



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisuais e Publicidade

CÍNTIA NANI ARAÚJO CRUZ

BRASÍLIA IMAGINADA:
Mudanças de identidade cultural da cidade

Brasília
2014

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisuais e Publicidade

CÍNTIA NANI ARAÚJO CRUZ

BRASÍLIA IMAGINADA:
Mudanças de identidade cultural da cidade

Monografia apresentada à Universidade de Brasília
como requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Comunicação Social com habilitação
em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Liziane Soares Guazina

Brasília
2014

CÍNTIA NANI ARAÚJO CRUZ

BRASÍLIA IMAGINADA: Mudanças de identidade cultural da cidade

Monografia apresentada à Universidade de Brasília
como requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Comunicação Social com habilitação
em Publicidade e Propaganda.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a. Dr.^a. Liziane Soares Guazina
Orientadora

Prof. Dr. Sérgio Araújo de Sá
Membro

Prof. Dr. Fernando Oliveira Paulino
Membro

Prof.^a. Dr.^a. Dione Oliveira Moura
Suplente

AGRADECIMENTOS

Minha gratidão maior às inúmeras oportunidades de evolução proporcionadas pelo Universo em minha vida.

Aos que mais me apoiam nessa e em todas outras conquistas, com plena confiança nas minhas escolhas: meus pais, Marcelino José da Cruz Filho e Jane Pereira Araújo, e minha irmã Marcela Araújo Cruz, que sempre estão do meu lado com amor incondicional e disponibilidade para me ajudarem de incontáveis maneiras. Vocês são minha maior inspiração e motivos para querer ir tão longe. Obrigada por 22 anos de aprendizado constante, cuidado e companheirismo. Amo vocês! Pai, agradeço especialmente por me ensinar tanto e por despertar em mim esse amor por nossa cidade, você é o cara!

À minha orientadora Liziane Guazina, sábia e dedicada profissional que me guiou nesta pesquisa. O mundo seria muito melhor se todos os professores tivessem sua competência e igual amor pelo que fazem.

A todos os amigos e professores que me apoiaram e estiveram comigo durante a minha caminhada na UnB, principalmente aos companheiros de Doisnovemeia, que compartilharam tanto aprendizado. Em especial: Fabíola, Wagner, Selma, Luciano, Dione, Fe Gomes, Natan, Luiz Otávio, Ju Crizo, Luli, Milera, Cudy, Sophia, Dario, Urso, Laís (*in memoriam*) Katherine e Raíssa. Enorme gratidão também às minhas melhores amigas, que sempre me motivam e despertam o melhor em mim: Anna, Gabriela, Luisa, Marina, Ina e Lara. Ao Giordano, que me apoiou e liberou tantas vezes do estágio para fazer esse trabalho.

Hoje estou conectada com minha essência e sinto-me amor puro. Por tantas razões encontro-me realizada. E parte dessa plenitude é o fim (e início) de um ciclo que faz parte de quem eu sou.

RESUMO

A partir da perspectiva de seis atores sociais – dois eventos (*Picnik* e *Ossobuco*), três projetos (*Mapa Gentil*, *Pilotis* e *Ocupe o Lago*) e um blog (*Quadrado*) – que desenvolvem atividades culturais em Brasília, esta pesquisa tem o objetivo de identificar algumas mudanças de identidade cultural da cidade. Baseado no conceito de comunidade imaginada de B. Anderson, tenta-se compreender qual é a Brasília imaginada por esse grupo, quais inquietações levaram à busca por mudanças culturais, quais as diferenças e semelhanças nas identidades culturais do Plano Piloto e das outras Regiões Administrativas e quais representações caracterizam propriamente a identidade cultural brasiliense. A escolha metodológica consiste em três etapas: a primeira é a revisão de literatura relacionada aos temas cultura, representações, identidade cultural, cidade imaginada, Redes Sociais na Internet e Cibercultura; a segunda consiste no estudo das conversações das páginas do Facebook dos seis atores sociais, com base em Recuero (2012), incluindo tanto as interações entre elas e outros internautas quanto às interações entre si, observadas como geradoras de unidade de discurso e semelhante intenção cultural na cidade; na última consta uma entrevista em grupo com os representantes escolhidos. Foi visto que o desejo de desmistificar os estereótipos negativos de Brasília, a exemplo da visão como uma cidade política, de pessoas frias e voltadas somente ao concurso público, são motivadores para o desenvolvimento das mudanças culturais pelo grupo. A Brasília imaginada por eles é uma cidade diferenciada pelo amplo espaço vazio e verde; pela grande miscigenação e multiplicidade cultural devido à ocupação da cidade por pessoas nascidas em diversos estados brasileiros; pela organização arquitetônica e elementos urbanos próprios.

Palavras-chave: Identidade Cultural. Representações. Atores Sociais. Brasília. Facebook.

ABSTRACT

Starting from the perspective of six social actors – two events (*Picnik* and *Osso buco*), three projects (*Mapa Gentil*, *Pilotis* and *Ocupe o Lago*) and a blog (*Quadrado*) – that develop cultural activities in Brasilia, this research aims to identify some changes in the city's cultural identity. Based on the concept of the imagined community of B. Anderson, is tried to understand which is the Brasilia imagined by this group, which concerns have led to the pursuit of cultural change, what are the differences and the similarities in the cultural identities of the Plano Piloto and other Regiões Administrativas and which representations properly characterize the Brasília's cultural identity. The methodological choice consists of three steps: the first is a review of literature related to cultural issues, representations, cultural identity, imagined city, Social Networks in the Internet and cyberculture; the second is the study of conversations from Facebook pages of the six social actors based on Recuero (2012), including both the interactions between them and other Web users and the interactions between themselves, as observed generators of unit in the speech and similar cultural intention for the city; the last step consists in a group interview with the chosen representatives. It was seen that the desire to demystify the negative stereotypes of Brasilia, for example the vision as a political city, with cold people and entirely devoted to public tender are motivators for the development of cultural change by the group. The Brasilia imagined by them is a differentiated city for the large and empty green space; by the vast miscegenation and cultural diversity due to the city's occupation by people born in several Brazilian states; the architectonic organization and specific urban elements.

Keywords: Cultural Identity. Representation. Social Actors. Brasilia. Facebook.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Afirmações negativas sobre o imaginário de Brasília	28
Quadro 2 - Modelo para registro de dados da segunda etapa do acompanhamento online	50
Quadro 3 – Análise das conversações no Facebook entre os atores sociais desta pesquisa ...	87
Quadro 4 – Análise temática da entrevista em grupo e da entrevista individual realizadas com os seis atores desta pesquisa.....	97

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução da penetração de Internet por mercado	36
(Distrito Federal)	36
Figura 2 - Post com maior alcance da página do <i>Picnik</i> no Facebook.....	65
Figura 3 - Post da página do <i>Picnik</i> no Facebook.....	67
Figura 4 - Post com maior alcance da página do <i>Ossobuco</i> no Facebook.....	69
Figura 5 - Post 1 da página do <i>Ossobuco</i> no Facebook	70
Figura 6 - Post 2 da página do <i>Ossobuco</i> no Facebook	70
Figura 7 - Post 3 da página do <i>Ossobuco</i> no Facebook	70
Figura 8 - Post com maior alcance da página do <i>Mapa Gentil</i> no Facebook.....	72
Figura 9 - Post da página do <i>Mapa Gentil</i> no Facebook.....	73
Figura 10 - Post com maior alcance da página do <i>Pilotis</i> no Facebook	75
Figura 11 - Post da página do <i>Pilotis</i> no Facebook.....	76
Figura 12 - Post com maior alcance da página do <i>Ocupe o Lago</i> no Facebook	78
Figura 13 - Post da página do <i>Ocupe o Lago</i> no Facebook	79
Figura 14 - Post com maior alcance da página do <i>Ocupe o Lago</i> no facebook.....	81
Figura 15 - Post da página do <i>Quadrado</i> no Facebook.....	82
Figura 16 - Post 1 da página do <i>Ossobuco</i> com menção ao <i>Picnik</i>	91
Figura 17 - Post 1 da página do <i>Picnik</i> com menção ao <i>Quadrado</i>	92
Figura 18 – Post 5 da página do <i>Quadrado</i> com menção ao <i>Picnik</i>	94
Figura 19 - Post da página do <i>Pilotis</i> com menção ao <i>Quadrado</i>	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Curtidas na Visão Geral - Número de páginas do Facebook.....	83
Gráfico 2 - Número de posts por página	84
Gráfico 3 - Número de curtidas nos posts por página	85
Gráfico 4 - Número de compartilhamentos total dos posts por página	86

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – BRASÍLIA E CULTURA.....	17
1.1. Identidade cultural.....	19
1.2. Identidade, representação e diferença	23
1.3. Brasília Imaginada	24
1.4. Plano Piloto e Regiões Administrativas.....	29
CAPÍTULO 2 – REDES SOCIAIS NA INTERNET E CULTURA.....	36
2.1. Elementos da Comunicação Mediada pelo Computador	37
2.1.1. O Facebook	39
2.2. Cibercultura.....	40
2.3. Ciberespaço e Cidade.....	43
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA.....	46
3.1. Primeira etapa do acompanhamento online	46
3.2. Segunda etapa do acompanhamento online	48
3.3. Entrevista em grupo	50
CAPÍTULO 4 – ATORES SOCIAIS ESCOLHIDOS	54
4.1. Eventos.....	54
4.2. Projetos.....	57
4.3. Blog.....	62
CAPÍTULO 5 - DISCUSSÃO E ANÁLISE.....	63
5.1. Análise das páginas no Facebook	63
5.1.1. Primeira parte da análise online	63
5.1.2. Segunda parte da análise online	87
5.2. Análise da entrevista em grupo e da entrevista individual complementar.....	96
REFERÊNCIAS	124
APÊNDICE A – Tópico guia da entrevista em grupo	130
APÊNDICE B – Transcrição da entrevista em grupo	132

INTRODUÇÃO

A ideia inicial desta pesquisa surgiu a partir de uma inquietação pessoal quanto à falta de identificação da minha pessoa com uma identidade cultural propriamente brasiliense. Em um primeiro momento de exploração do tema, notamos que essa inquietude era compartilhada por amigos que também nasceram aqui e não percebiam uma identidade consolidada. No entanto, era consenso geral entre estas pessoas que muitos movimentos culturais estavam surgindo e conquistando espaço na capital.

Durante o processo de observação e experimentação das atividades culturais que acontecem em Brasília e ao me questionar qual seria um tema relevante e motivador para meu projeto de final de curso, deparei-me com a seguinte situação: Brasília está em um momento de mudanças de identidade cultural, e eu gostaria de entender como isto está ocorrendo a partir das atividades de incentivo cultural promovidas por pessoas que querem transformar a cidade.

Segundo Hall (2005) a identidade não pode ser vista como algo fixo e permanente, pois é formada e transformada constantemente em relação às formas que usamos para sermos representados e dependem dos sistemas culturais que nos rodeiam. Assim, a pessoa assume diferentes identidades que variam conforme o momento e contexto em que está inserida. Levando em consideração essa instabilidade e as limitações na delimitação de uma identidade, esta pesquisa não pretende apresentar nem discutir se haveria uma única identidade própria de Brasília, mas sim elementos identitários característicos de um cenário de mudança.

Hall (2005) propõe que as identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir embora ‘sabendo’, sempre, que elas são representações (p.112). Assim como Woodward (2000) diz que a representação envolve os sistemas simbólicos pelos quais os significados são produzidos, caracterizando os sujeitos. A partir deste entendimento sobre identidade e representação, este trabalho tem como objetivo mapear representações contemporâneas relacionadas à identidade cultural de Brasília.

A escolha pelo aprofundamento do tema se deu inicialmente pela observação da emergência de alguns trabalhos relacionados à cultura em Brasília, o que demonstra uma preocupação compartilhada em compreender o cenário atual. A exemplo das pesquisas já realizadas na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília estão os trabalhos de conclusão de curso:

- “Brasília Experiência Humanística: um relato de como viver a cidade”, de Juliana Souza (2014), no qual foi produzido um livro de bolso com foco nos espaços de Brasília que podem ser experimentados sob uma perspectiva mais humana;
- “Welcome to Brasília: blog sobre Brasília para turistas estrangeiros sob o olhar de uma brasiliense”, de Cláudia Costa (2013), que desenvolveu um Blog sobre Brasília destinado aos turistas estrangeiros sob a perspectiva dos moradores da cidade. O referencial teórico metodológico englobou conceitos do ambiente online, como Internet, Cibercultura e Blogs, o contexto de turismo e Brasília, com base em J. Urry, e as representações de Brasília, fundamentadas por Pessoa e Albernaz, além de dados sobre a Copa do Mundo;
- “Representação e Identidade Cultural brasiliense na marca BSB Memo”, de Mirella Pessoa (2013), em que ela mapeou as representações identitárias de Brasília presentes nos produtos da marca local de *souvenirs* BSB Memo a partir de uma análise de estratégias discursivas proposta por Stuart Hall, e com base em conceitos de representação, identidade, consumo e marca;
- e o artigo “Os escritores e a cidade: representações da identidade cultural na capital do Brasil”, da Doutora Professora Liziane Guazina (2014), que trata do processo de construção das identidades culturais em Brasília, por meio do mapeamento das representações identitárias sobre a cidade segundo seis escritores que publicaram em 2010, ano que a capital completou cinquenta anos. As características foram colhidas por meio de entrevistas e analisadas com base nos conceito de identidade cultural proposto por Hall.

Esse cenário ilustra o desenvolvimento dos estudos sobre a cultura em Brasília, caracterizando a importância do aperfeiçoamento por meio de pesquisas científicas.

As mudanças de identidade cultural de Brasília configuram, portanto, o tema desta pesquisa. Inspirado ainda nas ideias de B. Anderson, este tema será tratado à luz do conceito de cidade imaginada¹, que representa a cidade com base em características que são partilhadas por grupos de pessoas, a partir de uma projeção coletiva que conecta os moradores, gerando o sentimento de pertencimento e proximidade mesmo que não se conheçam. O compartilhamento de experiências, desejos e projeções no Distrito Federal formam o que chamamos aqui de Brasília imaginada.

¹ Vide Capítulo 1.

O recorte para estudo é a análise das atividades e percepções dos seis atores sociais² selecionados que promovem projetos de incentivo cultural na cidade. São eles: *Picnik*, *Ossobuco*, *Mapa Gentil*, Projeto *Pilotis*, Blog *Quadrado* e *Ocupe o Lago*.

Inicialmente, foram mapeados 64³ possíveis atores sociais para serem foco desta pesquisa, englobando 11 personalidades (Nicolas Behr, Fernanda Ferrugem, Fábio Amado, Luiz Amorim, Bruno Torturra, André Giusti, Fernanda Barreto, João Almino, José Rezende Jr, Pedro Biondi, Marcelino Cruz), 2 organizações (CCBB e UniPaz), 6 projetos ou ONGs (IspiraCéu, Projeto *Pilotis*, Liberte seus Sonhos, SPJam, Imagina na Copa, ONG Atados), 4 DJs e bandas musicais (Surf Sessions, DJs Criolina, Móveis Coloniais de Acaju, Patubatê), 11 eventos (Quitutes, *Picnik*, GritoRock, Cineme-se, Mimora, Suave, Sarau da Passagem, *Ossobuco*, *Mapa Gentil*, Experimente Brasília, RBrasília), 12 coletivos ou grupos culturais (Coletivo Transverso, Lente Cultural Coletivo Fotográfico, Coletivo da Cidade, Fora do Eixo, Movimento Blogueiros de Brasília, Sistema Criolina, Esquina – Música e Cultura, Coletivo Capadócia, Coletivo Nômade, Elefante Centro Cultural, Seu Estrelo, Mercadão de Taguatinga), 4 empresas e marcas (BSB Memo, Move Shoes, Lomb Lamb, Verdurão), e 14 blogs e sites (Brasília Surreal, Acontece Brasília, *Quadrado*, Monstros de Brasília, Fernando Fidelis, Sou Brasília, O Novo Guia de Brasília, O melhor e o pior de BSB, Veja Brasília, GPS Brasília, Nós no Mundo, Vem viver Brasília, Dicas da Capital).

A ideia amadureceu após a observação da atuação de todos durante três meses (abril, maio e junho de 2014), quando foram selecionados os seis atores sociais para compor o grupo a ser estudado. Eles foram categorizados em três tipos: eventos, projetos e blogs. Os classificados como eventos são o *Picnik* e o *Ossobuco*. Aqueles classificados como projetos são o *Mapa Gentil*, o Projeto *Pilotis* e o *Ocupe o Lago*. Na categoria dos blogs, está o Blog *Quadrado*.

Os critérios de escolha dos grupos foram:

- Propor e realizar mudanças frente a alguma inquietação relacionada a Brasília;
- Ter a preocupação com a valorização e cuidado com a cidade;
- Não infringir leis e normas ou prejudicar terceiros;

² Atores sociais são os indivíduos, organizações ou grupos envolvidos em iniciativas sociais e que podem influir nos resultados desse trabalho (<http://www.fundacaobunge.org.br/biblioteca-bunge/glossario/>)

³ O mapeamento foi feito por meio de busca online no Google e no Facebook, de participação em eventos, de indicação de amigos e de apresentações em palestras sobre o assunto.

- Ter entre os objetivos principais a interação entre os moradores e Brasília ou entre os moradores entre si, preferencialmente com conteúdo ou atividades de cunho cultural explorando a ocupação do espaço público da cidade;
- Não ter sido criado prioritariamente para fins lucrativos. Em outras palavras, o grupo pode ter interesse financeiro, mas deve ser acessível, ou seja, a participação nas atividades ou acesso ao conteúdo deve ser grátis;
- Ter surgido em Brasília;
- Ter participação ativa e intenção de continuidade;

É importante ressaltar que o último tópico foi decisivo para a exclusão de vários grupos inicialmente mapeados. Foi identificado que grande parte dos movimentos cuja finalidade principal não é lucrativa, tem duração breve ou um ápice na intensidade de suas atividades seguido por uma queda na frequência.

Baseado no acompanhamento exploratório inicial foi visto que os seis movimentos escolhidos possuem características próprias diferentes do que é notado em projetos culturais de outras cidades, a exemplo de São Paulo e Goiânia, como o incentivo à ocupação da área verde e a troca de experiências e referências entre os moradores, pela multiplicidade de lugares de origem das famílias que habitam Brasília.

A viabilidade desta pesquisa foi identificada por se tratar de um recorte de atores influentes e constantemente presentes na cena cultural de Brasília, além da possibilidade de um diálogo imediato e da verificação, por meio da metodologia escolhida, da hipótese de um discurso homogêneo e característico dos moradores da cidade. Dessa forma, acredita-se que os resultados adquiridos contribuirão para o registro e identificação da cultura de Brasília no período em que vivemos. Também pretende-se mostrar aos cidadãos da cidade que se inquietam de alguma forma com o cenário cultural, que existem pessoas buscando soluções e mudanças, a fim de contribuir com o crescente incentivo à melhora de Brasília.

A partir do mapeamento, definimos os problemas que norteiam esta pesquisa: (1) de que forma os eventos, projetos e blogs selecionados colaboram para as mudanças da identidade cultural de Brasília; (2) quais inquietações levaram às suas criações; e (3) como os atores sociais escolhidos imaginam a cidade e a cultura em que vivem.

A hipótese desta pesquisa é caracterizada pelo fato dos atributos singulares dos atores sociais e do constante estímulo cultural estarem influenciando a transformação da identidade cultural de Brasília, a partir da projeção coletiva de desejos motivada pelas inquietações dos moradores da cidade por uma identidade própria. Consideramos também que

há pontos de homogeneidade nas intenções dos atores selecionados, uma vez que, no período de observação inicial das atividades dos grupos, foi verificado o diálogo entre as páginas dos movimentos sociais no Facebook.

O objetivo geral é identificar algumas mudanças de identidade cultural de Brasília, incentivadas e realizadas por movimentos atuais que surgiram de inquietações dos moradores da cidade. Os objetivos específicos são: (1) entender a formação de identidade cultural em Brasília; (2) identificar algumas inquietações dos moradores da cidade relacionadas ao cenário cultural; (3) compreender qual é a Brasília imaginada pelos representantes dos eventos, projetos e blog selecionados.

A estrutura deste trabalho consiste em dois capítulos teóricos, um capítulo metodológico, um capítulo de análise de dados e resultados, a conclusão e por fim as referências bibliográficas e apêndices.

O Capítulo 1 constitui-se no aprofundamento teórico dos conceitos utilizados na pesquisa relacionados à Brasília e à (re)construção da cultura na cidade. Nele, é contextualizado o cenário de mudança cultural em Brasília e são problematizados conceitos de cultura, identidade cultural, representação, além de ser abordada a relação entre identidade e diferença. Consta aqui a explicação do termo Brasília imaginada, a partir do aprofundamento do conceito de cidade imaginada, com base na ideia de Comunidade Imaginada de Anderson (2008) e de imaginários culturais da cidade proposta por Canclini (2008), e também vistos em estudos sobre representações já feitos sobre Brasília. Na última parte, são vistas as relações econômicas, sociais e culturais entre o Plano Piloto e as Regiões Administrativas, com a compreensão de Brasília como Distrito Federal e com o objetivo de entender com totalidade o que está ocorrendo no âmbito cultural da cidade.

O Capítulo 2 trata da relação entre as Mídias Sociais e a Cultura. Inicialmente é explicado quais são os elementos da Comunicação Mediada pelo computador, exibindo os conceitos de redes sociais na internet, atores sociais, nós, laços sociais, capital social e os tipos de interações sociais na internet. Depois, trazemos informações sobre o Facebook, a rede social da internet que será utilizada nesta pesquisa. Em um segundo momento, desenvolvemos alguns aspectos sobre como a cultura se comporta no ambiente virtual, com a conceitualização de ciberespaço, cibercultura e o apontamento de tendências sociais a partir do surgimento da internet. Por fim, são analisadas as relações das cidades com o ciberespaço, mostrando as possíveis influências e contribuições das atividades online na cidade.

O Capítulo 3 contém a metodologia utilizada neste trabalho. Consiste em três etapas: a primeira diz respeito a revisão de literatura de estudos relacionados aos temas centrais

trabalhados: cultura, representações, identidade cultural, cidade imaginada, Redes Sociais na Internet e Cibercultura, como visto na apresentação dos Capítulos 1 e 2; a segunda consiste na observação e análise das páginas do Facebook do seis grupos escolhidos para representar o cenário de mudança cultural em Brasília (*Picnik, Ossobuco, Mapa Gentil, Projeto Pilotis, Quadrado e Ocupe o Lago*); e na última consta uma entrevista em grupo com seis participantes que representam esses grupos.

A análise online do Facebook é subdividida em duas partes: na observação e registro baseado nos três tipos de centralidade da perspectiva teórico-metodológica para o estudo das estruturas sociais Análise de Redes Sociais (ARS), apresentado por Recuero (2012); e no estudo da conversação entre os atores sociais do grupo em questão, segundo uma proposta de organização dos elementos também elaborada por Recuero (2012), porém com adaptações⁴.

No Capítulo 4 estão as apresentações e descrições dos eventos, projetos e blog, com informações coletadas dos canais oficiais na internet (sites, blogs ou página do Facebook), e pelo relato de campo a partir da minha experiência nos casos possíveis.

O Capítulo 5 traz: a análise dos dados colhidos na primeira e na segunda etapa do acompanhamento online; a análise dos dados da entrevista em grupo e da entrevista individual complementar, em que foi seguido o mesmo tópico-guia e feita devido à falta de um dos atores sociais na entrevista em grupo; e os resultados encontrados a partir do diagnóstico percebido.

