



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSORA ORIENTADORA: CLAUDIA BUSATO
ÁREA: COMUNICAÇÃO SOCIAL

**CEILÂNDIA,
A cidade como espaço de comunicação**

Thiago Pereira dos Santos Lucas
RA 20264767

Brasília, Maio de 2007

THIAGO PEREIRA DOS SANTOS LUCAS

**CEILÂNDIA,
A cidade como espaço de comunicação**

Trabalho apresentado à
Faculdade de Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito parcial
para a obtenção ao grau de
Bacharel em Comunicação
Social com habilitação em
Jornalismo do UniCEUB –
Centro Universitário de Brasília

Prof . Mestre Claudia Busato

Brasília, Maio de 2007

THIAGO PEREIRA DOS SANTOS LUCAS

**CEILÂNDIA,
A cidade como espaço de comunicação**

Trabalho apresentado à
Faculdade de Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito parcial
para a obtenção ao grau de
Bacharel em Comunicação
Social com habilitação em
Jornalismo do UniCEUB –
Centro Universitário de Brasília

Banca Examinadora

Prof. Cláudia Busato
Orientadora

Prof. Rosângela Zorzo
Examinador

Prof. Ursula Diesel
Examinador

Brasília, Maio de 2007

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha avó, Leya Pedroso, pelo carinho, apoio e pela forte perseverança com que lida diante da vida, exemplo que me serve para enfrentar os momentos difíceis, transformando-os em oportunidades para meu crescimento. À ela, meu muito obrigado.

AGRADECIMENTOS

Ainda que a elaboração de uma monografia seja uma jornada essencialmente solitária, muitas pessoas contribuíram para que ela fosse bem sucedida. Por suas palavras, silêncios, gestos, intenções, pensamentos, preces, atitudes, exemplos e presenças, eu agradeço:

À meus pais, Fernando e Evelyn Lucas, pois sem eles eu não existiria. Aos meus amigos nas pessoas de Osmar Júnior, Cristiana Luiz, Diogo Régis, Fúlvio Fonseca e Fernando Gomes, companheiros de estrada, tantos, espalhados pelo mundo, formando uma tribo que divide os mesmos sonhos e esperanças de propagar o bem, o belo e o justo.

Aos professores do curso em geral, mas em especial à professora Cláudia Busato, por sua disposição em me orientar, pela paciência, carinho e por sua integridade intelectual, compromisso acadêmico e nobreza de caráter. Sem esquecer de minhas colegas da TV Distrital, Cíntia Vargas e Mara Martinez, por sua sensibilidade e confiança no meu trabalho.

Aos meus verdadeiros colegas do curso de jornalismo pela parceria, pelos momentos caricatos e dramáticos que dividimos. E finalmente, às Inteligências Superiores que protegem os seres humanos e inspiram os que se dedicam às idéias e à produção científica, artística e literária.

*“Cidade construída com energia.
Sobre um terreno cheio de erosão.
É uma prova da grande valentia
De sua varonil e justa população”*

Trecho do Hino Oficial de Ceilândia,
escrito por Emanuel Lima

SUMÁRIO

RESUMO.....	8
INTRODUÇÃO.....	9
1 RADIOGRAFIA DE CEILÂNDIA	12
1.1 CEILÂNDIA: TRAÍDA PELO DESTINO?	13
1.2 CONHECENDO O ESPAÇO E AS PESSOAS	16
1.3 CULTURA E COMUNICAÇÃO	20
2 A SEMIÓTICA E AS FORMAS URBANAS	24
2.1 AS MEDIAÇÕES NO CONTEXTO URBANO	28
2.2 A CIDADE VIRTUAL	30
2.3 UMA TIPOLOGIA DOS LUGARES	32
3 A IMAGEM, E AS FORMAS SIGNIFICATIVAS	34
3.1 UM OLHAR SEMIÓTICO PARA OS LUGARES	36
CONCLUSÃO	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

RESUMO

A comunicação está presente em todas as formas de manifestação dos seres humanos, mas se diversifica quanto às linguagens com as quais se representa. O conceito de que a informação está contida apenas nos meios comuns como a TV, o rádio e o impresso de certa maneira, impede que a maior parte das pessoas estejam atentas ao universo de trocas simbólicas que ocorre despercebidamente no cotidiano, tão pertinentes quanto as mídias populares. Este trabalho tenta de modo inovador chamar a atenção para a comunicação urbana incrustada no espaço e em suas formas arquitetônicas, através da semiótica visual explorando os signos mediadores da comunicação e escolhendo como foco a Região Administrativa de Ceilândia, sua história e cultura.

INTRODUÇÃO

É fato que a comunicação é a responsável, em grande parte, pela exclusão ou inclusão das comunidades no mundo globalizado. Desde essa premissa, a presente pesquisa detectou que no âmbito do Distrito Federal a comunicação flui de maneira diversificada, direcionada a princípio aos acontecimentos de Brasília e, em menor escala e grau de importância, para uma peculiar polarização das diferentes Regiões Administrativas à sua volta. Os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação abordam, primeiramente, os aspectos negativos destas cidades, deprimindo demandas em favor de coberturas de destaque e esquecendo de valorizar questões de importância regional, manifestações culturais, das iniciativas populares para o desenvolvimento local, como se as “Satélites” fossem o resto que não merece qualquer visibilidade. A partir dessa observação surgiram outras dúvidas, inerentes ao processo comunicativo, como quais seriam as formas principais de comunicação nas cidades, por que não há visibilidade dos acontecimentos locais entre seus habitantes, além do fator segregador justificado pela própria geografia. A pergunta inicial foi: por que não existe o sentimento de identidade cultural, de pertença, nos indivíduos dessas localidades? Todas estas perguntas estavam soltas.

Então como funciona e qual o papel da verdadeira comunicação desempenhado nas cidades-satélites? Elas realmente abdicam de todo conteúdo local para serem absorvidas nos noticiários mais “elitizados” que atendem preferencialmente as demandas do Plano Piloto, ou na realidade não encontram necessidade de estarem representadas diante das mídias que pontuam os acontecimentos e fatos para todo o Distrito e não só a capital? Entendeu-se que para compreender o fluxo da informação no quadrangular Federal seria necessária uma grande quantidade de recursos e disponibilidade de tempo para adentrar no universo das regiões e esmiuçar as formas de vida, o caráter econômico, histórico e cultural.

Assim, o objeto ganhou contornos próprios na escolha de uma entre as mais de vinte cidades-satélites do DF, sobrando duas alternativas de caminhos para começar a pesquisa: definir e examinar as mídias oficiais locais, optando por apenas uma delas, ou pesquisar a própria cidade como um grande espaço de comunicação, representado por diferenciadas formas simbólicas, construções arquitetônicas, costumes e tradições. A escolha foi pela segunda opção por ser mais abrangente e mais interessante do ponto de

vista inovador de uma reflexão sobre a comunicação nas cidades. O cenário escolhido foi Ceilândia, a maior e mais populosa cidade do Distrito Federal, com cultura e tradição nordestina marcantes.

A pesquisa busca um diálogo com autores da semiótica visual, da antropologia da comunicação urbana, da geografia humana e incita um novo olhar sobre as formas apontadas por eles, reveladoras da presença de uma lógica sistêmica, social e local, moldada pelas formas de produção e de interação dos habitantes. A máscara urbana está impregnada de signos mediadores que contém o colorido dos valores sociais identificáveis e passíveis de interpretação, com o que indivíduos interagem sem perceber os vários matizes destes estímulos. São cenários de acontecimentos e moinhos que conduzem o curso das experiências diárias.

Trabalhando com a semiótica do espaço, o primeiro capítulo faz uma radiografia da cidade mostrando sua história e trazendo dados relevantes com intuito inicial de apreender a dinâmica do ambiente. Entra o conceito de espaço e um pouco de comunicação e cultura. O segundo capítulo é dedicado à teoria da semiótica do espaço num diálogo entre os autores sobre o conceito de mediação, central para o encaminhamento dessa pesquisa, entre outros. A primeira parte do terceiro capítulo comenta a importância da imagem e é feita a análise de alguns pontos previamente escolhidos de Ceilândia que se destacam.

O método consistiu em visita periódica da região pautada pela observação, pelas anotações sensoriais e pela percepção através da semiótica aplicada do que cada lugar ou região quer dizer ou representa. Os capítulos são subsidiados, também, por conversas informais, relatos, levantamentos de dados em locais representativos da cidade como a Administração Regional, o Centro Cultural de Ceilândia, *websites* com conteúdo específico voltado para a cidade e a bibliografia.

A importância deste trabalho está na distinta leitura da cidade como comunicadora, consistindo em um desafio ao observador que tem de se munir das experiências particulares ao mesmo tempo em que se obriga a deixá-las para trás, renovando a percepção do objeto que muda. É um processo de confrontação permanente com os diferentes ambientes, que busca entender o cotidiano da vida de pessoas comuns para, fragmentando-se, ser submetido a posterior análise até a identificação das particularidades e da cidade como um todo. A cidade fala por si só e as pessoas estão imersas, mesmo que inconscientemente, nessas camadas de linguagens e tipologias

representadas pelas formas. A cidade é esse espaço de comunicação que se pode folhear em sentidos.

1 RADIOGRAFIA DE CEILÂNDIA

De Brasília, em média, percorridos 25 quilômetros pela EPTG (Estrada Parque Taguatinga) ou pela Via Estrutural, chega-se à cidade de Ceilândia. Nas proximidades da cidade a paisagem já não é tão aprazível, indicador da visível diferença de ordenamento urbano entre ela (ou mesmo outras satélites) e o Plano Piloto. De longe se avistam construções humildes quase sem área verde, dispostas com pouca ordem, configurando-se em um ambiente característico e, ao mesmo tempo, muito distante do modelo de modernidade proposto por Oscar Niemeyer na vizinha Brasília. Ali, como em outras cidades satélites – como são popularmente conhecidas – se cria uma relação de aproximação e distanciamento com a arquitetura elitista brasiliense. Afinal, a razão de ser desse espaço apelidado – de satélite – foi propriamente o de separar as comunidades faveladas que se espalhavam pela capital.

