habitantes (ALMEIDA, 1998). Logo, pensar a cidade sob a ótica da identidade é, também, remeter ao campo das representações.

Goiânia desde sua origem e, principalmente, no atual contexto da chamada globalização têm sido palco de um conjunto de representações, as quais dão subsídio à construção de imagens sobre a cidade. De acordo com Cavalcanti (2001, p.25), Goiânia tem como “associação mais imediata a idéia de uma cidade planejada e moderna. Foi fundada em 1933 e se liga ao processo de mudança da capital do Estado de Goiás, na década de 1930, projeto de caráter modernizador”, articulado à construção do Estado- Nação.

O *slogan* “Goiânia Cidade Moderna” vem, no decorrer dos anos, sendo acompanhada de outras imagens. Atualmente diversas representações, que usam como pano de fundo os atributos físicos, paisagísticos, econômicos e socioculturais da cidade ou mesmo da região, estão entre as diferentes formas de evocar a cidade e formar opinião sobre os processos urbanos. As características paisagísticas urbanas e regionais e, principalmente nos últimos anos, aos novos setores econômicos como o turismo e os eventos são elementos que compõem vários *slogans* veiculados sobre a cidade e produzem diversas Goiânias.

Destarte, as representações da cidade de Goiânia, estão imbuídas de elementos contraditórios e de uma complexa construção de significados e/ou identidades. Por um lado, elas podem contribuir para valorizar os atributos da cidade e reforçar determinadas identidades. Por outro lado, podem favorecer a perda dos referenciais simbólicos e identitários tradicionais. É possível, ainda, que elas revelem múltiplas identidades para a cidade. A circulação rápida das informações e das ideologias provoca uma reconfiguração do espaço e, provavelmente, a formação de um caráter plural e mutável da identidade goiana. Para refletirmos melhor sobre essa dinâmica cabe reportarmos à compreensão da relação identidade e cidade.

* As reflexões aqui propostas fazem parte do Projeto de Doutorado, em curso no Instituto de Estudos Sócio-ambientais/IESA da Universidade Federal de Goiás/UFG (Goiânia – Go-Brasil).

** Doutoranda do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia do IESA/UFG

*** Orientadora do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia do IESA/UFG

² É importante ressaltar que, o fato de referirmos à identidade como “identidade social” não ignora o seu caráter cultural. Estaremos focalizando os aspectos colocados pela identidade enquanto conceito cultural e social. Portanto, podemos ora utilizar uma expressão ora outra para discutir o fenômeno identitário.

³ Corrêa, parafraseando Berque (1998), utiliza a expressão “marca e matriz cultural” no sentido de evidenciar a cidade como reveladora de formas, processos, significados e representações sociais.

Cidade, identidade e seus entrelaçamentos

Identidade, segundo Castells, é

a fonte de significados e experiência de um povo. [...] No que diz respeito a atores sociais, entendo por identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, os quais prevalecem sobre outras fontes de significados (1999, p. 22).

O autor acrescenta ainda que, toda e qualquer identidade é construída valendo-se [...] “da matéria prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso”. Porém, a questão central diz respeito a como, a partir de que? Por que e para que isso acontece? (ibdem).

Cruz (2007), subsidiado em Hall (2004), acrescenta que a identidade é um processo em constante construção, sujeita a re-significações construídas dentro e fora dos discursos. Isto implica na necessidade de compreendê-las como uma produção em locais históricos, institucionais, geográficos, dentre outros nos quais se constroem as práticas e as representações discursivas dos diferentes sujeitos envolvidos no jogo para definir a identidade.

o conceito de identidade não se confunde com as idéias de originalidade, tradição ou de autenticidade, pois os processos de identificação e os vínculos de pertencimento se constituem tanto pelas tradições (raízes, heranças, passado, memórias etc.) como pelas traduções (estratégias para o futuro, “rotas”, “rumos”, projetos, etc.) As identidades nunca são, portanto, completamente determinadas, unificadas, fixadas, elas são ‘multiplamente construídas ao longo dos discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas’ [...]” (CRUZ, 2007, p. 97).

Pressupõe-se, então, que as identidades estão localizadas no tempo e no espaço simbólico, social e historicamente produzido e podem referir-se tanto a pessoas como a objetos, coisas. Ela implica também em uma relação de semelhança e de igualdade. (HAESBAERT, 1999). A identidade é atribuída ao sujeito, mas ela “estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis”. (HALL, 2006, p.12).