Em seguida, encontra-se a conclusão, onde são mostrados objetivamente os aspectos mais importantes da pesquisa, além de observações finais a partir dos resultados obtidos. E por fim, as referências utilizadas para fundamentar este estudo.

⁴ Vide Capítulo 3.

CAPÍTULO 1 – BRASÍLIA E CULTURA

A proposta de estudar as mudanças de identidade cultural de Brasília com base em eventos, projetos e blog desenvolvidos por moradores da cidade requer o esclarecimento prévio de alguns conceitos. Portanto, neste primeiro momento serão apresentadas as bases teóricas e a contextualização dos temas relacionados à Brasília, cultura, identidade cultural, cidade imaginada e representações.

Partiremos da noção de que Brasília, denominada Patrimônio Cultural da Humanidade⁵, possui apenas 54 anos e passa por um processo de estruturação cultural. Muitas famílias da capital federal são constituídas por migrantes que vieram desde o período de construção até os dias de hoje.

Conforme os dados demográficos do Anuário do Distrito Federal⁶, no primeiro Censo nacional que incluiu Brasília, em 1970, os nascidos na capital eram 22,2% da população. O índice aumentou gradativamente: 31,9% em 1980; 41,5% em 1991; e 46,8% em 2000 e 48,9%, em 2008. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)⁷ de 2013, 51,6% dos residentes do DF são nativos de Brasília.

Aqueles que nasceram na cidade representam hoje uma parcela significativa da população da cidade. Considerado um momento de transformação, nota-se uma demanda e movimentação cultural intensa, principalmente por esse segmento de brasilienses. Essa demanda reprimida por cultura é apontada por Calil (2008) como uma característica não só de Brasília, mas de todo o Brasil. Ele diz que

há um fenômeno novo na cena cultural brasileira: a sociedade em seus diversos extratos clama por vocalização, por oferta de espaços de lazer e convívio, por descentralização e regionalização, pela universalização da expressão artística, correspondendo ao acesso à representação e à participação cultural. Há uma sede de cultura no ar. (CALIL, 2008)

Para compreender esse cenário de mudanças, é necessário primeiramente entender o que é cultura. Segundo Laraia (2007), a origem da cultura ocorreu juntamente com o desenvolvimento do equipamento biológico do ser humano, principalmente com o bipedismo e o aumento do volume cerebral. Fazendo uma ponte com o que é proposto por Leslie White, ele sugere que todo comportamento humano se originou com o uso de símbolos. Por isso, a cultura é entendida como uma característica exclusiva da espécie.

⁵ Em 1972, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) criou a Convenção do Patrimônio Mundial, cujo objetivo era incentivar a preservação de bens culturais e naturais considerados significativos para a humanidade, permitindo, assim, que as gerações futuras tivessem acesso ao legado recebido ainda no passado. (<http://www.seplan.df.gov.br/o-df-em-numeros/dados-sobre-brasilia.html>)

⁶ Cf. em <http://www.anuariodof.com.br/radiografia-do-df/demografia/>

⁷ Cf. os dados do PNAD 2013 em http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=df&tema=pnad_2013

Atualmente, “uma das tarefas da antropologia moderna tem sido a reconstrução do conceito de cultura, fragmentado por numerosas reformulações” (LARAIA, 2007, p.59). O autor apresenta sete teorias modernas sobre a cultura e não se limita ao uso de nenhuma especificamente, pois “uma compreensão exata do conceito de cultura significa a compreensão da própria natureza humana”(idem, p.63).

Assim, para contextualização do objeto deste estudo destacam-se duas abordagens modernas: a perspectiva desenvolvida por Lévi-Strauss, que considera cultura um sistema estrutural simbólico fruto da criação acumulativa da mente humana e que o pensamento humano está submetido a regras inconscientes; e a abordagem desenvolvida por Clifford Geertz que surgiu do paradoxo entre a grande variedade cultural, contrastante com a unidade da espécie humana, considerando, portanto, a cultura como um conjunto de mecanismos de controle para gerir o comportamento (LARAIA, 2007).

A respeito da importância do estudo da cultura evidenciam-se suas influências em diversos setores e dimensões. Pascual (2008) indica que “a centralidade da cultura no processo de globalização diz respeito a todos, setores públicos, privados e sociedade civil, e nos leva a repensar imaginários, tanto nos âmbitos globais como nos locais”. No fragmento socioeconômico, Davies (2008) aponta que “as atividades culturais têm um potencial tremendo para fazer frente a muitos desafios sociais que as cidades enfrentam. (...) Não se trata apenas de como construir cidades, mas de como desenvolver os cidadãos” (p.76).

Laraia (2007) mostra diferentes formas de atuação da cultura, ressaltando cinco pontos relevantes: (1) a cultura condiciona a visão de mundo do ser humano, ou seja, ele vê o mundo através de sua cultura e isso “tem como consequência a propensão em considerar o seu modo de vida como mais correto e o mais natural”; (2) a cultura interfere no plano biológico, por exemplo, as crenças culturais que levam às doenças psicossomáticas e a sensação de fome provocada pelos horários de alimentação; (3) os indivíduos participam diferentemente de sua cultura, sempre de forma limitada, já que não é possível conhecer todos os elementos do sistema cultural; (4) a cultura tem uma lógica própria e é considerada “um ato primário de etnocentrismo tentar transferir a lógica de um sistema para outro” (5) a cultura é dinâmica, existindo dois tipos de mudanças culturais, a interna que é consequência da dinâmica do próprio sistema cultural, e a externa, resultante do contato com outro sistema cultural. (Ibid., 2007, p. 72 et seq.);

A partir do entendimento da importância do estudo da cultura e de suas formas de atuação, aprofundaremos a pesquisa com a problematização do conceito de identidade cultural, com o objetivo de verificar as características próprias de Brasília consequentes dos

movimentos de incentivo cultural. Afinal, “a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência” (WOODWARD, 2000, p.18). Ressaltam-se as ilimitadas mudanças culturais que, segundo Laraia (2007), resulta da dinamicidade do próprio sistema cultural e da multiplicidade dos comportamentos e saberes do ser humano, fazendo com que ainda hoje não tenhamos uma compreensão exata do conceito de cultura.

1.1. Identidade cultural

Assim como o conceito de cultura, delimitar o que é identidade é “demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea” (HALL, 2005, p.8)

Hall (2005) afirma que a questão da identidade cultural só é questionada quando se constitui uma “crise de identidade”, caracterizada pela descentralização dos indivíduos, tanto no mundo social e cultural que estão inseridos, quanto relacionada a si mesmos.

Isso ocorre como consequência do desenvolvimento global do capitalismo, que permite “a convergência de culturas e estilos de vida nas sociedades” (WOODWARD, 2000, p.20); e permite também “atuar hoje no mundo tanto com a fórmula universalista ‘pensar globalmente, agir localmente’, como com sua complementar diversalista ‘pensar localmente, agir globalmente’” (PASCUAL, 2008, p.54).

Esse pensamento é reforçado pela posição de Giddens (2002, p.9), que aponta como uma particularidade da modernidade “a crescente interconexão entre os dois ‘extremos’ da extensão e da intencionalidade: influências globalizantes de um lado e disposições de outro”, disposições essas que são individuais. Ele diz que uma característica indiscutível que destaca a era moderna de outros períodos anteriores é o extremo dinamismo. (Ibid., 2002).

Considera-se um consenso entre os teóricos da identidade cultural o fato da globalização ser responsável pelas transformações e deslocamentos das identidades culturais. Hall (2000) afirma que “está-se efetuando uma completa desconstrução das perspectivas identitárias em uma variedade de áreas disciplinares, todas as quais, de uma forma ou de outra, criticam a ideia de uma identidade integral, originária e unificada” (Ibid., p.103).

Assim sendo, a concepção de identidade cultural aqui utilizada será a proposta por Hall (2005), que caracteriza o sujeito pós-moderno como não possuidor de uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade é

formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

[...] O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos.
(HALL, 2005, p.13)

Nesse panorama de uma multiplicidade de identidades possíveis destaca-se que o objetivo deste trabalho não é delimitar qual é a identidade cultural de Brasília. Além disso, as mudanças no cenário cultural da cidade aqui analisadas fazem parte de um movimento muito recente⁸, o que reforça a impossibilidade de identificá-la como completa e central.

Sobre a dificuldade de demarcar representações do tempo presente, Anderson (2008) diz que “a ideia de simultaneidade é totalmente alheia a nós” (Ibid., 2008, p.54). Dessa forma, a finalidade desta pesquisa é compreender o cenário contemporâneo de mudanças de Brasília, descrevendo as inquietações responsáveis pelo surgimento de movimentos culturais e as características apresentadas por um grupo de atores sociais (e seus respectivos eventos, projetos e blog de cunho cultural).

A importância dessa descrição de fatos é proposta por Silva (2000) como “uma rede mais ampla de atos linguísticos que, em seu conjunto, contribui para definir ou reforçar a identidade que supostamente apenas estamos descrevendo” (Ibid., 2000, p.93). Isto é, ao falar sobre algumas mudanças no cenário cultural de Brasília, fazemos parte de um conjunto de pessoas que compartilham das mesmas concepções (como exemplo, os seis participantes selecionados para a entrevista em grupo) e por meio da repetição contribuiremos para a formação ou transformação de possíveis identidades culturais da cidade.

Voltando ao fato de que Brasília surgiu como uma cidade planejada e o processo de habitação ocorreu pela migração de outras regiões do Brasil, as novas gerações formadas por quem nasceu na cidade são responsáveis por parte da reivindicação das mudanças culturais. Entre as principais inquietações expressadas na entrevista em grupo⁹ realizada neste trabalho, por exemplo, está a questão: o que o brasileiro tem de diferente dos moradores de outras cidades do país?

Guazina (2013) propõe que a setorização das atividades dos moradores é uma das características que diferencia a capital das outras cidades. Diferentemente dos espaços urbanos múltiplos e misturados das outras cidades, em Brasília a setorização impacta diretamente na circulação das pessoas. A autora abordou a construção das identidades culturais em Brasília por meio do mapeamento das representações identitárias resultantes de entrevistas com seis escritores que publicaram em 2010. Ela mostra que “para estes autores, a

⁸ Entretanto, ressalta-se que as mudanças no cenário cultural de Brasília não são um fenômeno recente. A vontade de mudar não é nova e foram identificadas iniciativas desde a origem da cidade, com ápice principalmente na década de 80.

⁹ A análise da entrevista em grupo encontra-se no Capítulo 5 e a transcrição integral no Apêndice B.

cidade é representada, em primeiro lugar, por meio da descrição ou menção ao cotidiano comum dos habitantes: a vida nas quadras, nos prédios, a relação entre vizinhos, as relações amorosas” (p. 8). Outra representação é dada pela própria experiência de vida na cidade, gerando o que é denominado como “minha Brasília”. A cartografia mental da cidade também é mostrada de um ponto de vista humanístico, a partir de histórias pessoais vividas pelos autores. Guazina (2013) diz também que

a mistura, uma das características mais presentes da identidade brasileira, passa a ser também representação da cidade, uma vez que se o traçado é padronizado, as origens, interesses e experiências de vida dos moradores são diversas e conflitantes (p. 9)

De Sá (2010) mostra 50 modos de armar uma identidade sob o panorama cultural de Brasília. Reafirma a necessidade de uma identificação do brasiliense por uma cultura própria, dizendo que “o espectador percebe a cultura brasiliense como urgência, uma forma de driblar a cidade burocrática, feita de artificialismo nato” (p. 139). Trata da ocupação da cidade juntamente com o surgimento de artistas locais nos anos 80 como forma inicial da formação cultural própria.

No Jardim Botânico, Udhiana Banda celebra o beija-flor e a Chapada dos Veadeiros. No Bom Demais, Cássia canta e basta. Na Ermida Dom Bosco, Arte no Escuro antecipa o fim de tarde. Na praça das Fontes, 5 Generais e Peter Perfeito passam o som. No hall do Teatro Nacional, Bacalhau, Zé Ovo e Gabriel enlouquecem os pássaros, que vão bater cabeça nos espelhos contemporâneos – e injustos – de Niemeyer (DE SÁ, 2010, p. 139 e 140).

O autor (2010) aponta que a cultura está também na mobilidade da cidade e tenta naturalizar-se vindo de fora e se adaptando ao local, como também nasce de Brasília, de forma ousada. Bandas que hoje marcam o rock nacional e surgiram na chamada Era do Rock em Brasília (Plebe Rude, Capital Inicial, Legião Urbana), e a ocupação do espaço verde da cidade (Concha Acústica, Parque da Cidade, Lago Paranoá) são, dessa forma, símbolos representativos da cultura da capital.

Entre os trechos irônicos de antagonismo entre admiração e crítica, o autor mostra que Brasília possui uma linguagem e produção cultural próprias, mas por outro lado é vista como uma cidade administrativa, na qual o morador deve ir embora caso queira reconhecimento. Para ele, há uma efervescência cultural e ao mesmo tempo uma busca por uma cidade silenciosa, fazendo com a cultura se esconda nos porões da cidade (De Sá, 2010).

Teixeira (2011) estudou as condições sociais para o surgimento de profissionais de reconhecido prestígio no campo das artes e da cultura em Brasília, identificando razões para a diferença na produção e maturação de talentos quando comparada à outras cidades. O autor

(2011) desconstrói os mitos de Brasília como “capital de um império artificial e fascista, cidade de arquitetos, espaço sem esquinas, onde trafegam transeuntes dispersos, entre verdes tapetes de grama” (p.26) e de pessoas frias e distantes. Ele também propõe que

alguns expoentes promoveram um verdadeiro modismo inicial e fazer realizar uma apologia exacerbada da cidade, que seria construída e transformada em uma verdade Epopeia, a partir dos esforços e discursos carismáticos de Juscelino Kubitschek, e que desembarcaram na onda de misticismo que permeia a cidade desde a sua fundação e/ou em um tipo de poesia ou prosa do seu cotidiano que procura revelar tão somente os aspectos bem-sucedidos daquela utopia socialista (TEIXEIRA, 2011, p.36)

Se referindo à percepção de Maria Duarte, estudiosa da arte e cultura brasilienses e uma das entrevistadas em sua pesquisa, Teixeira (2011) diz que

Maria acredita em um modo de vida próprio do candango, um modo diferente que somava todas as contribuições dos migrantes dos diversos estados. Nos dias atuais, entretanto, ela distingue traços ainda mais fortes, como: concepção bastante diferenciada do espaço, a ideia de ilha da fantasia que resume o abismo social entre o Plano Piloto e as cidades-satélites; a presença do poder federal e as diferentes linguagens artísticas identificadas como Brasília (produções de Renato Mattos, Liga Tripa, Glenio Bianchetti e o Clube do Choro) (p.58).

A solidão, o tempo e o espaço em Brasília são temáticas muito fortes ao se tratar de Brasília. No Plano Piloto há “uma aversão a todo tipo de ‘muvuca’” (TEIXEIRA, 2011, p.64), o que é motivo de orgulho para muitos cariocas e paulistas, por exemplo, ao tratarem de suas cidades. O próprio plano urbanístico de Brasília dificulta a aglomeração de pessoas e que se torne intransitável como outras grandes cidades. Essa solidão de Brasília seria consequência da imensidão dos espaços urbanos e da falta de dispersão ou saída para o mar e, por outro lado, leva à construção de laços afetivos mais duradouros. Outro benefício do plano urbano da cidade é a ajuda na promoção do encontro do indivíduo consigo mesmo, considerado menos provável de ocorrer em outras cidades (TEIXEIRA, 2011).

Segundo alguns entrevistados da pesquisa, Brasília possui circulação de informação e conhecimento sobre artes e movimentos artísticos mais rápida quando comparados a outros locais do Brasil. Aliado a isso, a presença de muitos diplomatas estrangeiros, bibliotecas de embaixadas e centros culturais facilitam uma produção artística considerável na cidade (TEIXEIRA, 2011).

Para desenvolver a abordagem de mudanças da identidade de Brasília a partir da diferença com outras cidades, e para compreender as representações já apontadas, torna-se necessária a compreensão da relação entre identidade, representação e diferença.

1.2. Identidade, representação e diferença

Woodward (2000) propõe que a representação “inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito” (Ibid., 2000, p.17). De forma complementar, Silva (2000) diz que

No registro pós-estruturalista, a representação é concebida unicamente em sua dimensão de significante, isto é, como sistema de signos, como pura marca material. A representação expressa-se por meio de uma pintura, de uma fotografia, de um filme, de um texto, de uma expressão oral. (p.90)

Entende-se que a representação é uma maneira de atribuir sentido a algo. No entanto, não pode-se atribuir à compreensão de representação a característica unicamente descritiva, pois esse é o conceito de performatividade. A representação possui as mesmas características de indeterminação, ambiguidade e instabilidade que a linguagem. (SILVA, 2000)

Ao relacionar identidade e representação, Hall (2000) discorre, conforme mencionamos anteriormente, que “as identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir embora ‘sabendo’, sempre, que elas são representações” (p.112). Segundo Silva(2000), a representação ocupa lugar central na teorização contemporânea sobre identidade. Essa importância pode ser vista na justificativa de Hall (2005) para a multiplicidade da identidade, já abordada anteriormente. Ele diz que

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar — ao menos temporariamente (HALL, 2005, p. 13)

A conexão entre identidade e representação é, portanto, indissociável. De igual maneira, nas teorias culturais a representação e a diferença são apresentadas como interdependentes. Silva (2000) expõe que para a teoria cultural contemporânea, a identidade e a diferença estão estreitamente associadas a sistemas de representação.

Woodward (2000) afirma que a marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social. Ela diz que a identidade é relacional, ela depende de algo fora dela para existir e por isso é marcada pela diferença. Assim, a geração que busca uma identificação própria em Brasília depara-se com uma inquietação natural da formação de identidades: eu sou brasiliense, portanto não sou carioca, mineiro, ou paulista.

A marcação simbólica relativa a outras identidades é feita por sistemas representacionais, ou seja, condições sociais e materiais (WOODWARD, 2000). Assim, a

identificação dos símbolos sociais e materiais que diferenciam Brasília de outras cidades é um meio pelo qual é dado sentido à identidade cultural.

Para compreender o motivo pelo qual uma pessoa preocupa-se com a identificação, ou seja, o processo de pertencimento que ocupa importante papel na cultura, Woodward (2000) refere-se a teóricos da psicanálise e ressalta que ocupar uma posição-de-sujeito determinada “não é uma questão simplesmente de escolha pessoal consciente; somos, na verdade, recrutados para aquela posição ao reconhecê-la por meio de um sistema de representação”. (p. 61)

Tendo como base os conceitos até então assinalados, aprofundaremos o estudo em uma perspectiva local. Quando tratada a identidade do sujeito pós-moderno, Hall aponta que a questão que a permeia não é mais “quem nós somos”, é, entre outras, “como nós temos sido representados”. (HALL, 2000). A partir desse questionamento, abordaremos a seguir especificamente temas de Brasília, sua imagem e representações.

1.3. Brasília Imaginada

Os movimentos de busca pelo suprimento das insatisfações de âmbito cultural em Brasília tratam-se de um processo de identificação. Hall (2000) mostra que, segundo a abordagem discursiva, a identificação é vista como um processo nunca completado, que pode ser sempre sustentada ou abandonada e que delimita fronteiras simbólicas.

Para melhor compreensão, destaco o conceito dado pelo senso comum, cuja “identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos de pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal” (HALL, 2000, p.106).

Dessa forma, entende-se que o processo de identificação cultural em Brasília é formado por uma construção de características próprias partilhadas entre os cidadãos que manifestam o interesse pela mudança e é um processo de marcação de fronteiras instável, que é a busca pelo que diferencia Brasília das outras cidades. Torna-se então necessário entender como a junção de características e ideais pessoais transforma-se em uma projeção da cidade.

Nesta pesquisa, trataremos de Brasília como uma cidade imaginada, termo cuja apropriação pessoal foi feita a partir do conceito de comunidade imaginada, de Benedict Anderson (2008). Dessa forma, neste trabalho Brasília será configurada pela imagem da cidade com base na projeção de características partilhadas por seus moradores, conectando-os

pelo imaginário coletivo e gerando um sentimento de pertencimento e proximidade mesmo que não se conheçam.

Anderson (2008), especialista no estudo de nacionalismo, define a nação como uma comunidade imaginada, no sentido de que constituem objetos de desejos e projeções e possuem uma ligação emocional profunda.

Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles. (pg.32)

A comunidade imaginada é vista como limitada, porque independentemente da grandeza da extensão possui fronteiras finitas, porém elásticas, com outras nações; e ao mesmo tempo soberana, no sentido em que sonha em ser livre (ANDERSON, 2008). Além disso, a nação é vista como comunidade porque “independentemente da desigualdade e da exploração efetivas que possam existir dentro dela, a nação sempre é concebida como uma profunda camaradagem horizontal”. (Ibid., pg.34)

Há uma relação direta entre o surgimento das comunidades imaginadas com os meios de comunicação. Anderson (2008) afirma que, juntamente com as descobertas sociais e científicas que marcaram a modernidade, o surgimento da imprensa foi o elemento chave que permitiu que as pessoas pensassem sobre si mesmas e sua relação com as outras de maneiras radicalmente novas. Trata-se da importância dos meios de comunicação para o processo de globalização a partir do consumo simultâneo das informações por pessoas que não se conhecem mas partilham da mesma experiência. Ele atribui o romance e o jornal, formas de criação imaginária que surgiram na Europa no século XVIII, como responsáveis pela gênese da comunidade imaginada. Hoje em dia, cabe principalmente à internet o papel de compartilhar as ideias da comunidade. Trataremos desse assunto de forma aprofundada no Capítulo 2.

A ponte entre a visão de nação para um olhar da cidade como uma comunidade imaginada é feita por Canclini (2008), ao tratar dos imaginários culturais da cidade. Ele propõe que, diferente da visão do século XX, em que a cidade era vista como oposição de campo, a definição atual caracteriza o urbano também pelos processos culturais e os imaginários que o habitam. Além disso, complementa dizendo que não é possível definir o que é uma cidade e o que são cada uma de suas representações particulares de forma rigorosa.

Canclini (2008) sugere que a experimentação pessoal das interações sociais são responsáveis pela forma que atuamos na cidade, inclusive geograficamente, formando “cartografias mentais e emocionais” (p. 15). Desse modo, a forma como cada pessoa imagina

e vive Brasília depende de sua experiência social e, conseqüentemente, cultural. E o compartilhamento dessas experiências, desejos e projeções formam o que chamamos aqui de Brasília imaginada.

Este trabalho apresentará, portanto, algumas projeções partilhadas sobre a identidade cultural de Brasília. Entretanto, por todas as dificuldades de conceitualização já apresentadas, a finalidade da abordagem é a identificação de tendências do cenário atual e não a aplicação limitada de qualquer conceito.

A relação entre cidade e cultura abordada por Pascual (2008) define que a cultura é formada por uma cidade arquitetonicamente sugestiva, que se preocupa com o relacionamento das necessidades de preservação do patrimônio com a acolhida do que é novo, que leva à vitalização do imaginário. Ele aponta a importância dessa relação nas esferas públicas, dizendo que

A participação na vida cultural é uma dessas esferas públicas fundamentais, e a participação se realiza (virtualidade a parte) em contextos de proximidade, em praças e ruas, bairros, e cidades concretas, relacionando o âmbito local e o global, a memória e a inovação, num debate criativo tenso. (Ibid., 2008, p.54)

A compreensão das práticas sociais em Brasília é indissociável do estudo de sua história. Em relação à criação de Brasília, Holston (1993) examina os aspectos da tentativa de ruptura radical com o passado e aponta que ela se concretizou somente em parte. Diz que a cidade foi planejada como um modelo de práticas sociais radicalmente diferentes e assim, “se esse modelo puder servir como exemplo de progresso para o restante da nação, seria então possível não apenas generalizar suas inovações, mas também impelir o país como um todo em direção ao futuro planejado que ele corporifica” (p.12). Trata-se da utopia de Brasília como a cidade modernista modelo. A premissa do projeto de Brasília é baseada na representação da “negação das condições existentes na realidade brasileira” (Ibid., 1993, p.13).

