

GEOPOLÍTICA, MODERNISMO E IMAGEM DE CIDADE: POTENCIALIDADES E LIMITES DO PATRIMÔNIO TURÍSTICO NO DISTRITO FEDERAL¹

Lúcia Cony Faria CIDADE²

Sérgio de Oliveira SOUZA³

Resumo

O Distrito Federal e sua área circundante contam com inegáveis recursos turísticos, com destaque para o valorizado patrimônio modernista do Plano Piloto. No entanto, essas qualidades parecem não ser suficientes para evitar o tímido papel da capital no turismo brasileiro. Um dos fatores desse descompasso pode ser a conhecida imagem contraditória da cidade. Para freqüentadores da Torre de Televisão, a palavra Brasília lembra dois tipos principais de referência: as de cunho político e geopolítico e as relativas ao caráter ou espírito da cidade. Embora a principal força de atração turística da capital derive de seu papel político, outros atrativos são bastante valorizados, notadamente seu patrimônio cultural e ambiental. Essas são características a serem preservadas e valorizadas na gestão do turismo da cidade.

Palavras-chave: Distrito Federal; Brasília;; turismo; imagem de cidade, percepção ambiental.

Abstract

Geopolitics, Modernism and City Image Potencialities and Limits of the Touristic Patrimony of the Brazilian Federal District

The Brazilian Federal District and its surroundings harbor a number of points of interest for tourism, particularly the valued modernist patrimony of the Pilot Plan. These qualities, however, do not seem to suffice to avoid the modest role of the capital in Brazilian tourism. One of the causes of this discrepancy could be the contradictory image of the city. For visitors of the TV Tower, the word Brasília recalls two main types of references: the political and geopolitical, and those relative to the city's character or spirit. In spite of the fact that the capital's main power of attraction derives from its political role, other attractions are also valued, especially its cultural and environmental patrimony. These characteristics are to be preserved and valued in tourism planning in the city.

Key-words: Federal District of Brazil; Brasilia; tourism; city image; environmental perception.

¹ Texto apresentado no V Encontro Nacional de Turismo de Base Local, Brasília, UnB/GEA, 13-17/11/2001

² Programa de Pós-Graduação em Geografia - GEA/IH/UnB e Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS/UnB - Professora Adjunta - Núcleo de Estudos Urbanos e Regionais - NEUR/CEAM/UnB - Pesquisadora - Endereço do Trabalho: Universidade de Brasília Instituto de Ciências Humanas - Departamento de Geografia Caixa Postal 4496 - Campus Universitário, Asa Norte - 70919-970 - Brasília, DF - e-mail: cony@unb.br

³ Secretaria de Estado de Educação do Distrito Federal/GDF - Professor - Mestrado em Geografia da UnB - Mestrando - e-mail: sergiolive@msn.com

CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA, OBJETO E QUESTÕES-CHAVE DA PESQUISA

Nas cidades superpovoadas do Terceiro Mundo, a crise urbana e as desigualdades inerentes ao sistema dominante se manifestam de forma particularmente acentuada. Diante de continuadas pressões, muitas cidades procuram atrair recursos externos, por meio de investimentos diretos e do incentivo ao turismo. Um dos ramos mais dinâmicos na economia mundial nos últimos anos, o turismo emergiu como uma verdadeira panacéia na promoção do desenvolvimento regional e local. Um dos instrumentos para transformar potencialidades locais em recursos efetivamente valorizados no mercado turístico é a imagem da cidade. No Brasil, entre as cidades com imagem particularmente forte, destaca-se Brasília, a capital do país. Os termos que a qualificam variam desde os utópicos, como “capital da esperança” e “capital do terceiro milênio”, até os irônicos, como “ilha da fantasia” e “corte”. Apesar de uma imagem que envolve aspectos contraditórios, a capital exerce uma clara impressão como centro político e como uma cidade de caráter forte.

Entre as principais características de Brasília está o fato de ter sido construída no centro do território brasileiro, em meio a uma área de cerrado com ocupação relativamente rarefeita, com o fim expresso de tornar-se a capital do país. Outra característica imbuída na gênese da cidade foi seu projeto urbano modernista, cujo núcleo principal tornou-se conhecido como o Plano Piloto. É importante destacar que a organização espacial resultante desse projeto inclui o Plano Piloto e cidades-satélites, formando uma estrutura urbana polinucleada que, juntamente com áreas rurais, constitui o território do Distrito Federal. No entanto, no imaginário popular local, o nome da capital – Brasília – acabou identificando somente o Plano Piloto e as Regiões Administrativas mais valorizadas, que são o Lago Sul e o Lago Norte. Ao mesmo tempo, as cidades-satélites, que incluem desde áreas de classe média até loteamentos populares com diferentes níveis de carência, seguem conhecidas por seus nomes específicos⁴.

Apesar do cenário de grandes desigualdades, Brasília tem sido decantada pelos mais diversos apreciadores. Foi considerada como uma “verdadeira cidade” pelo filósofo tcheco Vilém Flusser (1920-1991), estatuto compartilhado pelo Rio de Janeiro e por Salvador, mas negado a São Paulo. Para o pensador, uma verdadeira cidade implicaria uma vida urbana civilizada e teria que incluir três espaços: o privado, o político e o cultural. Mais do que isso, Brasília, para o filósofo, representa criatividade, originalidade e beleza (FREITAG-ROUANET, 2000, p.30). Mesmo críticos de Brasília, como o norte-americano James Holston e o inglês Peter Hall, não deixam de destacar sua importância como exemplo do urbanismo modernista e o papel de sua imagem na promoção de um projeto desenvolvimentista para o Brasil (HOLSTON, 1993; HALL, 1995, p.253-257).

Brasília apresenta muitas facetas. Em um contexto cuja principal marca é o desenho urbano racionalista, a dinâmica espacial expressa tensões comuns a outras grandes cidades brasileiras. Apesar de manter traços de um espaço relativamente privilegiado, a capital brasileira caracteriza-se por aspectos contraditórios e desigualdade. Uma das contradições mais evidentes é o contraste entre o expressivo potencial turístico da capital e seu tímido papel como destinação de visitantes. Entre os principais atrativos da cidade está o conjunto modernista do Plano Piloto, reconhecido em escala internacional e considerado Patrimônio Cultural da Humanidade pela ONU.

⁴ Adota-se, neste trabalho, a denominação Brasília como sinônimo de Distrito Federal.

O potencial turístico do Distrito Federal e de seu entorno é expressivo já que, segundo o Governo do Distrito Federal - GDF, a área possui, além de suas características climáticas e naturais específicas, sítios históricos, atrativos culturais, uma boa infraestrutura rodoviária e aeroportuária e rede hoteleira de boa qualidade (BRASÍLIA, 1996, p. 49).