Bossé (2004) compartilha dessa perspectiva, ao comentar que a identidade dá substância e sentido a objetos e pessoas. Ela pressupõe que sejam estabelecidos critérios adequados a uma identificação que significa, de um lado, em designar e nomear qualquer coisa ou qualquer um e depois caracterizar sua singularidade. De outro lado, entendendo a identidade como similaridade, a identificação consiste em assemelhar a qualquer um ou qualquer coisa e traduz, principalmente para o indivíduo ou o grupo, por um sentimento de pertencimento e de coesão social.

Diante deste contexto, entendemos que, embora a identidade seja atribuída ao sujeito, os atributos ou representações que os diversos atores sociais conferem à cidade de Goiânia podem ser norteadores da identidade da mesma. É um jogo dialético, ao mesmo tempo em que a cidade é uma referência identitária à constituição do indivíduo em sociedade, ela é portadora de símbolos e representações formadores da identidade local.

Ademais, a identidade da cidade se define em comparação à outra identidade numa relação complexa de valorização positiva e negativa. As características das cidades tornam-se, então, um importante fator de distinção entre uma e outra cidade e, portanto,

suporte essencial da identidade urbana. Os indicadores da identidade tende a focar um núcleo identitário individualizado, mas, também, possibilita a existência de identidades múltiplas, complementa Bossé (op. cit.).

Não obstante, essa multiplicidade é fonte de tensão e contradição, pois é necessário estabelecer a diferença entre identidade e o conjunto de papéis, que, no caso, não só os atores sociais, mas também as cidades desempenham. As identidades, nas palavras de Castells (op. cit.), organizam significados, ao passo que os papéis organizam funções. Significado é a identificação simbólica por parte dos atores sociais. Assim sendo, as identidades se exprimem e se comunicam através de concepções e práticas, materiais, culturais, ideológicas e simbólicas.

Por esse viés, as representações que, atualmente, a cidade de Goiânia expressa, tanto podem designar múltiplas identidades quanto estabelecer a distribuição de papéis capazes de legitimar interesses de diversos agentes sociais. De acordo com Pesavento (1997), a cidade, assim como os indivíduos, possui uma identidade que faz com que os homens a conheçam e se reconheçam nela. Todavia, na construção deste processo, a identidade da cidade pode ser confundida com as representações que alguns agentes sociais fazem do espaço urbano, pois há uma correlação entre as práticas sociais e essas representações.

Além disso, elas - as representações - “são fundadas sobre a aparência do objeto e não sobre o objeto em si. São criadas para a expressão do real no bojo da ideologia.” (ALMEIDA, 1998, p.35). E, mais ainda, complementa Moraes (2005, p. 44), elas alimentam a “autoconsciência que os diferentes grupos sociais constroem a respeito do espaço e da sua relação com ele. São a substância das representações coletivas acerca dos lugares que impulsionam sua transformação ou acomodamento nele.”

No caso de Goiânia, as metamorfoses pelas quais passa a cidade ensejam discursos alusivos à identidade ou aos papéis que ela desempenha em diferentes temporalidades. O lugar e a vida urbana aparecem como sempre submetidos a construções e reconstruções simbólicas, ideológicas e/ou identitárias. Os atributos ou representações da cidade estão circunstanciados a diversos contextos políticos culturais, econômicos e às várias formas de uso do espaço público. A reflexão pertinente, neste contexto, é se as representações da cidade de Goiânia constituem-se em fontes de significados importantes para a sociedade e de identidade da cidade ou são simples papéis sociais definidos por instituições dominantes e/ou outras formas de organizações da sociedade.

Goiânia: múltiplas representações, possíveis identidades.

Goiânia nasceu associada [...] “ao moderno, ao progresso, ao desenvolvimento econômico, social e cultural e ao seu pertencimento a nação brasileira” (PEREIRA, 2002, p. 52). A identidade nacional é forte referência para a construção da identidade local. A identificação, nesse caso, consiste em assemelhar e se traduz por um sentimento de pertencimento (BOSSÉ, 2004).

A nova capital deveria representar o ‘novo’ e o ‘moderno’ para se afirmar como sede do Governo e, finalmente, trazer o “progresso” para Goiás. Ela significava, para o plano político do estado, um símbolo de ascensão ao poder. Desse modo, a identidade da cidade é mobilizada e mobiliza um poder simbólico (HAESBAERT, 1999).