As primeiras características de uma Brasília imaginada surgem antes mesmo da sua criação. Como apresenta Holston (1993): “Brasília acabou cristalizando para mim um paradigma da modernidade particularmente importante: a ideia de que governos nacionais podem mudar a sociedade e manobrar o social através do imaginário de um futuro alternativo” (p.3) e

Desde a metade do século XVIII, a ideia de transferir a capital do Brasil para o interior desabitado foi o sonho de muitos visionários. Eles deixariam a Brasília o legado de uma mitologia do Novo Mundo em que a construção de uma capital no Planalto Central seria o meio de desencadear o florescimento de uma grande civilização num paraíso de abundância (Ibid., 1993, p.23).

Existem muitos registros do compartilhamento do imaginário de Brasília como cidade ideal. O visionário Dom Bosco, por exemplo, teria revelado, 75 anos antes de sua

criação, a localização da cidade a apresentando como a Terra Prometida. Pouco antes da sua construção, Juscelino Kubitschek, com o compromisso de construir a nova capital, afirmava que Brasília iria produzir uma nova época para o país, sendo marco decisivo na trajetória do país rumo à sua emergência como uma grande nação (HOLSTON, 1993).

Ao contar sobre a construção de Brasília, Kubitschek (2002) escreveu que

O grande desafio da nossa História estava ali: seria forçar-se o deslocamento do eixo do desenvolvimento nacional. Ao invés do litoral – que já havia alcançado certo nível de progresso –, povoar-se o Planalto Central. O núcleo populacional, criado naquela longínqua região, espriar-se-ia como uma mancha de óleo, fazendo com que todo o interior abrisse os olhos para o futuro grandioso do País. Assim, o brasileiro poderia tomar posse do seu imenso território. E a mudança da Capital seria o veículo. O instrumento. O fator que iria desencadear novo ciclo bandeirante (p.7).

A visão de Brasília como divisor de águas na história do país é algo enfatizado pelo presidente do Brasil na época. Ele evidencia “pode-se dizer assim, e com a maior segurança, que o Brasil só se tornou adulto depois da construção de Brasília” (KUBITSCHEK, 2002, p. 11).

Com sua construção, aspectos materiais próprios da cidade iniciaram também a marcação da sua identidade pela diferença.

A viagem rumo a Brasília, através do Planalto Central, é uma jornada de separação. Faz o viajante confrontar-se com a separação entre a Brasília modernista e o Brasil de todos os dias; entre o congestionamento e a aglomeração das grandes cidades e os silenciosos horizontes do planalto; entre as praças do interior, com suas feiras e suas conversas, e os espaços vazios de Brasília, onde não há praças nem feiras; entre a civilização e a fronteira; entre o subdesenvolvido e o incoerentemente moderno. (HOLSTON, 1993, p.11)

Atualmente, sabemos que a realidade social e de ocupação espacial da cidade é bem diferente do que foi planejado. As diferenças em relação aos problemas urbanos de outras cidades brasileiras tornaram-se semelhanças. No época do planejamento, com o objetivo de incentivar a indústria automobilística, Lúcio Costa propôs ruas largas e distâncias ocupadas por vastas áreas arborizadas, próprias para o transporte com carros. Hoje, criticamos o excesso de congestionamentos e a falta de pedestres nas ruas. O aspecto arquitetônico e a ocupação do Plano Piloto de forma organizada e inovadora hoje se contrapõem ao crescimento desordenado das regiões periféricas, que também fazem parte de Brasília.

Em relação ao imaginário da cidade, Teixeira (2011) discorre sobre duas visões opostas que o constroem em Brasília. De um lado, a insatisfação e o desencantamento de uma cidade planejada sobre a utopia, principalmente ligados à imagem política, às questões estruturais e o convívio social. Porém, aos que pensam assim, Teixeira (2011) diz que as “questões estruturais estão presentes em quase todas as cidades” (p.29), e que “a cidade de

Brasília e sua população não têm nada a ver com a corrupção e os corruptores que os demais estados da Federação gestam ou elegem” (p.31). Do outro lado, o imaginário em uma visão positiva é encontrada

(...) no orgulho de seus pioneiros, expoentes em campos específicos; na satisfação que é frequentemente demonstrada pelos habitantes mais antigos em relação às suas obras, quase todas concluídas; seu reconhecimento pela Unesco enquanto parto do patrimônio cultural da humanidade; na beleza de seus jardins, árvores e áreas verdes que parecem tornar quase todos os cidadãos cordiais e arejados; e por último, mas com similar importância, na afetividade dos que lá nasceram pelo espaço da urbis, na qual alguns desfrutaram um grau de conforto e qualidade de vida invejável a outros centros urbanos do Brasil (p.35 e 36)

No âmbito negativo, o autor aponta que existe um clichê no imaginário brasileiro de Brasília como uma cidade sem identidade, e também que se tornou "uma ilha da fantasia". Trazemos aqui uma lista de afirmações máximas mapeadas por Teixeira (2011) como construtoras do inventário mítico da cidade, com redução da versão original, da qual foram selecionados somente alguns exemplos:

Quadro 1 - Afirmações negativas sobre o imaginário de Brasília

1. Máximas colecionadas de trabalhos acadêmicos
<p>“Brasília não tem gente”</p> <p>“Em Brasília somos meio estrangeiros na nossa própria terra”</p> <p>“Brasília é uma cidade que não aceita quem não tem automóvel”</p> <p>“Brasília não admite mistura”</p> <p>“Ninguém é de Brasília”</p> <p>“Brasília é o paradigma da amplitude”</p> <p>“O brasiliense é um exilado”</p>
2. Máximas produzidas pela mídia e escritores em geral
<p>“Brasília é a terra da corrupção onde vivem os políticos corruptos”</p> <p>“Brasília é uma prisão ao ar livre”</p> <p>“Brasília é o lugar onde o espaço mais parece com o tempo”</p> <p>“Brasília é assexuada”</p> <p>“Brasília é a paisagem da insônia”</p> <p>“Em Brasília sempre é domingo”</p> <p>“Brasília é a cidade mais fotogênica do mundo”</p>
3. Máximas produzidas pelo senso comum

“A arquitetura de Brasília é monótona, todos os edifícios parecem o mesmo”

“Brasília não tem calçadas, nem bares”

“Brasília é um tédio: Brasília não tem praia”

“Brasília não tem esquinas”

“O povo de Brasília é frio e seco com estranhos”

Fonte: TEIXERA (2011, p. 39 e 40), com redução do número de exemplos.

Sob esses aspectos, surgiram inúmeras formas de viver e imaginar Brasília. É muito provável que as características apresentadas na conclusão desta pesquisa não façam parte da mesma Brasília imaginada por pessoas que residem em outras regiões da cidade, uma vez que nossas referências são de alguém que mora no Plano Piloto. No entanto, é indispensável ressaltar a importância e a riqueza cultural dos movimentos que ocorrem nas outras Regiões Administrativas (RAs) do Distrito Federal, afinal “o maior contingente populacional habita a periferia do Plano Piloto” (PAVIANI, 2010, p.90).

Concordamos com Laraia (2007) ao afirmar que “da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes, é necessário saber entender as diferenças que ocorrem dentro do mesmo sistema” (p.101). Portanto, tomando como verdade que fazem parte de Brasília o Plano Piloto e as outras Regiões Administrativas, ou seja o Distrito Federal, vê-se que é tão importante entender as diferenças culturais dentro da própria cidade quanto compreender o que Brasília possui de diferente das outras cidades do Brasil do mundo.

1.4. Plano Piloto e Regiões Administrativas

O Distrito Federal tem hoje cerca de 2,8 milhões de habitantes¹⁰ e 31 Regiões Administrativas (RAs), que são: Plano Piloto, Gama, Taguatinga, Brazlândia, Sobradinho, Planaltina, Paranoá, Núcleo Bandeirante, Ceilândia, Guará, Cruzeiro, Samambaia, Santa Maria, São Sebastião, Recanto das Emas, Lago Sul, Riacho Fundo, Lago Norte, Candangolândia, Águas Claras, Riacho Fundo II, Sudoeste/Octogonal, Varjão, Park Way, Setor Complementar de Indústria e Abastecimento (SCIA), Sobradinho II, Jardim Botânico, Itapoã, Setor de Indústria e Abastecimento (SIA), Vicente Pires e Fercal.

Em 1987, quando Brasília tinha somente 27 anos, Turkienicz (1987) escreveu que “as cidades-satélites de Brasília costumam ser descritas como bairros ou simplesmente

¹⁰ <http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=df>

subúrbios ou cidades-dormitório de mão-de-obra que trabalha no Plano Piloto” (p.181). Foi essa a característica funcional que marcou a formação do que hoje chamamos Regiões Administrativas do Distrito Federal (DF). Trata-se de uma visão do deslocamento da população para o centro econômico e uma alta dependência do Plano Piloto.

Carpinteiro (2010) se refere aos momentos iniciais da criação de Brasília na afirmação:

Chega a ser temerária a decisão de reduzir a densidades urbanas, num quadro explosivo de migração como havia naquele momento. O resultado foi uma segregação social tão acentuada que passava despercebida aos moradores das áreas centrais da cidade em seus primeiros anos. E esta segregação estabelecia um padrão altíssimo de valores imobiliários, que ainda persiste, tão diferenciado que quase não permite a moradia de classe média no bairro histórico (p.7).

Paviani (2010) também trata da desigualdade social entre as RAs, o que ainda é característica marcante do DF, dizendo que a cidade

fora designada para ser socialmente igualitária, mas sua população vê-se submetida a desiguais encargos sociais e econômicos, metropolizando-se como qualquer outra grande cidade brasileira ou latino-americana. (p.92)

Entretanto, essa é uma visão parcialmente ultrapassada. Apesar dos inúmeros problemas gerados pelo crescimento desordenado, o aumento significativo da população e o desenvolvimento econômico de algumas RAs levou à autonomia socioeconômica e cultural.

A pesquisa dos Indicadores de Desigualdade Social no Distrito Federal¹¹ dividiu as Regiões Administrativas de Brasília em cinco grupos de acordo com as faixas de renda per capita mensal, apresentando as RAs em ordem de maior para menor renda per capita:

- Grupo 1 (>4 Salários Mínimos): Lago Sul, Sudoeste/Octogonal, Lago Norte, Plano Piloto e Park Way;
- Grupo 2 (>2 até ≤ 4 Salários Mínimos): Guará, Águas Claras, Cruzeiro, Taguatinga, Núcleo Bandeirante, Sobradinho, Candangolândia;
- Grupo 3 (>1 até ≤ 2 Salários Mínimos): Sobradinho II, Gama, Riacho Fundo, São Sebastião, Ceilândia, Paranoá;
- Grupo 4 (> 0 ≤ 0,5 Salários Mínimos): Estrutural e Itapoã.

¹¹ Dados da pesquisa realizada pelo Núcleo de Estudos Populacionais da Companhia de Planejamento do Distrito Federal (CODEPLAN) em parceria com o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA) realizada em 2004 (http://www.unfpa.org.br/Arquivos/ind_df.pdf)

A evidente diferença entre as regiões de Brasília caracteriza um dos motivos da formação de identidades culturais próprias, porém interligadas. Paviani (2010) explica que

Os núcleos implantados geraram um sistema urbano interligado, interatuante e interdependente, com o que Brasília acabou por se constituir em cidade polinucleada, com um centro, o Plano Piloto, e diversos assentamentos periféricos, administrativamente denominados “cidades-satélites”. (p.84)

No âmbito cultural, entende-se que “cada habitante usa as zonas da cidade de que necessita e tem conjeturas sobre aquilo que não vê ou não conhece. A fragmentação das experiências registrada nos estudos sobre diversidade cultural urbana torna evidente que não há saberes totalizadores” (CANCLINI, 2008, p.21).

Apesar da organização espacial urbana do DF possuir forma muito distante do que planejado por seus idealizadores tanto em configuração física quanto social (PAVIANI, 2010), a busca por identificação cultural é ponto em comum do Plano Piloto e da maioria das RAs, certamente pelo crescimento paralelo da população e das inquietações comuns que movem as cidades. Por outro lado, por fatores históricos de marginalização das Regiões, o crescimento de cada uma naturalmente foi marcado por traços culturais próprios. Assim, as grandes RAs onde há a fixação da maioria da população em atividades econômicas independentes (Ceilândia, Taguatinga, Gama, Guará, entre outras) possuem características socioculturais únicas. Como sugere Giddens (2002), “a própria modernidade produz diferença, exclusão e marginalização” (p.13).

O Anuário do DF¹² é uma radiografia das 31 Regiões Administrativas do Distrito Federal nos âmbitos social, econômico e cultural. Segundo a edição de 2013 e outros estudos sobre o Distrito Federal, a seguir serão apresentadas algumas RAs, que foram identificadas como possuidoras de representações culturais e identidades próprias, com o objetivo de contextualizar e compreender as diferenças aqui tratadas.

Ceilândia, por exemplo, surgiu com o objetivo de solucionar o problema das invasões no Plano Piloto na década de 60, sendo projetada pelo arquiteto Ney Gabriel de Souza. Sua origem foi tida como totalmente inovadora, vista como projeto de erradicação de favela, pois foi promovido um processo de adesão de ideias com propósito de integrar a população marginalizada em um tipo de comunidade organizada. Para sua criação, foi criada a Comissão de Erradicação de Favelas (CEI), o que deu origem ao nome: a sigla CEI acrescida de “lândia”, que simbolizava a região. (VASCONCELOS, 1988).

¹² Link para baixar o Anuário do DF de 2013: <http://www.anuariododf.com.br/downloads/>

No entanto, apresentaremos também outra visão da construção de Ceilândia. Bêu (2013) realizou entrevistas com 25 pessoas pertencentes a famílias de trabalhadores que haviam sido removidos da antiga favela Vila do IAPI e da Vila Metropolitana (região do acampamento de técnicos e operários da construção de Brasília). A partir da insatisfação e inúmeras reclamações da falta de planejamento da construção da cidade, Bêu (2013) diz que

Ceilândia nascia para ser depositária daqueles que, na visão das autoridades, denegriam a imagem da nova e moderna capital. A cidade-satélite enquadrava-se numa daquelas imensas periferias sem água, luz ou esgoto, produto de uma política discriminatória de gerenciamento urbano (p.76).

Atualmente, Ceilândia é a RA com maior população do DF, cerca de 600 mil habitantes, mostrando grande representatividade na economia de Brasília. A base de sua economia é a indústria, sendo o Setor de Indústrias de Ceilândia um dos mais importantes do DF. Possui aproximadamente 100 mil comerciários, a maior quantidade do DF, e cerca de 160 mil pessoas economicamente ativas. A valorização dos imóveis na RA também possui número significativo, com um pico de 114% de 2008 para 2012 (ANUÁRIO DO DF, 2013).

O descontentamento quanto à desigualdade social é refletido hoje em dia nas manifestações culturais dos ceilandenses, como mostra Bêu (2013), em poema da literatura de cordel (componente da cultura regional), de Júlio Marques:

São Pedro fez o Gama
Juscelino o Catetinho
O cão construiu Ceilândia
Mas foi morar em Sobradinho (p.94)

Bêu (2013) denomina os entrevistados como os filhos dos candangos e mostra, por meio das expressões utilizadas os sentimentos antagônicos de admiração e ressentimento que constroem as representações que diferenciam quem mora em Ceilândia dos habitantes do Plano Piloto. “Consideram Brasília elitista, cosmopolita e criticam o jeito de ser dos moradores do Plano Piloto” (p.101) e sentem-se excluídos, usando as expressões “discriminação’, ‘marginalização’, ‘a gente está fora do avião’, ‘esquecimento’, ‘preconceito’, ‘a gente é malvisto’” (p.102), entre outras. Por outro lado “referem-se à capital com um misto de emoção e apego: ‘amo Brasília’, ‘apaixonante’, ‘tenho orgulho de morar aqui’ (p.101 e 102).

Outro ponto de consenso entre os entrevistados é o preconceito sofrido ao frequentarem atividades no Plano Piloto. Em trecho de uma entrevistada nota-se a sensação de exclusão: “Eu me formei numa faculdade particular, o UniCeub. Mas os colegas, por saberem que eu era a única da classe a morar em Ceilândia, me subestimavam muito” (p.113).

Assim, pode-se dizer que a falta de identificação dos moradores de Ceilândia com o Plano Piloto aliada à enorme quantidade de habitantes na RA, é motivo principal para o desenvolvimento de atividades culturais e, conseqüentemente, identidades próprias da região.

Já o Gama foi fundado em 1960, mesmo ano da inauguração de Brasília, com a intenção de abrigar trinta famílias de operários que trabalhavam na construção da barragem do Lago Paranoá (VASCONCELOS, 1988). Seu planejamento se assemelha a uma colmeia, em forma de hexágono, dividindo a parte urbana nos setores Norte, Sul, Oeste, Central e de Indústrias. O nome foi escolhido em homenagem ao padre que celebrou a primeira missa na RA, Luiz Gama Mendonça. Segundo a Codeplan, em 2011 a cidade possuía 127 mil habitantes e recebe por dia aproximadamente 600 mil pessoas, vindas de Valparaíso, Cidade Ocidental e Luziânia. Do total de seus residentes, 41% trabalha no Gama, enquanto 35% trabalha no Plano Piloto (ANUÁRIO DO DF, 2013).

Ainda de acordo com o Anuário do DF (2013), Taguatinga é considerada a capital econômica do Distrito Federal, com oferta de emprego para 110 mil trabalhadores. Segundo Vasconcelos (1988), sua origem, logo no início das obras de Brasília, organizada por Israel Pinheiro, presidente da Novacap, é marcada por ser abrigo de operários.

Pelas suas origens bandeirantistas e pela sua tradição de atitudes pioneiras, ao longo desses anos, Taguatinga impõe-se como uma cidade nascida do idealismo, da fé e da confiança no grande destino da obra de Brasília. Uma cidade de homens destemidos que legaram ao presente e ao futuro o testemunho do quanto o idealismo é capaz de construir (VASCONCELOS, 1988, p. 47).

Hoje, o forte comércio de rua, com feiras, shoppings e avenidas exibindo uma grande variedade de produtos a baixo preço, além das fábricas, hotéis, faculdades e atacados, são responsáveis pela autonomia de Taguatinga, que se consolida como polo de atração de investimentos. Com 350 mil habitantes, localizada a 19 km do Plano Piloto, a RA chegou ao limite de crescimento, o que leva à valorização da região e aumento dos preços dos imóveis. Moradores de Ceilândia e Samambaia também procuram trabalho em Taguatinga e participam das atividades culturais oferecidas. Entre elas, estão eventos e atividades que atraem uma enorme quantidade de pessoas. A Festa de Pentecostes, evento católico que acontece há 11 anos em Taguatinga, é um exemplo, chegando ao público de um milhão de pessoas em 2012. Em 2014, também ocorreu a I Feira Literária do Distrito Federal, em Taguatinga, e foram promovidas oficinas, palestras, vendas de livros, debates, e outras atividades, contando com a presença de cerca de quatro mil pessoas.

O Espaço Cultural Mercado Sul é um local colaborativo de artes, cultura livre, capoeira, cinema, economia solidária, saúde, educação e cultura popular em Taguatinga. A

proposta é fortalecer as manifestações da RA oferecendo atividades culturais e socioeducativas à comunidade. A administração do espaço é feita de forma colaborativa por quatro coletivos: Grupo de Capoeira Semente de Angola, Eu Livre – Educação em Saúde, Casa Moringa e Estúdio Gunga. Além das atividades promovidas no Espaço, a página do movimento no Facebook¹³ promove atividades culturais da cidade e estimula debates sobre a movimentação cultural em Taguatinga. Entre outros movimentos, esse mostra que a RA possui vida cultural própria, oferecendo diversas atividades e refletindo a demanda dos moradores da região.

O Guará surgiu pela ocupação de operários, servidores públicos e funcionários do Setor de Indústrias e Abastecimento (SIA). Segundo Vasconcelos (1988), o fundador, Rogério de Freitas Cunha idealizou a região para solucionar o problema de falta de moradia no DF, executando um plano de construção de casas pelo sistema de mutirão, que iniciou em 1967. O êxito do sistema de mutirão se deu pela execução planejada: foram reunidas 10 famílias inscritas para a construção de 10 casas, e todos trabalhavam em todas as casas e somente depois de completamente prontas, é que havia o sorteio (Ibid., 1988).

Atualmente, o Guará possui cerca de 175 mil habitantes, com a valorização da indústria imobiliária cada vez maior, tendo um dos metros *Quadrados* mais caros do DF. É RA com maior renda per capita do DF e tem previsão de 300 mil habitantes para 2016. O comércio conta com áreas tradicionais, como a Feira do Guará e o Pólo de Modas, movimentando a economia local.

Neste trabalho, pensaremos as características próprias de cada RA como diferenças que marcam o imaginário cultural de cada região, mas que também compõem uma Brasília imaginada como um todo. Hall (2005) entende que devemos pensar as culturas nacionais (cujo entendimento aqui foi adaptado para a esfera regional) como criadoras de um “dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade” (p. 62). E ainda, “quando vamos discutir se as identidades nacionais estão sendo deslocadas, devemos ter em mente a forma pela qual as culturas nacionais contribuem para ‘costurar’ as diferenças numa única identidade” (Ibid., p. 65).

A troca de experiências é fator que enriquece e transforma as regiões “costurando” traços de uma identidade única de Brasília. Os grandes responsáveis por esse diálogo constante são os meios de comunicação, principalmente a internet, pela acessibilidade e possibilidade e interação imediata e simultânea. Segundo Canclini (2008),

¹³ <https://www.facebook.com/EspacoCulturalMercadoSul/timeline>

os meios de comunicação captam o descontentamento dos habitantes das cidades que não se resignam a viver entre redes difusas e inapreensíveis. Então o rádio, a televisão e Internet — que são redes parcialmente deslocalizadas — constroem relatos de localização. Enquanto a expansão territorial das megacidades debilita a conexão entre suas partes, as redes comunicacionais levam a informação e o entretenimento a todos os lares. A desordenada explosão para as periferias, que faz os habitantes perderem o sentido dos limites de “seu” território, é compensada com informes dos meios de comunicação sobre o que ocorre em lugares distantes da urbe (p.21).

A fim de compreender a relação entre os meios de comunicação e a formação de identidade cultural, no próximo capítulo analisaremos os aspectos relativos à cultura na internet.