O documento do GDF mostra, no entanto, que o turismo em Brasília não reflete sua condição de Capital da República, "apresentando um insignificante ingresso de renda para os cofres públicos em relação às potencialidades existentes" (BRASÍLIA, 1996, p. 50). Essa preocupação também está expressa no Plano Estratégico de Turismo, que destaca a limitada inserção da cidade no mercado turístico. Segundo o documento, em 1998, a cidade acolheu 1,1 milhão de turistas, dos quais apenas 6% eram internacionais. A maior parte das visitas de turismo ligava-se ao papel da cidade como capital do país: 62% das viagens tinham, como motivo, negócios; as demais se dividiam entre convenções (14%), lazer (4%) e outros motivos (20%). De acordo com esse documento, a média de permanência dos turistas em Brasília era limitada: apenas 2,83 dias (BRASÍLIA, 1999, p. 11).

Uma possível explicação para a defasagem entre o potencial turístico de Brasília e sua participação relativamente modesta como centro de atração de visitantes é a grande distância que separa a capital dos principais centros urbanos do país e do litoral. No entanto, a distância parece não ser o principal problema para os maiores emissores de visitantes da capital: no Brasil, os estados de São Paulo e Rio de Janeiro e, no exterior, os Estados Unidos e a Alemanha. Outros problemas poderiam estar dificultando o incremento das atividades turísticas na capital. Segundo o GDF, há estrutura organizacional inadequada; deficiência de recursos; falta de integração institucional; falta de manutenção, de infra-estrutura, de segurança e de qualidade de serviços nos pontos turísticos; e inexistência de campanhas de difusão de uma imagem positiva da cidade (BRASÍLIA, 1996, p. 50). Ainda que essas deficiências sejam reais e relevantes, no Brasil, esses problemas não são únicos de Brasília.

Além de fatores relacionados à distância e à gestão, resta esclarecer que outros aspectos poderiam estar contribuindo para limitar a atratividade da capital como destino turístico e o desejo dos que aqui chegam de permanecer na cidade. Uma possível explicação é a imagem contraditória de Brasília. Por um lado, as imagens divulgadas enfatizam aspectos turísticos associados a um urbanismo original e a uma arquitetura arrojada, únicos no mundo. Por outro lado, há indícios de que tanto a população local como os turistas percebem a capital como uma cidade artificial. Por trás de uma aparência de racionalidade e vida moderna, esconder-se-ia um modo de vida individualista e isolado. Além disso, contrariamente à utopia que fundamentou a imagem construída de uma cidade ideal e igualitária, o ambiente urbano de Brasília revela grandes desigualdades. Haveria, portanto, uma grande distância entre a imagem divulgada para consumo externo e a imagem percebida pelos que passam pela experiência de estar na capital brasileira.

Vários autores têm tratado da imagem de Brasília, embora sob diferentes perspectivas. Para uma discussão sobre diferenças entre a imagem construída e a imagem percebida, ver Cidade, (no prelo) e Cidade (2000). Sobre a imagem da cidade e sua representação no cancionário nacional, ver Montalvão; Souza, (no prelo). Para uma análise dos aspectos ideológicos e simbólicos de Brasília, ver Bicca (1985). Outros estudos abordam a imagem da cidade, sob o ponto de vista de sua morfologia urbana, como os de Kohlsdorf (1985 e 1996). Outros ainda tratam da imagem da cidade sob a perspectiva de diferentes camadas sociais, como os de Machado; Magalhães (1985), Nunes (1997), Paviani (1997), e Siqueira; Bandeira (1997).

Dada a possibilidade de que a disjunção entre imagem construída e imagem percebida contribua para limitar a atratividade de Brasília, cabe indagar: Como a

população vê a cidade? Quais as relações entre os habitantes e sua cidade? Como, em contrapartida, visitantes percebem a cidade? Há diferenças entre a percepção dos habitantes e a percepção dos turistas? Quais seriam essas diferenças? Como possíveis diferenças de percepção e de imagem estariam afetando o potencial turístico da capital? Que implicações a imagem percebida e suas nuances teriam para a formulação de políticas de gestão urbana? Tendo essas questões como pano de fundo, esse texto tem como objetivo delinear a imagem de Brasília, sob o ponto de vista de seus habitantes e visitantes. Dessa forma, o presente trabalho começa com uma breve discussão teórica – Olhares sobre percepção e imagem –, que propõe um referencial para a abordagem empírica do tema. Os itens seguintes tratam de Pesquisa de campo nos arredores da Torre de Televisão; Análise dos resultados e Conclusões, . O texto traz ainda, um anexo, Aspectos metodológicos da pesquisa, e completa-se com Referências bibliográficas.

OLHARES SOBRE PERCEPÇÃO E IMAGEM

Os estudos sobre percepção do ambiente urbano, em geral, partem do pressuposto geral de que o comportamento depende da percepção. Nesse sentido, segundo Moscovici, o espaço urbano seria, não apenas percebido e compreendido, mas também determinado pelas representações mentais (MONTEIRO, 1995, p. 908). Para o autor, representações sociais, inspiradas no conceito de representações coletivas de Durkheim, se remetem a estruturas psicológicas, uma maneira específica de produzir conhecimento. As representações sociais, segundo o autor, compõem-se de três processos ou fases, enunciadas por Circe Monteiro da seguinte forma: a) a “reprodução coerente de aspectos cognitivos do objeto”; b) “o amálgama do conceito com a percepção do mesmo que é manifestada pela imagem e pelas características concretas”; e c) “pela atribuição de valores às qualidades intrínsecas e extrínsecas do objeto” (MONTEIRO, 1995, p. 909).

Um dos aspectos inerentes ao espaço urbano é a imagem ambiental. As imagens são vistas, no estudo clássico de Kevin Lynch, como figuras mentais compartilhadas por amplo número de pessoas que convivem no espaço urbano. Evitando uma visão determinista, o autor considera que a imagem resulta de um processo de influências mútuas entre o observador e seu ambiente. Lynch considera que uma imagem ambiental pode ser analisada segundo três componentes: identidade, estrutura e significado. A *identidade* diz respeito à capacidade de um objeto distinguir-se de outras coisas, apresentar-se como uma entidade separada; a *estrutura* expressa a relação espacial ou padrões que se estabelecem do objeto para o observador e também para outros objetos; o *significado* emana de uma relação prática ou emocional entre o objeto e o observador (LYNCH, 1997, p. 9-10).

Lynch examina também a imagem da cidade e seus elementos: as vias (*paths*), os limites (*edges*), os bairros, os nós e os marcos (*landmarks*). Todos esses elementos têm como referência uma relação entre o objeto e o observador. Assim, *as vias* são canais de circulação ao longo dos quais o observador se locomove de modo habitual, ocasional ou potencial; *os limites*, elementos lineares correspondentes às fronteiras permeáveis entre diferentes áreas ou regiões que se relacionam entre si; *os bairros*, regiões médias ou grandes de uma cidade, reconhecidos como tendo algo em comum e identificável; *os nós*, cruzamentos, pontos ou lugares estratégicos da cidade e focos intensivos para os quais e dos quais o observador se desloca; *os marcos*, pontos marcantes que servem de referência externa ao observador (LYNCH, 1997, p. 51-54).