Da “cidade moderna associada ao progresso”, inúmeras outras representações da cidade de Goiânia foram construídas. A reportagem “o Brasil comeu espinafre” de Paulo Figueiredo, publicada na Revista Oeste, em 1942, além de exemplificar que a identidade nacional é uma forte referência à identidade de Goiânia, sugere a construção de múltiplas representações da cidade.

Goiânia é a filha mais moça e bonita do Brasil. Por isso a sua filha predileta. Robusta, tropical. A cara do pai. Tem o seu mesmo sentimento sertanejo, o seu mesmo espírito bandeirante, a sua mesma alma cristã. Breve será moça e se casará. Se casará com o Espírito-Novo de nossa terra. Se casará e, forte, bonita, vai dar ao Brasil vovô de amanhã **uma porção de Goianiazinhas** (FIGUEIREDO, 1942, p.5. Grifo nosso).

Podemos dizer que, no decorrer dos anos, as reflexões de Figueiredo se concretizam no campo das representações da cidade. A “Goiânia Art Déco⁴”, “Goiânia Country”, “Capital do Cerrado”, “Goiânia Turística”, dentre outros slogans são atualmente representações que veiculadas pela mídia transmite a idéia de uma diversidade de paisagens na paisagem da cidade.

Acompanhando os ideais de modernidade, o traçado urbano e o estilo arquitetônico, posteriormente denominado Art Déco, foi escolhido pelos planejadores da capital goiana, como algo novo a ser experimentado em termos de urbanismo. No Brasil, o Art Déco teve destaque nas décadas de 1930 e 1940 em praticamente todos os estados da nação. Inicialmente este estilo arquitetônico desponta nos edifícios públicos, depois nos prédios comerciais, por fim nos residenciais.

O governo de Getúlio Vargas, com o lema “progresso e modernidade”, foi o principal responsável pela repercussão desse estilo arquitetônico no Brasil. “Era o Art Déco que melhor representava o ‘desenvolvimento’ proposto por Vargas e o ‘progresso’ que igualaria o Brasil ao mundo civilizado da Europa e dos Estados Unidos” (COELHO, 2002, p. 107). Assim sendo, as edificações do início de Goiânia, impregnadas das características do Art Déco, não são apenas reflexos de um “modismo”, mas de um estilo que “mais se presta à representação do poder autoritário do governo Vargas e de seus representantes estaduais, impostos por uma interventoria ditatorial” (ibidem, p. 108).

Em Goiânia, o estilo Art Déco, além de representar o poder autoritário do estado, tinha outro caráter. A antiga capital - cidade de Goiás - com seus casarões lembrava, ainda, o período colonial e as velhas oligarquias. A nova capital representava o ‘novo’ e o ‘moderno’ e se afirmava como sede do governo para, finalmente, trazer o “progresso” para Goiás. (SILVA; MANCINI, 2007). Nesse caso, a construção da identidade serve para a manutenção e legitimação das relações de poder.

As relações entre identidade e poder também estão presentes na fachada dos edifícios Art Déco. O trabalho de Silva; Mancini (2007, p.8) destaca que em muitos prédios antigos estão grafados “nomes que, geralmente, se relacionam com fatos locais ou sobrenomes dos proprietários, os quais, por vezes, grafavam também o seu brasão”. Essa característica, de acordo com Corrêa, (2003, p. 176) “constitui em uma relevante marca cultural e expressa a efetiva apropriação do espaço por um dado grupo cultural”. Nesse caso, o poder se realiza pela produção de imagens e pela manipulação de símbolos (BALLANDIER, apud, KNAUSS, 2006). Depreende-se, então, que relações entre identidade e poder podem ser construídas de diferentes formas, sendo umas mais ligadas ao domínio do espaço pelo poder econômico e político e outras com base em uma apropriação simbólica do espaço.

Atualmente, a paisagem do núcleo central de Goiânia expressa a antiga arquitetura Art Déco somada às construções modernas. Essa mescla, conforme evidencia Silva e Mancini

⁴ O *Art Déco* surgiu na França, na década de 1920, era chamado de futurismo, estilo moderno ou zigzague. Em 1975, na comemoração dos 50 anos da Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais, em Paris, esse estilo foi nomeado *Art Déco* (UNES, 2004). A cidade de Goiânia-Goiás foi construída na década de 1930, época em que se expandia pelo mundo esse padrão arquitetônico e artístico. Esse modelo de arquitetura foi, então, escolhido pelos planejadores da capital goiana, como algo novo a ser experimentado em termos de urbanismo.