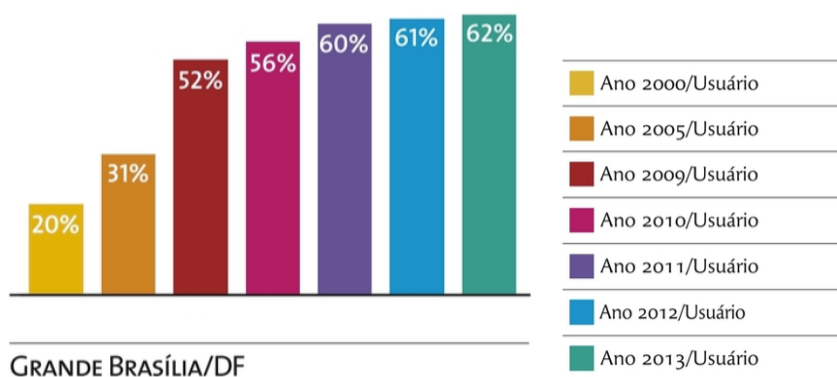
CAPÍTULO 2 – REDES SOCIAIS NA INTERNET E CULTURA

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014¹⁴, a internet é o meio de comunicação cuja utilização mais cresce no Brasil. Cerca de um quarto da população utiliza a internet com uma intensidade diária média de 3h39 durante os dias da semana e de 3h43 no final de semana. E o segmento da população identificado como mais ativo na internet são os jovens, moradores de grandes centros urbanos e com maior renda e escolaridade.

No Distrito Federal, recorte geográfico utilizado nesta pesquisa, os números são de destaque: possui a maior quantidade de domicílios com acesso à internet no Brasil, totalizando em 63%. Em seguida estão São Paulo, com 62% e Rio de Janeiro, com 61%. Segundo a Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios de 2011¹⁵, o número de pessoas com idade acima de 10 anos que utilizaram a internet nos 3 meses de pesquisa, foi de 71,1% no Distrito Federal.

A Figura a seguir mostra o aumento do uso da internet como mídia no Distrito Federal segundo o Mídia Dados 2014¹⁶.

Figura 1 - Evolução da penetração de Internet por mercado (Distrito Federal)



Fonte: Ipsos: LII Estudos Marplan/EGM – janeiro/13 – dezembro/13

¹⁴ Pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, que estudo os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. A amostra é de 18.312 brasileiros entrevistados em 848 municípios. Pode ser consultada na íntegra em:

<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

¹⁵ Ver resultados completos em

http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=df&tema=pnad_internet_celular_2011

¹⁶ Visando a universalização do conhecimento, o Grupo de Mídia de São Paulo publica anualmente o Mídia Dados, um estudo abrangente com informações demográficas, mercadológicas e comerciais do mercado brasileiro e sul-americano de mídia. O Grupo de Mídia é formado por mais de mil publicitários que procuram promover a evolução técnica da mídia no Brasil. A edição Mídia Dados de 2014 pode ser encontrada na íntegra pelo link <http://www.gm.org.br/page/midia-dados>

Os dados da Figura 1 resultam de uma pesquisa feita com o universo de 2.251.000 pessoas no Distrito Federal e mostram um constante aumento do uso da internet como mídia para veiculação de publicidade, reforçando a importância e grau de interação do internauta com a mensagem emitida nesse meio.

Sabendo que o acesso à internet demonstra estar em grande crescimento, principalmente no DF, a seguir aprofundaremos o estudo sobre os elementos que compõem essa mídia, entenderemos melhor sobre o Facebook, o site de rede social utilizado nesta pesquisa, abordaremos as questões da cultura na internet, e as relações entre o ciberespaço e a cidade.

2.1. Elementos da Comunicação Mediada pelo Computador

Segundo Recuero (2009), a Comunicação Mediada pelo Computador é responsável pela mudança profunda das formas de organização, identidade, conversação e mobilização social. Além de permitir a expressão e sociabilização entre os indivíduos, essa comunicação amplificou a capacidade de conexão de forma a criar as redes sociais mediadas pelo computador, responsáveis pela difusão de informações. Para ela, estudar redes sociais é “estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço¹⁷. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (Ibid., p. 22).

Para entender alguns aspectos a serem analisados nesta pesquisa, é necessário que seja feita a conceitualização de alguns elementos das Redes Sociais na Internet. A começar pelo entendimento de que “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2009, p.24).

Os atores, representados pelos nós, são pessoas envolvidas na rede que atuam moldando as estruturas sociais por meio da interação e da constituição de laços sociais. Devido ao distanciamento físico entre os envolvidos na interação das Redes Sociais na Internet, os estudos devem ter como base nas representações dos atores sociais, ou nas construções identitárias do ciberespaço (RECUERO, 2009). As representações dos atores sociais “são espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (Ibid., p.26).

¹⁷ A definição do termo encontra-se no item 2.2.

A atuação de um ator no ambiente virtual é dada pela identificação com sistemas de representação. Perfis no Facebook e Twitter, por exemplo, permitem que um ator seja percebido pelos demais, da maneira que ele opta como ser representado: “São construções plurais de um sujeito, representando múltiplas facetas de sua identidade” (RECUERO, 2009, p.30). Trata-se da característica abordada no capítulo 1, de contínua formação e transformação da identidade devido aos sistemas culturais que nos rodeiam, levando à escolha de diferentes identidades conforme o momento.

Através da observação das formas de identificações dos usuários é possível observar as interações e conexões entre eles. As conexões em uma rede social são formadas por laços sociais, constituídos da interação social entre os atores. O diferencial dessas conexões é o registro das interações no ciberespaço, de modo a ser possível pesquisar as trocas sociais no passado. A interação envolve ações de conversação e expectativa de reciprocidade entre atores, possuindo sempre um caráter social diretamente relacionado ao processo comunicativo (RECUERO, 2009).

Desse modo, a interação pode ser dada de forma síncrona, ou seja, interações em tempo real, ou de forma assíncrona, cuja expectativa de resposta é não imediata. Há também a interação reativa, limitada pelo estímulo e resposta, como clicar ou não em um *hiperlink*¹⁸. Em alguns casos, a interação reativa possibilita a interação entre atores mesmo através de ações únicas e individuais, como no Facebook ao aceitar ser amigo¹⁹ de alguém ou ao participar de um grupo²⁰. Ainda segundo Recuero (2009), uma característica da interação mediada pelo computador é a possibilidade de migração, ou seja, o espalhamento entre outras Redes Sociais na Internet.

O conceito de laços sociais utilizado para esta pesquisa possui duas classificações: os laços associativos, cuja interação é somente reativa; e o laço dialógico, em que há a interação mútua. De acordo com Recuero (2009), os laços também podem ser:

- Fortes: caracterizados pela intimidade, proximidade e intencionalidade em manter uma conexão;
- Fracos: formado por relações esparsas, sem proximidade ou intimidade;

¹⁸ Local de um documento eletrônico que o liga a outro. Um hyperlink é mostrado como uma figura, palavra ou frase em destaque que, quando clicada, leva ao documento ligado (PIZZOTTI, 2003).

¹⁹ No Facebook, amigos são pessoas com as quais você se conecta e compartilha informações. Para tornar-se “amigo”, é necessário solicitar à pessoa o pedido de amizade. Quando a pessoa aceitar sua solicitação, ela será exibida em sua lista de amigos do Facebook. (<https://www.facebook.com/help/146466588759199>)

²⁰ No Facebook, grupos são espaços particulares onde você pode manter contato com outras pessoas compartilhando atualizações, fotos ou documentos. (<https://www.facebook.com/help/219443701509174/>)

- Assimétricos: laços que conectam dois indivíduos possuem forças diferentes nos dois sentidos, ou seja, A mantém uma relação forte com B, enquanto B mantém uma relação fraca com A²¹;
- Simétricos: laços com a mesma força nos dois sentidos (AB e BA);
- Multiplexos: diversos tipos de interações sociais que podem acontecer em diversos espaços e sistemas;

Outro elemento relevante para este estudo, abordado pela autora, relacionado à qualidade das conexões de uma rede social na Internet, é o de Capital Social. Refere-se a um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais, em outras palavras, a um conjunto de recursos coletivo que estão embutidos nas relações sociais e são moldados pelo conteúdo destas relações. Ele pode ser acumulado, por meio da fortificação de um laço social levando ao aumento do sentimento de grupo (RECUERO, 2009).

Neste estudo, iremos utilizar as conexões, os laços sociais e o capital social como indicadores para a análise do acompanhamento online dos atores sociais escolhidos²². Nesta etapa, o objetivo é observar o comportamento e a influência dos grupos nas mudanças da identidade cultural de Brasília a partir da atuação no Facebook.

2.1.1. O Facebook

Visando contextualizar as análises realizadas neste trabalho, iremos tratar especificamente do Facebook, o Site de Redes Sociais utilizado. A iniciar pelo próprio conceito de Site de Redes Sociais, definido por Recuero (2009) como “os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet” (p.102). Ela aponta como o diferencial nos sites de redes sociais a capacidade de construir tipos de capital social que não são facilmente adquiridos no espaço off-line, como exemplo dos valores de visibilidade, reputação, popularidade e autoridade.

O Facebook foi criado por Mark Zuckerber e lançado em 2004. É hoje o sistema com maior base de usuários no mundo. Surgiu com a ideia de criar uma rede de contatos entre os jovens no momento de transição da escola para a universidade. No início, era disponível somente para alunos de Harvard e, em 2005, permitiu do acesso de alunos de escolas

²¹ Normalmente, num grafo de uma rede social, todos os laços são representados por uma conexão de A para B (AB) e outro para a conexão de B para A (BA) (RECUERO, 2009).

²² Os seis grupos escolhidos para representar o cenário de mudança cultural em Brasília são: Picnik, Ossobuco, Mapa Gentil, Projeto Pilotis, Quadrado e Ocupe o Lago. Ver Capítulo 4.

secundárias (RECUERO, 2009).

O Facebook é uma mídia social digital cuja missão é dar às pessoas o poder de compartilhar informações, englobando um número ilimitado de fotos, links, vídeos e conhecer mais as pessoas com quem você se relaciona. As páginas do Facebook servem para empresas, marcas e organizações compartilharem suas histórias e se conectarem com as pessoas.²³

No Brasil, o uso do Facebook é cada vez mais frequente. A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014 mostrou que, ao serem questionados sobre qual site, blog ou rede social mais costuma acessar mais durante a semana, 63,3% dos entrevistados da pesquisa responderam ser o Facebook, apresentando enorme diferença para o segundo colocado, Globo.com, que teve apenas 7% das respostas e em terceiro lugar, o G1, com 5,6%. Durante o final de semana, os resultados foram parecidos: 67,1% responderam ser o Facebook enquanto 6,3% disseram Globo.com e 5%, o Youtube. Quanto ao costume de se informar por meio de sites, blogs ou rede sociais, novamente o Facebook liderou o ranking, com 30,8%, seguido do Globo.com, com 6,8% e G1, com 5%.

2.2. Cibercultura

Sabendo que o advento da internet possibilitou a exposição de culturas nacionais à influências globais, torna-se “difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural” (HALL, 2005, p.74). Dessa forma, o desenvolvimento da comunicação eletrônica levou à interpenetração e o autodesenvolvimento dos sistemas sociais, em constante contato com os sistemas de todo o mundo (GIDDENS, 2002).

Nesse contexto, o estudo das implicações culturais do desenvolvimento da internet é indispensável para a completa verificação dos objetivos desta pesquisa, que engloba a análise das atividades de seis atores sociais no ciberespaço. Apesar de possuir ideias diferentes das apresentadas por Stuart Hall, iremos utilizar os conceitos de Pierre Lévy(1999) para entender como a identidade se comporta na internet. Essa escolha foi feita por se tratarem de dois ambientes diferentes (off-line e online), cuja interação entre as pessoas são tidas de maneiras peculiares e por acreditar que os conceitos aqui tratados serão abordados de forma complementar nesta pesquisa.

Lévy (1999) define ciberespaço como o “espaço de comunicação aberto pela

²³ Informações retiradas dos links do Facebook: <https://www.facebook.com/FacebookBrasil/info> e <https://www.facebook.com/help/281592001947683/>

interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (p.94). O termo, sinônimo de rede, engloba não só a infraestrutura material da comunicação digital, como também todas as informações que ela abriga, incluindo as pessoas que interagem e geram os conteúdos desse universo (Ibid., 1999). De acordo com o autor, o crescimento e a manutenção do ciberespaço provem de um movimento internacional de jovens com desejo de experimentar de forma coletiva diferentes maneiras de comunicação.

Para compreender a influência das atividades no ciberespaço na identidade cultural em Brasília, voltamos à ideia de cidade imaginada, na qual os processos culturais e os imaginários de quem a habita é responsável pela projeção de uma identidade compartilhada. O ciberespaço tem como uma das principais funções o acesso aos recursos de um computador independente da distância, possibilitando a comunicação pelo compartilhamento de uma telememória em que cada membro pode registrar o que quiser e em qualquer lugar (LÉVY,1999).

Dessa forma, a troca de informações, vontades e experiências compõem um acervo de conhecimento no ciberespaço. Isso forma a cibercultura, descrita por Lévy (1999) como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (p.17). Ela é vista de uma forma universal, na qual ideias são formadas pela copresença e interação em diversos pontos do espaço físico, social ou informacional. Assim, ninguém pode participar completamente da cibercultura, por ser vasta e multiforme (Ibid., 1999).

Stockinger (2001) diz que a internet não só age na ampliação de campos de comunicação social enquanto “instrumentos”, mas também faz emergir construções culturais e sociais inéditas. Os sistemas sociais virtuais vivem e sobrevivem da contínua criação e diferenciação de informação, ou seja, possuem vida própria (virtual) que é mantida pelo compartilhamento de novidades. Dessa forma, a cultura no ciberespaço não possui fronteiras, ao passo que as informações são difundidas e transformadas de forma incontrolável.

Para Lévy (1999), a essência da cibercultura é a universalidade sem totalidade. A ampliação do ciberespaço o torna universal caracterizado pela integração geral entre as pessoas, porém sem sentidos totalizantes, isso é, a falta de um domínio, que é o que “exprime a diversidade do humano” (p.123) e pode ser explicada pelo trecho a seguir.

A participação nesse espaço liga qualquer ser humano a qualquer outro, permite a comunicação das comunidades entre si e consigo mesmas, suprime os monopólios de difusão e permite que cada um emita para quem estiver envolvido ou interessado. (Ibid., p.122)

A cibercultura está, portanto, em constante mutação, o que dificulta a análise

concreta das implicações sociais e culturais da internet. Essa ausência de estabilidade é resultado da universalidade, que está em constante renovação e se constrói e se estende por meio da interconexão das mensagens entre si, ao se vincular de forma permanente com as comunidades virtuais, lhe atribuindo uma extensa variedade de sentidos (LÉVY, 1999).

Isso significa que, diferente dos outros meios de comunicação de massa, a internet possibilita a construção dos sentidos pela interação entre as pessoas, sem um controle da mensagem por um único canal emissor. Essa construção é feita por técnicas, produzidas dentro de culturas, que “carregam consigo projetos, esquemas imaginários, implicações sociais e culturais bastante variados” (LÉVY, 1999, p.23). O autor propõe que a presença e uso das técnicas em lugares e épocas específicos constroem relações que são sempre diferentes entre os seres humanos e que as mesmas técnicas podem se integrar a conjuntos culturais bem diferentes. A instabilidade e permanente transformação são vistas como constantes da cibercultura, explicando, em parte, a sensação de estranheza provocada quando tentamos entender o movimento contemporâneo das técnicas (LÉVY, 1999), conforme abordado no capítulo 1.

Apesar da dificuldade de delimitação das implicações da cibercultura, Lévy (1999) mapeou tendências verificadas com o surgimento das redes digitais. São novas formas de:

- a) Isolamento e sobrecarga cognitiva, que é o estresse pela comunicação e pelo trabalho diante da tela;
- b) Dependência, ou seja, o vício na navegação e jogos virtuais;
- c) Dominação, ao ocorrer a centralização do controle e monopolização de algumas potências econômicas sobre funções importantes da rede;
- d) Exploração, como nos casos de telemarketing em que o trabalho é vigiado; e
- e) Bobagem coletiva, que são rumores, piadas e acúmulo de dados sem qualquer informação;

De forma geral, o ciberespaço é um dispositivo interativo e comunitário de comunicação que promove a inteligência coletiva. Essa inteligência coletiva tem o efeito principal de “acelerar cada vez mais o ritmo da alteração tecnossocial, o que torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura” (LÉVY, 1999, p.30). Assim, quem não está inserido no ambiente virtual é considerado, de certa maneira, atrasado nos processos de alteração e apropriação social e cultural.

Quando analisamos a presença online dos grupos escolhidos para este estudo, percebemos que há uma conexão entre eles pela afinidade de interesses, principalmente

relacionado à mudanças culturais em Brasília²⁴. Lévy (1999) diz que conexões como essas formam as comunidades virtuais. Segundo ele, uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de conhecimentos, projetos mútuos e a cooperação ou troca, independentemente de proximidades geográficas e filiações institucionais. Dessa forma, as comunidades virtuais passam a explorar novas formas de opinião pública.

Portanto, pode-se inferir que as relações entre os atores sociais desta pesquisa acontecem de formas complementares e diferentes nos contextos online e off-line. Quanto à importância da interação online, a conexão no espaço virtual permite o compartilhamento do saber, a aprendizagem cooperativa e o desenvolvimento de processos abertos de colaboração (LÉVY,1999), tanto entre os grupos entre si, quanto entre os grupos e outros atores conectados na rede.

Ribeiro (2001) alega que o ciberespaço permite a formação de vínculos sociais inclusive entre pessoas desconhecidas, a partir do “ponto inicial do grau de afinidades e interesses comuns, sem que os participantes tenham tido qualquer contato visual ou físico anterior” (p.139). A particularidade da interação na internet é o fato de permitir a exploração de novos aspectos existenciais, cognitivos e experienciais em um ambiente virtual. Esse espaço alternativo, situado entre o real e o imaginário, forma referências modeladoras nas quais as interações face a face tornam-se desnecessárias para a construção dos vínculos sociais (Ibid., 2001).

A escolha da formação dos vínculos sociais pode ser justificado com a seguinte afirmação de Lévy (1999):

(...) um grupo humano qualquer só se interessa em constituir-se como comunidade virtual para aproximar-se do ideal do coletivo inteligente, mais imaginativo, mais rápido, mais capaz de aprender e de inventar do que um coletivo inteligentemente gerenciado. O ciberespaço talvez não seja mais do que o indispensável desvio técnico para atingir a inteligência coletiva. (p.133)

Com o objetivo de entender a formação da inteligência coletiva nos processos de mudanças da identidade cultural de Brasília, será abordado a seguir a relação entre o ciberespaço e a cidade.

2.3. Ciberespaço e Cidade

Lemos (2001), referindo-se a Lefebvre, afirma que o ciberespaço “pode proporcionar uma das características mais fundamentais da vida de uma cidade” (p.13), pela anulação das

²⁴ Afirmação resultante da análise dos dados do acompanhamento online. O resultado integral encontra-se no Capítulo 5.

distâncias entre os habitantes por meio da comunicação na forma digital. Ele pontua que o potencial do ciberespaço em firmar uma comunicação ágil, livre e social pode ser responsável por proporcionar uma democratização dos meios de comunicação e também dos espaços tradicionais das cidades. Isso pode ocorrer por meio da exposição dos problemas dos cidadãos de forma coletiva, de maneira a incentivar o debate e a mudanças das posições política, cultural e social (ibid., 2001).

Lévy (1999) diz que os poderes públicos, as coletividades locais, as associações de cidadãos e de grupos de empresários podem, de forma voluntária, usar o ciberespaço para o desenvolvimento de regiões desfavorecidas explorando da melhor maneira o potencial de inteligência coletiva, por meio da

(...) valorização das competências locais, organização das complementaridades entre recursos e projetos, trocas de saberes e experiências, redes de ajuda mútua, maior participação da população nas decisões políticas, abertura planetária para diversas formas de especialidades e parcerias etc (Ibid., p.190).

Essas práticas caracterizam a democracia eletrônica, que encoraja a expressão e elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos. Assim, a inteligência coletiva formada no ciberespaço, possibilita aos grupos humanos a tomada de consciência daquilo que fazem em conjunto, além de apresentar meios práticos de coordenação, exposição e possíveis resoluções dos problemas pela proximidade (virtual) e envolvimento (LÉVY, 1999).

Ao associar os dois espaços da cidade, o do território e o da inteligência coletiva, Lévy (1999) propõe que. o funcionamento ciberespaço compensa, na medida do possível, a lentidão e a rigidez do território ao colocá-lo em exposição no ciberespaço em tempo real. Assim, levando em consideração que habitamos todos os meios com os quais interagimos, “habitamos, portanto, o ciberespaço da mesma forma que a cidade geográfica e como uma parte fundamental de nosso ambiente global de vida” (Ibid., p.201).

Em relação à ocupação da cidade tanto no ciberespaço quanto no ambiente físico, retoma-se o que é exposto por Canclini (2008), que

(...) as cidades não existem só como ocupação de um território, construção de edifícios e de interações materiais entre seus habitantes. O sentido e o sem sentido do urbano se formam, entretanto, quando o imaginam os livros, as revistas e o cinema; pela informação que dão a cada dia os jornais, o rádio e a televisão sobre o que acontece nas ruas (p.15).

Incluimos nesse pensamento o intenso fluxo de informação que ocorre na internet e a importância da análise da identidade cultural nesse ambiente, conforme vimos no presente capítulo. Levando em consideração que as mudanças culturais em Brasília são consequências tanto das manifestações na cidade como também pela interação no ambiente virtual, a seguir

explicaremos como serão englobadas essas duas dimensões nas análises dos dados desta pesquisa.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

Conforme mencionamos, a presente pesquisa tem o objetivo de identificar algumas mudanças de identidade cultural de Brasília incentivadas e realizadas por movimentos culturais atuais que surgiram de inquietações dos moradores da cidade. Para verificar as características desse cenário, optou-se por desenvolver três etapas metodológicas. A primeira consiste na revisão de literatura de estudos relacionados aos temas centrais trabalhados: cultura, representações, identidade cultural, cidade imaginada, Redes Sociais na Internet e Cibercultura. A segunda constitui-se na observação e análise das páginas do Facebook²⁵ de seis grupos escolhidos para representar o cenário de mudança cultural em Brasília. São eles: *Picnik*, *Ossobuco*, *Mapa Gentil*, *Projeto Pilotis*, *Quadrado* e *Ocupe o Lago*. A última consiste em uma entrevista em grupo com seis participantes que representam esses grupos.

As apresentações e descrições dos eventos, projetos e blog, mostrando o cumprimento dos critérios citados, foram feitos com base nas informações disponibilizadas nas plataformas de divulgação oficiais (mídias sociais, sites e blogs), a partir do acompanhamento *off-line*, ou seja, um relato de campo com a minha experiência nos casos possíveis, e pela observação e análise da participação em uma mídia social, visando conhecer de perto o que é feito. O acompanhamento *off-line* foi realizado com base na frequência dos eventos, durante o período de primeiro de abril a trinta de outubro de 2014. O acompanhamento *online* dos grupos foi dividido em duas etapas.

3.1. Primeira etapa do acompanhamento online

Esta etapa consiste no registro de dados e observação do comportamento dos grupos no Facebook, com os objetivos de mapear as atividades, se familiarizar e observar o comportamento dos eventos, projetos e blog escolhidos, a partir das conversações entre eles e quaisquer outros personagens que entraram em contato com as mensagens geradas. Foram levados em consideração a linguagem utilizada, a frequência de postagens, o conteúdo das postagens e a quantidade de interação com outros perfis. Nesse momento, os registros foram feitos por meio de *print screens*²⁶ e dos relatos do que foi observado. O acompanhamento teve

²⁵ No capítulo 2 são apresentadas a definição e mais informações sobre o Facebook.

²⁶ Print Screen, ou captura de tela, é a fotografia de uma imagem da tela para que você possa salvá-la, imprimi-la ou compartilhá-la. (<http://windows.microsoft.com/pt-br/windows/take-screen-capture-print-screen#take-screen-capture-print-screen=windows-8>)

duração de um mês, sendo feita a observação constante, do dia 15 de agosto a 15 de setembro de 2014.