A relação entre as pessoas e o ambiente é parte integrante da experiência urbana. Yi-Fu Tuan, geógrafo humanista, a partir de interesses ligados à percepção e à dimensão afetiva, desenvolve o conceito de topofilia como “o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico” (TUAN, 1980, p. 05). O autor também rejeita uma visão determinista, reconhecendo que o meio ambiente nem sempre é a causa direta desse sentimento. No entanto, “fornece o estímulo sensorial que, ao agir como imagem percebida, dá forma às nossas alegrias e ideais” (TUAN, 1980, p. 129). Considerando ainda as limitações sensoriais na percepção das cenas urbanas, destaca que nenhuma pessoa pode conhecer bem as grandes metrópoles, mas apenas fragmentos do total de suas cenas. Por outro lado, para situar-se em seu próprio bairro, o habitante da cidade parece necessitar de uma imagem do meio ambiente total (TUAN, 1980, p. 222).

O sociólogo francês Raymond Ledrut dá um significado coletivo a esses olhares sobre a cidade, abordando aspectos sociais da experiência individual na formação da imagem. Para Ledrut, o meio de construção da imagem ambiental é a percepção. Em sintonia com o pressuposto de que a percepção influencia o comportamento, imagens compartilhadas influenciariam o comportamento social (LEDRUT, 1973, p. 21-22). Segundo essa linha de raciocínio e evitando-se uma perspectiva determinista, pode-se pressupor que imagens compartilhadas condicionam práticas sociais que, em contrapartida, também influenciam a construção de novas imagens, em um processo contínuo.

Antoine S. Bailly acrescenta uma dimensão política. Para o autor, enquanto existe uma interação entre a imagem, a ação e uma nova imagem, pode haver interesse de determinados grupos em modificar ou preservar uma imagem, com o intuito de modificar ou bloquear o comportamento dos indivíduos. Os especialistas em publicidade, por exemplo, buscam orientar decisões por meio da percepção. Buscam influenciar consumidores potenciais de um produto, enviando mensagens que os levem a adotar o produto em questão. A informação, de forma geral, se dissemina de acordo com os interesses de grupos de pressão que dispõem dos meios de divulgação (BAILLY, 1979, p. 45-46).

A discussão sugere que a cidade é palco de atividades econômicas e sociais e também lugar de vivências individuais e pessoais que servem de base para percepções coletivas. A imagem da cidade é, dessa forma, formada por percepções apreendidas na esfera individual, que são traduzidas em comportamentos coletivos. Enquanto a percepção da imagem de cidade pode ser um processo passivo, a projeção de práticas socioespaciais, modificando não apenas o ambiente, mas também a imagem inicial, passa a ter uma conotação ativa.

Essa dinâmica, por outro lado, revela-se particularmente significativa ao se considerar o papel da imagem de uma cidade na gestão de atividades turísticas. Existe uma imagem construída que é divulgada e consumida, em nível relativamente superficial, enquanto a imagem percebida é construída a partir de vivências. A imagem construída tende a prevalecer como fonte de informação para pessoas que estão fora da cidade. A imagem percebida, por sua vez, permanece como parte de uma relação de identidade entre o indivíduo e o lugar. Uma vez que o turismo é uma espécie de consumo do lugar, a articulação entre a imagem divulgada e a imagem percebida contribui para a construção de uma identidade local. A disjunção entre os dois tipos de imagem, ao contrário, pode revelar uma fragmentação na construção da identidade local⁵.

⁵ Manuel Castells aponta que identidades representam fontes de significado para os atores sociais, embora possam também ser formadas por meio de instituições dominantes. No segundo caso, entretanto, “. . . somente assumem tal condição quando e se os atores sociais as internalizam, construindo seu significado com base nessa internalização” (CASTELLS, 1999, p. 26).

PESQUISA DE CAMPO NOS ARREDORES DA TORRE DE TELEVISÃO

Em Brasília, um dos lugares mais freqüentados, tanto pela população local como por turistas, é a Torre de Televisão. Localizada no centro do Plano Piloto, a Torre situa-se próxima à Rodoviária do Plano Piloto e também à curta distância dos Setores Hoteleiros Norte e Sul e do Parque da Cidade. Na base da Torre, realiza-se uma movimentada feira de artesanato característico da capital e cercanias. Na Torre, localiza-se um museu de gemas, que valoriza a produção mineral da região. Do seu mirante, é possível vislumbrar a paisagem da Esplanada dos Ministérios, também característica marcante da capital.

Para apoiar a compreensão do papel da imagem de Brasília no cotidiano de sua população e comparar essa imagem com a percepção de visitantes, foi feita uma pesquisa de campo nos arredores da Torre de Televisão⁶. A pesquisa foi organizada por meio de um questionário, aplicado a pessoas maiores de dezesseis anos, com um total de 183 entrevistados. A primeira parte do questionário tratou de caracterizar o respondente. A segunda parte incluiu perguntas abertas e fechadas, para identificar a imagem da cidade, mantendo sintonia com a temática discutida nas notas teóricas. As questões foram agrupadas nos seguintes temas: Significação (relação emotiva e prática), Identidade (comparação com outras cidades) e Estrutura (relação espacial). Os temas incluem também Atividades sociais (sociabilidade e mobilização) e Espaço e ambiente (gestão territorial e ambiental). Devido a limitações de tempo e espaço, neste trabalho somente serão analisadas questões relativas à Significação da cidade. Dos entrevistados, 142 residiam no Distrito Federal, 23 em municípios do Entorno e 18 em outras cidades do Brasil ou no exterior⁷.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A imagem revelada

A primeira questão que tratou da significação da cidade foi: Em que você pensa quando ouve a palavra Brasília? Para a interpretação dos resultados dessa pergunta, foi utilizada uma adaptação do esquema utilizado por Raymond Ledrut (1973), cujo detalhamento faz parte do Anexo a este trabalho.

⁶ Os questionários foram elaborados e discutidos no contexto da disciplina Extensão em Geografia, oferecida pelo Departamento de Geografia do IH/UnB, no primeiro semestre de 2001. A aplicação dos questionários foi feita no fim de semana de 21 de abril de 2001 pela professora Lúcia Cony F. Cidade, por alunos da disciplina e pelas alunas de Prática e Pesquisa de Campo Rosane Moreira de Carvalho e Rosângela Santos de Barros. O processamento dos resultados foi elaborado em SPSS por Marcelo J. M. Freire. Os autores agradecem a todos os que colaboraram com a pesquisa.