A iniciativa de criar Ceilândia em 1969, veio da necessidade diagnosticada nove anos após a fundação da capital de realocar uma massa composta por quase 80 mil favelados, que excedia ao esquema habitacional previsto na concepção original do Plano Piloto. Estes “novos” moradores viviam em mais de 14 mil barracos na pequena invasão do IAPI, somados a outros agrupamentos denominados Vila Tenório, Vila Esperança, Vila Bernardo Sayão, Vila Colombo, Morros do Querosene e do Urubu, Cural das Éguas e Placa das Mercedes. Esse número era elevado considerando a expectativa proposta pela idealização da capital da República, que pretendia atingir, no máximo, uma população de 500 mil habitantes para todo o Distrito Federal.

Como reforço a tal idéia, naquele ano foi realizado um seminário que discutiu os problemas sociais no DF, onde foi constatado que a favelização era o mais gritante dos problemas e a preocupação era com as inevitáveis conseqüências que poderiam comprometer o futuro da nova capital. O então governador Hélio Prates da Silveira, solicitou imediata erradicação das favelas ao secretário de Serviços Sociais, Otamar Lopes Cardoso, que destacou um grupo de trabalho denominado Comissão de Erradicação de Favelas para efetivar o trabalho de retirada das famílias. Em 1970, a Comissão se transformou na Campanha de Erradicação das Invasões sob a sigla CEI, órgão responsável pela remoção daquelas invasões.

A área escolhida pela CEI para abrigar as invasões pertencia ao Município de Luziânia, antes propriedade da Fazenda Guariroba, e que depois foi desapropriada em

parte pelo Estado de Goiás para ser transferida à União. Na época da determinação de transferir as invasões do DF, a área estava ocupada pelos Ministérios do Exército, da Aeronáutica e das Comunicações, mas foi cedida ao Governo do Distrito Federal para a implantação da nova cidade.

O processo de assentamento das famílias levou cerca de nove meses. Previamente, foram demarcados 17.619 lotes, de 10x25 metros numa área de 20 km². A partir de 10 de agosto de 1988, sob o decreto nº 11.194/88, a área da regional aumentou o limite de extensão, passando para 231,96 km², modificando seus limites. Somente em 27 de março de 1971, Hélio Prates lançou a pedra fundamental da nova cidade, cujo aniversário é comemorado na mesma data por força do decreto n.º 10.348, de 28 de abril de 1987 ¹.

1.1 CEILÂNDIA: TRAÍDA PELO DESTINO?

A nova localidade foi batizada com o nome de Ceilândia, um casamento da sigla CEI com o sufixo de origem norte-americana *land*, que numa espécie de neologismo, tornou-se “lândia”. É interessante refletir acerca do nome escolhido para a cidade. De certo modo, possui um caráter segregador por se referir à condição inicial do aglomerado, de “invasão”, de intrusos, e que pelo sufixo *land* permite associar a “isolados em uma ilha”. O nome de batismo escolhido deveria ser outro pensando na proposta de formação da nova cidade que era, além de manter o padrão urbano de Brasília, também transpor as comunidades que formavam as favelas para um novo ordenamento coletivo que as acolhesse dignamente e propiciasse melhores condições de vida.

Com o passar do tempo foram acrescentados novos logradouros e setores habitacionais na cidade, que mais por iniciativa da política populista e clientelista de uma faixa do governo, ofertou lotes como doação para os mais carentes. De forma resumida, os setores habitacionais em destaque hoje na cidade são conhecidos como: QNM, QNN, Guariroba, QNO ou Setor O, Setor P Sul e P Norte (QNP), QNR, e ainda em vias de regularização a Expansão do Setor O, e alguns condomínios. Ao todo são 91 quadras residenciais e 63.500 lotes intercalados por áreas de comércio local, igrejas e

¹ Todos os dados do capítulo foram obtidos no *website* oficial da Administração Regional de Ceilândia.

escolas. Existem ainda áreas especiais que abarcam outros espaços comunitários e órgãos públicos.

Todos estes logradouros compõem a maior cidade do Distrito Federal que abriga atualmente, mais de 350 mil habitantes. Pensando em fazer uma radiografia atual da cidade, é importante pensar no que ela se tornou. Diferentemente da proposta inicial de abrigar e separar as classes mais pobres que sufocavam o projeto urbano do Plano, Ceilândia cresceu, e hoje dispõe de uma economia semi-independente, com produção e cultura local que se desenvolvem atraindo e acolhendo pessoas de diferentes lugares do Brasil. Numa reflexão, pode-se dizer que ela configura o resultado de uma mescla cultural que busca uma identidade corpórea particular e alternativa, que foge ao modelo adotado globalmente pelas grandes cidades que seguem a lógica da cultura de massas, atrofiando a sua criatividade local. A cidade pretende unir os costumes da sociedade capitalista ocidental às características singulares que apresenta, a saber, o lado criativo e renovado originado, talvez, da escassez de recursos lá investidos.

Para proceder a uma leitura do que a cidade se tornou é preciso partir do entendimento da influência do espaço na configuração das sociedades e de seus lugares, assim como os processos de comunicação que ocorrem dentro dessa delimitação. Para se traçar o perfil do que é Ceilândia e quem são seus habitantes é preciso revisita-la dentro de um contexto atual, para encontrar seus significados, interpretar seu sistema comunicativo residual, suas práticas e rituais, todos promotores de sua identidade cultural. O antropólogo italiano da Universidade *La Sapienza di Roma*, Massimo Canevacci, afirma que o instrumento principal para o estudo das cidades pelas Ciências Sociais, hoje, dentro do parâmetro epistemológico contemporâneo, é a antropologia da comunicação urbana como se verifica a seguir: “O modo como uma determinada cidade comunica o seu estilo particular de vida, o seu *ethos*, o conjunto dos valores, crenças, comportamentos explícitos e implícitos que os antropólogos costumam chamar de cultura”.²

Para Canevacci, a comunicação se dá num terreno de conflitos (de classe, sexo, pontos de vista, etnicidade, ideias e inovações, de produção e de consumo, entre atores e espectadores), mas que permite compreender as relações de poder presentes, bem como as estratificações sociais e a formação de classes. Assim, nos capítulos que se seguem serão apontadas, de forma resumida, algumas das variáveis como o homem, os

² CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica*. Studio Nobel, São Paulo, 1993, p.20.

objetos, as empresas, as instituições e os elementos sígnicos que as compõem (os monumentos e a forma-ambiente construída) como ponto inicial para entender a dinâmica das relações na cidade.³

³ Dados do parágrafo obtidos no *website* oficial da Administração Regional de Ceilândia.

1.2 CONHECENDO O ESPAÇO E AS PESSOAS

Nessa grande área abrangente dividida em áreas urbanas, rurais e ecológicas, é possível se ter uma noção do quão densa tornaram-se as relações. Elas se dão baseadas nos limites impostos pelo lugar, tanto por sua geografia natural, como pela sua paisagem urbana, acoplando suas adversidades e bonanças. Roberto da Matta define esse conceito complexo de sociedade:

A sociedade é uma entidade que se faz por meio de um sistema complexo de relações sociais, e os que se impõem aos seus membros, indicando – tal como acontece numa peça de teatro ou num cerimonial – tudo aquilo que é estritamente necessário e tudo o que é dispensável ou superficial para que se possa criar e sustentar o evento que se deseja construir.⁴

O princípio para se entender o funcionamento de qualquer local e a sociedade que nele se transforma com o tempo parte-se do entendimento de como seu espaço foi formado. Nele se reúnem toda a materialidade e a vida que o anima. Por isso, há a necessidade de se racionalizar a concepção desse espaço na contemporaneidade, a idéia particular de tempo e a idade, percebendo a coerência funcional do cotidiano em suas relações objetivas e intersubjetivas. Cada lugar representa o mundo mas ao mesmo tempo, possui próprios valores locais. O geógrafo Milton Santos comenta essa impossibilidade de separar globalidade de localidade, e ainda sugere a obrigatória leitura dos lugares a partir do espaço habitado, afim de se obter resultados científicos necessários. “O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações, não consideradas isoladamente, mas como quadro único no qual a história se dá”.⁵

No caso específico de Ceilândia, é preciso pensar na organização dos subsistemas locais percebendo o sistema social atípico e passivo que demonstra certa submissão em relação ao Plano Piloto, modelo referencial do Distrito Federal. A história do DF unida ao seu caráter existencial demonstra a realidade classista e demarcatória de um espaço que distingue, claramente, a elite, da massa. Daí se observa o que o antropólogo Roberto da Matta chama de “conceitos comuns da sociedade brasileira”, e que vem da demarcação espacial ordenada de forma “sub-urbana”, que origina a categoria

⁴ MATTA, Roberto da. *A casa & a rua, espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000, p.13.

⁵ SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1997 p.51.

“suburbana”. Essa noção vem “sempre no sentido de uma gradação ou hierarquia entre centro e periferia, dentro e fora”, diz o antropólogo⁶ A sociedade brasiliense, de certo modo, pactua com esse conceito de segregação na medida em que concorda com o isolamento das classes menos abastadas com o propósito de não ferir ou desvirtuar a sua imagem visual urbana sustentada por um ideal de urbanidade que é descontínuo ao se observar as demais capitais e grandes cidades do País.

Partindo para uma observação cognitiva, apreendem-se no relato as variáveis significativas de Ceilândia. Grandes avenidas, como no centro, abrigam uma infinidade de elementos que quantificam e qualificam a realidade local. Numa simples caminhada é possível perceber as trocas entre as pessoas, que lembram cidadezinhas do interior, onde as pessoas sentadas ao meio fio, nas calçadas ou em bancos de praças que conversam, esbravejam, riem alto, algumas dançam, paqueram, e que parecem cumprir seus compromissos ignorando, relativamente, a temporalidade. O tempo dos ceilandenses é o tempo da realização do trabalho e das atividades do cotidiano. “A proximidade pode criar a solidariedade, laços culturais e desse modo, a identidade”⁷. O espaço, o tempo e a população local estabelecem uma conexão, intimista, que desemboca num sistema que propicia as interações entre eles e o meio.

O perfil dos moradores é vasto. A cidade abriga o maior número de desempregados do DF e possui a 19ª renda *per capita* do Distrito, em média R\$323,00⁸. Encontra-se em um mesmo esquema inúmeras classificações étnicas e sociais na esfera da cidade. Há todos os tipos de profissionais, áreas acadêmicas, credos, representantes do setor público e privado. Como em outras Satélites, Ceilândia também carrega o estereótipo de cidade-dormitório, isto é, parte de seus habitantes saem das cidades para trabalhar no centro (Brasília), possivelmente pela concentração econômica e do serviço público na área. Mas há famílias em que todos os integrantes trabalham e que, diferente de grande parte dos cidadãos ceilandenses, as atividades não acontecem fora dela. Alguns não trocam de cidade por gostar de viver ali, e buscam o Plano apenas por questões financeiras e para uma formação acadêmica. Outros querem viver fora da satélite, pois sua vida pessoal e profissional se concentra na capital brasiliense.