Primeiramente, foi necessária a delimitação da ferramenta e das interações para análise das conversações em rede. Foram estudadas as conversações que utilizam-se das conexões estabelecidas entre atores no site de rede social Facebook. Segundo Recuero (2012), as conversações são formadas por trocas sociais e sua relevância se dá a partir da exposição a novas ideias que semeiam novos comportamentos e a mais importante característica da conversação é o espalhamento entre grupos sociais pelas conexões entre os indivíduos. Isso significa que, por se espalhar por várias redes, a conversação possibilita o contato entre pessoas que não necessariamente tinham uma conexão antes. Ressalta-se a importância do estudo das conversações na presente pesquisa, uma vez que um dos objetivos é verificar as influências culturais dos grupos em Brasília e se há um padrão nas finalidades das atividades desenvolvidas.

A ferramenta selecionada foi o Facebook por ser o espaço comum de interação e geração de conteúdo de todos os grupos. Esse site de rede social foi definido como sendo o principal, uma vez que é a plataforma onde as conversações ocorrem de forma mais evidente.

Os relatos do que foi observado no acompanhamento online das páginas dos grupos foram feitos com base nos três tipos de centralidade da perspectiva teórico-metodológica para o estudo das estruturas sociais Análise de Redes Sociais (ARS).

De acordo com Recuero (2012), a ARS foi desenvolvida para o estudo das estruturas sociais, ou seja, os agrupamentos humanos, dando enfoque não apenas à estrutura, mas também ao conteúdo dessas redes. Destaca-se que essa metodologia não foi utilizada por se tratar de uma abordagem quantitativa específica para o Twitter. No entanto, os pontos principais de análise serviram de modelo para uma adaptação da análise do conteúdo.

A perspectiva ARS é constituída pelo grau de centralidade que refere-se ao quão central um determinado nó²⁷ é na estrutura da rede. Para análise, são delimitados três graus de centralidade: o grau de conexão, ou seja, a quantidade de conexões que um determinado nó possui; o grau de intermediação, que pode ser interpretado como a influência e a posição do nó na rede; e o grau de proximidade, que refere-se ao tipo de relação entre os nós.

Para esta pesquisa foi delimitado que o grau de conexão é definido pelo número total de curtidas da página, pelo número de posts e pelo número total de curtidas nos posts durante feitos o período de análise; o grau de intermediação é definido pela quantidade total de

²⁷ Nessa pesquisa, entende-se como nó a página do Facebook.

compartilhamento dos posts durante o período e pela análise do conteúdo do post de maior alcance²⁸; e o grau de proximidade foi definido pela linguagem utilizada na interação entre os envolvidos nos posts.

Os dados relativos ao número de curtidas da página, número de posts no período, número total de curtidas nos posts, número de compartilhamentos total dos posts e post com maior alcance foram colhidos e registrados no dia 15 de setembro de 2014, por ser o último dia de acompanhamento online da primeira etapa. Já a linguagem e o diálogo utilizados nos posts foram observados diariamente e também em publicações anteriores ao período analisado, por ter sido verificado uma necessidade mais ampla para a análise do conteúdo. Os mais relevantes posts que compõem esse tópico foram registrados por meio de *print screens* para análise do conteúdo.

O esquema a seguir apresenta a classificação sintética utilizada para observação dos dados, que posteriormente serão analisados.

- Grau de conexão:
 - Número de curtidas da página
 - Número de posts no período
 - Número total de curtidas nos posts
- Grau de intermediação:
 - Número de compartilhamentos total dos posts
 - Post com maior alcance
- Grau de proximidade:
 - Linguagem e Laços Sociais

3.2. Segunda etapa do acompanhamento online

Refere-se a um estudo mais aprofundado sobre as relações entre os seis atores sociais envolvidos. Essa escolha foi feita a partir da identificação da proximidade, constante menção e troca de informações entre os perfis selecionados. Essa análise visa constatar se há uma homogeneidade no discurso e na intenção final dos grupos. Caso isso se verifique, comprova-

²⁸ Apesar de não ter acesso à forma de visualização do administrador na qual o Facebook disponibiliza os dados das postagens e da página, pode-se deduzir qual foi o post com maior alcance. Entende-se por alcance, o número de pessoas para as quais sua publicação foi exibida. Essa informação depende diretamente do número de curtidas, comentários e compartilhamentos da postagem e influencia a frequência de visualização dos usuários que interagem com a página. Assim, conclui-se que o post com maior número total de curtidas, compartilhamentos e comentários é aquele que teve mais visualizações.

se a formação de um grupo formador de opinião em relação à movimentação e o incentivo cultural em Brasília.

Nesta etapa foram analisadas as postagens feitas de 1º de janeiro de 2014 a 31 de agosto de 2014. A possibilidade de escolha desse período se deu pelo registro das mensagens feito pelo Facebook. As postagens e todo conteúdo de interação na página ficam salvos desde o momento da criação da página ou perfil até a atualidade. É importante ressaltar que além da consulta retroativa, essa disponibilidade de acesso às postagens antigas permite que haja alteração nos números aqui apresentados caso sejam realizadas interações de outros usuários após a data de registro. A escolha desse período se deu pela intenção de verificar o diálogo a longo prazo entre os atores escolhidos.

O objetivo foi compreender a conversação de um determinado grupo, e não somente mapear a atividade como feito primeiramente. Diferente do caso anterior, é necessário que as conversações analisadas já estejam limitadas, ou seja, que sejam escolhidos os pares de atores os quais observamos a interação. Foram delimitadas as páginas principais dos seis grupos escolhidos e foi observado como eles interagem entre si. Para apresentação do resultado, foi feita uma tabela para todas as interações entre os nós. Ela contém elementos tanto do aspecto estrutural, identificando uma indicação da qualidade das conexões estabelecidas, tanto do aspecto semântico/discursivo, que permitiu a análise das relações entre as mensagens e do sentido do conteúdo que é trocado (RECUERO, 2012).

A seguir, o modelo da tabela estruturada segundo a proposta de organização dos elementos apresentado por Recuero (2012), porém com adaptações. A tabela que foi utilizada contém oito dos dez elementos sugeridos pela autora, pois dois não se aplicam nos modelos de conversação em questão. Os que foram excluídos dizem respeito aos espaços conversacionais diferentes, ou seja, a migração da conversação em mais de uma mídia social. Nesse caso, como foi delimitada somente uma mídia, não é possível fazer essa análise.

Quadro 2 - Modelo para registro de dados da segunda etapa do acompanhamento online

Pares conversacionais	Nº de interações	Aspectos semânticos/ discursivo	Exemplos dos aspectos estruturais
As páginas cuja conversações serão estudadas;	Quantas vezes ocorram as menções entre as páginas;	Conteúdo das interações; Turnos de fala; Reciprocidade;	Sequenciamento das interações (marcações de direcionamento, links, data, horário); Estrutura dos pares; Persistência (quantidade de mensagens – tamanho e tempo da conversação);

Fonte: Recuero (2012) com adaptações.

3.3. Entrevista em grupo

O último caminho metodológico utilizado foi a entrevista em grupo focal. Para esta pesquisa, utilizamos o seguinte conceito de entrevista de grupo focal:

[...] uma entrevista com um pequeno grupo de pessoas sobre um tópico específico. Em regra, são formados por 6 a 8 pessoas que participam da entrevista por um período de 30 minutos a 2 horas. (PATTON, 2002, p.385.)

A escolha por esse método foi por apresentar resultados de forma a integrar as opiniões. Assim, diferentemente da entrevista individual, ao ampliar a situação de entrevista e criar uma situação mais semelhante à vida cotidiana, é estimulado o debate e troca de informações. O objetivo da entrevista em grupo é compreender de que forma o grupo vê as influências das atividades realizadas por cada um nas mudanças da identidade cultural de Brasília. As principais limitações do método são o número restrito de questões abrangidas, sendo necessário um foco principal e a garantia de um mediador com capacidade de “impedir que participantes individuais ou grupos parciais dominem” (FLICK, 2009, p.181).

O planejamento da entrevista contava com a participação de seis pessoas, organizadoras dos eventos (*Picnik* e *Ossobuco*), projetos (*Pilotis* e *Ocupe o Lago*) e blog (blog *Quadrado*) selecionados anteriormente. A seleção do grupo de entrevistados foi feita

segundo o conceito de grupo real, ou seja, “grupos que se interessem pelo assunto da discussão em grupo” (FLICK, 2009, p.183). No cotidiano, os grupos reais realizam interações compartilhadas e participam de atividades comuns relacionadas ao assunto de discussão. Foram levadas em consideração as semelhanças das características sociodemográficas, dos interesses culturais e dos ambientes sociais frequentados.

Outra classificação importante é a de homogeneidade do grupo, uma vez que “os membros são passíveis de comparação nas dimensões essenciais relativas à questão de pesquisa e possuem uma formação semelhante” (FLICK, 2009, p.184). Aqui, o que caracteriza o grupo como homogêneo é o fato de iniciarem um projeto ou atividade com a intenção do incentivo cultural em Brasília, seguindo os pré-requisitos já apresentados. Quanto ao número de entrevistados, a indicação para um entrevista em grupo é que seja de seis a oito pessoas.

Participaram da entrevista:

- **Luísa Helena Gonçalves de Melo:** é designer, tem 23 anos e é a representante do Projeto *Pilotis*. Nasceu em Taguatinga e mora hoje na Asa Norte. Suas principais atividades culturais são ir a eventos ao ar livre, como o Cinema ao ar livre, e em festas no Balaio Café, na 201 Norte.
- **Marcelo Ottoni Nepomuceno:** é bancário e professor universitário, 35 anos, representante do movimento *Ocupe o Lago*. Nasceu em Brasília e atualmente mora no Jardim Botânico. Nas preferências culturais estão ir ao cinema, teatro, exposições, festas e shows na cidade.
- **Janaína André:** representante do *Mapa Gentil*, não compartilhou informações pessoais.
- **Carolina Nogueira:** jornalista, 38 anos, mora no Plano Piloto e é representante do Blog *Quadrado*.
- **Pedro Thompson Henriques:** mais conhecido como Thum, tem 30 anos, é publicitário, fotógrafo e representante do *Ossobuco*. Nasceu em Brasília, foi criado no Guará 2, mas morou no Rio de Janeiro, em Juiz de Fora e em Belo Horizonte. Hoje mora na Asa Sul. Gosta de ir em shows, exposições, teatro, cinema e palestras.
- **Júlia Hormann:** publicitária que trabalha com produção de eventos, 28 anos, nascida em Brasília. A representante do *Picnik* mora na Asa Norte, mas já

morou na Asa Sul e no Guará. Gosta de ir a parques, do simples fato de ficar fora de casa, andar de bicicleta, ir ao cinema e, como produz muitos eventos, costuma passar os finais de semana trabalhando.

Júlia Hormann, representante do evento *Picnik*, não pode participar da entrevista em grupo e para que esta pesquisa não ficasse incompleta, foi realizada uma entrevista individual no dia 20 de outubro de 2014, às 15h no Parque da Cidade, no qual foi utilizado o mesmo tpico guia da entrevista com todos os participantes.

Por se tratar de um grupo com interesse em comum no foco da pesquisa, entende-se que as “representações de um tema de interesse comum, ou de pessoas em um meio social específico são, em parte, compartilhadas” (BAUER E GASKELL, 2000, p.71). Outros limitantes à escolha da quantidade dos participantes são a prioridade em promover a interação, permitir o espaço para fala de todos os participantes, de forma a aprofundar a observação tanto como um grupo quanto dos indivíduos e criar uma relação de proximidade a fim de entender a real intenção de cada um.

Como pesquisadora, optamos por ficar como observadora durante a entrevista. Assim, manteramos a neutralidade da pesquisa e acompanharamos as observações relevantes. A escolha do entrevistador foi feita com base nos critérios de boa oratória e capacidade de moderação. O papel do entrevistador envolve moderar o tempo, seguir o tpico guia e sondar cuidadosamente mais detalhes do que aqueles que os entrevistados podem oferecer em uma primeira resposta. (BAUER E GASKELL, 2000)

A previsão de duração da entrevista em grupo foi de duas horas, com possibilidade de extensão de até meia hora. Após a escolha da metodologia e dos participantes, as etapas planejadas foram respectivamente:

- 1 – Preparo do tpico guia;
- 2 - Realização da entrevista;
- 3 – Transcrição da entrevista;
- 4- Análise do *corpus* do texto;

Para auxiliar o contexto do que perguntar no momento da entrevista,  indispensável a elaboração de um tpico guia. Entende-se como tpico guia, um conjunto de título e parágrafos que guiam o entrevistador como meio de lembrete dos tpicos e maneira de monitorar o andamento do tempo da entrevista (BAUER E GASKELL, 2000). No entanto, é importante ressaltar que

[...]  medida que uma série de entrevistas for acontecendo, alguns tpicos que estavam anteriormente na fase de planejamento, considerados centrais,

podem se tornar desinteressantes, até mesmo devido a razões teóricas, ou porque os entrevistados têm pouca coisa ou nada a dizer sobre eles (BAUER E GASKELL, 2000, p. 67).

Para a elaboração do tópico guia aqui utilizado (ver Apêndice A) optou-se por perguntas que estimulassem o livre debate do grupo de forma a observar quais os temas e argumentos mais relevantes para eles, com o cuidado de não delimitar a discussão. foi levando em consideração que

[...] a ideia não é fazer um conjunto de perguntas padronizadas ou esperar que o entrevistado traduza seus pensamentos em categorias específicas de resposta. As perguntas são quase que um convite ao entrevistado para falar longamente, com suas próprias palavras e com tempo para refletir (BAUER E GASKELL, 2000, p.73).

A entrevista teve duração de uma hora e 58 minutos, foi realizada no dia 21 de setembro de 2014, domingo, às 10h30 na sala 13 da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. O motivo da escolha do local foi por ser um ambiente acadêmico, estando em sintonia com o objetivo da pesquisa, além da acessibilidade, por estar localizado em zona central da cidade. A entrevistadora convidada foi Fernanda Gomes, aluna da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). A opção por convidá-la foi pela sua experiência profissional em atividades que envolviam diretamente a liderança de grupos e desenvolvimento de uma boa oratória. Fernanda foi Diretora de Atendimento e posteriormente Presidente da empresa júnior Doisnovemeia Publicidade, da Faculdade de Comunicação da UnB e trabalhou com atendimento publicitário durante 2 anos na agência de marketing digital Look N'Feel.

Antes do início da entrevista, foi solicitado que todos os participantes assinassem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que explicitava a utilização dos dados e autorizava a gravação da entrevista.

Após a realização da entrevista foi feita a transcrição que também pode ser consultada no Apêndice B e os dados da entrevista foram submetidos à análise de conteúdo.

A análise de conteúdo pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. (BARDIN, 1977, p.38)

CAPÍTULO 4 – ATORES SOCIAIS ESCOLHIDOS

O termo ator social é usado para designar indivíduos, organizações ou grupos envolvidos em iniciativas sociais, conforme mencionado na Introdução. Neste trabalho, o uso do termo coincide com a definição de ator apresentado por Recuero (2009) ao tratar das redes sociais na Internet, que denomina a pessoa envolvida em um rede atuando no molde de estruturas sociais pela interação e constituição de laços sociais. Nesta pesquisa, utilizamos o termo ator (ou ator social) para tratar dos eventos, projetos e blogs selecionados nas etapas de análise online, e referindo-se aos representantes de cada grupo, na análise da entrevista.

Para compreensão do papel e da forma de atuação dos seis grupos selecionados como objetos deste estudo, iniciaremos com a apresentação de cada um com base nos dados disponibilizados nas plataformas de divulgação oficiais (sites e páginas no Facebook), em alguns casos, com a descrição segundo experiência pessoal e segundo entrevista em grupo. Seguiremos conforme a categorização feita inicialmente²⁹.

4.1. Eventos

- *Picnik*

O *Picnik* é um evento de ocupação do espaço público de Brasília e é hoje uma referência de encontro dos moradores da cidade, como polo gastronômico e cultural. Surgiu a partir do incômodo com a falta do que fazer e o objetivo principal é gerar convivência entre as pessoas. A previsão é que ocorra uma vez por mês e até agora foi realizado em três espaços: no Calçadão do Lago Norte, na Ermida Dom Bosco e no Jardim Botânico. O evento disponibiliza espaços para expositores, nos segmentos de gastronomia, arte e workshops. Um diferencial é a democracia: qualquer um pode participar, desde restaurantes, lojas e empresas conhecidos a confeitarias, artistas e artesãos independentes.

Os mesmos responsáveis pelo *Picnik* também organizam outros dois eventos com propostas semelhantes: o Quitutes e o Zoo. O primeiro é uma feira gastronômica que acontece somente de duas a três vezes no ano e entre suas finalidades principais está explorar lugares esquecidos em Brasília. Assim, é uma oportunidade para construir e firmar a identidade gastronômica da cidade, como exposto por uma das idealizadoras do projeto, Julia Hormann,

²⁹ Na introdução deste trabalho definimos que os atores sociais escolhidos foram agrupados em três categorias: eventos, englobando o Picnik e o Ossobuco; projetos, em que estão o Pilotis, o Ocupe o Lago e o Mapa Gentil; e blog, com o Quadrado.

durante o evento *Ossobuco*, no dia 28 de abril de 2014. No Quitutes, prevalece o conceito de comida gourmet na rua que, juntamente com a música e a ambientação, gera uma sensação de bem-estar e diversão em quem está presente. O Zoo é um encontro de animais, principalmente de cachorros, mas com a proposta de reunir famílias com seus bichos de estimação em um evento com música e atividades para todos. Todos os eventos são gratuitos, se iniciam de dia e prolongam-se até a noite, gerando um horário flexível e possibilitando o acesso de pessoas de todas as idades.

Os comentários a seguir foram feitas no dia 16 de agosto de 2014, no *Picnik* que aconteceu no Calçadão da Asa Norte, em que estivemos de observadora de 15h às 19h. Em nossa percepção, o evento pode ser mentalmente dividido em dois espaços: a área de consumo e a área de lazer. No primeiro ambiente, a estrutura estava dividida em uma praça de alimentação e nos estandes de vendas de produtos e serviços.

As escolhas para alimentação eram muitas, sendo maioria opções gourmet. Destacou-se a venda de pequenas porções, os *food trucks*³⁰ (mapeado como grande tendência na cidade), bebidas artesanais e cervejas especiais, comidas saudáveis e vegetarias, e muitas opções de doces caseiros. Nas tendas de produtos o foco eram as tendências de moda e arte, englobando vendas de acessórios, roupas, calçados, decoração e livros. O destaque foram a produção independente, os brechós, as kombis usadas como lojas e a padronização dos acessórios (colares, brincos, sapatos, camisetas, bolsas e outros com a mesma estética em diferentes barracas). Quanto às atividades, os visitantes podiam optar por workshop de xilogravura, oficina de stencil, aula de dança do ventre, bicicletada e, desvinculado ao evento porém na mesma área, Stand Up Paddle e Caiaque.

A área para lazer também pode ser subdividida em dois momentos: de dia, predominava-se a presença de família com crianças, que encheram os parquinhos, as cangas na área verde e a apresentação do circo. No final da tarde, a partir de umas 17h30, o público do evento mudou significativamente. Além dos DJs aumentarem o som, a maior presença era de jovens e do público LGBT. A partir desse momento, as vendas caíram muito e a área ao ar livre, já escura, sem a iluminação do dia, foi tomada pela dança.

Um diferencial nessa edição foi a possibilidade de passar o cartão para pagamento em todas as tendas: o próprio *Picnik* disponibilizou essa opção, cobrando aos expositores que

³⁰ O *food truck* ou carros de comida é um espaço móvel que transporta e vende [comida](#). Alguns, assim como caminhões de sorvete vendem alimentos congelados ou pré-embalados, outros se assemelham a restaurantes sobre rodas Alguns servem refeições específicas, como por exemplo taco, kebab, hamburger, chinesa. A sua popularização em atividades culturais da classe média se deu quando os caminhões passaram a servir comida *gourmet*. (http://pt.wikipedia.org/wiki/Food_truck)

fizessem o cadastro prévio e 10% do valor. Outra novidade foram os painéis *touch screen* espalhados pelas tendas, onde podiam ser vistas as fotos do evento, o mapa dos expositores, a programação das atividades e com um espaço para ser deixada a opinião e tirar fotos.

Como ponto em comum tanto na decoração do evento quanto no perfil do público foi a preocupação estética. Os expositores capricharam na decoração para chamar atenção e os visitantes também apresentaram um padrão da moda, muitos enquadrando-se no estilo *hipster*³¹. Durante todo o evento, a interação entre os visitantes era muito grande. Notava-se grupos de amigos que estavam ali só para encontrarem com os amigos e tinham inclusive pessoas comemorando o aniversário ao ar livre, com a própria comida e bebida.

Alguns pontos negativos também foram identificados. O primeiro é uma consequência do crescimento do evento: o número de pessoas aumenta a cada edição, crescendo o tamanho das filas e a dificuldade de locomoção por conta da superlotação. Nessa edição, o principal ponto negativo foi a falta de estacionamento. A maioria dos carros parou em local indevido e constante a travessia dos pedestres em uma pista de alta velocidade causava muitos riscos.

- ***Ossobuco***

O *Ossobuco* é um ciclo de palestras que acontece toda última segunda feira do mês, no Teatro Eva Herz, na livraria Cultura do Shopping Iguatemi Brasília. A ideia é disponibilizar o espaço para que os moradores da cidade contem alguma experiência, sua história de vida ou qualquer coisa que queiram compartilhar. Cada palestrante tem apenas dez minutos para expor suas ideias, e há o estímulo da objetividade e dinamicidade.

Surgiu por um grupo de amigos que resolveu desenvolver o evento a partir da inquietação “Porque Brasília não tem eventos bacanas sobre comunicação e tecnologia como outras capitais?”. Um dos organizadores, Pedro Thompson, que participou da entrevista em grupo realizada para esta pesquisa, relata:

A gente acreditava que Brasília tinha várias histórias legais e projetos interessantes que mereciam ser compartilhados e não ficar em um nicho só, porque as vezes era tudo muito “nichado” mesmo, poucas pessoas

³¹ “*Hipster* é uma palavra inglesa usada para descrever um grupo de pessoas com estilo próprio e que habitualmente inventa moda, determinando novas tendências alternativas. O termo deriva de “hip”, um adjetivo inglês usado desde a década de 1940 com o significado de “descolado” ou “inovador”, designando os jovens brancos e ricos que imitavam o estilo dos negros do jazz. No início de 2000, a palavra surgiu para classificar um grupo de pessoas que na maior parte das vezes tem entre 15 e 25 anos, geralmente de classe média, que combina peças de roupa de estilo moderno e *vintage*, compondo um look original.” (<http://www.significados.com.br/hipster/>).

conheciam e de repente alguém descobria e falava “nossa! Não sabia que isso existia”. Então a gente falou “ah, vamos compartilhar esses conhecimentos interessantes com mais gente e dar um espaço para que mais pessoas possam ver e falar isso de uma forma interessante e assim que inspire outras pessoas a terem ideias, a colocarem seus projetos na rua, a conhecerem coisas novas. E aí a gente criou o *Ossobuco* (THOMPSON, 2014).

A partir daí, com a intenção de mudar esta realidade fazendo o próprio evento, de forma que pudessem compartilhar inspiração e sem finalidade lucrativa. O *Ossobuco* é aberto e gratuito.