⁷ Os municípios da Região Integrada de Desenvolvimento do Entorno – RIDE, no Estado de Goiás são: Abadiânia, Água Fria de Goiás, Águas Lindas, Alexânia, Alto Paraíso, Alvorada do Norte, Buritinópolis, Cabeceiras, Cidade Ocidental, Cocalzinho, Corumbá de Goiás, Cristalina, Damianópolis, Flores de Goiás, Formosa, Luziânia, Mambaí, Mimoso de Goiás, Novo Gama, Padre Bernardo, Pirenópolis, Planaltina de Goiás, Santo Antônio do Descoberto, São João D'Aliação, Simolândia, Sítio D'Abadia, Valparaíso de Goiás, Vila Boa e Vila Propício; no Estado de Minas Gerais são: Arinos, Bonfinópolis de Minas, Buritis, Cabeceira Grande, Dom Bosco, Formoso, Natalândia, Paracatu, Pintópolis, Riachinho, Unai, Uruana de Minas e Uruçuia.

A análise das respostas revela que a palavra Brasília sugere dois tipos principais de referências: as políticas e geopolíticas, que se enquadram como objetivas; e as relativas ao caráter ou espírito da cidade, que são subjetivas. As referências políticas e geopolíticas, que envolveram expressões positivas ou neutras como "capital", "governo", "política" ou "poder", foram lembradas 37 vezes, o que representou 20% do total das respostas. As referências relativas ao caráter ou espírito da cidade incluíram, em sua maioria, formulações positivas ou neutras como "cidade tranqüila", "cidade diferente", "lugar maravilhoso". Foram feitas algumas menções negativas, como "perda da paz", "cidade qualquer", "falta de paz", embora em número não expressivo. O total das referências relativas ao caráter ou espírito da cidade foi de 35 respostas, ou 19%. A predominância desses dois tipos principais de referências, que completam 39% do total, é suficiente para caracterizar Brasília com uma forte imagem. Essa representação compõe-se de uma visão objetiva de Brasília como centro de poder, inerente à sua função de capital do país; e de uma visão subjetiva de uma cidade com características próprias, ligadas a um planejamento modernista, que são predominantemente positivas. Essa imagem combinada mostra uma percepção de Brasília em sintonia com seu papel político no cenário nacional e também reflete o fato de ela ter sido planejada segundo elevados padrões de qualidade de vida e de qualidade ambiental. No entanto, essa imagem favorável é relativizada ao examinarem-se os outros tipos de respostas.

O terceiro tipo de referências mais frequentes foi o de marcas dos grupos sociais, consideradas objetivas. Entre as referências positivas ou neutras estão: "progresso", "futuro" e "esperança de um futuro melhor". Entre as negativas estão: "injustiça", "miséria" e "falta de segurança". As referências relativas às marcas dos grupos sociais perfizeram um total de 20 respostas, ou 11%. Nesse tipo, há visível convivência entre aspectos positivos ou neutros e reações negativas, embora as positivas predominem. É bom lembrar que essa categoria, marcas dos grupos sociais, reflete uma espécie de objetivação⁸. A representação da cidade sai da esfera do idealizado e refere-se à realidade social e econômica da população. Nela, as imagens associadas à esperança no futuro têm como contraponto a realidade da insegurança e do roubo. As principais menções seguintes foram as relativas ao presente do sujeito, com 9% e as referências econômicas, com 6%. Em ambas predominam as referências positivas ou neutras, embora também se apresentem algumas referências negativas.

É relevante notar que os três tipos de categorias que vêm em seguida, valores funcionais ou urbanísticos, valores estéticos e espaço parcial complexo relativo ao conjunto da cidade, aparecem cada uma com 4% e, somadas, perfazem um total de 23 respostas, ou 12%. Na metodologia utilizada por Ledrut, esses registros vinham em separado. As respostas sugerem que, no caso de Brasília, uma cidade que conta com inquestionável patrimônio urbanístico e arquitetônico, uma análise conjunta dessas categorias reflete a importância que as pessoas atribuem a esse patrimônio. É interessante observar também que os valores éticos e humanos aparecem apenas com cinco ocorrências, ou 3% das respostas, mas se compõem apenas de referências negativas, como "corrupção", "desperdício" e "ladrão".

A convivência de uma imagem altamente positiva, predominante, com percepções críticas sobre a cidade, embora minoritárias entre os entrevistados, reflete a impressão inicial de que Brasília projeta uma imagem contraditória. Enquanto seu papel como centro de poder, local privilegiado e dotado de notável patrimônio moder-

⁸ Para Moscovici, ancoragem, juntamente com a objetivação, é um dos dois processos psicológicos que estão na base das representações sociais. No processo de ancoragem, algo estranho ou desconhecido é remetido a uma categoria familiar, comparado e enquadrado em um rótulo considerado adequado. A objetivação, processo muito mais ativo, refere-se à fixação da representação social como integrante da realidade (MONTEIRO, 1995 p. 909).

nista, está bastante delineado, as frustrações encontradas na realidade vivida pelos que aqui chegam aparecem com clareza. As respostas sugerem que a população é capaz de perceber, por trás de uma imagem divulgada com características utópicas, uma realidade que envolve conflitos de cunho social e político.

As ligações com locais específicos

Para complementar a compreensão da imagem da cidade, foi proposta outra questão aberta. Com o objetivo de investigar ligações com locais específicos da cidade, perguntou-se: De qual lugar você gosta mais no Distrito Federal? As repostas concernentes estão relacionadas à afetividade e denotam variações significativas entre os locais de maior e menor escolha.

Assim, enquanto o Plano Piloto e o Parque da Cidade foram citados respectivamente 29 e 24 vezes, representando 16% e 13%, o Lago Paranoá e os Monumentos foram lembrados 3 e 1 vezes, o que representa 2% e 1% respectivamente. Convém notar que tanto o Plano Piloto como os Monumentos caracterizam-se por projetos de cunho modernista, enquanto o Parque da Cidade e o Lago Paranoá são áreas em que predomina o ambiente natural ou modificado pelo paisagismo. No entanto, o Plano Piloto e o Parque da Cidade localizam-se na área central, ou próximo a ela, enquanto o Lago Paranoá situa-se em área mais afastada e os Monumentos, embora próximos à área central, estão espalhados. Estes dados sugerem que tanto a população local como os turistas lembram dos espaços modernistas e também do ambiente urbano naturalizado. No entanto, tendem a apresentar uma maior afetividade em relação aos espaços com maior acessibilidade e sentem uma menor atração pelos espaços menos acessíveis.

A percepção destas preferências é plenamente corroborada quando consideramos que as alternativas colocadas em terceiro e quarto lugares foram: Outras cidades do Distrito Federal e Torre, juntamente com Locais do Plano Piloto. As referências relativas a Outras cidades do Distrito Federal perfizeram um total de 20 respostas, ou 11%, enquanto Torre e Locais do Plano Piloto foram lembradas 19 vezes cada uma, representando ambas 10%.