(2007), revela aos transeuntes uma integração explícita entre o velho e o novo, que torna a cidade um centro de referências múltiplas. Ainda assim, a imagem “Goiânia Capital Art Déco” é representativa na mídia local, principalmente, em reportagens, *folders* e propagandas turísticas. Esse cenário instiga-nos algumas reflexões: Os goianos reconhecem no patrimônio arquitetônico sua herança cultural e seu valor histórico? O patrimônio transmite aos olhares goianos a essência da identidade local? Ele – o Patrimônio – é capaz de desencadear a demanda turística ao despertar a curiosidade do visitante?

Paralela à imagem de capital Art Déco, verificamos a construção de uma representação da cidade, constituída com base nos elementos da natureza e no discurso ecológico. A cidade é vendida como um espaço de investimento e de qualidade de vida e, assim, cria-se a representação social de uma cidade livre das mazelas sócio-ambientais. O *slogan* “capital mais verde do país”, divulgado em um cartão postal da Prefeitura de Goiânia, traduz uma representação da harmonia socioambiental na paisagem urbana. Esta e, outras representações como a “cidade dos parques”, estão associadas à concepção de espaço público como um cenário destinado a fascinação dos usuários.

Nesse caso, a paisagem é usada pela publicidade turística e/ou pelos administradores locais, sem nenhum contexto com as práticas sociais que lhe dá conteúdo e significado. São imagens e símbolos que reforçam o poder governamental e de determinados grupos na cidade. Serpa (2007, p. 85) acrescenta que “os parques urbanos contribuem também para dar prestígio a determinadas áreas da cidade revalorizando sua imagem e encarnando uma espécie de ‘paz consensual’. Compreende-se melhor agora o porquê do desejo político de se representar a cidade através dessas imagens”.

Em um contexto mais recente, Goiânia expressa um conjunto de representações baseadas, sobretudo, no consumo e na proliferação desigual de equipamentos culturais. Nasce a cidade turística, “a capital dos eventos”, “a cidade *country*”. Em síntese, “a cidade da festamercadoria”, a qual busca vantagens comparativas no mercado globalizado das imagens turísticas e dos lugares-espetáculo (SERPA, 2007). O carná Goiânia, o rodeio show, o *rally* dos sertões, dentre outros eventos apontam para uma espetacularização crescente do espaço público na cidade de Goiânia em detrimento das manifestações culturais populares. Isto nos remete as colocações de Paiva (2000) que, subsidiado nas contribuições de Giddens, ressalta que, desta forma, passamos a viver em um mundo em que as relações se dão independente das tradições locais.

Paradoxalmente à concepção de cidade moderna surge a imagem de cidade *country*, baseada, principalmente, nas raízes rurais e sertanejas do goiano. Segundo a reportagem O Goiano Existe? (GOMES, 2002, p.1), “de tempos em tempos, esses cultores da modernidade têm uma recaída e revive os laços com o universo rural. Um exemplo é o apelo da exposição agropecuária de Goiânia, uma das festas mais tradicionais do Estado, na qual uma parte considerável do público orgulha-se de exhibir os símbolos que caracterizam o sertanejo: o berrante, o chapéu, as botas”.

Embora expressem novas situações, essas tradições reinventadas assumem referências anteriores. A utilização de elementos antigos na elaboração destas “tradições” sugere um contraste entre o passado e as inovações do mundo moderno, o que as tornam importantes numa discussão sobre a identidade da cidade. Outrossim, elas consolidam o consumo cada vez mais segmentado. No entanto, “a questão fundamental é saber em que contexto a segmentação e a transversalidade atuam com mais intensidade produzindo ou destruindo identidades” (SERPA, op. cit. p. 115).