⁶ MATTA, Roberto da. *A casa & a rua, espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000, p.32.

⁷ GUIGOU, Jean-Louis *apud* SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1997, p.56.

⁸ Dados obtidos na Administração Regional de Ceilândia pela PDAD – Pesquisa de Amostragem por Domicílio realizada em 2004.

Continuando as andanças, se vê uma grande massa comercial desagregada, sem organização e limites concretos. A cidade abriga cerca de 4.500 estabelecimentos comerciais (entre formais e informais) e 1,6 mil indústrias, constituindo uma população economicamente ativa, de mais de 160 mil pessoas ⁹. As entrequadras seguem um padrão: dois blocos comerciais, duas paradas de ônibus, áreas especiais destinadas às escolas e instituições sociais e outros. Nelas também estão enrustidos muitos estabelecimentos, aos quais a população recorre e que, iconicamente, remetem aos comércios do interior; são atividades ainda encontradas como profissão – chaveiros, sapateiros, costureiras e locais como mercadinhos, sacolões, bares, padarias, uma série de empreendimentos humildes que recriam a atmosfera interiorana. Fora, as grandes franquias lojistas dos setores de móveis, eletro-eletrônicos, roupas, calçados, financeiras, com um mar de promoções que tirou dos pedestres o direito de andar nas calçadas. Há também placas, faixas, outdoors e placões por todos os lados. O tecido visual é tortuoso.

A própria característica da cidade de ter sido uma erradicação, marcou sua arquitetura de base com o crescimento desenfreado, sem um rigoroso ordenamento territorial. Há núcleos habitacionais comuns, mas também há uma multiplicidade de outros exemplares residenciais com quadras ditas “nobres”, que oferecem mais segurança, saneamento e moradias mais sofisticadas, acima do padrão geral. E outras que vão desde as mais humildes até as invasões. Os loteamentos na maior parte são habitados por famílias de três ou mais pessoas, e contêm, às vezes, até três gerações da família convivendo na mesma casa.

A complexidade particular no trânsito se deve à concentração de ruas muito estreitas, esburacadas, ao exagero de sinalização que, misturada à publicidade local, confunde motoristas e pedestres. A quantidade de carros, mesclados entre veículos novos e velhos, dividindo o tráfego com ônibus, caminhões e o transporte alternativo também contribuem para instaurar uma ambiência urbana caótica. Muitos nem tem carro, mas neste caso há que se considerar a renda *per capita*, cujo percentual da massa é inferior aos habitantes do Plano Piloto. Em Ceilândia o visitante vê carros de som pelas ruas, trios elétricos, bicicletas-anúncio e motoboys que anunciam as ofertas do dia. A aparência é da inexistência de um plano de crescimento retilíneo ou mesmo uma segmentação comercial embasada em critérios rigorosos de urbanização. O conceito de

⁹ Dados coletados no censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Estatística e Geografia – IBGE em 2000.

construção do espaço comercial se baseia no desenvolvimento gradativo da cidade e na evolução espontânea por que passam as comunidades locais.

Após anos cerceada pela falta de infra-estrutura e o descaso político, o Governo do Distrito Federal resolveu implantar na região o Plano Diretor Local – PDL,¹⁰ que tem como principal finalidade estabelecer regras de uso e ocupação do solo, atentando à qualidade de vida e ao desenvolvimento sócio-econômico da cidade. Em paralelo ao PDL há o movimento dos técnicos da Administração Regional de Ceilândia e do IPDF, que trabalham no sentido de traçar o perfil da regional, identificando sua vocação de ativo pólo econômico do Distrito Federal e objetivando atrair investimentos para a auto-sustentação da cidade.

Para uma construção científica do espaço, todas essas percepções são relevantes e fornecem subsídios para compreender as peculiaridades daquela comunicação urbana. Apontam-se ângulos, cenas do cotidiano, cruzamentos, centros urbanos, praças e uma infinidade de setores que causam vertigem no observador que, em dado momento, se perde na leitura cognitiva por causa da imersão na novidade dos signos e símbolos apreendidos. A recepção é feita de forma diferente daquele que vive no lugar. A pesquisadora da PUC-SP, Lucrecia D'Aléssio Ferrara, valida esses estímulos (signos) como primordiais para o entendimento da diversidade sócio-comunicacional do lugar. Seria o que ela chama de “vi-ver a cidade”.

Os lugares produzem uma relação entre estímulos sensíveis: visuais, olfativos, volumes e rugosidades, mais os afetos, alegrias, tristeza, luxo e pobreza do cotidiano. Essa totalidade mostra que a cidade não é a soma dos seus lugares, mas a relação entre eles; de modo que a visibilidade de um implica na produção dos demais; uma complexidade científica.¹¹

Pode-se concluir, então, que o espaço, carregado da totalidade das suas formas materiais, é a mais nova expressão empírica das cristalizações do passado e do presente, dos indivíduos e da sociedade, que traduz em formas sociais as novas configurações dos ambientes e das paisagens. Disso ainda derivam os aspectos culturais e as formas de relação dos indivíduos, que serão discutidos à frente.

O lugar que foi criado para acolher os desfavorecidos, ainda atrai moradores de outras localidades que vislumbram na capital da República a chance de um futuro melhor. São os migrantes oriundos do campo por causa da modernização agrícola, ou do inchaço populacional que causa o expurgo das grandes metrópoles, e faz com que sejam

¹⁰ Aprovado pela Lei Complementar nº. 314, de 1o de setembro de 2000.

¹¹ . FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. *Design em Espaço*. Rosari, São Paulo, 2002, p.129.

buscados atrativos oferecidos por outros lugares em oposição às condições precárias de onde vêm. A migração desenfreada causou e ainda causa sérios problemas para o Distrito Federal, como desemprego, violência, queda da qualidade dos serviços públicos, por exemplo, como o atendimento em hospitais do governo.

Em contrapartida, desenha um traço positivo na emolduração cultural possibilitando a mescla das experiências regionais. Ao contrário das classes média e alta que seguem o padrão de consumo da cultura de massas, as faixas suburbanas por não poderem acompanhar o efervescente ritmo capitalista acabam apelando à criatividade e criando seus agenciamentos culturais. Após isso, devido à tecnologia e à democratização dos meios, torna-se própria referência cultural de estudo, como sugere Milton Santos:

Em nossos dias a cultura popular deixa de estar cantonada numa geografia restritiva e encontra um palco multitudinário, graças às grandes arenas, como os enormes estádios e as vastas casas de espetáculo e de diversão, e graças aos efeitos ubiqüitários trazidos por uma aparelhagem tecnocrônica multiplicadora.¹²

A presença delas – as culturas populares – aumenta e enriquece a diversidade sócio-espacial que tanto se manifesta em bairros e localidades tão distintas, quanto às formas particulares de trabalho e vida. O fator cultura também atua como determinante para mensurar as variáveis e os objetos que compõem os lugares.

1.3 CULTURA E COMUNICAÇÃO

O intenso crescimento demográfico unido à baixa renda *per capita*, fez com que a população de Ceilândia se mobilizasse e se organizasse em vários movimentos populares como associações de moradores e comerciais, as entidades de classe, entre outras que estabelecem diversas frentes às dificuldades do cotidiano e lutam por mais qualidade de vida, não se restringindo apenas à precariedade da estrutura, mas se estendendo ao combate dos mecanismos desenvolvimentistas pela exclusão social. Esses processos, que seria arrazoado chamar de humanismo sócio-cultural, pedem a necessidade de interação entre os moradores da cidade, pois as relações se tornam permeáveis pela a identificação dos mesmos relatos de experiências e de um passado comum, e que resultam em um processo comunicacional e de produção.

¹² SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1997, p. 123.

É importante ressaltar a grande influência das regiões norte e nordeste, aspecto que marca a cidade em sua pluralidade cultural. Ceilândia é considerada a segunda maior cidade nordestina fora de sua Região, atrás de São Paulo, e mais de 106 mil pessoas ou 32% da população ¹³, tem originalmente alguma descendência do povo nordestino. Essa presença se destaca, por exemplo, pela quantidade de feiras-livres, no total 13, espalhadas por todos os setores da cidade, pela preferência da sonoridade regional nordestina, a típica alimentação, a religiosidade e a linguagem. O que não quer dizer que a pretensa “homogeneidade regional” não possa estar imbuída de alguns costumes nativos do Centro-oeste, e paralelamente, da agregação social proporcionada pela absorção de outras manifestações típicas e urbanas.

Quanto ao aspecto da religiosidade, é marcante a influência das crenças sobre a população, resultado de fatores como baixa renda e da força da tradição da cultura popular nordestina. Há grande espaço ocupado pelo catolicismo, porém uma instituição em queda visto que há um número muito maior de templos dedicados aos cultos evangélicos, espíritas e às religiões afro-brasileiras. Segundo a Administração, são aproximadamente 16 igrejas católicas, 150 igrejas protestantes e 18 centros espíritas. Outra influência marcante está no esporte. Mesmo com a falta de incentivos, o esporte amador é uma alternativa significativa para a comunidade local, sobretudo na socialização e no lazer.

A região já exportou talentos como o morador Valdenor Pereira dos Santos, vice-campeão de 1989 da tradicional corrida de São Silvestre, Edgar de Oliveira Martins, campeão Sul-americano dos 5.000 metros, entre outros para campeonatos no Brasil e exterior. Atualmente, são 02 ginásios e 45 quadras poliesportivas, 14 praças, 02 clubes (Ceilandense e Flamengo Tiradentes), 50 campos de futebol *society*, 48 campos de futebol amador, sendo 01 deles iluminado, e o Estádio de Futebol Abadião com capacidade para 5 mil pessoas.

Conforme atenta Lucrecia Ferrara, é fundamental recorrer ao entendimento das formações culturais locais para entender o processo comunicativo das cidades. Para a pesquisadora, os símbolos formais e informais contidos nas comunidades constróem as identidades e a maneira de vida delas. A comunicação é decorrente da relação entre os indivíduos e deles como pertencentes a uma comunidade:

¹³ Dados coletados pela Administração Regional de Ceilândia na PDAD - Pesquisa de Amostragem por Domicílio de 2004.