É possível notar o traço forte de uma imagem que nos revela as contradições da cidade no imaginário da população local e do turista. Sob a perspectiva socioespacial, os espaços públicos mais acessíveis seriam os de uso mais democrático, enquanto os menos acessíveis seriam os de uso menos democrático. As escolhas feitas pelos entrevistados tendem a confirmar essa suposição. Sugerem que a acessibilidade está intimamente relacionada à democratização dos espaços públicos. A apropriação e, por conseguinte, as ligações afetivas com esses espaços, somente se tornam possíveis quando não há grandes obstáculos a serem enfrentados para se chegar a eles. O papel do poder público na gestão do espaço urbano torna-se, assim, um fator chave, tanto na oferta de infra-estrutura e serviços quanto na imagem construída da cidade.

As rejeições

Especificamente quanto a Lugar de que menos gosta no Distrito Federal, também uma questão aberta, 29 das referências, ou 16%, evidenciam que Ceilândia é, destacadamente, o lugar mais rejeitado pelos entrevistados. A imagem negativa da maior cidade satélite do Distrito Federal é corroborada ao se analisarem as outras respostas. Verifica-se também que os lugares de desafeto variam, pois, de um total de 16 locais mencionados pelos entrevistados, a segunda maior indicação ficou com o item Outros, 17 referências, ou 9%. A tendência a uma rejeição a cidades satélites ou

periféricas confirmou-se com a terceira maior indicação, que ficou para Outras cidades do Distrito Federal e para Periferia/Assentamentos/Entorno, com 12 referências cada, ou 7%. As demais possibilidades de resposta variaram entre 10 e 1 referências, ou 5% e 1% das indicações.

Em um cenário no qual se buscam conhecer os lugares com imagem mais negativa, é importante notar que uma parte substancial dos entrevistados declarou não ter rejeições. Assim, 33 referências, ou 18% dos pesquisados, indicaram que não há lugar de que menos gosta no Distrito Federal, e 21 respostas, ou 11%, responderam não saber qual o lugar de que menos gostam. Somadas, as duas opções atingem 29%, índice bastante próximo ao da soma das rejeições a Ceilândia, Outras cidades do Distrito Federal e Periferia/Assentamentos/Entorno, que é de 30%.

Motivos da vinda

A questão “Por que veio para o Distrito Federal?” –, fechada, trata sobre os motivos da vinda para o DF. A análise das respostas confirma uma tendência que, em geral, é representada pelas principais motivações para deslocamento em direção aos centros urbanos. Assim, 45 das respostas, ou 25% do total, indicaram o item Emprego como principal motivador da vinda para o DF; 41 das respostas, ou 23%, indicaram Família e 29 das respostas, ou 16%, indicaram A trabalho. As motivações indicadas agregam percepções socioeconômicas e sugerem que praticamente não existem diferenças significativas entre os principais motivadores de atração para o Distrito Federal e para as outras cidades. Cabe destacar que Turismo constitui, dentre os resultados da pesquisa, uma das motivações menos expressivas, com apenas 5 referências, ou 3% do total.

A imagem da experiência vivida

Outra questão tratada na pesquisa é “Como você acha que é o Distrito Federal para viver?”. Foram apresentados seis pares opostos de escolhas, que, juntas, compõem possibilidades de caracterização da imagem da cidade, enfatizando a experiência vivida. Foram solicitadas repostas para cada um dos seis itens e, assim, as porcentagens referem-se apenas a ocorrências dentro de cada par de características opostas. Dessa forma, em um par específico, uma porcentagem hipotética de 90% de escolhas que recaem sobre uma característica positiva significa que apenas 10% das respostas referem-se a escolhas de uma característica negativa. A relação das características também foi inspirada na construção da imagem da cidade apresentada por Ledrut (1973).

A imagem que emergiu traduz o Distrito Federal como um lugar com características altamente positivas: agradável, com 93%; um bom ambiente social, com 85%; amigável, com 77%; tranquilo, com 68%; e animado, com 61%. Cabe destacar que, quanto ao sexto item considerado, ou seja, se o Distrito Federal era Divertido ou Sério para viver, as escolhas traduziram uma proporcionalidade de 89 indicações para Divertido e 90 para Sério, exprimindo um empate técnico de 49% para cada escolha. Da totalidade dos pesquisados, 4 não sabiam se o Distrito Federal era Divertido ou Sério para viver, correspondendo a 2% das respostas. Agregando as respostas, tem-se uma imagem bastante positiva do Distrito Federal.

A análise das respostas a essa pergunta, que leva em conta não a imagem construída pelas instituições dominantes, mas a imagem percebida pelos indivíduos como atores sociais, revela que, sob a perspectiva da experiência vivida, emerge

uma imagem coerente e integrada da cidade. Mais ainda, embora Brasília exponha algumas contradições próprias e outras semelhantes às de outras grandes cidades brasileiras, a imagem percebida pelos que aqui vivem ou chegam é bastante favorável.

O símbolo da cidade

Um dos aspectos que mereceu nossa reflexão está relacionado ao elemento da paisagem urbana brasiliense que melhor representa a imagem da cidade. A questão referente ao tema coloca em pauta, de maneira implícita, a inquietude quanto ao símbolo urbanístico ou arquitetônico que melhor traduziria a concretização de uma ideologia de Brasília. No fulcro dessa questão está a idéia de “chão-público”, levantada por Lúcio Costa, que elege a superquadra como o espaço no qual surgiria uma nova geração, uma nova maneira de viver, gerando uma nova cultura (COSTA, 1995, p. 326-327).

Ao analisar as referências relacionadas à questão, constatamos que, entre os símbolos que melhor representam Brasília, estão a Esplanada dos Ministérios, a Torre e o Congresso Nacional. Essas referências foram lembradas 27, 23, e 21 vezes respectivamente, resultando nos valores de 15%, 13% e 11%.

Contrariando a expectativa de uma ideologia de Brasília, publicamente divulgada por seu criador, os espaços eleitos como símbolos de representação da cidade foram aqueles direta ou indiretamente relacionados ao poder e à condição da cidade como capital do país. Essa preferência valida a idéia, largamente disseminada, de que a imagem da cidade está fortemente ligada a seu papel político e geopolítico.