A compreensão a cerca destas reflexões trazem para o debate duas questões: Por um lado, essas representações produzem “o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente.” (HALL, 2006, p.12). Por outro lado, configuram a situação apontada por Penna (1992) como auter-atribuição de identidade. São

classificações originadas na exterioridade do grupo, no modo como ele é reconhecido pelos outros. Nas palavras de Carvalho (2003, p. 99) “todas as práticas de alter-atribuição produzem significados que envolvem relações de poder que definem o que Eu ou Nós queremos que Ele ou Eles sejam”. Segundo a autora, “para se questionar uma identidade, é preciso ter em mente o que está lhe dando suporte: a representação é claro. É por meio dela que a identidade e a diferença se ligam aos mecanismos de poder”.

As sínteses anteriores transmitem-nos a idéia de que as representações da cidade de Goiânia é resultado da manipulação de alguns agentes que, com interesses diversos, impõe, por meio das representações, determinados aspectos à vida urbana. Estes aspectos propiciam que a cidade surja como um *locus* altamente imaginável (LINCH, 1988). Ademais, essas imagens transcendem a capacidade dos espaços de serem apreendidos por suas qualidades intrínsecas e expressam um nível de controle social capaz de agregar novos valores culturais. Em decorrência, os atributos mais típicos da identidade da cidade, podem ser renovados pelos novos símbolos construídos na esfera cultural contemporânea (GARCÍA, 1997).

Destarte, o questionamento das práticas e discursos identitários exige que estejamos atentos à criação e difusão das representações, aos movimentos de dominação e aos mecanismos de poder que ali se exprimem. “Em outras palavras: devemos nos interessar pela criação e pela difusão de ideologias identitárias que repousam sobre as bases ou fatores geográficos” (BOSSÉ, 2004, p.175).

Algumas concepções sobre representações e identidade na Geografia Cultural

A problemática da identidade cultural tem ocupado espaços cada vez mais significativos na Geografia e em outras ciências como a sociologia, a história e a antropologia. No pensamento de Bossé (2004, p. 179) “a reflexão sobre a identidade em geografia leva a ampliar o sentido do imaginário geográfico individual e social e, desse modo, a encaminhar a geografia cultural para um aprofundamento de sua especificidade”. O autor expressa ainda que “a Geografia cultural, como forma de preocupação e de saber examina e procura compreender o sentido da diversidade das identidades dos lugares e das pessoas”.

Para Carvalho (2003, p. 103) “a maior contribuição da geografia para essas questões repousa no fato de ela ter mais clareza do arcabouço espacial, já que o espaço é uma categoria-chave dessa ciência. Nele concentra-se parte das explicações geográficas”. Segundo a referida autora,

embora a Geografia tenha se preocupado mais recentemente com as questões da identidade, nela reside também a perspectiva de uma leitura social, assim como na Antropologia e na Sociologia, próprias para o entendimento das identidades sociais com mais uma vantagem a experiência de lidar com a entidade espacial [...] (op. cit, p. 103).

Aqui a atenção é direcionada para o espaço intra-urbano. “É, por exemplo, numa escala intra-urbana que a vida cotidiana e a relação entre cidade, cultura e cidadania podem ser analisados com maior profundidade” (CAVALCANTI, 2001, p. 13). Para a leitura dessa espacialidade partilhamos da perspectiva de que todas as identidades [...] têm aquilo que Edward Said chama de suas geografias imaginárias: suas paisagens características, seu senso de lugar, de casa lar [...] (HALL, 2006, p.71/72). E, sem a identidade paisagística a cidade e sua comunidade se empobrecem, vivem sem referencial.

Nesse caso, o estudo da paisagem contribui para uma leitura dos significados das representações do urbano, na medida em que revelam, por meio de imagens, relações recíprocas entre a cidade, seus moradores e seus interesses. Os vários e diferentes aspectos e

dimensões que constituem a identidade da cidade refletem na imagem da paisagem urbana. Consideramos que, assim como o território, a paisagem é uma categoria de análise a ser abordada pela Geografia Cultural, no estudo das representações sociais e, a partir dela, da construção da identidade da cidade e de seus moradores.

Para Corrêa (2003), a paisagem urbana é, por um lado, um conjunto de idéias e de controle social da elite. Por outro lado, expressa sentimentos e valores sociais que une sua população. Ela é, portanto, um meio de comunicação da identidade social. Desta forma, a cidade, enquanto marca e matriz cultural, permite múltiplas representações com inúmeros significados, os quais podem ser lidos por meio das suas paisagens. (CORRÊA, 2005).