A identificação dos elementos de mediação materiais ou interpessoais permite entender o processo de comunicação que ocorre nas cidades [...] Na cidade, a cultura é construída e o modo de ser dessa construção constitui elemento de mediação e de comunicação de sua identidade urbana; porém, ambas se distinguem pela maneira como se concretizam e pela possibilidade de sua decodificação.¹⁴

Como dito por Ferrara, a cidade está condicionada às formas de estrutura social na qual uma cultura se constrói. Todos os seus aspectos estão subordinados às questões básicas de origem, reconhecimento, e identificação no interior do que os indivíduos e tudo o que interage com eles se coordena. Os conjuntos de valores vão se construindo e reconstruindo pela ação da interatividade, baseados nas dicotomias: o eu para mim mesmo, o outro para mim, e o eu para o outro. Milton Santos confirma a afirmação da pesquisadora e defende que há uma série de fatores observados no processo comunicacional:

Nas grandes cidades, para que a interação aconteça é preciso levar em conta as infra-estruturas presentes e suas normas de utilização, pelo mercado territorialmente delimitado e pelas possibilidades de vida cultural localmente oferecidas pelo equipamento existente.¹⁵

No caso de comunidades humildes como Ceilândia, o geógrafo ainda salienta essa particularidade, da baixa renda, como determinante para a criação e aceleração das formas com que se dão as relações e as trocas de conteúdo: “O conteúdo comunicacional numa realidade menos abastada se dá de forma maior pela percepção mais aguçada e clara das situações pessoais ou de grupo e às afinidades de destino, econômicas ou culturais”.¹⁶

Por isso, num contexto semelhante de vida, os habitantes se identificam pelas características básicas de um sistema capitalista atrasado e criam dentro das próprias possibilidades de interação, novas formas de interagir com o meio e entre si. Mas, mesmo que a comunicação seja a base fundamental de qualquer tipo de sociedade e dela provenham todas as situações que permeiam a vida das pessoas, existe a possibilidade de que haja a comunicação com tudo e todos, sem a transmissão de qualquer informação especializada, técnica, aprofundada. Como também há a troca de informação sem a formação de um laço social. Um exemplo disso é a relação das pessoas com a arquitetura urbana da cidade que flui com as formas simbólicas da cidade, dando a estas

¹⁴ FERRARA, Lucrecia D`Aléssio. *Design em espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.139.

¹⁵ SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1997, p.256.

¹⁶ SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1997, p.206.

um papel atuante no contexto da comunicação urbana. As formas simbólicas funcionam como sujeitos de mediação portadores da história, da experiência e do tempo dos lugares. É com base nesse argumento que o próximo capítulo vai buscar os conceitos da semiótica do espaço, do lugar, de mediação e da comunicação urbana, levantando alguns dos espaços de Ceilândia, pretendendo entender a qualidade da informação praticada nestes locais mediadores.

2 A SEMIÓTICA E AS FORMAS URBANAS

Neste segundo capítulo, serão explorados alguns dos conceitos da comunicação urbana e de mediação, dando continuidade à idéia da semiótica do espaço, aplicada à cultura local de Ceilândia. A leitura semiótica do entorno urbano baseia-se em conceitos de autores selecionados nesta bibliografia, a fim de que se possa percorrer o caminho do entendimento no processo de comunicação formal e informal da cidade, objeto desta pesquisa.

Tão dinâmica quanto as trocas simbólicas entre os indivíduos, insistem em se revelar os processos de comunicação de uma cidade. O meio em que se vive é também cenário dos acontecimentos e está repleto de variados códigos urbanos, abertos a inúmeras interpretações que a todo instante exigem ser decodificados, e que podem explicar não só a cultura local, mas as relações produzidas dentro de determinados espaços. O ponto de ligação entre sujeito e objeto está permeado por um sujeito mediador (as formas da cidade como signos), intermediário, que possibilita a transmissão das informações. As cidades na sua infinidade de opções em lugares e signos representativos funcionam como facilitadoras do processo da comunicação. Desde o século XVIII o processo de industrialização as consagrou como um campo comunicativo de natureza complexa formal e informal, onde se escreve a história de uma cultura construída com os signos materiais do próprio desenvolvimento tecnológico, que vai da simples troca do diálogo até as manifestações de violência e despotismo. Daí nasceu a necessidade de se levantar os elementos compreensíveis dentro delas e suas características cognitivas.

Lucrecia Ferrara dedica parte de seu livro *Design em espaços*, para o entendimento acerca do papel da cidade como agente comunicativo formal e informal. Para a autora é na cidade que: “A comunicação ocorre, formalmente, através dos seus processos construtivos e dos materiais que edificam de maneira distinta no tempo e na história e, que esses se entrecruzam como ferramentas de comunicação”.¹⁷ Estão compostas desses materiais construtivos que, no pós-modernismo, são representados por aço, concreto, ferro, vidro, alumínio, entre outras soluções funcionais ainda presentes nas tendências atuais da arquitetura e do design. As cidades, embora sejam sistemas dinâmicos, sedimentam-se pelos elementos de mediação que as edificam, e estes são

¹⁷ FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p140.

carregados de signos e de códigos que produzem uma distinta visualidade. Pode-se dizer que, apenas por seu apelo visual, singular, tornam-se próximas. Algumas das fundamentais funções cotidianas – lidas como signos – são expressas nas formas “simples” das cidades, como as áreas de circulação, os usos principais do espaço urbano, os pontos focais chaves, todos concretizados e assimilados no senso comunitário. Portanto, “a cidade é um sistema complexo de comunicação apoiado, não na tecnologia de um meio, mas na tensão de múltiplas linguagens”¹⁸, de modo que a capacidade da seara urbana de gerar infinitas interpretações é insondável.

Depois do entendimento da relevância do espaço como forma significativa, da cidade e das variáveis que a compõem, é preciso diferenciar um termo que, num primeiro momento funcionaria como um sinônimo, mas que possui uma carga conceitual particular: o lugar. O lugar é muito mais abrangente do que a simples referência territorial, pois acopla à contextura visual características interpretativas e referenciais dos observadores. Sintetizando essa diferença, enquanto o espaço é a soma da totalidade da paisagem urbana e seus atores relacionados, o lugar é a sua forma idealizada, refletida e construída de acordo com a sensação de proximidade e pertencimento das pessoas, que criam um sentimento de apropriação e de identidade local. Como verifica Ferrara: “Os lugares da cidade correspondem aos processos vitais que, no curso da história, dão origem a uma forma específica de conformar o espaço”¹⁹.

Num complexo urbano cabem diversos lugares com múltiplas interpretações e caracterizações. Estes são representados pela soma de três componentes que os animam e que os tornam possíveis enquanto modelos referenciais: imagem, memória e informação. De uma forma mais sintética, pode-se dizer que são o resultado da experiência particular contextualizada nas imagens “públicas e mentais” absorvidas, que os individualizam enquanto referenciais e os representam pela memória que se extrai deles. Esta que também revive seu passado e presente, relacionando o histórico com a sociedade; e a informação apreendida a partir dessas imagens, mensagens que são fruto da incessante conexão de determinantes produtivos tais como trabalho, consumo, habitação, educação e outros que, se desdobrando em signos interpretativos, dão vazão aos usos, hábitos, crenças e valores que definem a particularidade da região.

Como caracterização do lugar, cabe ainda nomear as ações acima classificadas como culturais. Tais ações orientam a percepção do sujeito observador que deve ter em

¹⁸ FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p144.

¹⁹ FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.16.

mente que para a constituição do objeto de observação, é preciso projetar o olhar urbano munido de suas experiências pessoais e das interpretações. Neste movimento o sujeito vai buscar aquela representação (familiar) como uma reação à esfera global urbana. Ou seja, irá identificar o lugar através da comparação com outros lugares, para poder realizar sua classificação. Um exemplo clássico seria o morador de Brasília que tem toda sua vivência concentrada no Plano Piloto e que quando visita alguma cidade satélite sofre um choque cultural pela visualidade particular desta.

Um antropólogo ou pesquisador, morador de Brasília, cujo objeto de pesquisa são as formas de alguma cidade Satélite, pode aproveitar-se da própria bagagem experimental e criar a sua concepção pessoal da cidade a partir dos valores internalizados e adquiridos pela experiência com os signos brasilienses, seus principais referenciais. Vai ser no âmbito da pesquisa científico-antropológica que se permitirá reconhecer os indicadores urbanos essenciais para o entendimento do processo comunicacional das cidades. Autores como o antropólogo visual Massimo Canevacci, professor da Universidade *La Sapienza di Roma*, especializado em comunicação urbana, sugerem essa imersão no ambiente desconhecido para a apreensão significativa da comunicação local. É uma viagem rumo ao novo e instigante, a qual ele intitula “perder-se urbano”. Na publicação, *A Cidade Polifônica*, o autor italiano comenta sua trajetória de pesquisador, ao esmiuçar os detalhes da cidade de São Paulo.

Partindo de sua experiência em Roma, faz a ligação Roma - São Paulo a fim de reconhecer os indicadores que remontam e reconhecem os lugares da capital paulista, com suas linguagens específicas, que traduzem a mega-metrópole em um infinito espaço de comunicação: “Compreender uma cidade significa colher fragmentos. E lançar a eles estranhas pontes, por intermédio das quais seja possível encontrar uma pluralidade de significados.”²⁰ Esse seria um passo inicial da metodologia do *perder-se*, que se configura na vistoria da cidade e de suas formas, para colher as primeiras impressões a seu respeito, aferindo-lhe acepções. Continuando, o método se justifica por esta outra afirmativa: “O sentido do trabalho antropológico consiste em procurar a “rede dos significados” desses fragmentos com os quais se possa reconstruir partes circunscritas da ordem cultural contemporânea (ou do passado)”.²¹

Lucrecia Ferrara quando trata da metodologia da observação, partilha da mesma metodologia de Massimo Canevacci, mas vai mais longe ampliando o conceito de

²⁰ CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica*. Studio Nobel, São Paulo, 1993, p.35.