Vale destacar que as idéias de Lúcio Costa são corroboradas por Vilém Flusser quando esse admite que, em cidades como Brasília, seus moradores envidam uma busca incessante por um novo estilo de vida, de um novo modelo de homem baseado na polifonia, polietnia e na associação dos vários estilos de vida e dos padrões estéticos e arquitetônicos. Conforme Flusser: “Nessas cidades se faz o esforço por uma renascença dos estilos de vida, em outras palavras: por uma nova cultura” (FREITAG-ROUANET, 2000, p. 38)

Percepção sobre os fatores de atração e repulsão

Um último tema de análise está relacionado aos fatores e elementos que provocam uma maior atração ou maior repulsão do turista para o Distrito Federal, tratado em duas questões. O grupo de entrevistados, formado por residentes no Distrito Federal e por turistas, considerou que o principal atrativo para o turista é sua arquitetura, com 36 referências, ou 20% das respostas; seguida pelos monumentos, com 20 referências, ou 11%; e a Torre, com 18 referências, ou 10%; e o fato da cidade ser a capital do país e, portanto, centro de governo e poder, com 15 referências, ou 8%.

Cabe salientar que a inscrição do Plano Piloto de Brasília, em 1987, como Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) e seu tombamento em 1992, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), com a Portaria nº 314, conferiu à cidade um *status* diferenciado em relação às outras grandes cidades brasileiras⁹.

⁹ Para referências, ver BRASÍLIA (2001, p. 10). A mesma matéria chama a atenção para o fato de que agressões às características originais da cidade estão sendo analisadas por técnicos enviados pela Unesco, para subsidiar decisões sobre a inclusão ou não da cidade na lista dos monumentos em situação de risco.

Como símbolo arquitetônico e urbanístico modernista, Brasília apresenta características históricas, urbanas e paisagísticas próprias, o que a torna por si só um elemento atrativo para o turista.

Por outro lado, considerando apenas as respostas de residentes em “outras cidades”, o que exclui não apenas habitantes do Distrito Federal, mas também os do Entorno, o que mais atrai o turista são duas características relacionadas a seu papel político. O fato de “ser a capital” obteve o mesmo número de menções do que as referências a “governo/poder”, ambas com três respostas cada, ou 17% dos 18 respondentes. Somadas, as referências políticas perfazem um total de 36% das respostas de turistas relativas a fatores de atração para a cidade¹⁰.

Em contrapartida, o grupo maior de entrevistados considerou que os principais fatores e elementos que provocam uma maior repulsão para o turista são a falta de lazer, com 32 referências, ou 17%; a violência/insegurança, com 27 referências, ou 15%; e a falta de praia, com 17 referências, ou 9%. Com significativo impacto no imaginário da população local e dos turistas, a falta de praia tem forte influência na imagem da cidade, uma vez que um número considerável da população local, bem como dos turistas que visitam a cidade, origina-se de cidades litorâneas. Concorre, como elemento incentivador dessa visão, a ideologia do lazer e do turismo associado à imagem nacional de um país tropical, com praias paradisíacas, divulgada pela mídia e pelos grupos empresariais de turismo.

Considerando apenas as respostas de residentes em “outras cidades”, o principal fator de repulsão foi “violência/insegurança”, com 4 referências ou 22% das respostas do subgrupo; seguido de política, com três referências ou 17%; e de falta de praia, com 2 referências ou 11%.

Os fatores ou elementos relacionados à repulsão do turista apresentam uma imagem fortemente trabalhada pela mídia, o que, na verdade, reforça as preocupações da população local. Essas preocupações, reais e pautadas num cotidiano cada vez mais parecido com o de outras grandes cidades, emergem de uma organização socioespacial profundamente marcada pela desigualdade.

CONCLUSÕES

O presente trabalho partiu do pressuposto de que há uma disjunção entre a imagem construída e divulgada pelas instituições dominantes e a imagem percebida pelas pessoas que vivem ou visitam Brasília. Embora a capital brasileira apresente problemas de gestão do turismo semelhantes aos encontrados em outras grandes cidades, esse deslocamento poderia estar contribuindo para limitar a atratividade de Brasília. Para melhor compreender o processo, tornou-se necessário desvendar relações entre a população e a cidade. Isso inclui entender como a população vê a cidade e como visitantes percebem a cidade. Inclui também identificar como possíveis diferenças de percepção e de imagem estariam afetando o potencial turístico da capital e, ainda, que implicações essas diferenças teriam para a gestão do turismo na região. Apoiando-se nessas questões, o objetivo do texto foi delinear a imagem de Brasília, sob o ponto de vista de seus habitantes e visitantes. O trabalho incluiu uma aborda-

¹⁰ Apesar dos turistas representarem aproximadamente 10% dos entrevistados, seu número absoluto não é elevado. Assim, os detalhamentos dos resultados referentes a esse grupo devem ser interpretados com cautela.

gem teórica, que serviu de base para a compreensão dos processos envolvidos e apresentou resultados de uma pesquisa por meio de questionários, aplicados nos arredores da Torre de Televisão no centro de Brasília.

As respostas sugerem que, do ponto de vista da imagem imediata, a sedução do poder e a aura da cidade capital são os principais fatores que marcam o Distrito Federal. Em sintonia com o peso da política, os símbolos escolhidos para representar a capital também são políticos – a Esplanada e o Congresso – ou associados ao poder, como a Torre de Televisão, que domina a paisagem de praticamente todo o Plano Piloto. Os valores estéticos, culturais e ambientais também têm uma forte participação, como a arquitetura modernista do Plano Piloto e o verde do Parque da Cidade. Essa escolha sugere que, embora a principal força na formação da imagem da capital seja política, a cidade dispõe de outros atrativos mais facilmente percebidos no local, que estão ligados a seu patrimônio cultural e ambiental. Essas são as qualidades a serem preservadas e valorizadas.

É importante notar que uma visão crítica também está presente, principalmente nas escolhas dos locais rejeitados, que são predominantemente os periféricos. Embora entre os fatores de repulsão predominem características físicas, como a falta de praia, ou de equipamentos públicos, são nítidas as preocupações relativas a resultados de políticas de exclusão social, como as referências à questão da violência e insegurança. Ainda assim, a imagem resultante é altamente positiva, com características socioespaciais amplamente favoráveis.

A discussão sugere que, embora possa existir uma dissociação entre a imagem construída pelas instituições dominantes e a imagem percebida no local, a experiência vivida aponta para uma representação social coerente. Os que aqui vivem, tal como os turistas, percebem uma cidade com inúmeras qualidades que a distinguem das outras e com problemas como qualquer outra cidade brasileira. Cabe ainda lembrar que o turismo não é panacéia e que o desenvolvimento urbano dependeria não apenas do desenvolvimento econômico e sim de uma gestão urbana eficaz e equitativa. Dessa forma, cabe à sociedade que vive no Distrito Federal torná-lo menos desigual, e mais democrático o acesso a seus equipamentos urbanos. Cabe à gestão do turismo investir no patrimônio existente e nos equipamentos e serviços urbanos. Políticas desse tipo contribuiriam para colocar a experiência vivida em Brasília em sintonia com sua privilegiada condição de capital dos brasileiros.