Ao discutir a relação sujeito-objeto no processo de construção da paisagem, Berque (1998) destaca que é na integração complexa entre esses dois termos que se vincula o estudo da paisagem. Conseqüentemente, a leitura da paisagem urbana não se encontra redutível a sua morfologia, ao desenho da cidade ou às suas atividades econômicas, mas envolve, sobretudo, as suas propriedades simbólicas, as suas formas de apropriação cultural.

Se a paisagem é considerada como uma imagem cultural, um meio de representar ou simbolizar tudo que circunda o ser humano, ela pode ser estudada através de vários meios, dentre eles por intermédio das imagens e das representações do urbano. Essas representações revelam “significados que os grupos humanos atribuem às áreas e aos lugares e permitem relacionar esses significados a outros aspectos e condições da existência humana” (COSGROVE, 2003, p. 137).

As observações de Cosgrove nos conduzem à Almeida (2008, p. 47), que, reportando a outro artigo (ALMEIDA, 2003), argumenta que “a paisagem é uma complexidade multiforme de realidades, de valores, de gestos e de vividos coexistentes”. Para a autora “a paisagem reflete a dinâmica que move, produz e apropria-se do mundo, na sua condição de horizonte de vida e, em parte, devido a isso, diversos campos científicos e gestores interessam-se pela paisagem” (op. cit. p. 48).

No Brasil, os estudos sobre identidade no âmbito da Geografia Cultural estão direcionados, principalmente para a relação desta com território, tendo, geralmente, como subsidio os trabalhos de Haesbaert (1996, 1999, 2004, 2006, 2007). Todavia, essa compreensão da paisagem, conforme assevera Almeida (2008), contendo materialidade/objetividade e também os aspectos simbólicos e subjetivos, traz questões centrais para que possamos pensar as representações e a identidade tendo como referencia central a paisagem da cidade de Goiânia.

Haesbaert (2007, p. 45/46) enfatiza que a identidade territorial toma por base um contexto mais amplo que a simples ‘paisagem’ uma vez que imbricam fatores como a diferenciação sócio-econômica e cultural dos espaços, as instituições político-administrativas previamente existentes e os níveis de mobilidade da população. Porém, o autor deixa claro que ao lado da paisagem - mais ou menos carregada de atributos ‘naturais’ - temos o ‘tempo espacial’ a ela incorporado, o qual pode fornecer referenciais identitários não só geográficos, mas também históricos, ou seja geo-históricos.

Em Goiânia, o patrimônio é referência no espaço e no tempo. Ele compõem a paisagem e história da cidade e emerge nas imagens como uma forma de representar uma relação orgânica entre o passado e o presente. As representações de Goiânia, conforme aludido, fundamentam-se na paisagem da arquitetura tradicional e dos inúmeros parques urbanos, no modo de vida e na história da cidade. Observa-se, entretanto, que essas paisagens, geralmente, são tratadas apenas pela aparência visual e não por suas dimensões culturais.

Subsidiados nas colocações de Vargas (2007) sobre a relação identidade, território e paisagem, partimos do principio que a paisagem de Goiânia traduz efetivamente as

representações e a construção da identidade da cidade e do povo que nela vive, definindo e absorvendo suas características, hospedando os lugares vividos e a se viver. Consequentemente, a paisagem constitui-se em categoria de estudo que abrange os aspectos objetivos e subjetivos das relações que nela celebram.

Outro caminho para essa reflexão é o sentido de lugar, considerado como suporte essencial da identidade. O lugar/espço vivido é aqui concebido como um campo de valores ligado à forma como os indivíduos apreende a cidade e entram em relação com ela. (ALMEIDA, 1998). “Porque participa inteiramente da vida dos indivíduos e dos grupos, o lugar influencia, até mesmo constrói, tanto subjetivamente, como objetivamente, identidades culturais e sociais.” (BOSSÉ, 2004, p. 166). Apesar, não há como negar a importância dos lugares como elementos mediadores na construção das identidades.

As representações de uma cidade tanto podem ser positivas quanto negativas. Quando positivas podem, por um lado, contribuir para atrair investimentos e visitantes. Por outro lado essas representações podem estimular a geração de sentimentos de apego dos moradores com a cidade. Dessa maneira a feição com os lugares se evidencia na apreciação da imagem e nos atributos que ela ressalta, os quais podem ser resultados tanto do ambiente físico quanto de crenças, valores e símbolos compartilhados pela sociedade. O lugar se faz representar, se dá a conhecer concretamente pelas suas imagens, que são seus signos e atuam como formadoras do imaginário. Nesse caso, as representações expressam a identidade do lugar e com o lugar. Nas palavras de Hall (2006, p.72) o lugar é o ponto de práticas sociais específicas que nos moldaram e nos formaram e com as quais nossas identidades estão estreitamente ligadas. “O lugar é a base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitante-identidade-lugar”, complementa Carlos (1999, p. 20).