²¹ CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica*. Studio Nobel, São Paulo, 1993, p.35.

perder-se, pelo de *ver a cidade, vi-ver*, tornando-se mesmo que provisoriamente, um membro dela, vivendo-a. Ela afirma que há diversas formas de se ver uma localidade e interpretar seus códigos, mas generalizando os conceitos, concorda com o desmembramento proposto, escolhendo um aspecto ou uma parte do todo:

Ver-a-cidade tem sua eficácia na medida em que, na cidade, é selecionada uma imagem persuasiva, ou não. Toda representação é uma parcialidade, uma ficção verídica. Portanto, o percurso daquelas veracidades nos leva a uma semiótica que supõe confrontar o espaço, o urbano, a cidade e o lugar.
22

O ato de desmontar o espaço urbano em menores unidades para o estudo individual e o reconhecimento, posteriormente remontando os significados apreendidos e interpretando-os como códigos visuais, revela também os aspectos locais, outros grandes atores que estimulam o intercâmbio comunicativo. Nisso a metodologia avança para o que Canevacci chama de “terreno de conflitos” (palcos sociais onde ocorrem as relações interpessoais), que fornece condições para examinar justamente as divergências de pontos de vista, de etnicidade, de inovações e as distinções de classe e sexo nas relações de produção e consumo.

Os aspectos são facilmente apreendidos, e desde um simples passeio se torna possível considerá-los. A desorganização das áreas comerciais, as invasões e os loteamentos irregulares de Ceilândia demonstram o fraco desempenho do sistema político da cidade na implementação das políticas públicas de ordenamento territorial. Esse é um aspecto negativo, mas um aspecto característico que lhe confere visibilidade. Lançando uma outra referência ao objeto de pesquisa, não se atendo a um lugar ou ponto específico, em Ceilândia, também se pode considerar a significativa influência nordestina justificada diretamente nos modos de comportamento e na arquitetura urbana, nas várias construções permanentes e improvisadas das feiras populares. A concentração de templos religiosos de vários credos, assim como as feiras, também reflete os costumes característicos daquela faixa, que afirmam e se irradiam pelos lugares da Satélite e para outros locais fora dela, conforme se expande a economia local.

Esses são exemplos cujo mote está evidenciado na cultura predominante do lugar, o que justifica os elementos significativos encontrados lá. A cultura que se sobrepõe às mensagens locais ocorre principalmente nos pequenos municípios e localidades como as

²² FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.117.

Regiões Administrativas do Distrito Federal, que partilham de históricos e realidades econômicas semelhantes.

A cultura é a história dos processos significativos, porém, em dois sentidos: enquanto meio de comunicação verbal ou não verbal, tecnológico ou não e enquanto processo de comunicação que preenche uma relação dialogante entre os homens, e entre estes e o mundo através da cultura e dos seus meios.²³

De certo modo, pequenas e marginalizadas pelas limitações impostas, apelam para as relações da cultura cotidiana que funcionam como uma espécie de fuga à compressão exercida pela globalização. É o que afirma o pesquisador Mike Featherstone na citação: “Uma cultura local é percebida usualmente como uma particularidade que é o oposto do global”²⁴. Nessa oposição entre global e local, o convívio diário e repetitivo tornou-se natural e assumido como uma resposta à exclusão do sistema capitalista. Segundo Featherstone, toda a configuração da paisagem urbana, tanto nas construções quanto nos indivíduos, vêm sendo investidas de memórias coletivas alinhadas pelo poder emocional e pelo senso comum. Do ponto de vista metodológico, o procedimento de mergulhar numa nova cultura, complexa e peculiar, abstraindo-se das próprias experiências e experimentando o estranhamento, ao mesmo tempo em que se pode utilizar o terreno como base referencial comparativa é que dá a largada para a compreensão da comunicação antropológica urbana e a familiarização com sua semiótica visual.

2.1 AS MEDIAÇÕES NO CONTEXTO URBANO

O princípio básico para a realização do processo comunicativo é a mediação, imprescindível para que ela aconteça. A mediação nada mais é do que o vínculo entre o sujeito e o objeto, amparado por signos representativos que tem o papel de serem mediadores e que tornam possível o reconhecimento entre ambos. Lucrecia Ferrara diz que “mediação é um outro nome para sentido, significado ou significação”. Numa cidade, conforme foi visto no início deste capítulo, seja de qualquer esfera urbana, cultura ou região do mundo, em suas formas, planos, materiais, procedimentos e técnicas, estão contidos signos carregados da cultura local que ao serem vislumbrados

²³ FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.135.

²⁴ FEATHERSTONE, Mike. *O Desmanche da cultura, globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo, Nobel, 1995, p.130.

pelo observador são explorados como mediadores, apreendendo-se a alma daquela localidade.

Segundo a autora, há dois tipos de mediações na cidade: um que se baseia no desenho da cidade, e que se assinala através dos volumes, materiais, métodos e planos utilizados na construção do espaço físico e topográfico, e outro que corresponde ao modo de ser da cidade enquanto espaço construído que registra modos de apropriação e participação coletivos só compreensíveis naqueles modelos de desenho de cidade. Nesse caso, o elemento de mediação comunicativa está contido no uso que aqueles desenhos permitem ser decodificados, e que passam a ser signos de uma cultura modelada na cidade enquanto espaço social. A partir desses fragmentos é preciso ponderar se, na realidade local do Distrito Federal, é possível fazer uma leitura ambígua, utilizando as duas opções mediadoras para tentar classificar as Regiões Administrativas ou a própria capital:

No argumento que leva em consideração as formas arquitetônicas, têm-se a distinção de Brasília – centro das decisões do país, com seu caráter clássico e ao mesmo tempo moderno, ela está repleta de prédios e monumentos emblemáticos, desenhados numa linha específica que tenta criar uma identidade visual – de que aflora o conceito de metrópole do poder, habitada pelas classes média – alta, distribuídas em bairros classificatórios. Por outro lado, o contraste das satélites formadas pelas porcentagens populacionais de menor poder aquisitivo, com certa intenção no início, de se seguir um plano de desenvolvimento urbano, mas que às custas do adensamento populacional foi perdendo o controle do programa habitacional. Em Ceilândia, os costumes populares visivelmente se sobrepuseram e desenvolveram uma visualidade particular aos modos de viver da cultura nordestina, representado pelas feiras, pracinhas, coretos e pelos tipos de interação.

No segundo argumento da tipologia mediativa, cuja vivência e costumes se dão pelo modelo visual adequado à cidade, não é característico em Brasília, por exemplo, o trânsito de carros de som e comércios à beira das ruas, misturados a pedestres, bicicletas, animais, como ocorre em algumas das vias de Ceilândia. A própria aplicação das leis de trânsito é diferente por causa das demarcações como retornos, balões, estacionamentos, e da sinalização característica do lugar. No Plano Piloto, há um padrão seguido de ponta a ponta, inclusive nas intermediações de outras regiões e nas rodovias de ligação entre elas. Um exemplo característico no caso do trânsito são as divisões em eixos e as famosas “tesourinhas”. A setorização habitacional, comercial e administrativa

e de logradouros também é uma outra referência declarada do modelo implantado e aceito da capital, cujas relações se dão indiscutivelmente, a partir deles. Mais uma vez Ferrara corrobora essa indagação dizendo que: “É indispensável perceber o desenho que compõe as relações entre o homem e o universo: esta mediação caracteriza o modo de ser cultural, ou melhor, só se constitui nas suas mediações”.²⁵

Já o pesquisador Kevin Lynch, afirma que “uma cidade é uma organização mutável e polivalente, um espaço com muitas funções, erguido por muitas mãos num período de tempo relativamente rápido”. Máximo Canevacci contribui para essa afirmativa da particularidade como fonte de mediação, dizendo que: “Cada detalhe do contexto urbano, por menor que seja não é mais unicamente ele próprio: mas se agita como fonte material que produz e difunde – comunica – criações alegóricas, a procura de outros significados”.²⁶ Em síntese, a produção de outros significados, particularmente do ponto de vista do observador, sobrepõe o detalhe da concepção que se faz da cidade não da forma como ela se apresenta aos olhos, mas da maneira como a vemos e criamos uma referência mental. É a chamada, cidade virtual.

2.2 A CIDADE VIRTUAL

A imagem virtual expressa de uma localidade parte do referente (o objeto) e passa a substituí-lo pela representação e o reconhecimento feito pelo observador e, às vezes, como uma nova possibilidade do real. Essa imagem vai se comunicar pela interação entre emissor (a forma) e receptor (o observador) numa tradução que agiliza sincronicamente tempos, espaços e lugares, preenchendo-o. A arquitetura opera com lugares ou objetos que, enquanto deslocados, dispõem seu caráter especulativo ou experimental da visualidade a que se projeta. Na percepção humana, a imagem virtual vem da capacidade relacional onde o visual funciona somente como estímulo, mas que permite associações. Lucrecia Ferrara acredita que “a imagem virtual é representativa de uma possibilidade que reinventa o real e estimula uma outra fonte criadora de imagens: o imaginário”²⁷. Nesse contexto trabalham imagem real e o imaginário que a transforma e a interpreta.

²⁵ FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.134.

²⁶ CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica*. Studio Nobel, São Paulo, 1993, p.98.

²⁷ MACHADO, Arlindo *apud* FERRARA, Lucrecia D`Aléssio *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.62.

A comunicação em Ceilândia acontece principalmente nas ruas, mas também nos centros e nas instituições públicas e privadas que compõem a região. Mesmo com grande parte dos habitantes fora da cidade no período do trabalho, quem anda pelas ruas durante a semana percebe a agitação dos comércios, dos bancos e nas proximidades de hospitais, centros de saúde e escolas. Nos fins de semana, o itinerário se direciona para os supermercados, feiras e lojas, e também para bares, shows, igrejas e restaurantes. Estes locais, de maior aglomeração de pessoas, além de funcionais, também se tornam referências mentais na localização espaço-temporal da cidade. Servem como instrumento de orientação para encontrar um endereço, para lembrar uma atividade ou até mesmo um acontecimento, seja no passado ou no futuro. Dessas aferições nasce outro processo de identificação dos lugares da cidade que permeia os processos comunicativos, criando e destruindo-os na velocidade do pensamento de seus atores.