ANEXO: ASPECTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Raymond Ledrut, em pesquisa sobre a experiência urbana, utiliza a palavra como forma de expressão implícita dos habitantes sobre a cidade (LEDROUT, 1973, p. 18-19). O autor busca saber de que forma os habitantes de uma cidade se referem à sua cidade e à cidade em geral. Pretende, portanto, desvendar qual é o sistema de expressão ou de significação da cidade (LEDROUT, 1973, p. 32). A pesquisa foi desenvolvida por meio de dois questionários, aplicados a amostras diferentes. Um foi um questionário verbal tradicional com várias questões abertas, aplicado em duas cidades de tamanho e localização diferentes: Toulouse (cerca de 380 mil habitantes) e Pau (aproximadamente 76 mil habitantes). O outro foi um questionário fotográfico, aplicado na cidade de Toulouse. No questionário verbal, parte das questões foi submetida a análises estatísticas, enquanto outra parte, a que tratou das questões abertas, foi objeto de uma análise de conteúdo.

Na pesquisa verbal, com vistas a descobrir o sistema de significação da cidade, o autor estrutura possíveis respostas no que chamou de “árvore dos modos de apreensão da cidade” (LEDRUT, 1973, p. 62). Para Ledrut, o vivido pode ser apreendido segundo “o objetivo” e “o subjetivo”. O objetivo compõe-se de “espaço” e “as coisas e os homens”. O subjetivo divide-se em “o eu” e “os valores”. Cada uma dessas dimensões, por sua vez, apresenta diferentes subdivisões.

Na pesquisa verbal o interesse era abordar as relações entre as pessoas e a cidade, pela análise das atitudes a respeito do fenômeno urbano como um conjunto. Na pesquisa de imagens fotográficas o interesse era abordar as reações aos diversos lugares e elementos urbanos (LEDRUT, 1973, p. 197). A estrutura de significações encontrada pode ser assim sumarizada: Valores éticos, Valores vitais, Valores estéticos, Valores funcionais, Utilitaridade, Ludicidade, referência urbanística, Tempo de uso, Referência econômica, Higiene, Aparência social, Marca dos grupos sociais, Formas de sociabilidade, Espacialidade, Historicidade, Natureza, Decoração (cenário), e Ordem (LEDRUT, 1973, p. 243).

Para sistematizar alguns dos resultados da pesquisa em Brasília, buscou-se adaptar o esquema utilizado por Raymond Ledrut, utilizando categorias das duas pesquisas do autor. As respostas à questão sobre a imagem imediata: “Em que você pensa ouve a palavra Brasília?”, foram agrupadas segundo diferentes dimensões, com base na “árvore dos modos de apreensão da cidade” desenvolvida por Ledrut. Devido a características específicas do Distrito Federal, incluíram-se também categorias relativas a Referência econômica, Marca dos grupos sociais, Historicidade, Decoração (cenário), e Ordem, relativas à pesquisa fotográfica do autor. Outro exemplo foi a criação do grupo de “referências políticas e geopolíticas”, uma vez que um dos aspectos mais importantes de Brasília é o fato de ela ser a capital do país.

Segue a lista das dimensões adotadas na tabulação da pergunta “Em que você pensa quando ouve a palavra Brasília?”. Inclui-se entre parênteses, uma breve explicação sobre o item ou exemplos hipotéticos. Acrescentam-se também, abaixo de cada item, as referências positivas ou neutras e as referências negativas que apareceram como respostas na pesquisa em Brasília.

01. O objetivo: espaço global simples qualitativo, simples quantitativo e complexo (exemplos a partir de Ledrut: o sol; uma grande cidade, um grande centro urbano; uma velha cidade circundada por uma cidade nova)
referências positivas ou neutras: cidade, cidade do futuro, espaço, melhor cidade do país
referências negativas: - (não houve)
02. O objetivo: espaço parcial simples (exemplos a partir de Ledrut: monumentos, edificações isoladas)
referências positivas ou neutras: Congresso (Nacional), Torre
referências negativas: - (não houve)
03. O objetivo: espaço parcial complexo relativo ao conjunto da cidade (exemplos a partir de Ledrut: conjunto arquitetônico; centro/não centro)
referências positivas ou neutras: bonita arquitetura; organização, modernidade, projeto
referências negativas: - (não houve)
04. O objetivo: espaço parcial complexo sem relação com o conjunto da cidade (não houve referências)
(exemplos a partir de Ledrut: avenidas, ruas, lugares, jardins, cais etc.)
referências positivas ou neutras: -
referências negativas: -

- 05 O objetivo: as coisas (não houve referências)
(exemplos a partir de Ledrut: a caçarola, as violetas, a aviação)
referências positivas ou neutras: -
referências negativas: -
- 06 O objetivo: os homens - referências econômicas
(exemplos a partir de Ledrut: atividades econômicas, emprego, renda, dinheiro)
referências positivas ou neutras: trabalho, lugar bom de ganhar dinheiro, fonte de renda, desenvolvimento, oportunidade, estabilidade, bom local de trabalho
referências negativas: desemprego
- 07 O objetivo: os homens - referências políticas e geopolíticas
(exemplos formulados para Brasília: capital, governo, centro de poder, centro administrativo)
referências positivas ou neutras: governo federal, governo, integração nacional, centro do país, capital do país, capital do Brasil, capital, política, capital da esperança, capital federal, poder, centro de decisões, políticos, serviço público, coração do Brasil, centro do país, sede do poder, congregação de Estados, a terra do poder, diplomacia
referências negativas: - (não houve)
- 08 O objetivo: os homens - marcas dos grupos sociais
(exemplos a partir de Ledrut: segregação, homogeneização, ascensão social)
referências positivas ou neutras: progresso, futuro, esperança de um futuro melhor, futuro melhor, prosperidade, boas perspectivas, melhoria de vida, esperança, evolução
referências negativas: injustiça, miséria, falta de segurança, roubo, violência
- 09 O objetivo: os homens - formas de sociabilidade (não houve referências)
(exemplos a partir de Ledrut: redes sociais, isolamento)
referências positivas ou neutras: -
referências negativas: -
- 10 O objetivo: o eu - acontecimento ou período no passado do sujeito
(exemplos a partir de Ledrut: cidade natal; cidade onde nasci; minha infância)
referências positivas ou neutras: raízes, terra em que nasci, passado, segunda mãe
referências negativas: - (não houve)
- 11 O objetivo: o eu - presente do sujeito, apropriação pelo eu
(exemplos a partir de Ledrut: minha casa; minha cidade, meu país)
referências positivas ou neutras: minha terra, casa, carinho, paraíso, lugar que gosto muito, tudo, felicidade, amor, paraíso na Terra, minha vida, o melhor lugar, grande amor
referências negativas: cansaço, ir embora, desilusão, decepção
- 12 O objetivo: valores funcionais ou urbanísticos
(exemplos a partir de Ledrut: comodidade, facilidades da vida urbana, equipamentos, qualidade de vida, ou negação desses)
referências positivas ou neutras: bom pra viver, muito bom, bom lugar pra viver, bom lugar pra morar, lugar bom pra se viver
referências negativas: já foi bom, mais tumultuada, já foi muito boa
- 13 O objetivo: valores estéticos
(exemplos a partir de Ledrut: beleza, claridade, pitoresco, aconchegante, ou negação desses)
referências positivas ou neutras: bonita, cidade bonita, beleza, imagem bonita
referências negativas: - (não houve)