Essa discussão tem implicações que ultrapassam o uso físico das ruas, praças, parques, monumentos. O uso desses espaços é, sobretudo, social e simbólico. Não obstante, o homem só percebe o espaço em que vive quando participa ativamente da sua concepção. Por isso, o papel do lugar em que se vive é determinante no estudo da identidade social, além de um quadro da vida, ele é um espaço de experiências acumuladas que permitem reavaliar o passado e indagar o presente e o futuro.

Bossé (2004, p.170) argumenta que o “se o lugar é reconhecido como uma sede – fonte e refúgio, santuário e cadinho – de identidade, e encontra justamente um papel conceitual central na geografia cultural, é preciso compreender por que e como as identidades se formam localmente”. Nessa perspectiva e, principalmente, no âmbito das abordagens humanista e cultural da Geografia - centradas nos significados atribuídos à natureza e às construções humanas - que propomos o estudo das representações e a partir delas da identidade urbana.

A Geografia Cultural explora uma pluralidade de interpretações, evidenciando principalmente a subjetividade humana, a cultura, os valores e o imaginário do indivíduo ou dos grupos sociais como características marcantes da identidade espacial. Assim, partilhamos da concepção de Bossé (2004, p.177) de que todo “imaginário social e cultural está impregnado de “signos” geográficos mais ou menos sofisticados, compreendendo todas as espécies de representações de lugares, de espaços [e de paisagens] que se articulam de maneira mais ou menos fiel, coerente e eficaz nos discursos identitários”.

Ainda a concluir.

O panorama aqui exposto instiga-nos algumas reflexões: Os goianienses conhecem a cidade e se reconhecem nela por meio dessas representações? As representações sobre Goiânia caracterizam-se em múltiplas identidades para a cidade e seus habitantes?

Quais as relações de poder definem essas identidades? Os moradores de Goiânia aceitam ou não essas identidades? Qual a influência das paisagens de Goiânia e/ou da região na construção das representações da cidade? Quais ou quais identidades partem do reconhecimento da comunidade em relação aos atributos da paisagem da cidade?

O desdobramento destas questões, ainda em investigação, implica em entender os possíveis efeitos das representações nos hábitos da população e na construção das identidades e, constitui um desafio, aqui posto, que certamente poderá contribuir para a emergência da pluralidade de leituras da cidade.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Maria Geralda de. Diversidade paisagística e identidades territoriais e culturais – Brasil Sertanejo. In: ALMEIDA, M. G. de; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Orgs). *Geografia e Cultura: os lugares da vida e a vida dos lugares*. Goiânia: E. Vieira, 2008, p. 47-74.

_____. Em busca do Poético do sertão. *Espaço e cultura*, UERJ, Rio de Janeiro, n.6, p.35-45, jul/dez, 1998.

BOSSÉ, Mathias Le. As questões de identidade em Geografia cultural. In: ROSENDAHL, Zeni; CORRÊA, Roberto L. *Paisagens, textos e identidade*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004, p. 157-179.

CARLOS, Ana Fani A. *O lugar no do mundo*. São Paulo: Hucitec, 1999.

CARVALHO, Gisélia Lima. *Identidade e região: a construção de um “nordeste” em Goiás*. 2003. 167 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), UFG, Goiânia, Goiás.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. 2ª ed, São Paulo: Paz e Terra, 1999.

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.

COELHO, Gustavo Neiva. O Art Déco e a Política Modernizadora na Fundação de Goiânia. In: BOTELHO, Tarcísio Rodrigues (Org.). *Goiânia: cidade pensada*. Goiânia: Ed. Da UFG, 2002.

CORRÊA, Roberto Lobato. A geografia cultural e o urbano. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (orgs.). *Introdução à geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 167-186.

_____. Cultura e cidade: uma breve introdução ao tema. In: CARLOS, Ana F. A.; LEMOS, Amália, I. G. (Orgs). *Dilemas do Urbano: novas abordagens sobre a cidade*. São Paulo: Contexto, 2005, p.157-160.