Numa concepção além do visual e funcional, está a representatividade dos signos na chamada virtualização dos espaços e lugares imbuídos das classificações subjetivas das pessoas. É uma teia de referenciais que compõem a imagem do lugar extrapolando sua forma física. O Beer House e o Giraffas que se encontram na Avenida Hélio Prates, centro de Ceilândia, durante o horário de almoço são ambientes voltados para alimentação e confraternização principalmente para famílias e amigos. À noite, são muito procurados para paquera e descontração, por jovens de todos os setores da Satélite causando encontros e desencontros para os que interagem neles. O histórico dessas interações os classifica (esses lugares) de acordo com as experiências pessoais.

Uma quadra poliesportiva na cidade pode ser compreendida de várias formas: um local de recreação e de manutenção da saúde, símbolo do combate à violência que tira jovens marginalizados das ruas, com o programa governamental *Esporte à meia noite*, como também é para outros logradouros residenciais, um local de perigo tomado pelo tráfico de drogas. São várias as interpretações dependentes do sujeito observador. A esses lugares-palco das interações sociais, Canevacci vai dizer que “a materialidade virtual da comunicação via imagens é determinada pelas relações sociais e culturais que nela se concentram”²⁸. A soma dessa multiplicidade de ambientes e informações cria a cidade virtual.

²⁸ CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica*. Studio Nobel, São Paulo, 1993, p16.

2.3 UMA TIPOLOGIA DOS LUGARES

Munido do conceito de lugar e partindo para a análise das formas urbanas enquanto signos de mediação que permitem a comunicação, outros entendimentos vão individualizar os cenários num estudo particular para classificá-los, posteriormente, como aspectos comunicativos da cidade. Como o objeto dessa pesquisa é Ceilândia, serão dadas tais definições, novamente, com a publicação *Design em Espaços*, de Lucrecia Ferrara e, em seguida, exemplos para facilitar a compreensão. Segundo a estudiosa do espaço, os lugares se dividem qualitativamente em três tipos básicos: icônicos, simbólicos e indiciais.

Os lugares icônicos têm por objetivo intervir no espaço dando-lhe uma outra qualidade formal e material correspondente aos lugares marcados, assinalados pela ação arquitetônica de intenção morfológica. A Administração Regional de Ceilândia é um deles e funciona como as prefeituras de centros urbanos. Os lugares simbólicos surgem nos espaços urbanos que estão próximos aos grandes centros de decisão econômica, empresarial e administrativo, e constituem-se num local de caracterização da imagem global na cidade. A pedra fundamental de Ceilândia, localizada no centro é representada pela Caixa D'água, que se tornou um marco simbólico da cidade. Já os lugares indiciais são aqueles que de maneira intensa confirmam o que para as pessoas normalmente se traduz como lugar. São os espaços do coletivo banal, firmados por sua marca característica e diferença. Esses lugares são facilmente apreendidos, sendo representados por bairros temáticos, pelas feiras, como a Feira Central, e geralmente estão nas zonas periféricas da cidade.

Para realizar a leitura semiótica da cidade e de seus símbolos ainda é preciso requerer três faculdades processuais: ver, discriminar e generalizar as imagens visuais captadas. Estas três atividades básicas permitem que o observador controle a complexidade da apreensão da experiência com o novo. Portanto, numa analogia, é preciso *ver* para reconhecer os traços conservados na imagem do lugar e que constituem sua dimensão visível, sua sedimentação no plano físico e virtual; *discriminar*, ou atentar e flagrar as imagens e seus signos com base nos cinco sentidos da percepção, buscando a significação dos fenômenos percebidos, descobrindo sua própria verdade, e flagrar quer dizer catalogar os múltiplos pontos de vista que articulam associações que de repente antes, estavam imprevistas. *Generalizar* implica no momento em que se realiza

a leitura e a interpretação, transformando a experiência particular em condição significativa que se estende como juízo ou predicado válido para a produção de um significado geral.

Baseado nestes conceitos incansavelmente explorados pelos autores utilizados nesta bibliografia, é que o próximo capítulo chegará a termo, e ao objetivo desta pesquisa: analisar o processo comunicativo da cidade de Ceilândia com base nas categorias de ‘formas-cidade’ e dos ‘locais de interação’, utilizando as ferramentas apresentadas no decorrer deste capítulo e justificadas a partir da percepção empírica adquirida pelas passagens do pesquisador pela cidade.

3 A IMAGEM, E AS FORMAS SIGNIFICATIVAS

Unindo a imagem à percepção subjetiva consegue-se captar a variedade de linguagens culturais. Nada mais contemporâneo, aliás, que a cultura desenhada e revestida por formas e ícones no esquadramento dos espaços e suas paisagens. A semiótica, ciência dos signos (representantes dos objetos), que remete às experiências significativas e interpretações, revela partes do objeto se ocultam e desocultam aos olhos do observador. A arquitetura e o design das cidades, como já mencionado anteriormente, possuem significados implícitos ou explícitos – em uma mesma rede simbólica – que vem determinar o meio de vida local e seus índices culturais.

A imagem é o grande fator associado a essa semiótica do espaço, que estuda os elementos significativos que compõem o meio social. Monumentos, símbolos e marcos históricos, o desenho arquitetônico urbano e seu ordenamento territorial, refletem diretamente a história e a forma de organização social das localidades, sejam elas pequenas ou macroeconomias, com curta ou extensa tradição. De acordo com Kevin Lynch, “Para examinar a totalidade de um sistema é necessário, antes, lograr a diferenciação e a compreensão de suas partes”²⁹. E é a partir destas formas que os habitantes interagem e reconhecem seu ambiente, baseados nas percepções subjetivas que carregam. Então, a soma das imagens concretas e subjetivas, as experiências individuais e os valores morais constituídos formam, primeiramente, a percepção sensorial dos lugares.

Em se tratando dessas imagens concretas, o pesquisador Kevin Lynch, em seu livro *A Imagem da Cidade*, apresenta um panorama acerca dos signos da cidade e de sua representação semiótica, exemplificando, dentro dos contextos espaciais e culturais de cada lugar do mundo, pontos concretos escolhido ainda pelo autor, se organizam nas várias formas de representação visual das cidades. “Uma cidade é uma organização mutável e polivalente, um espaço com muitas funções, erguido por muitas mãos num período de tempo relativamente rápido”.³⁰ Assim, no plano imaginário, a imagem possui significados social, funcional e histórico. Na atualidade, o design moderno e a forma são ferramentas que devem ser usadas para justificar e reforçar os significados e não negá-los, afinal, as cidades hoje representam-se por meio de visualidades e

²⁹ LYNCH, Kevin. *A Imagem da cidade*. São Paulo, Martins Fontes, 1997, p.95.

³⁰ LYNCH, Kevin. *A Imagem da cidade*. São Paulo, Martins Fontes, 1997, p.101.

visibilidades (estes últimos remetem ao conceito de mediação, tratado no capítulo 2). Para corroborar a afirmativa de que uma cidade é uma organização formada por um conjunto de imagens, que dizem algo a seus interpretantes e que se relacionam entre si, Lynch traz o seguinte conceito: “Cada imagem individual é única e possui algum conteúdo que nunca ou raramente é comunicado, mas ainda assim ela se aproxima da imagem pública que, em ambientes diferentes, é mais ou menos impositiva, mais ou menos abrangente”.³¹

A imagem pública a que Lynch se refere é a imagem real correspondente aos valores essenciais físicos e psicológicos, primários, atribuídos por grande parte da população que a identifica. Seu caráter impositivo vai estar no sentido de exercer seu significado de forma arquitetônica concreta, por ter sido constituída por um conceito abrangente formado para que as pessoas pudessem reconhecê-la. Ainda de acordo com a obra citada acima, para facilitar a compreensão e o entendimento das formas-cidade, deverão ser levadas em consideração as formas físicas primordiais, que podem ser classificadas em elementos como vias, limites, bairros, pontos nodais e marcos.

As vias são canais de circulação em que os observados (pela cidade) podem se locomover de maneira habitual, ocasional ou potencial. São os lugares onde a maior parte dos observadores se mantém, pois são ótimos espaços para a observação dos outros elementos ambientais que se organizam e se relacionam. Os limites, como o próprio nome já indica, são as fronteiras, quebras, barreiras, tudo aquilo que separa uma região de outra e que tendem a fragmentar o ambiente. Os bairros são os espaços divididos em regiões médias ou grandes e que podem ser reconhecidos por características comuns que os identificam. Entre as características físicas que os determinam estão suas texturas, espaços, formas, detalhes, símbolos, tipo de construção, usos, atividades, habitantes, estados de conservação e topografia.

Outras indicações para se perceber lugares particulares são os materiais, os modelos, a ornamentação, as cores, as linhas do horizonte, os modos de dispor das janelas, a homogeneidade das fachadas, etc. Trata-se da visualidade da/na cidade. Os pontos nodais, ou pontos e lugares estratégicos de uma cidade são as conexões urbanas, cruzamentos, concentrações, entre outros, e os marcos são os pontos de referência externos ou objetos que geralmente são vistos de muitos ângulos e distâncias. Os

³¹ LYNCH, Kevin. *A Imagem da cidade*. São Paulo, Martins Fontes, 1997, p.51.

exemplos são fachadas, arborização, detalhes, sentido de direção, a correlação entre os movimentos das vias e outros.

3.1 UM OLHAR SEMIÓTICO PARA OS LUGARES

Em Brasília, o processo de mediação através das formas-cidade é visível no caráter moderno, político e futurista da arquitetura. As esferas de poder estão bem representadas e podem ser revisitadas mentalmente, pois estão associadas a símbolos urbanos característicos. As torres na Esplanada dos Ministérios simbolizam a robustez do parlamento, representada pelo sistema patriarcal que é modelo base da sociedade brasileira. Pode-se arriscar que o próprio desenho intimamente alude à letra “H”, de homem, símbolo fálico, e que recorre também à idéia de pilares de sustentação, dos quais numa visão panorâmica subentende-se que os ministérios estão submetidos.