- 14 O subjetivo: valores de caráter ou espírito da cidade
(exemplos a partir de Ledrut: alegre; lúdico, ou negação desses)
referências positivas ou neutras: fantasia, cidade tranqüila, cidade diferente, lugar maravilhoso, legal, maravilhosa, ampla, novo, mudança, sonho, diversão, festa, amplidão, lugar agradável, coisa muito boa, boa cidade, cidade ótima, paz, uma cidade limpa, tudo de bom, tranqüilidade, ótimo, coisas boas, cidade legal, cidade agradável, inovação
referências negativas: perda da paz, cidade qualquer, falta de paz
- 15 O subjetivo: valores naturalistas
(exemplos a partir de Ledrut: presença de elementos naturais, como ar, luz, calor, árvores, água; ausência deles)
referências positivas ou neutras: cachoeiras, céu azul, verde
referências negativas: ausência de mar
- 16 O subjetivo: valores éticos e humanos
(exemplos a partir de Ledrut: moralidade; mentalidade dos habitantes, contatos, esnobismo; ausência deles)
referências positivas ou neutras: - (não houve)
referências negativas: corrupção, desperdício, ladrão
- 17 O subjetivo: valores históricos
(exemplos a partir de Ledrut: tempo de uso)
referências positivas ou neutras: Brasil, Brasil, mãe do Brasil; coisa nova
referências negativas: - (não houve)
- 18 Decoração e cenário (não houve referências)
(exemplos a partir de Ledrut: paisagem)
referências positivas ou neutras: -
referências negativas: -
- 19 Ordem (não houve referências)
(exemplos a partir de Ledrut: racionalismo)
referências positivas ou neutras: -
referências negativas: -

Foram incluídas na pesquisa também outras questões, para permitir detalhamentos ou uma visão sobre aspectos específicos do Distrito Federal. O estudo teve um caráter de aplicação preliminar da metodologia. Foi utilizada análise simples de tabelas, com vistas a identificar linhas gerais.

REFERÊNCIAS

- BAILLY, Antoine S. **La perception del espacio urbano**: conceptos, metodos de estudio y su utilización en la investigación urbanística. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local, 1979.
- BICCA, Paulo R. S. Brasília: mitos e realidades. In: PAVIANI, Aldo (Org.) **Brasília, ideologia e realidade**; espaço urbano em questão. São Paulo: Projeto, 1985. p. 101-133.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CIDADE, Lucia Cony F. Espaço desigual, imagem da cidade e turismo em Brasília. **Espaço e Geografia**, Brasília, ano 3, n. 1, p. 107-117, 2000.
- CIDADE, Lúcia Cony. Qualidade ambiental, imagem de cidade e práticas sócio-espaciais. In PAVIANI, Aldo; GOUVÊA, Luiz Alberto (Org.) **Brasília: controvérsias ambientais**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, no prelo. (Coleção Brasília)

BRASÍLIA sob o olhar da UNESCO. **Correio Braziliense**, Brasília, 06 nov. 2001, p. 10.

COSTA, Lúcio. **Lúcio Costa, registro de uma vivência**. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.

FREITAG-ROUANET, Bárbara. A cidade brasileira como espaço cultural. **Tempo Social**, São Paulo, v. 12, n.1, p. 29-46, maio 2000.

BRASÍLIA. Governo do Distrito Federal. Instituto de Planejamento Territorial e Urbano - IPDF. **Plano Diretor de Ordenamento Territorial do Distrito Federal**. Projeto de Lei Complementar. Brasília, maio de 1996.

BRASÍLIA. Governo do Distrito Federal. Secretaria de Turismo e Lazer. **Plano Estratégico de Turismo**: políticas, estratégias e programas 1999 -2002. Brasília, 1999.

HALL, Peter. **Cidades do amanhã**: uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos no século XX. São Paulo: Perspectiva, 1995.

HOLSTON, James. **A cidade modernista**; uma crítica de Brasília e sua utopia. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

KOHLSDORF, Maria Elaine. As imagens de Brasília. In: PAVIANI, Aldo (Org.) **Brasília, ideologia e realidade**; espaço urbano em questão. São Paulo: Projeto, 1985. p. 161-190.

KOHLSDORF, Maria Elaine. Brasília em três escalas de percepção In: RIO, Vicente Del; OLIVEIRA, Livia de (Org.). **Percepção ambiental** : a experiência brasileira. São Paulo: Studio Nobel; São Carlos: Ed. Universidade Federal de São Carlos, 1996. p. 39-60.

LEDROUT, Raymond. **Les images de la ville**. Paris: Antropos, 1973.

LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MACHADO, Lia Zanotta; MAGALHÃES, Themis Quezado de . Imagens do espaço: imagens de vida. In: PAVIANI, Aldo (Org.) **Brasília, ideologia e realidade**; espaço urbano em questão. São Paulo: Projeto, 1985. p. 191-214.

MONTALVÃO, Stella; SOUZA, Sérgio de Oliveira. A imagem de Brasília e sua representação no cancionário nacional. **Espaço e Geografia**, Brasília, ano 5, n. 1. No prelo.

MONTEIRO, Circe Maria Gama. Representações sociais da cidade: do imaginário ao real. In: **Encontro Nacional da ANPUR** - Modernidade, exclusão e a espacialidade do futuro, 6, 1995, Brasília. **Anais ...** Brasília: ANPUR, 1996. Pp. 908-916.

NUNES, Brasilmar Ferreira. Fragmentos para um discurso sociológico sobre Brasília. In: _____ (Org.). **Brasília: a construção do cotidiano**. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 13-35. (Coleção Biblioteca Brasiliense)

PAVIANI, Aldo. Brasília: cidade e capital. In: NUNES, Brasilmar Ferreira (Org.). **Brasília: a construção do cotidiano**. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 37-68. (Coleção Biblioteca Brasiliense)

SIQUEIRA, Deis; BANDEIRA, Lourdes. O profano e o sagrado na construção da Terra prometida. In NUNES, Brasilmar Ferreira (Org.). **Brasília: a construção do cotidiano**. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 227-251. (Coleção Biblioteca Brasiliense).

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia**: Um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

Recebido em setembro de 2002

Aceito em outubro de 2002