COSGROVE, Denis; JACKSON, Peter. Novos rumos da Geografia cultural. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (orgs.). *Introdução à geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 135-146.

CRUZ, Valter do Carmo. Territórios, Identidades e lutas sociais na Amazônia. In: ARAUJO, F.G.B de; HAESBAERT, R. (Orgs). *Identidades e territórios: questões e olhares contemporâneos*. Rio de Janeiro: Acess, 2007, p. 93-122.

FIGUEIREDO, Paulo A. de. O Brasil comeu espinafre. *Oeste revista mensal*. Goiânia, a. 1 n.1 p 5, jul, 1942 .

GARCÍA, Fernanda Ester Sanches. Curitiba anos 90: a imagem urbana revisitada. In: SOUZA, Célia F. de; PESAVENTO. Sandra J. (Orgs). *Imagens urbanas: os diversos olhares na formação do imaginário urbano*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1997, p. 161- 180.

GOMES, Margareth. O goiano existe? *Opopular*. Goiânia, 7 abril, 2002. Caderno Magazine, p.1.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11 ed. Rio de Janeiro DP&A, 2006.

HAESBAERT, Rogério. Identidades territoriais: entre a multiterritorialidade e a reclusão territorial (ou: do hibridismo cultural à essencialização das identidades). In: ARAUJO, F.G.B de; HAESBAERT, R. (Orgs). *Identidades e territórios: questões e olhares contemporâneos*. Rio de Janeiro: Acess, 2007, p. 33-56.

_____. Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade. In: HEIDRICH, A. et al. (Orgs). Porto Alegre: EdUFRGS, 2006.

_____. O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____. Identidades territoriais. In: ROSENDAHL, Zeni; CORRÊA, Roberto L. *Manifestações da Cultura no espaço*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999, p.169-190.

_____. “Gaúchos” e baianos no “novo” Nordeste: entre a globalização econômica e a reivenção das identidades territoriais. In: CASTRO, I, et al (orgs). *Brasil: questões atuais sobre a reorganização do território*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

LINCH, Kevin. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins fontes, 1988.

KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer história com imagens: arte e cultura visual. *ArtCultura*, Uberlândia, v.8, n.12, 2006.

MORAES, Antônio Carlos Robert. *Ideologias geográficas*. São Paulo: Annablume, 2005.

PAIVA, Antonio Cristian Saraiva. Novos cenários sociais, nova cena subjetiva. In: _____. *Sujeito e laço social: a produção de subjetividades na arqueologia de Michel Foucault*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

PENNA, Maura. *O que faz ser nordestino: identidades sociais, interesses e o “escândalo” Erundina*. São Paulo: Cortez, 1992.

PEREIRA, Eliane M. C. Manso. Goiânia, filha mais moça e bonita do Brasil. In: BOTELHO, Tarcísio Rodrigues. (Org). *Goiânia: cidade pensada*. Goiânia: Ed. da UFG, 2002, p.13-70.

PESAVENTO. Sandra Jatahy. Cidade maldita. In: SOUZA, Célia F. de; PESAVENTO. Sandra J. (Orgs). *Imagens urbanas: os diversos olhares na formação do imaginário urbano*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1997, p. 25-42.

SERPA, Ângelo. *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo: Contexto, 2007.

SILVA Clarinda A.; MANCINI, Cristiane R. *Percepção do patrimônio cultural art déco de Goiânia: caminhos de identidade local, caminhos de turismo*. 2007. 38 f. Relatório (Pesquisa de Iniciação Científica). Centro Federal de Educação Tecnológica de Goiás, Goiânia, Goiás.

UNES, Wolney. Apresentação. In: BLUMENSHEIN, Marilda R. P., LUCENA, Regina M. M. Silveira, GOMES, Paulo Vinícius. *O art déco em Goiânia: um itinerário de leitura*. Goiânia: Centro Editorial e Gráfico, 2004.

VARGAS, Icléia A. de. Paisagem, território e identidade: um abordagem da Geografia Cultural para o Pantanal Mato-grossense. In: KOZEL, S.; SILVA, J. da Costa; GIL FILHO, S. (Orgs). *Da percepção e cognição à representação: reconstruções teóricas da geografia cultural e humanista*. São Paulo: Terceira Margem; Curitiba NEER, 2007, p.158-178.