No dia 28 de abril de 2014, estivemos no *Ossobuco* que teve a participação dos palestrantes: Fernando Lopes, com a palestra “Pão de Queijo: Paixão ou necessidade”, falando sobre como ele descobriu e se apaixonou pelo quitute mais famoso de Minas Gerais; Deborah Andrade, do Movimento Inspiracéu, “Um movimento para inspirar os brasileiros a vivenciarem mais a cidade.”; Julia Hormann, do *Picnik*, Quitutes e Zoo, com a palestra “Finalmente uma identidade brasileira?”, onde pude conhecer a história de alguns eventos que vem ajudando a consolidar essa “brasiliensidade”; e Rafael Vecchio, criador do Blog Monstros de Brasília, falando sobre uma Brasília sob um olhar monstruoso, “A história dos Monstros de Brasília, desde sua primeira aparição até a transformação em uma nova identidade cultural para a cidade”.

O evento foi muito bem organizado, permitindo um debate no final das palestras e um espaço para interação com os palestrantes. O que destacamos de maior colaboração é motivação para que outras pessoas que estão na plateia participem como palestrantes nas próximas edições. Assim, além de inspirar novas ideias, é dado o espaço para que qualquer um esteja no papel de inspirador. No final deste evento, foi pedido uma contribuição voluntária de qualquer valor para custear os gastos.

4.2. Projetos

- *Mapa Gentil*

O *Mapa Gentil* é um projeto cultural de arte e educação que tem o objetivo principal incitar um olhar criativo sobre o Distrito Federal através de linguagens artísticas, como o grafite, o stêncil, a pintura, a palavra e a poesia. As obras são feitas em oficinas criativas com a participação de artistas convidados, escolas parceiras e comunidade. São criadas instalações e performances em variados locais da cidade, buscando a inserção democrática da arte no

cotidiano das pessoas, a ressignificação do espaço coletivo, além da decoração de muros, ruas e prédios. Assim, o projeto propõe um diálogo entre os cidadãos e o seu espaço, numa reflexão sobre a sociedade e as relações humanas e integrando os moradores, a cidade e a arte.

O projeto desenvolve um trabalho com jovens estudantes da rede pública de ensino e está na terceira edição. Como resultado das oficinas hoje há uma galeria a céu aberto com 97 obras feitas na primeira edição, em 2012, espalhadas por Taguatinga, Ceilândia, Riacho Fundo e Samambaia, e com cerca de 80 obras em Taguatinga, da segunda edição em 2013. A cada ano é escolhido um novo tema, que guia as atividades promovidas. Os temas trabalhados nas primeiras edições foram Gentileza gera Gentileza e O Mundo é uma Escola. O tema deste ano é A Natureza das Coisas, com o objetivo de promover o diálogo sobre questões sociais, humanas, filosóficas e ecológicas. A partir do resultado das oficinas são produzidos mapas nas versões online e impresso com os locais das obras. O projeto também oferece visitas guiadas aos visitantes.

De acordo do que foi apresentado por Janaína André, uma das idealizadoras do projeto, no Bate-Papo “Uma Brasília Diferente” do dia 23 de maio de 2014, que aconteceu durante o evento Limonada Project, um dos focos principais do projeto é a transformação do espaço público de Brasília. A ideia é usar a arte urbana como meio de estimular os jovens ao discurso crítico e à ocupação do espaço com arte. Isso gera uma noção de pertencimento do espaço público, ou seja, a cidade como extensão da própria casa. Assim, acredita-se que por meio das oficinas com alunos do Ensino Médio de escolas públicas, cria-se o espaço para a formação de novos artistas, além do engajamento em trabalhos coletivos.

Ainda segundo os relatos da Janaína, as práticas se resumem em: oficinas criativas, oficinas pedagógicas em escolas, jogos colaborativos como forma de fomento da troca de informações, instalação e mapeamento das obras na cidade, roteirização da galeria aberta, aulas-passeio durante a semana e visitas guiadas aos sábados. Na entrevista em grupo desta pesquisa, Janaína reforça:

O Mapa Gentil é esse projeto de criação coletiva unindo formação de jovens, formação de pessoas interessadas e intervindo na cidade. É um projeto que estimula a ocupação dessa cidade com expressões artísticas como se a gente estimulasse que pessoas tomem conta dos espaços públicos, revitalizando, ressignificando (ANDRÉ, 2014).

A cada ano, é traçado um percurso com um tema específico. Em 2012, ano de criação do projeto, o tema foi “Plante Gentileza”, inspirado nas práticas do Profeta Gentileza. José Datrino, ou profeta Gentileza, largou tudo para seguir sua missão de pregar o amor e a gentileza entre as pessoas. O fato que o fez abdicar de seus bens materiais para seguir em

pregação foi um incêndio em Niterói, no Gran-Circus Norte-Americano – em 1961, que vitimou cerca de quinhentas pessoas, a maioria crianças. No local da tragédia, que antes era palco de tanta alegria, José Datrino plantou hortas e jardim e logo se mudou para o local. Além das flores, nasceu ali o profeta Gentileza, que por quatro décadas disseminou mensagens e ensinamentos pelas ruas do Rio de Janeiro. Em 2013, o tema do *Mapa Gentil* foi “O mundo é uma escola”, uma das frases estampadas pelo Profeta. Nessa edição, foi abordada a necessidade de romper com as fronteiras entre o mundo e a escola. Em 2014, o tema é “A natureza das coisas”. E a previsão para 2015 é que seja feita uma edição no Metrô, cuja parceria já está em andamento, e o tema ainda não foi escolhido.

- **Projeto *Pilotis***

O Projeto *Pilotis* surgiu a partir da inquietação da falta de contato entre as pessoas, especificamente entre os vizinhos em Brasília. O relato é que a organização da cidade e a falta de uma cultura social tipicamente brasiliense são fatores responsáveis por essa realidade. Objetivando mudar essa postura, os idealizadores do projeto identificaram a necessidade de despertar as pessoas à esse isolamento e as motivarem para mudar esse quadro. O que eles perceberam foi que estava faltando aos brasilienses oportunidades e incentivo para se conhecerem e trocarem ideias. A proposta é mostrar o quanto se perde com o individualismo e disponibilizar meios para fazer diferente.

O Projeto surgiu a partir de um trabalho em uma disciplina do curso de Design da Universidade de Brasília. O resultado é uma plataforma online com espaço para a troca de experiências e ideias entre os moradores de Brasília. Assim, se posiciona como uma alternativa à dinâmica tradicional da sociedade, oferecendo opções grátis e boas experiências sem intenção principal ter lucro. O Projeto foi desenvolvido com base no conceito de Design Thinking³² que tem como foco o desenvolvimento de soluções estéticas e funcionais, criando novas experiências e valores e que geram significado para os consumidores. Dessa forma, o Projeto apresenta um pensamento com foco nas pessoas e no desenvolvimento de soluções tanto individuais quanto para a comunidade.

Mostrando que viver em comunidade proporciona uma oportunidade de grandes aprendizados e troca de informação, não só de maneira abstrata, foi definido um mecanismo

³² http://www.sementeestrategica.com.br/wp-content/uploads/downloads/2011/12/INOVA%C3%87%C3%83O-Design-Thinking_pt.pdf

para tornar o objetivo em algo prático. A plataforma utilizada é o Facebook, onde foram criados grupos de comunidades específicas (como de entrequadras residenciais) e grupos abertos, para qualquer pessoa que quiser participar. Algumas ideias iniciais foram categorizadas pelos coordenadores do Projeto para exemplificar o mecanismo das atividades. Essas sugestões foram inspiradas em tarefas cotidianas e são formas simples de ajudar o outro. Alguns exemplos são caronas, uma troca de lâmpada para uma senhora que mora sozinha ou o empréstimo de algum material pro vizinho. Para fazer parte e contribuir, basta entrar na categoria adequada do grupo do Facebook e postar sua proposta. Caso queira algo, também poderá procurar quem ofereça o que suprir a necessidade.

Luísa Melo, uma das idealizadoras do projeto, explica sobre a flexibilidade e objetivos do *Pilotis*:

É um grupo no Facebook e a gente tenta dividir os temas sobre o que as pessoas têm interesse em compartilhar, essa é a nossa palavra chave, compartilhar diversas coisas, as vezes uma coisa material, algum tipo de atividade, algum tipo de encontro. Então assim, é muito diverso e vai se adaptando ao longo que a necessidade das pessoas vão surgindo. A gente até pensou que seria mais pra um tipo de coisa e acabou indo para um outro lado porque ele é bem orgânico, é adaptável ao modelo de sociedade, que no nosso caso é o brasileiro (MELO, 2014).

Um grande diferencial do *Pilotis* é o incentivo à diversão, solução de problemas e interação sem usar dinheiro, usufruindo da boa vontade de quem também quer ajudar a comunidade. Para aqueles que não têm uma conta no Facebook foi pensada uma solução: caso more em uma quadra participante, o prefeito deve se responsabilizar por propor e organizar as atividades; e a própria pessoa pode se encarregar pelas atividades em outros grupos, com o compromisso de acompanhar o que está sendo feito e com o apoio do Projeto.

- ***Ocupe o Lago***

O *Ocupe o Lago* é um movimento que objetiva mostrar à sociedade a importância do Lago Paranoá para a qualidade de vida da população de Brasília. Surgiu em 2014 em comemoração ao Dia Mundial da Água, 22 de março, com a ideia de ocuparem o Lago e sua orla promovendo uma grande campanha para a conscientização. Nesse dia, brasilienses se mobilizaram e foram para o lago em diferentes pontos da cidade e de diversas maneiras: Stand Up Paddle, máscara de mergulho, roupa de natação, prancha de surf, lancha, Kite Surf e aqueles que foram acompanhar fora da água. Os lugares mapeados para registro pela organização do evento foram Ermida, Península dos Ministros, Parque das Garças, Morro da Asa Delta, Pontão, Prainha ou Piscinão. O foco do projeto é a ocupação sustentável e a

democratização do Lago Paranoá. Assim, é promovido o diálogo sobre a ocupação desordenada da orla, as normas de segurança para embarcações, o aumento de veículos náuticos, o assoreamento, a democratização do acesso ao Lago, entre outros temas.

Na entrevista em grupo, Marcelo Ottoni, nos contou um pouco sobre a criação do *Ocupe o Lago*:

o insight para a criação desse movimento foram as manifestações que aconteceram no final do ano passado e uma que despertou muito um questionamento dentro do nosso coletivo. Que na época foi o rolezinho. E uma das bandeiras do rolezinnho era a ausência de espaços públicos e pra gente que é atleta e que é usuário do Lago Paranoá e que tá vivendo na cidade desde que nasceu, a gente sabe que existem espaços públicos, eles não são utilizados da forma que deveriam. Acho que hoje a gente tá até conseguindo mudar esse cenário, é uma história recente que a gente está construindo (NEPOMUCENO, 2014).

No dia 22 de Junho no parque Ermida Dom Bosco ocorreu o 15K EcoCross, uma prova de corrida não tradicional, em trilhas fechadas e com passagens pelo Lago Paranoá. Durante o evento, o *Ocupe o Lago* realizou, em parceria com o Grupo Especializado em Atendimento ao Trauma – GEAT, o Workshop Suporte Básico de Vida, sobre reanimação cardiopulmonar. Foi proporcionado um Treino de Natação com foco em afogamento em águas abertas. Também promoveram um passeio de canoa havaiana, com a Introdução à Cultura Polinésia e ao Esporte, em parceria com o Guardiões do Lago, grupo de artistas, ecologistas e esportistas que criaram um protesto artístico em manifesto à poluição do Lago.

Assim como nas outras ações do projeto, a iniciativa teve o objetivo de estimular a prática de atividades físicas com segurança e responsabilidade no Lago Paranoá, minimizando os riscos de acidentes aquáticos. O Treino de Natação em Águas Abertas teve duração de uma hora e meia, valor de R\$50,00 e o inscitos tiveram direito a uma camiseta exclusiva do grupo. O Workshop de Suporte Básico de Vida – Reanimação Cardiopulmonar com fogo em afogamento teve duração de duas horas e também custou R\$50,00. Os organizadores ressaltaram que as atividades não possuíam fins lucrativos.

Durante o evento *Picnik* do dia 16 de agosto, o pessoal do *Ocupe o Lago* estava presente com algumas ações. Foi instalada uma tenda na beira do Lago e os organizadores e voluntários do movimento informavam sobre o projeto e a ocupação do Lago Paranoá. Eles organizaram uma brincadeira para os visitantes do evento, um jogo de “amarelinha”, proporcionando a interação e chamando atenção para a tenda. Lá, esclareceram dúvidas sobre o projeto, deram dicas sobre a ocupação sustentável do lago e, em parceria com a equipe Life Náutica e Ava Canoeiros do Paranoá, fizeram passeios de canoa havaiana. Em parceria com a

equipe do Orla Você no Esporte ofereceram pranchas de Stand Up Paddle para aluguel e promoveram o Wake Skate, modalidade náutica que está sendo lançada pelo Skate D'água.

4.3. Blog

- **Blog *Quadrado***

O *Quadrado* (<http://QuadradoBrasilia.wordpress.com/>) é um blog destinado a compartilhar o que acontece em Brasília e conectar as pessoas que querem descobrir novos lugares, eventos e oportunidades na cidade. O diferencial desse blog é que ele surgiu com o objetivo de mudar o cenário de falta de articulação e ocupação do espaço público da cidade, inquietação já identificada em outros grupos analisados. Então, as dicas e programações divulgadas estão sempre incentivando a construção e a movimentação do brasiliense à quem realmente ele quer ser, como e qual o tamanho da cidade que ele quer viver. O *Quadrado* é um espaço de troca entre todos que quiserem conhecer e viver Brasília intensamente, de várias maneiras e com vontade de aproveitar ao máximo o que a cidade pode oferecer.

Carolina Nogueira, uma das criadoras, contou sobre os motivos da criação e os objetivos principais do blog:

A nossa militância naquela época era pela ocupação dos espaços públicos da cidade, para dar visibilidade pra tudo que a gente acha legal que acontece aqui e que na época era muito menos do que hoje. Existiam menos coisas e de repente a cidade explodiu de iniciativas de um tempo pra cá. Mas desde lojas, até os projetos de vocês, iniciativas de pessoas isoladas, a gente tinha vontade de escrever sobre essas coisas, a gente sentia uma carência muito grande nos meios de comunicação da cidade mostrar a cidade que a gente via que existia, e o potencial que a cidade tinha pra viver de um jeito diferente, pra se libertar um pouco dessas coisas que as pessoas falam há anos, que não tem o que fazer, que Brasília não tem esquina, que é uma cidade em que se vive dentro de shopping. E chamar as pessoas para fazer parte de um novo modo de ver a cidade (NOGUEIRA, 2014).

A partir dessa contextualização dos atores escolhidos, no próximo capítulo serão apresentadas as análises dos dados colhidos no Facebook e das entrevistas, conforme os métodos explicados no Capítulo 3.

CAPÍTULO 5 - DISCUSSÃO E ANÁLISE

Neste Capítulo, exploraremos os dados em três etapas: (1) análise das páginas do Facebook dos seis atores sociais escolhidos e como eles se relacionam com outros internautas; (2) análise das interações entre as páginas do Facebook selecionadas; (3) análise da entrevista em grupo.

5.1. Análise das páginas no Facebook

Para compreender o papel e a atuação dos atores escolhidos no site de rede social Facebook, retoma-se aqui algumas explicações apresentadas no Capítulo 2, dadas por Recuero (2009), que conceitualiza rede social como um conjunto formado pelos atores e suas conexões. As conexões, por sua vez, são formadas por laços sociais, constituídos da interação social entre os atores. A interação pode ser síncrona, quando ocorre em tempo real, assíncrona, quando a resposta não é imediata, ou reativa, limitada pelo estímulo e resposta, o que possibilita a interação entre atores mesmo através de ações únicas e individuais.

Os laços sociais podem ser associativos, quando a interação é reativa; dialógicos, quando há interação mútua (síncrona ou assíncrona); fortes, quando o grau de proximidade é alto; fracos, formado por relações esparsas; assimétricos, quando os indivíduos envolvidos possuem forças diferentes; simétricos, quando os atores envolvidos possuem relações de mesma força; e multiplexos, quando há diversos tipos de interações e que podem acontecer em diversos espaços e sistemas (RECUERO, 2009).

Utilizaremos os conceitos apresentados como indicadores nas duas etapas de análise online. Assim, trataremos da análise dos atores tanto verificando as possíveis consequências da presença online na identidade cultural de Brasília, procurando também identificar de que forma isso ocorre no ciberespaço. Para tal, retomamos também o conceito de cibercultura que, segundo Lévy (1999) denomina o conjunto de técnicas tanto materiais quanto intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que ocorrem no ciberespaço, sendo formada pela interação em vários pontos do espaço físico, social ou informacional.

5.1.1. Primeira parte da análise online

O registro de dados e a observação do comportamento dos atores no Facebook realizados nesta etapa são importantes por permitir ver a amplitude da influência desses grupos no cenário cultural de Brasília. Para a presente pesquisa, é uma etapa relevante pela

aproximação aos movimentos culturais levando a maior compreensão do contexto de mudanças culturais da cidade.

Além do registro de dados quantitativos (número de curtidas, de posts, de compartilhamentos), também serão vistas as conversações entre os atores e outros nós do ciberespaço, estudando os laços formados com base na categorização apresentada e mostrando algumas postagens por meio de *print screens* feitos no período de observação (15 de agosto a 15 de setembro de 2014) e, na categoria Grau de proximidade, também de postagens anteriores (de 1º de janeiro de 2014 a 31 de agosto de 2014³³) para que a pesquisa ficasse mais abrangente dando maior embasamento nas observações feitas. A metodologia utilizada nesta etapa é a Análise de Redes Sociais, segundo Recuero (2012), com adaptações pessoais previamente explicadas no Capítulo 3.

Primeiramente serão apresentados os dados colhidos e somente no final de todos os registros será analisado o que esses dados representam com base na comparação entre as páginas, que servirá de parâmetro para a avaliação e verificação dos objetivos.

Ressalta-se uma consideração geral que pode levar à incertezas quanto a alguns dados aqui apresentados: os posts compartilhados de outras páginas do Facebook não apresentam o número de compartilhamentos feitos somente por usuários relacionados às páginas aqui estudadas, uma vez que é mostrado somente o número de compartilhamentos total. Assim, no tópico “número de compartilhamentos total dos posts”, há uma margem de imprecisão na análise.

- **Picnik** (<https://www.facebook.com/PicnikNoCalçadaofref=ts>)
 - Grau de conexão
 - Número de curtidas da página: 14.454
 - Número de posts no período: 30
 - Número total de curtidas nos posts: 1.829
 - Grau de intermediação
 - Número de compartilhamentos total dos posts: 309
 - Post com maior alcance:

³³ Mesmo período de observação da segunda etapa da análise online.

Figura 2 - Post com maior alcance da página do *Picnik* no Facebook



Picnik no Calçadão compartilhou o álbum de Picnik no Calçadão.
18 de agosto

e vamos lá, rapidinho para não perder timing: fotos by Ana Lucena do PicniK deste sábado.

por dias e anos completamente diferentes, onde vc é o protagonista do seu destino. confira aqui alguns dos verdadeiros rostos que estão por trás de mudanças em nossa ilha!

desconfie de versões oficiais, não se deixe atrapalhar com blablablas em torno de ídolos ou heróis: foco sempre na luz, não nas lâmpadas!

PicniK 16ago @ Calçadão, por Ana Lucena (56 fotos)
Por uma Bras.ilha diferente! Compartilhe essa idéia.

No som, rolou (na ordem): Megaton Dub . Claudio Bull . Philipe Nagô . Julia Hormann . The Miguelitos . Gabriel Cevallos (Neon I POA) . Tiago (DFA I POR) . Jetson

Parceiros: Ao Desapego . Cartão BRB . Centro Estudos Budistas CEBC . Experimente Brasília . ITEC . Memoan Hostel Caraíva Bahia . Tutti-Frutti Sabores Sonoros . Quitutes Bsb . Zoo: Pet's e Bichos

Curtir · Comentar · Compartilhar

163 5 5 compartilhamentos

Fonte: página do *Picnik* no Facebook (<https://www.facebook.com/PicnikNoCalcaDao?fref=ts>)

O post com maior número de curtidas, comentários e compartilhamentos da página do *Picnik* no período analisado teve como conteúdo o álbum de fotos tiradas por Ana Lucena no evento que aconteceu no dia 16 de agosto de 2014, no Calçadão do Lago Norte. Ao todo foram 173 interações, sendo 163 curtidas, 5 comentários e 5 compartilhamentos.

Os comentários foram (1)“Ahhhh! Como não dizer que amo quando aparece gente do bem para reunir tanta gente do bem?! *Picnik* é amor demais! Vamos ocupar essa cidade!”;

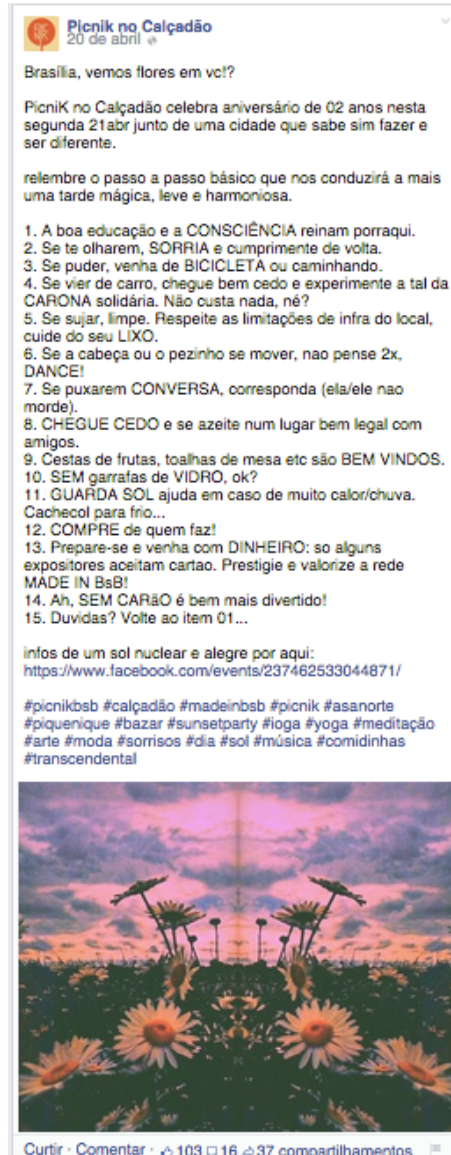
(2) “Débora Gomez, coisas de Brasília”; (3) “Parabéns pela iniciativa” e (4) “Acontece todo sábado?”. Na última pergunta, o *Picnik* respondeu “nesta dimensão ainda é impossível”.

Pode-se dizer que todos comentários apresentaram mensagens positivas. O primeiro mostra um laço social forte, marcado por um elevado nível de proximidade como visto, por exemplo, na expressão “*Picnik* é amor demais!”. O segundo possui a menção a uma outra pessoa, que foi marcada com o intuito de ver um pouco sobre o que acontece em Brasília. Entende-se que é um comentário positivo por ser indicado como uma referência da cidade, além de ter caráter identitário próprio, ao dizer “coisas de Brasília”. O terceiro comentário é um elogio ao evento e o quarto uma dúvida quanto à sua frequência, que mostra o interesse pela participação ou pelo maior conhecimento sobre o evento. A resposta dada pelo *Picnik* possui uma pretensão de crescimento e continuidade, ao dizer “ainda é impossível”, o que deixa entender que um dia poderá ocorrer ou que é algo a ser buscado.