Ceilândia possui realidades política, histórica, econômica e cultural são diferentes da capital, cuja própria formação da cidade representa essa distinção explicitamente. As formas estão escritas por meio de linhas desordenadas, a critério amplamente verificado pelo senso comum, longe dos traços de Niemeyer, só fazendo conexão com o Plano Piloto, enquanto uma referência entre centro e periferia. Pela leitura semiótica não é difícil encontrar aspectos formais característicos que demandam reentrâncias e adaptações, que incidem no modo de viver dos habitantes. É comum em alguns pontos confundir a cidade com os limites da vizinha Taguatinga. Mas a essência é distinta uma vez que Ceilândia conserva em seus indivíduos, características de municípios do interior nordestino como a simplicidade e o cotidiano quase que imutável, enquanto a outra já está mais polarizada. De acordo com a fundamentação teórica dessa pesquisa, serão apontados alguns lugares, marco e monumentos, dentre muitos, que transcendem a arquitetura local para tornarem-se objetos mediadores da cultura e da identidade popular da cidade.

a) A avenida dos acontecimentos

Chega-se ao centro de Ceilândia pela Avenida JK ou Hélio Prates, como popularmente é conhecida. Pista comprida que segue até os limites da cidade numa linha reta estreitada pela insistência dos pedestres em transitar por ali, e dos veículos, tanto coletivos quanto particulares. A via segue pelo diversificado centro econômico da

cidade, nos sentidos Brasília e Entorno, porém a divisão do que seria o canteiro central, primeiramente destinado à arborização com banquetas e jardins, ou até mesmo como uma solução de ordenamento do tráfego e um descanso visual da via. O espaço foi tomado por camelôs, pela publicidade desenfreada, por veículos mal estacionados, posto de gasolina, respirando apenas nos retornos e nos balões dos cruzamentos. No trecho central da via, próximo a principal feira de Ceilândia, grupos de homens na maior parte são idosos, entregam-se à jogatina para ocupar o tempo e ganhar alguns trocados.

Seja qual for o trajeto na Hélio Prates não há como não perceber a vasta informação visual contida nas pistas, estacionamentos e nas fachadas dos prédios. O acúmulo de informações causa vertigem no observador inexperiente, que se confunde com a diversidade sonora, olfativa e visual. Conforme mencionado anteriormente no Capítulo 1, há uma infinidade de materiais publicitários na qual a confecção conta com extrema criatividade, misturada às janelas dos prédios como letreiros, placas, faixas, cartazes; nas calçadas se sobrepõem os pirulitos, *banners*, bonecos, *outdoors* e ainda os distribuidores de folhetos, os camisas-anúncio, panfleteiros, locutores, anunciantes com microfone transmitindo uma espécie de *spot* ao vivo (anúncio publicitário para audiovisuais); nas pistas carros de som, bicicletas, trios elétricos, e painéis de propagandas afixados na parte de trás dos ônibus. Tem-se, aqui, a mídia na cidade.



Esquina da Avenida Hélio Prates

O centro de Ceilândia relembra em muito, os grandes centros urbanos nordestinos como Recife e Fortaleza. Contém o mesmo aglomerado de informações, cores, promoções e uma nuvem de benefícios espalhados pelas vias e cobrindo a arquitetura, dialogando, prometendo e vendendo aos consumidores seus produtos, facilidades e melhores condições de vida. A intuição vai muito mais pela criatividade em sobressair-se à concorrência, mesmo que o investimento publicitário resulte num ambiente visual poluído. Tudo se mistura: comércio formal e informal com prestação de serviços essenciais como médicos, dentistas, venda de artigos alimentícios, vestuário. A zona de desenvolvimento econômico principal de Ceilândia está localizada ali, na força do comércio, onde já estão instaladas algumas das grandes marcas e franquias do Sudeste com extremo apelo popular, como as Casas Bahia, o Ponto Frio, e algumas de visibilidade local (preferencialmente situadas nas esquinas) como Beth Lili Confecções, supermercado Tatico, e ainda os bancos de maior representação no DF, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, BRB e etc.

Por trás das agressivas camadas publicitárias encontram-se edifícios erguidos individualmente, construídos conforme a necessidade de utilização e preocupados com a zona de interesse do proprietário. Diferente de Brasília, com suas belas e inovadoras edificações, poucas construções se destacam no desenho local (que já não obedece a uma padronização urbana) de Ceilândia. Os prédios erguidos com materiais sofisticados como vidros espelhados, azulejos e gesso, com altura superior aos demais e com acabamento pormenorizado, geralmente estão ligados aos centros clínicos de saúde, escritórios de negócios empresariais, advocacia, engenharia, arquitetura, contabilidade entre outros que contemplam uma faixa de maior poder aquisitivo e que copiam o modelo de edificação globalizada. Até mesmo por pertencerem a setores que exigem uma maior aproximação com o modelo global, o inovador, diferente das demais atividades locais.

As interações entre a população possuem força maior ao longo da via por causa da busca das formas de produção, seja artesanal ou industrializada, e nesses intervalos acontece a comunicação formal entre as pessoas, e a informal com o meio e os signos que se apresentam num processo de incansável decodificação. A larga oferta de transporte coletivo e alternativo também é outro fator relevante para a alta concentração de gente na avenida. Primeiro pelo fator deslocamento e segundo pelas relações de aproximação que se criam dentro dos veículos comuns, devido ao tempo das viagens e aos moradores de Ceilândia que demonstram um perfil comunicativo por natureza. No

dia-a-dia, as mesmas pessoas, nos mesmos horários, no caminho das obrigações se encontram e acabam criando vínculos afetivos. Englobando as áreas de saúde, alimentação, financeira e de consumo, representadas por um lugar de fácil reconhecimento pelas estruturas características e pelo o amplo acesso, com variedade e qualidade para todas as classes e gêneros, não há como não atrair e condensar a população da região na Avenida Hélio Prates.

b) A Caixa D'Água

A Caixa D'Água de Ceilândia é o símbolo mais famoso da cidade. Toda representação simbólica visual em publicações ou aquilo que remeta à imagem da cidade, leva fotos, logomarcas ou artes com o monumento histórico erguido em 1973, sobre a pedra fundamental da regional, e que é representante de um momento importante na história da cidade – a chegada da água encanada para os habitantes. Todos que ali vivem conhecem o monumento que para eles funciona como, entre muitas outras, o objeto identificador, existencial, da cidade. Com uma arquitetura peculiar que lembra mais uma tocha olímpica, representante da vitória e da superação, ela não se assemelha a uma caixa d'água comum. O monumento é um marco referencial para a localização, e está situado no cruzamento central de Ceilândia e está no ponto mais alto para a correta distribuição de água para a população.

Os desdobramentos acerca das imagens mentais vão muito além do concreto e ferro da estrutura, da sensação de pertencimento e identificação. Na simbologia, a água significa fonte de vida, fluidez; é também na água que estão escondidas, miticamente, as criaturas do bem e do mal. Desta forma, subjetivamente a Caixa D'água está bem representada no centro, pois é justamente ali, nas bases da construção, que ocorrem as interações populares. Lá estão edificadas os principais espaços de mediação, local onde ocorre o tráfego de pessoas, circulam os carros, cruzam-se as vias verticais e horizontais que levam as pessoas a outros lugares, como um rio e seus afluentes. Estar ao centro significa estar no meio, sob olhares, permitindo que se estabeleçam as trocas. A vida econômica e as principais relações de produção estão concentradas ali, neste ponto de encontro e dispersão. Ela também traz a sensação de funcionar como um vigilante, velando aqueles que ali vivem, sendo uma guardiã da cidade.



Caixa D'água de Ceilândia

c) Programa para todos os dias

O exemplar da cultura regional, talvez o que evidencia nitidamente as raízes nordestinas de Ceilândia e que alavanca o comércio local são as feiras. Espalhadas por toda a cidade, se dividem em 14 feiras principais sendo que nove são improvisadas e cinco permanentes, distribuídas em diferentes pontos, com temáticas particulares, funcionando diariamente. O destaque vai para a Feira do Centro, criada em 1984, que chega a ocupar áreas da via pública, sobrepondo-se aos veículos que transitam na Hélio Prates e causando um tumulto visual. Também há outras feirinhas improvisadas, como a da Expansão do Setor O, da EQNN 03 e a do Supermercado Tatico, as feiras do Produtor, do Setor P Sul e do Setor O. Outra famosa por seu conteúdo de origem duvidosa e pelas figuras suspeitas que por lá circulam: é a Feira do Rolo, local de compra, venda e troca de mercadorias, de todos os gêneros. Nas feiras são vendidos uma série de artigos artesanais e industrializados dos setores de alimentação, vestuário, eletro-eletrônicos, brinquedos, cosméticos, vendem-se animais e serviços e produtos regionais, a preços mais em conta.

Pela característica da forte tradição nordestina, as feiras para a maior parte dos ceilandenses são pontos de encontro, de diversão, de troca de experiências, extremamente comunicativas e fiéis. Além da facilidade de aproximação entre as

peças concedida pela estrutura simples, o local impõe uma sensação de igualdade, de segurança e de alcance entre os indivíduos, ao contrário de ambientes como shoppings que são mais sofisticados ou outros centros urbanos que individualizam as relações de troca e colocam certa distância cultural e de classes a seus freqüentadores. Mais do que um simples lugar de consumo, as feiras têm vida, afetividade e aconchego.

Visualmente causam uma *overdose* de informações, turvando à primeira vista qualquer percepção; a multiplicidade de sons, odores, cenários, numa infinita quantidade de signos a serem incessantemente decodificados. Signos que apontam o caráter acolhedor das feiras, alheio aos padrões hostis e de segregação, naturais do comportamento urbano das grandes metrópoles, traduzido na falta de oportunidades no mercado profissional e acadêmico, e de organização. Também permitem o surgimento das relações por serem prediletas na grade de programas para todos os dias. A reprodutibilidade técnica e a industrialização massificada dos itens de consumo direto, levam ao povo mais humilde, a concretização dos desejos capitalistas de poder, ser e estar. As leituras individuais extrapolam os reais motivos e razões que determinam o sucesso das feiras, e as tornam tão atrativas para os cidadãos de Ceilândia.



Feira da Ceilândia Centro

d) Os trilhos do desenvolvimento

Com o passar do tempo, o desenvolvimento vai chegando e tomando conta da cidade. Um claro exemplo disso é o Metropolitano ou Metrô, principal transporte das

metrópoles em todo o mundo, ponto de encontro e de ligação dos estilos, experiências e culturas. Ceilândia também foi contemplada com o moderno veículo de locomoção, e a estação Ceilândia Sul já está em funcionamento. As estações Guariroba e Ceilândia ainda não operando e as estações Ceilândia Norte e Centro, em fase de construção.

O término das obras do Metrô vai significar muito mais do que a facilidade de transporte e a aproximação com o Plano Piloto, modelo globalizado mais próximo da Satélite. Numa região humilde como Ceilândia, a imponência do veículo contrasta com o visual simples das quadras, pela limpeza e organização, pela dimensão das estações e pelo próprio veículo que em circulação divide o ambiente bucólico (em alguns trechos) com sua estrutura moderna de ferros e máquinas.