Destaca-se a interação entre os atores desta pesquisa no fato de que a foto de destaque no post é de uma atividade desenvolvida pelo *Ocupe o Lago* no *Picnik*. A análise dessa interação será aprofundada na segunda etapa da análise online, mais a frente.

- Grau de proximidade
 - o Linguagem e Laços Sociais

Figura 3 - Post da página do *Picnik* no Facebook



Fonte: página do *Picnik* no Facebook (<https://www.facebook.com/PicnikNoCalcaado?fref=ts>)

O post da Figura 3 foi escolhido para exemplificar a linguagem utilizada pelo *Picnik* no Facebook. A primeira frase da descrição é “Brasília, vemos flores em vc!?”, sendo marcado o uso da linguagem informal e adaptada à plataforma digital, com o “vc” sendo a abreviação da palavra você. Ela é finalizada com um ponto de exclamação seguido de um ponto de interrogação, o que mostra um tom provocativo de dúvida na afirmação. Essa provocação é explicada pelo conteúdo do texto, que são dicas de boas práticas na cidade no dia do *Picnik* (21 de abril).

Para enfatizar as mensagens de boas práticas, algumas palavras foram postas em destaque com o uso de caixa alta. As dicas propõem soluções para alguns problemas da

cidade já mencionados neste trabalho. Para a falta de estacionamento no local do evento (relatada em minha experiência pessoal no dia do evento), o *Picnik* propôs duas alternativas: “Se puder, venha de BICICLETA ou caminhando” e “Se vier de carro, chegue bem cedo e experimente a tal da CARONA solidária. Não custa nada, né?”.

Com relação ao imaginário de que “O povo de Brasília é frio e seco com estranhos”, abordado por Teixeira (2011), e também visto na entrevista em grupo que será analisada a seguir, o *Picnik* sugeriu: “Se te olharem, SORRIA e cumprimente de volta” e “Se puxarem CONVERSA, corresponda (ele/ela não morde)”.

Além das práticas de boa educação, entre as dicas também está o incentivo ao consumo de produtos brasilienses, visto em “prepare-se e venha com DINHEIRO: só alguns expositores aceitam carto. Prestigie e valorize a rede MADE IN BsB!”.

O post teve 103 curtidas, 16 comentários e 37 compartilhamentos. Entre as mensagens predominou a marcação de amigos como forma de convite para o evento, dúvidas e elogios. Dos elogios, destaco o que diz “Ideia perfeita. Se eu tivesse aí, ia com todo prazer. Bjs”, mostrando que é uma boa proposta para o final de semana em Brasília.

- **Ossobuco** (<https://www.facebook.com/Ossobucobsb?fref=ts>)
 - Grau de conexão
 - Número de curtidas da página: 2.968
 - Número de posts no período: 6
 - Número total de curtidas nos posts: 119
 - Grau de intermediação
 - Número de compartilhamentos total dos posts: 8
 - Post com maior alcance:

Figura 4 - Post com maior alcance da página do *Ossobuco* no Facebook



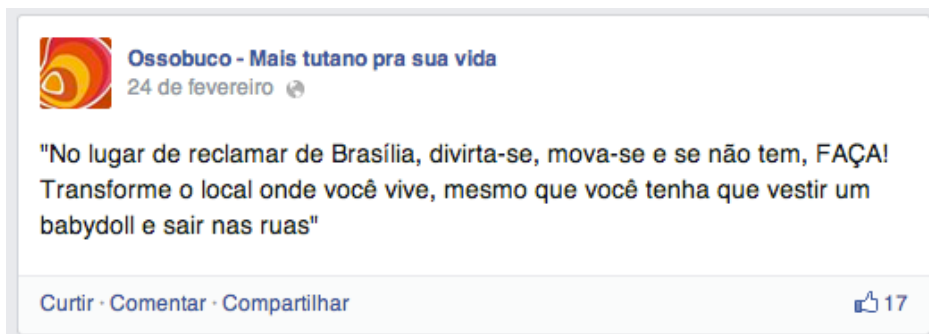
Fonte: página do *Ossobuco* no Facebook (<https://www.facebook.com/Ossobucobsb?fref=ts>)

Na página do *Ossobuco*, o post com maior alcance foi o evento do *Ossobuco* Edição de agosto de 2014. Ele aconteceu no dia 25 de agosto, com detalhes conforme a seguir na descrição do projeto, ainda neste capítulo. O post teve 48 curtidas e dois comentários, sendo eles: “Tahndy Yung, aê!” e “Vamos Marcio Rosa Prata!!!”.

O primeiro comentário é uma indicação para uma outra pessoa, que foi marcada para direcionamento da mensagem, e no qual a utilização do termo “aê” é uma abreviatura popular de “olha ai”. O segundo é uma afirmação enfatizada pelo uso de três pontos de exclamação, mostrando que a pessoa que publicou a mensagem gostaria de destacar seu recado à pessoa marcada.

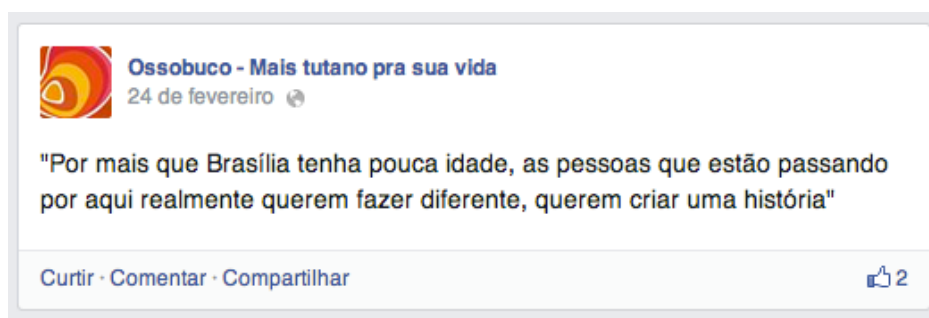
- Grau de proximidade
 - o Linguagem e Laços Sociais

Figura 5 - Post 1 da página do *Ossobuco* no Facebook



Fonte: página do *Ossobuco* no Facebook (<https://www.facebook.com/Ossobucobsb?fref=ts>)

Figura 6 - Post 2 da página do *Ossobuco* no Facebook



Fonte: página do *Ossobuco* no Facebook (<https://www.facebook.com/Ossobucobsb?fref=ts>)

Figura 7 - Post 3 da página do *Ossobuco* no Facebook



Fonte: página do *Ossobuco* no Facebook (<https://www.facebook.com/Ossobucobsb?fref=ts>)

Os três posts apresentados nas Figuras 5, 6 e 7, feitos no dia 24 de fevereiro, mostram que um tema recorrente das mensagens da página do *Ossobuco* é a movimentação em Brasília. No post 1, nota-se o uso de verbos no imperativo: “divirta-se”, “mova-se” e “FAÇA”, mostrando uma sugestão quase em tom de ordem. O último verbo além de enfatizado pelo uso das letras em caixa alta, é uma mensagem de incentivo aos moradores de Brasília, o que é complementado por “Transforme o local onde você vive”. A frase é seguida

de “mesmo que você tenha que vestir um *babydoll* e sair nas ruas”, em uma referência ao bloco *Babydoll de Nylon*³⁴, tradicional (levando em consideração que o “fantasma” mais antigo da cidade possui somente 54 anos) do carnaval de rua de Brasília. A frase apresenta uma oposição entre o ato de reclamar de Brasília e a possibilidade de transformar o que incomoda na cidade, tema englobado nesta pesquisa.

O post 2 mostra outro ponto de oposição: a pouca idade da cidade e vontade de seus moradores em propor melhorias. Destaca-se esse anseio como elemento que diferencia os brasilienses, a partir da falta de uma história (e infiro como complementar, de uma identidade) própria. Isso é observado em: “realmente querem fazer diferente, querem criar uma história”.

A possibilidade de movimentação cultural e o incentivo à promoção de mudanças também é conteúdo focal no post 3. No entanto, a contradição entre os que acreditam que Brasília não é uma cidade propícia à atividades culturais e a vontade de mudar esse cenário está implícita no “sim” e pelo ponto de exclamação, que reforçam a afirmação “é possível sim ficar aqui em Brasília e fazer as coisas acontecerem!”.

Nesta página verificou-se que há uma inconstância na periodicidade das postagens, que ocorrem com maior frequência perto da data do evento (última segunda feira de cada mês). Isso mostra que há um foco de divulgação do próprio projeto e não na interação com outras páginas ou na geração de conteúdo. No período analisado, por exemplo, só foram registradas postagens relacionadas ao *Ossobuco* de Agosto de 2014, totalizando em um número relativamente baixo de publicações.

Um ponto relevante é que os posts relacionados ao evento seguem uma identidade visual padrão, com filtro vermelho e com as fotos dos palestrantes de cada edição. Isso gera unidade para o projeto como marca, facilitando a identificação de quem interage e o fortalecimento da imagem do *Ossobuco*.

- ***Mapa Gentil*** (<https://www.facebook.com/mapa.gentil?fref=ts>)
 - Grau de conexão
 - Número de curtidas da página: 1.855
 - Número de posts no período: 12
 - Número total de curtidas nos posts: 129
 - Grau de intermediação

³⁴ Mais informações sobre o Bloco de carnaval em <http://www.babydolldenylon.blogspot.com.br/>

- Número de compartilhamentos total dos posts: 36
- Post com maior alcance:

Figura 8 - Post com maior alcance da página do *Mapa Gentil* no Facebook



Fonte: página do *Mapa Gentil* no Facebook (<https://www.facebook.com/mapa.gentil?fref=ts>)

O post de maior alcance do *Mapa Gentil* no período desta análise foi feito no dia 4 de setembro e consta no compartilhamento de um link do site <http://awebic.com/> mostrando 32 fotos de crianças brincando em todo o mundo. Infere-se que o conteúdo não diz respeito diretamente ao *Mapa Gentil* e suas atividades e que seu compartilhamento foi feito por motivo de fluxo de conteúdo na página, que preocupa-se em constantemente fazer publicações, mesmo que sejam divulgações de outras páginas e eventos.

Esse post teve 25 curtidas e 29 compartilhamentos, número elevado à média das outras postagens do período. A título de comparação, o segundo post com maior alcance no período, ainda com média bem maior que os outros, obteve 28 curtidas e um compartilhamento e, o terceiro, 19 curtidas.

- Grau de proximidade
 - Linguagem e Laços Sociais

Figura 9 - Post da página do *Mapa Gentil* no Facebook



Fonte: página do *Mapa Gentil* no Facebook (<https://www.facebook.com/mapa.gentil?fref=ts>)

O post escolhido para demonstrar a linguagem utilizada pelo *Mapa Gentil* no Facebook é um álbum com 58 fotos de atividades realizadas pelo projeto em 2014. As hashtags utilizadas representam os elementos que melhor caracterizam o *Mapa Gentil*, como exemplo da apropriação dos espaços da cidade, com: “#brasília” e “#ocupeacidade”. Uma atitude esperada de quem participa do projeto e de quem mora na cidade é mostrada pela hashtag “#sejamosgentis”. Além disso, são mapeados os locais (“#samambaia”, “#ceilandia”, “#taguatinga” e “#riachofundo”) e os tipos de intervenções artísticas feitas durante o projeto: “#intervenciaurbana” “#streetart” e “#arteurbana”.

Assim, com poucas palavras e linguagem própria da internet, o post fez uma síntese do que, onde e fotos das atividades realizadas. Quanto à interação gerada, resultou em doze curtidas e nenhum comentário ou compartilhamento.

No geral, na página do *Mapa Gentil* foi observado um baixo engajamento, ou seja, poucas curtidas e compartilhamentos dos posts durante o período. A página atua com pouca geração de conteúdo próprio e um alto número de compartilhamentos de postagens de outras páginas relacionadas. Isso mostra a predominância da divulgação cultural de modo geral, dando visibilidade a outros projetos e uma atualização e diálogo constantes com o que acontece na cidade.

- **Projeto *Pilotis*** (<https://www.facebook.com/ProjetoPilotis?fref=ts>)
 - Grau de conexão
 - Número de curtidas da página: 1.810
 - Número de posts no período: 1
 - Número total de curtidas nos posts: 3
 - Grau de intermediação
 - Número de compartilhamentos total dos posts: 0
 - Post com maior alcance:

Figura 10 - Post com maior alcance da página do *Pilotis* no Facebook

Pilotis Projeto Pilotis
15 de agosto · Editado

Ouvimos falar que hoje é sexta e esse final de semana promete muita alegria em Brasília!

Então, viemos aqui compartilhar nossa agenda de programas e eventinhos supimpas pra você!

Hooje, sexta feira, vai ter cinema ao ar livre de graça! Vamos assistir um filminho no gramado? Leve sua pipoca, toalha de piquenique, se espalhe pelo gramadão da 207 norte — leve os amigos também — e é só curtir o filme!

Mais informações aqui: <https://www.facebook.com/events/689746261074217>

E continuando a programação:

Amanhã, sábado-ensolarado, tem o nosso tão querido, idolatrado, lindo *Picnik no Calçadão*. Com muitas comidinhas, feirinha, sol e boa música pra reunir os amigos no calçadão, com aquele pôr do sol maravilhoso que a gente já conhece!

Mais informações aqui: <https://www.facebook.com/events/144640085625026>

Bom, é isso. Esperamos ver todo mundo por lá!
Ótimo final de semana e abraços pilotistas! ❤️



Céu com Cinema - festival de filmes ao ar livre!
Sexta, 15 de agosto às 19:00
gramado 207 Norte
Você compareceu

Comparecerá

Curtir · Comentar · Compartilhar 3

Fonte: página do *Pilotis* no Facebook (<https://www.facebook.com/ProjetoPilotis?fref=ts>)

A Figura 10 é o registro do único post feito na página no período analisado. Ele diz respeito à eventos que aconteceram nos dias 15 e 16 de agosto em Brasília. Primeiro, refere-se ao Céu com Cinema, um festival de filmes ao ar livre, que aconteceu no dia 15 de agosto em um espaço verde da quadra residencial 207 Norte. Depois, cita o *Picnik*, reforçando a hipótese de interação e diálogo positivo entre os atores desta pesquisa.

Logo no início da descrição há uma associação entre Brasília, “muita alegria” e a programação cultural da cidade. Ao falar sobre o *Picnik*, a linguagem utilizada é bastante íntima, mostrando a construção de um laço social forte, como pode-se notar no trecho “nosso tão querido, idolatrado, lindo, *Picnik* no Calçadão”. O post contou com 3 curtidas, um número

de engajamento baixo, levando em consideração que 1.810 usuários estão conectados à página do *Pilotis* no Facebook.

- Grau de proximidade
 - o Linguagem e Laços Sociais

Figura 11 - Post da página do *Pilotis* no Facebook



Projeto Pilotis compartilhou um link.
8 de abril

Bom dia, Pilotis!

Como legítimos apaixonados por Brasília, não poderíamos deixar de divulgar a matéria que saiu na revista da *Avianca*!

Essa vai pra cada um que se identifica com a ideia, que apóia a causa e que não consegue mais imaginar uma vida paradinha na nossa Capital!

Brasilienses apaixonados | Avianca em revista
aviancaemrevista.com.br

Brasilienses apaixonados 6 horas atrás in Nacional, Around Por Clay Rodrigues Fotos Ana Lucena Marco arquiteto e artístico, a capital do Brasil comemora 54 anos. A cidade, que se ergueu em 43 meses para sediar a nova capital federal, foi planejada por dois mestres: um da urbanização, Lúcio Costa, e ou...

Curtir · Comentar · Compartilhar 3

Fonte: página do *Pilotis* no Facebook (<https://www.facebook.com/ProjetoPilotis?fref=ts>)

A publicação escolhida para análise de linguagem é o compartilhamento de uma reportagem da revista da companhia aérea Avianca (aviancaemrevista.com.br), que falava sobre as atividades culturais realizadas pelos brasilienses apaixonados pela cidade. Na descrição do post, o *Pilotis* declara o amor por Brasília (o que levou à elaboração do projeto, como dito pela idealizadora Luisa Melo na entrevista em grupo), em “Como legítimos apaixonados por Brasília”. A identificação com o conteúdo apresentado na revista online é vista pela indicação e ênfase dos amantes de Brasília como um grupo ao qual o *Pilotis* pertence, o que pode ser visto na frase “Essa vai pra cada um que se identifica com a ideia,

que apoia a causa e que não consegue mais imaginar uma vida paradinha na nossa Capital!”. Vemos, mais uma vez, claramente a ideia de movimento cultural na cidade.

Nota-se uma desatualização da página do *Pilotis* no Facebook, sendo uma só publicação no mês de análise muito pouco. Com o objetivo de verificar a baixa frequência de posts, foram observados os meses anteriores, nos quais também foi visto um número muito baixo de postagens (aproximadamente uma por mês, nos últimos três meses). Sabendo que o Facebook é a principal plataforma de interação dos envolvidos no projeto, foi questionado à Luisa (representante do *Pilotis* entrevistada nesta pesquisa) o motivo da desatualização. Ela explicou que os diálogos e trocas são feitos majoritariamente nos grupos do Facebook, que são criados segundo objetivos específicos, ou até mesmo entre os próprios integrantes do projeto, sendo a página do *Pilotis* somente ponte para os encontros.

- **Ocupe o Lago** (<https://www.facebook.com/ocupeolago/timeline>)

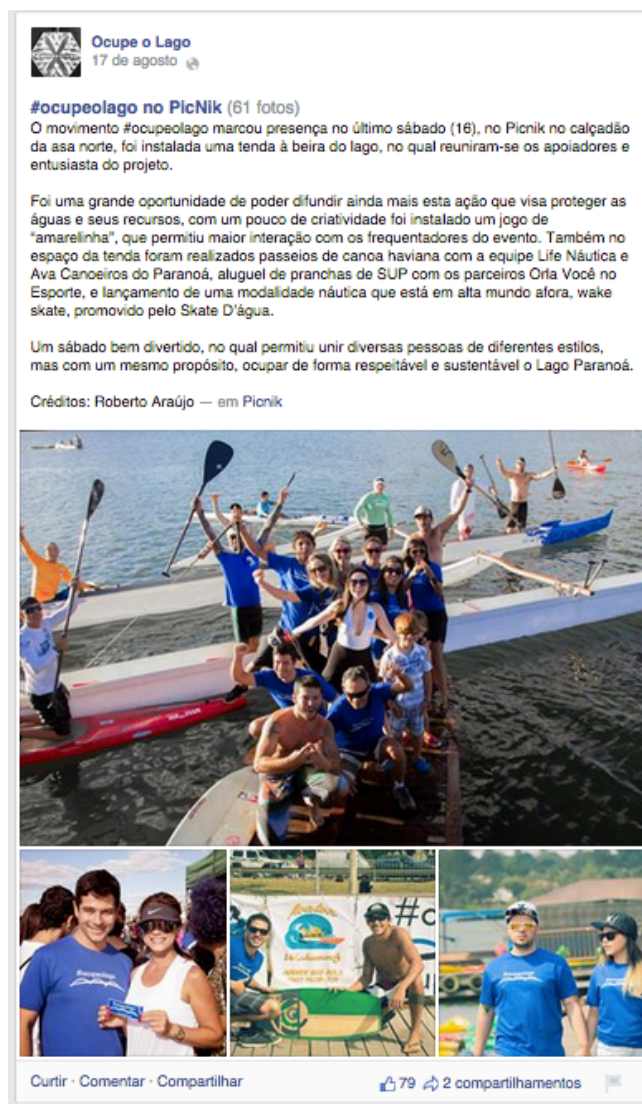
- Grau de conexão

- Número de curtidas da página: 2.055
- Número de posts no período: 28
- Número total de curtidas nos posts: 883

- Grau de intermediação

- Número de compartilhamentos total dos posts: 20
- Post com maior alcance:

Figura 12 - Post com maior alcance da página do *Ocupe o Lago* no Facebook



Fonte: página do *Ocupe o Lago* no Facebook (<https://www.facebook.com/ocupeolago/timeline>)

A análise do post de maior engajamento da página do *Ocupe o Lago* no período analisado inicia com um ponto muito importante para esta pesquisa: trata-se da interação entre o projeto e o *Picnik*, outro ator também estudado aqui. Assim, a hipótese de que o grupo de atores selecionados possuem objetivos e intenções em comum quanto ao cenário cultural de Brasília é fortalecida.

O texto da publicação evidencia a complementariedade dos atores, uma vez que o *Picnik* do dia 16 agostou representou, conforme escrito, “uma grande oportunidade de poder difundir ainda mais esta ação que visa proteger as águas e seus recursos”. Também apontado como “um sábado bem divertido, no qual permitiu unir diversas pessoas de diferentes estilos, mas com um mesmo propósito, ocupar de forma respeitável e sustentável o Lago Paranoá”.

Essa ideia vai de encontro ao que relatado por Hormann (2014), organizadora do *Picnik*, que na entrevista em grupo fala sobre a ideia inicial da criação: “E qual eram os propósitos? Que a gente conseguisse colocar pra frequentar o mesmo ambiente vários tipos de grupo.”

O post teve 79 curtidas e 2 compartilhamentos e as fotos mostram como foi a participação do *Ocupe o Lago* no *Picnik*, nas quais todas as imagens registradas possuem pessoas sorrindo e realizando atividades em um espaço público da cidade.

- Grau de proximidade
 - o Linguagem e Laços Sociais

Figura 13 - Post da página do *Ocupe o Lago* no Facebook



Fonte: página do *Ocupe o Lago* no Facebook (<https://www.facebook.com/ocupeolago/timeline>)

O post acima foi feito no dia 14 de junho e convida os internautas a serem voluntários no movimento *Ocupe o Lago*. O projeto coloca como características desejáveis de um voluntário “pessoas com preocupação real e comprometidas com a preservação de uma das paisagens mais belas e ricas do Planalto Central, o Lago Paranoá”. Esses atributos refletem diretamente os objetivos e as características do Ocupe, que são o comprometimento e a vontade de mudar.

O uso da hashtag #ocupeolago é recorrente na maioria das publicações, tanto no Facebook quanto no Instagram, site de rede social de fotografia. Essa marcação cria uma identidade para o projeto, além de difundir uma ideia com o próprio nome *Ocupe o Lago*, formado por um verbo no imperativo, passando a ideia de motivar uma ação de ocupação do Lago Paranoá.

- ***Quadrado Brasília*** (<https://www.facebook.com/QuadradoBrasilia/timeline>)
 - Grau de conexão
 - Número de curtidas da página: 7.496
 - Número de posts no período: 14
 - Número total de curtidas nos posts: 1294
 - Grau de intermediação
 - Número de compartilhamentos total dos posts: 246
 - Post com maior alcance:

Figura 14 - Post com maior alcance da página do *Ocupe o Lago* no facebook



Fonte: página do *Ocupe o Lago* no Facebook (<https://www.facebook.com/ocupeolago/timeline>)

O post com mais interações na página do *Quadrado* divulgava um link para matéria no Blog, que falava sobre o Ipê como símbolo próprio de Brasília. Foram 231 curtidas, 6 comentários e 85 compartilhamentos.

Os seis comentários foram positivos e enfatizavam a beleza do Ipê de Brasília. Trago dois: “Parece que não sou a única que está achando os ipês mais lindos do que nunca esse ano...” e “ e tem gente procurando a alma da cidade...”. O primeiro mostra uma característica própria da internet, como mostrado no capítulo 2, de aproximação e compartilhamento de ideias. Identifica-se a troca de informações, vontades e experiências, apontado por Lévy (1999) como elementos formados da Cibercultura. O segundo comentário enfatiza que, além de elemento característico da cidade, o Ipê possui uma simbologia que vai além do material, formando o que é chamado de alma da cidade, ou seja, o que a cidade tem de único.