Há ainda o ambiente das vias subterrâneas que pela ausência de paisagens e de estímulos visuais externos, induz as pessoas por um determinado período a momentos de introspecção, na espera de um outro lugar, numa outra extremidade. O veículo representa a idéia de novas possibilidades. A possibilidade de inclusão na sociedade de Brasília com a simplificação das distâncias, pois tanto o cidadão ceilandense poderá chegar mais facilmente ao Plano Piloto, como o brasiliense poderá transitar por Ceilândia. A cidade estará ligada diretamente também a outras localidades como Samambaia, Taguatinga e Guará, difundindo sua cultura e estimulando a interação com outras classes, lugares e espaços.



Estação do Metrô Ceilândia Norte

e) Centro Cultural de Ceilândia

Além das manifestações culturais evidentes em todos os cantos da cidade na diversidade de costumes e musical (rap, hip hop, forró, repente e as cantigas do sertão), as feiras, o teatro de rua e a poesia em cordel, há um espaço dedicado ao apoio e à manutenção da cultura regional: é o Centro Cultural de Ceilândia, fundado em 1998, que abriga a Biblioteca Pública de Ceilândia Carlos Drumond de Andrade, as Divisões Regionais de Cultura e Desporto, Lazer e Turismo, a Brinquedoteca e o Conselho Tutelar da cidade. O Centro Cultural está localizado em Ceilândia Norte, num espaço semi descampado e isolado, com poucos prédios e centros comerciais próximos. Constitui-se de um conjunto de edificações interligadas, de dois pavimentos, que unidos arquitetonicamente se assemelham à letra S, totalmente diferente das demais construções que o rodeiam. Sua arquitetura é um contraponto à magnitude da estação do Metrô, seu vizinho, e ao vazio espacial onde está localizado.

A informação simbólica transmitida pela construção se diferencia naquele ambiente, mas não adere à função original do lugar, a de ser um centro cultural. As cores frias e o formato arquitetônico aludem às casas de saúde, orfanatos ou até mesmo escolas pela simplicidade e a despreocupação em “chamar” quem passa pelos arredores. Dessa maneira, não remonta a idéia de que ali se trabalham as questões artísticas, musicais, em suma, culturais, adeptas do colorido costumeiro que representa a vivência de centros como este.



Centro Cultural Ceilândia

f) Recanto do Nordeste

A cultura nordestina de Ceilândia está materializada nas linhas do arquiteto Oscar Niemeyer na Casa do Cantador. O local é o ponto de encontro da comunidade nordestina e o palco das manifestações tradicionais do Nordeste do País dos ceilandenses que revivem os costumes regionais na boa comida, nas brincadeiras, na música traduzida pelo repente. Anualmente ocorrem diversos encontros entre cantadores e eventos promovidos pela comunidade.

Mesmo na modernidade dos traços do famoso arquiteto existem características regionais tipicamente nordestinas como a estátua frontal que simboliza o repentista com sua viola empunhada como nas histórias e contos do Nordeste; o anfiteatro é coberto e recortado por arcos que lembram tendas, espaço reservado para as apresentações de dança e shows; há uma ampla cozinha para a feitura de pratos típicos e confraternização dos representantes enquanto cozinham. Em volta da Casa do Cantador de Ceilândia estão casas comuns, o que a destaca no conjunto urbano. O lugar remete sim ao observador, à alegria dos festejos populares nordestinos e a aproximação entre as pessoas pelo folclore, pela música e pelo resgate das tradições.



Casa do Cantador

g) A praça do povo

A Praça do Cidadão de Ceilândia Norte foi criada para ser um ambiente de interação entre os habitantes e também para sediar eventos promovidos pela Administração Regional da cidade, funcionando como um núcleo da diversidade regional. A praça se localiza num quadrado, com quadra poliesportiva aberta, pequenos prédios-sede de setores e programas voltados para o bem estar social e para a educação como a Divisão de Esportes, o Pró-Família, e o Citymaster que oferece cursos gratuitos na área de informática. Tem coreto (como os municípios interioranos) para as festividades musicais, palco, rampas para a prática de esportes radicais como *skate*, patins e bicicleta. Em julho, acontece o *Arraiá* da cidade com concurso de quadrilhas; durante todo o ano passam por ali as atividades esportivas como treinamentos e competições, além de shows e discursos em público.

Num olhar semiótico-antropológico, o espaço vive uma dualidade. A imersão na violência compele, ao mesmo tempo, ao resgate dela. De um lado a estrutura oferece condições para a prestação de serviços à comunidade, com os programas sociais, a inclusão social realizada por programas como o *Esporte à meia noite*, com o estímulo das tradições festivas locais, entre outros. Mas, de outro lado, numa leitura empírica, baseada em relatos e cenas apreendidas, o lugar serve de dormitório para mendigos e

meninos em situação de rua, funciona como comércio do tráfico e consumo de drogas durante o dia e à noite, e serve como ponto de encontro para jovens membros de gangues (alguns dos que praticam esportes radicais) e marginais. Mas mesmo apontando os lados positivos e negativos, o que fica dessa experiência ordenada pela leitura semiótica do espaço é a força da comunicação e das trocas simbólicas do lugar, mantenedoras dos sentidos e das interações. Toda a parte construída demonstra acolhimento e personificação do lugar através de suas formas e deformações, dos freqüentadores divididos em famílias, jovens esportistas, marginalizados, entre outros, que desfrutam dos espaços da singela Praça.



Praça do Cidadão

CONCLUSÃO

Apesar do método inovador e desafiante, o contato com as formas-cidade e com a população de Ceilândia e seu modo de vida trouxe várias respostas no decorrer da realização deste trabalho. A primeira delas é que no que diz respeito à existência de uma força comunicativa na região, a suspeita é verdadeira. Não só existe como pulsa comunicação por todos os cantos, das maneiras mais diversificadas e criativas possíveis.

Não se atendo às mídias escritas ou audiovisuais, Ceilândia assume uma forma peculiar na maneira de comunicar-se, corroborada por sua dinâmica econômica e cultural. As modalidades de comunicação são diversas; encharcam as vias públicas com a publicidade, o ruído das campainhas promovido pelos vendedores do comércio porta a porta, os modelos interioranos de interação como as conversas de comadres na janela, as reuniões familiares, os encontros de fim de semana nas pizzarias e bares, além é claro, da maior representação comunicativa da cidade, que são as feiras espalhadas por todo o território.

A disposição das construções, das vias de circulação e de toda máquina urbana, fortalece a idéia de que Ceilândia é uma cidade nordestina no Centro-Oeste. Não só no que diz respeito aos aspectos culturais, mas também no modo de pensar, agir e reagir das pessoas. Assim como sua formação e ordenamento territorial, a comunicação ocorre de forma espontânea, sem atrelar-se a um modelo substancial de referência. A maneira de ser e de viver comunicam por si só. O conteúdo informativo de toda mensagem, ali, se firma pela necessidade e não é elaborado ou lapidado por nenhuma narrativa midiática encomendada, como acontece em cidades como Brasília.

Ceilândia resgata uma ingenuidade em suas relações de confiança, representadas por sua gente humilde. A criatividade com que os habitantes trabalham seus referentes culturais, na tentativa de se equiparar aos modelos globalizados, remonta a análises presentes na América Latina cujo limiar interpretativo aponta para um tipo de modernização hibridada, pontuada pela bricolagem e a invenção. Mas por outro lado, demonstra a força e a determinação da população em conquistar um espaço digno para se viver, característico nas comunidades do DF e entorno. Afinal, todos são, em princípio, desterritorializados. Por ser a maior e mais populosa cidade, o comércio cresce e o desenvolvimento chega com a melhoria dos transportes como o metrô, o aumento da segurança nas ruas e quadras, a preocupação com a educação e com os

valores da cultura regional estimuladas pelas Universidades, os cursos técnicos e empresas. A construção de hipermercados como o Extra e o Carrefour aquece o mercado econômico e modifica os hábitos interioranos de “fazer a feira no fim de semana”, entre outros. A tecnologia também impõe a adaptação e a reciclagem dos moradores para atender às novas demandas do mundo globalizado.

Durante a pesquisa, as caminhadas proporcionaram o contato direto com a realidade local dos habitantes; porém, insuficiente para abranger uma região com tamanha dimensão. Pode-se entender que a pobreza não é determinante para o isolamento, mas a falta de uma identidade local entre os indivíduos de uma mesma porção territorial sim. Sem a busca por essa identificação não ocorre a comunicação de fato. Ceilândia tem essa carência e busca, atropeladamente, resolver isso. Talvez o tempo – as Satélites são aglomerações urbanas relativamente novas – seja um fator limitante no que tange à sedimentação dessas práticas.

Esta pesquisa peca no sentido de não poder alcançar cada lugar, quadra, rua e espaço da cidade, a fim de levantar novas histórias e realidades particulares dos cidadãos. Cada esquina traz novos personagens em situações inusitadas, que traduzem a verdade daquele lugar. Por isso, recomenda-se a continuação desta pesquisa não só para se medir a temperatura do *corpus* urbano de uma região nova como o DF, mas também para radiografar a cultura e o “viver” das cidades satélites. Que sirva como iniciativa para que se faça o mesmo com as outras localidades repletas de signos e de informações simbólicas que contribuem para um diagnóstico e entendimento da alma dessas comunidades, ações estas, que, no âmbito acadêmico, podem resultar em desenvolvimento regional. A Universidade, o mundo e a globalização já chegaram lá.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANEVACCI, Massimo, *A Cidade Polifônica, Ensaio sobre a Antropologia da Comunicação Urbana*. Tradução Cecília Prada. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

FERRARA, Lucrecia D`Aléssio, *Design em Espaços*. Rosari, São Paulo, 2002, p.135.

FEATHERSTONE, Mike. *O Desmanche da cultura, globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo, Nobel, 1995.

CAZENAVE, Michel. *Encyclopédie Des Symboles*. Edition française établie sous la direction de Michel Cazenave. Paris: La Pochothèque, 1996.

LYNCH, Kevin, *A Imagem da Cidade*. São Paulo. Martins Fontes, 1999.

MATTA, Roberto da. *A casa & a rua, espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000.

SANTAELLA, Lucia, *Semiótica Aplicada*. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1997.