Para compreensão da importância dessa simbologia, retomo o conceito de cidade imaginada³⁵ utilizado nesta pesquisa. Ele trata da imagem de Brasília, juntamente com sua identidade cultural, sendo formada pelo imaginário coletivo, cujos elementos geram uma unidade de aproximação entre os membros que não se conhecem e compartilham ideias

³⁵ A conceitualização e a explicação do uso do termo encontra-se no Capítulo 1.

semelhantes, e ao mesmo tempo, são flexíveis, não podendo ser delimitado como algo único. Assim, o ipê é visto como símbolo que também compõe a imagem de Brasília.

- Grau de proximidade
 - o Linguagem e Laços Sociais

Figura 15 - Post da página do *Quadrado* no Facebook



Fonte: página do *Quadrado* no Facebook (<https://www.facebook.com/QuadradoBrasilia/timeline>)

O post foi um compartilhamento de matéria do Blog *Quadrado*, convidando para o evento SalvAgosto, que ocorreu no dia 3 de agosto, no estacionamento 10 do Parque da Cidade. A ideia principal era a ocupação do espaço público da cidade, característica notada neste estudo como recorrente nas manifestações culturais se Brasília.

A publicação teve 176 curtidas, 15 comentários e 38 compartilhamentos. Em um dos comentários há uma crítica ao uso do carro como forma de locomoção para o evento, sugerindo que fosse feito um incentivo ao uso da bicicleta: “Muito bom que esses eventos públicos e em espaços abertos estejam acontecendo, mas a turma que lidera esses eventos deveria começar uma campanha tipo ‘vai de bike’ ne? nada a ver ir pra esses eventos de carro...não combina com a ideia que esta por trás de todo esse movimento, que é justamente

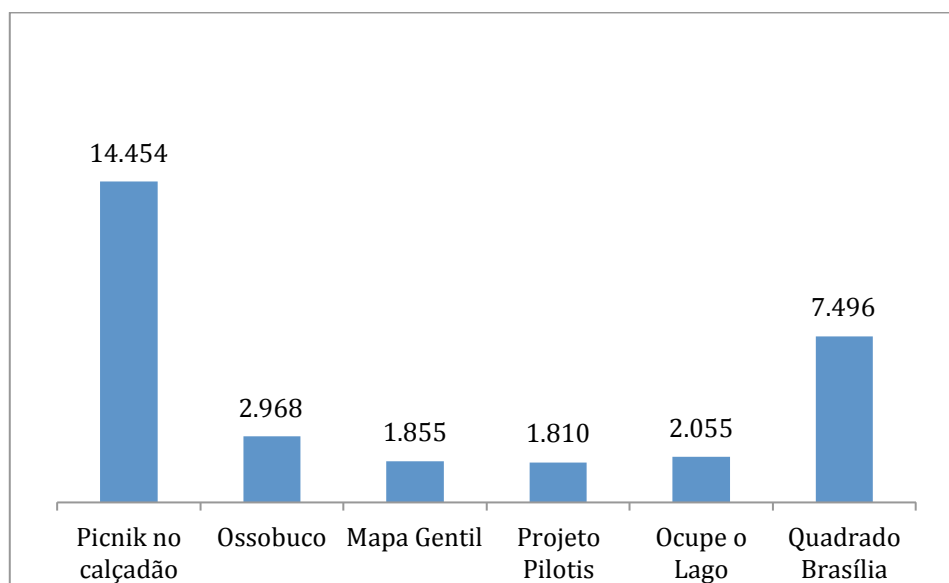
proporcionar mudanças de paradigmas e mais qualidade de vida pra população! fica a dica!”. Esse comentário vai ao encontro ao que foi proposto pelo *Picnik*, como visto na Figura 3.

No geral, todos os posts analisados no período foram de matérias publicadas no Blog *Quadrado* e compartilhadas na página do Facebook. Foi visto um grande engajamento, com alta interação de usuários que curtiram ou compartilharam os posts.

- **Gráficos Comparativos**

Com o objetivo de facilitar a visualização dos dados quantitativos da primeira análise online, construímos gráficos comparativos com os indicadores das seis páginas estudadas. A comparação permite que sejam estabelecidos parâmetros para análise, conforme pode ser visto a seguir.

Gráfico 1 - Visão Geral - Número de curtidas nas páginas do Facebook



Fonte: Original da autora

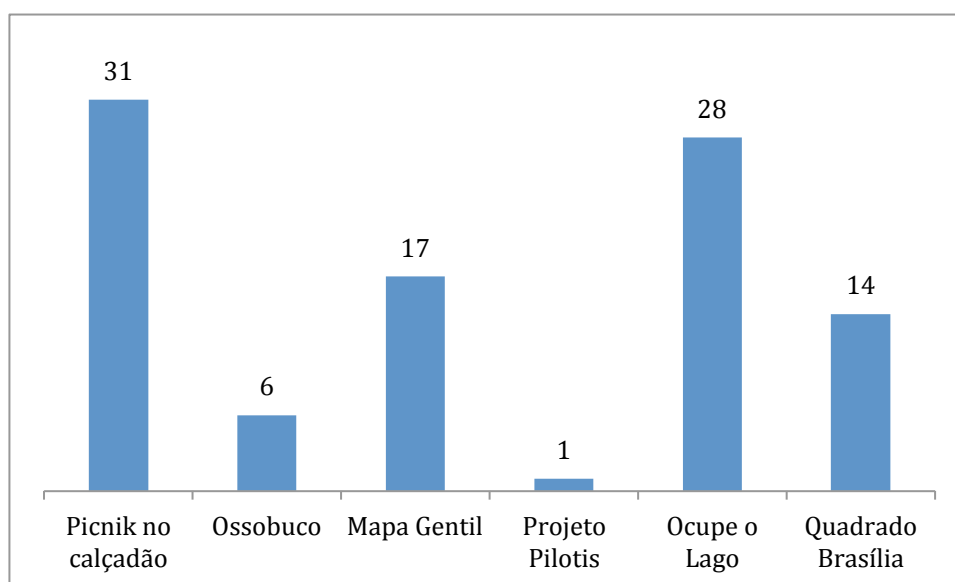
O Gráfico 1 apresenta a dimensão da página pelo número de pessoas que estão conectadas à ela, ou seja, o número de curtidas de cada página. Esse indicador permite notar a proporção de alcance das mensagens emitidas e a popularidade de cada ator. Nesse sentido, em ordem de maior para o menor alcance da página estão: *Picnik*, *Quadrado*, *Ossobuco*, *Ocupe o Lago*, *Mapa Gentil* e *Pilotis*.

Os números destacam dois pontos importantes. O primeiro é que a página do *Picnik* possui grande diferença comparada a todas as outras, falando com aproximadamente 14.500

usuários. O outro destaque é a proximidade dos números de curtidas das páginas do *Mapa Gentil*, do *Pilotis* e *Ocupe o Lago*, com diferença máxima de 245 curtidas entre elas.

De maneira geral, pode-se dizer que todos os atores sociais envolvidos nesta pesquisa podiam falar juntos, em agosto de 2014, com mais de 30 mil pessoas. Essa é uma análise superficial, apenas para ter-se ideia da dimensão do alcance das mensagens geradas. Mas sabe-se que vários outros fatores deveriam ser levados em consideração para tornar real essa observação, como exemplo, a subtração do número de pessoas que curtiram mais de uma dessas página.

Gráfico 2 - Número de posts por página



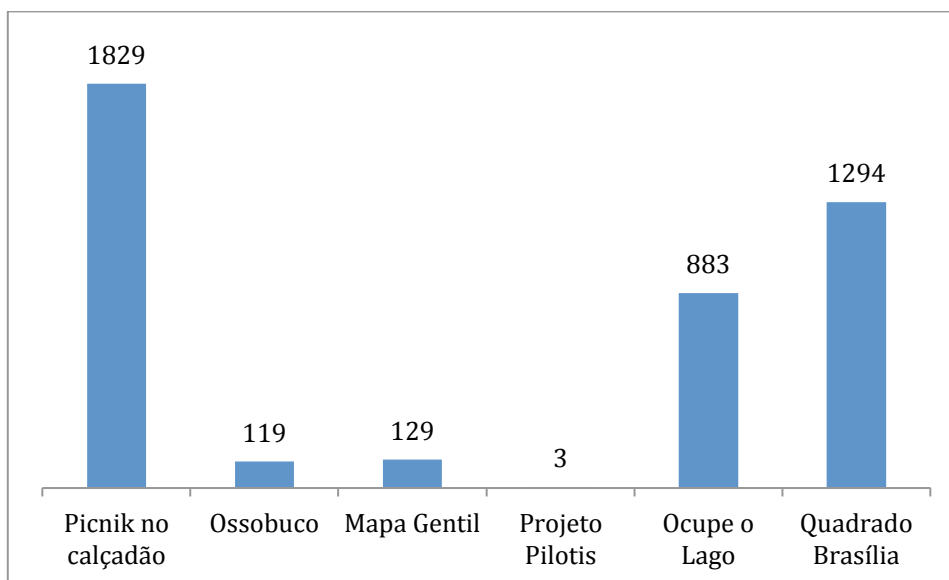
Fonte: Original da autora

O Gráfico acima mostra o número de publicações feitas pelas páginas estudadas durante um mês. Ele aponta que a página mais ativa é a do *Picnik*, com 31 postagens, seguida do *Ocupe o Lago*, com 28, número muito próximo. A terceira página que mais faz postagens é a do *Mapa Gentil*, com 17 posts, depois a do *Quadrado*, com 14, posteriormente a do *Ossobuco*, com 6, e por fim, com apenas uma postagem, a do *Pilotis*.

Há um grande desproporção entre o maior e o menor número de posts feitos, com diferença equivalente a um post por dia. Observa-se que tanto o *Picnik* quanto o *Ocupe o Lago* geram conteúdo na página com alta frequência. O *Mapa Gentil* e o *Quadrado* também tiveram números consideráveis, sendo proporcional a mais ou menos uma postagem a cada dois dias. O *Ossobuco* teve um baixo número de posts, como foi visto na análise individual,

devido à publicações de divulgação feitas somente próximas à data da edição mensal. Já o *Pilotis*, como também já explicado na análise individual, possui um número muito baixo, o que leva ao pouco crescimento da página.

Gráfico 3 - Número de curtidas nos posts por página



Fonte: Original da autora

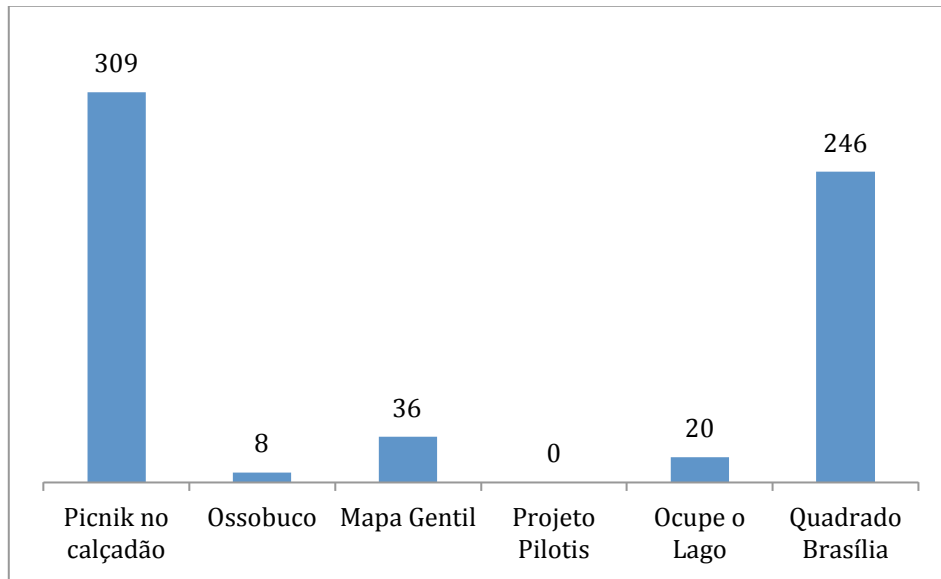
A quantidade de curtidas totais nos posts registrados no período mostra o engajamento dos usuários com as mensagens emitidas pelas páginas. O Gráfico 3 mostra, novamente, um alto valor da página do *Picnik* quando comparada às outras, seguido da página do *Quadrado*, mesma sequência apresentada no Gráfico 1. Portanto, há uma relação direta entre o número de pessoas que curtiram as páginas e o número de pessoas que curtiram os posts, conseqüentemente pela exposição da mensagem a uma proporção maior de usuários conectados.

Destaca-se a posição do *Ocupe o Lago*, que apesar de ser a quarta página na ordem de número de curtidas da página, é a terceira em número de curtidas dos posts, o que pode ser justificado pela alta quantidade de postagens, como visto no Gráfico 2. Por outro lado, o *Mapa Gentil*, cujo número de posts no período também foi considerável, teve baixo engajamento, com apenas 129 curtidas nas 17 publicações feitas.

Cruzando as informações do Gráfico 2 com as do Gráfico 3, pode-se calcular a média de curtidas por post no período, ou seja, aproximadamente quantas curtidas cada post teve. Assim, infere-se que o *Picnik* teve a média de 59 curtidas por post; o *Ossobuco*, 19; o *Mapa Gentil*, 7; o *Pilotis*, 3; o *Ocupe*, 31; e o *Quadrado*, 92.

A média do número de curtidas por post mostra que os números apresentados nos gráficos não são suficientes para entender a performance das páginas no Facebook. Isso é dito pois, apesar do *Picnik* ter o maior número total de postagens e de curtidas nos posts, as publicações feitas na página do *Quadrado* são mais populares, visto que possuem a média de 92 curtidas por post, enquanto o *Picnik* tem em média 59.

Gráfico 4 - Número de compartilhamentos total dos posts por página



Fonte: Original da autora

O número de compartilhamentos reflete o grau de intermediação das páginas que, segundo Recuero (2012), é a influência e a posição do ator na rede. Vemos novamente a sequência *Picnik* seguido do *Quadrado*, ambos com números altos de compartilhamentos.

O destaque é a posição do *Mapa Gentil* que, mesmo com baixo número de compartilhamentos quando comparado aos dois primeiros, é o terceiro nesta classificação. Nota-se assim um paradoxo: o *Mapa Gentil* postou 17 publicações cuja soma das curtidas foi de 129, e de compartilhamentos, 36. O *Ocupe o Lago* teve 28 posts, com a soma de 883 curtidas e somente 20 compartilhamentos.

Das possíveis explicações para esse fato, coloco que somente o post mais popular da página do *Mapa Gentil* (Figura 8) teve 29 compartilhamentos, elevando o índice do ator nesse quesito. No entanto, os outros posts do período apresentaram números de compartilhamento bem menores do que esse, sendo uma exceção.

Outra vez as páginas do *Ossobuco* e do *Picnik* apresentaram quantidade de compartilhamentos abaixo da média geral, com, respectivamente, 8 e nenhum compartilhamentos.

5.1.2. Segunda parte da análise online

A partir da observação da interatividade entre os atores sociais selecionados, viu-se a necessidade de aprofundar o entendimento dessas ligações. É reforçada a ideia de conexão entre os sujeitos que querem ampliar a cultura e interação entre os moradores a cidade, caracterizando um grupo formador de opinião em relação ao incentivo à cultura em Brasília.

Consequentemente, pode-se inferir que esse segmento participa da formação de identidade do brasileiro, de forma articulada mas não de forma única, contribuindo com a movimentação cultural frente às inquietações identificadas.

Assim, serão analisadas as estruturas conversacionais entre os atores desta pesquisa, conforme a tabela abaixo, já apresentada e explicada no capítulo 3.

Quadro 3 – Análise das conversações no Facebook entre os atores sociais desta pesquisa

Pares conversacionais	Nº de interações	Aspectos semânticos/discursivo	Exemplos dos aspectos estruturais
<i>Picnik</i> e <i>Ossobuco</i>	5	(1), (2) e (3) postados pelo <i>Ossobuco</i> com menção ao <i>Picnik</i> : relacionados à participação da idealizadora do <i>Picnik</i> no <i>Ossobuco</i> Edição de Abril de 2014. O tema da palestra feito por ela foi “Finalmente uma identidade brasileira?”, em que Júlia contou de sua experiência no <i>Picnik</i> . O post (1) selecionado para ilustrar essa relação pode ser visto na Figura 16, que apresenta mais detalhes sobre o conteúdo; (4) Postado pelo <i>Ossobuco</i> com menção ao <i>Picnik</i> : divulgação da participação do <i>Ossobuco</i> , lançando o Projeto Rizoma – experiências compartilhadas, no <i>Picnik</i> que ocorreu dia 21 de Abril; (5) Postado pelo <i>Picnik</i> : compartilhamento do post do <i>Ossobuco</i> que falava sobre a palestra da Júlia;	(1) postado no dia 27 de abril, com 68 curtidas, 17 compartilhamentos e 4 comentários; (2) postado no dia 27 de abril com 28 curtidas; (3) postado no dia 28 de abril, com 57 curtidas; (4) postado no dia 20 de abril, teve 6 curtidas. (5) Feito no dia 28 de abril e teve 10 curtidas; - Os posts 1, 2 e 3 fizeram menções à organizadora do <i>Picnik</i> , Júlia Hormann, e no 1 também foi marcado o link da página do <i>Picnik</i> no Facebook; - O tamanho e o tempo da conversação foram curtos, uma vez que a intenção era divulgar os eventos que proporcionaria a interação dos atores sociais

		<p>- Valor das interações: o laço social formado é associativo, pois não houve o diálogo, somente interação reativa (e indireta, pois tiveram duas curtidas da Júlia Hormann nos posts, e não da própria página do <i>Picnik</i>, que é o ator analisado aqui), e assimétrico, pois quatro mensagens foram emitidas pelo <i>Ossobuco</i> e somente uma pelo <i>Picnik</i>. Não foram formados turnos de fala, pois os posts foram somente emissões de mensagens. No entanto, é visto que ocorre uma troca social entre os dois grupos, tanto ambiente online quanto no off-line, uma vez que houve a participação do <i>Picnik</i> no <i>Ossobuco</i>, e de um projeto realizado com parceria do <i>Ossobuco</i>, no <i>Picnik</i>.</p>	<p>envolvidos no ambiente off-line;</p> <p>- Ressalta-se que os posts não tiveram característica sequencial, tendo sido feitos de forma independente às interações de cada um;</p>
<i>Picnik e Mapa Gentil</i>	1	<p>- O post publicado pela página do <i>Mapa Gentil</i> foi um compartilhamento divulgando a participação do Lounge Poético no <i>Picnik</i> do dia 16 de Agosto de 2014.</p> <p>- Elementos da linguagem mostram uma aproximação ao público e incentivo à compra, mas de forma interativa, como na frase “imagina você com uma camiseta linda – com uma frase sua – estampando personagens como Luther King, Frida, Mandela, Gandhi (...)” e “então venha concretizar esse mimo no <i>Picnik</i>”;</p> <p>- Não houve turnos de fala ou reciprocidade, ou seja, formação de laço social, pois apenas o <i>Mapa Gentil</i> divulgou o <i>Picnik</i>, que não interagiu com a publicação;</p>	<p>- O post foi feito no dia 15 de agosto e teve 3 curtidas;</p> <p>- No texto, marcou o link da página do <i>Picnik</i> no Facebook;</p>
<i>Picnik e Projeto Pilotis</i>	1	<p>- O post feito pelo <i>Pilotis</i> é o que está apresentado com detalhes na Figura 10 acima; A linguagem utilizada é marcada por termos de intimidade e sentimentalismo, como em “nosso tão querido, idolatrado, lindo <i>Picnik</i>”;</p>	<p>- Feito no dia 15 de agosto, com 3 curtidas e presença tanto da marcação da página do <i>Picnik</i> quanto o link de direcionamento para o evento.</p> <p>- Como não houve interação do <i>Picnik</i> de volta, não é possível</p>

			classificar a conversa.
<i>Picnik e Blog Quadrado</i>	5	<p>(1), (2) e (3) postados pelo <i>Picnik</i> divulgando matérias do <i>Quadrado</i>;</p> <p>(4) e (5) postados pelo <i>Quadrado</i> divulgando o <i>Picnik</i> e a página do <i>Picnik</i> compartilhando o post com agradecimento</p> <p>- O post 1 (vide Figura 17) foi o compartilhamento do post 4, assim como o post 3 foi o compartilhamento do post 5, ou seja, eles têm o mesmo conteúdo, o que mudou foi somente as interações de outros usuários.</p> <p>- Valor das interações: laços dialógicos, com interação assíncrona (não imediatas), simétricos e fracos (apesar da interação mútua, as respostas são esparsas e há poucas interações).</p>	<p>(1) postado no dia 23 de janeiro, teve 105 curtidas, 3 comentários e 11 compartilhamentos;</p> <p>(2) postado no dia 30 de janeiro, com 362 curtidas, 22 comentários e 145 compartilhamentos;</p> <p>(3) postado no dia 24 de maio, com 232 curtidas, 4 comentários e 41 compartilhamentos;</p> <p>(4) 23 de janeiro, com 239 curtidas, 21 comentários e 98 compartilhamentos;</p> <p>(5) 23 de maio, com 127 curtidas, 3 comentários e 2 compartilhamentos.</p> <p>- No post 1, 2 e 3, foram compartilhadas matérias do <i>Quadrado</i>, havendo a presença dos links que direcionavam para a matéria completa;</p> <p>- No post 4 foi feita a menção ao <i>Picnik</i>, com link para matéria no blog <i>Quadrado</i> e no post 5 foi marcada a página do Facebook do <i>Picnik</i>, com direcionamento da mensagem;</p>
<i>Picnik e Ocupe o Lago</i>	3	<p>(1), (2) e (3) postados pelo <i>Ocupe o Lago</i> com menção ao <i>Picnik</i>;</p> <p>- O post 1 é um banner de divulgação da participação do <i>Ocupe o Lago</i> no <i>Picnik</i> do dia 16 de agosto. A imagem utilizada no post segue a identidade visual do <i>Picnik</i>, e utiliza a hashtag #ocupeolago, mostrando uma grande conexão entre os atores;</p> <p>- O post 2 é uma foto da equipe do <i>Ocupe o Lago</i> em reunião para definir as ações que realizaram no <i>Picnik</i>;</p> <p>- O post 3 foi um álbum de fotos mostrando as atividades realizadas pelo <i>Ossobuco</i> no <i>Picnik</i>, e sua análise pode ser vista na Figura 12, que foi o post com maior alcance do <i>Ocupe o Lago</i> na primeira parte da análise online;</p>	<p>(1) postado no dia 13 de agosto, com 18 curtidas e 3 compartilhamentos e menção ao <i>Picnik</i>;</p> <p>(2) postado no dia 15 de agosto, com 19 curtidas e menção ao <i>Picnik</i>;</p> <p>(3) postado no dia 17 de agosto, com 79 curtidas e 2 compartilhamentos. Houve a marcação da página do <i>Picnik</i>, na área de localização das fotos;</p> <p>- Não houve persistência e a conversa foi formada por mensagens curtas e a curto prazo;</p>
<i>Ossobuco</i>	0	-	-

e Mapa Gentil			
Ossobuco e Projeto Pilotis	0	<i>Apesar de não terem sido registradas interações entre esses atores, é importante ressaltar que o Pilotis já participou do Ossobuco conforme exposto por Thompson (2014) na entrevista em grupo³⁶;</i>	-
Ossobuco e Blog Quadrado	0	-	-
Ossobuco e Ocupe o Lago	0	-	-
Mapa Gentil e Projeto Pilotis	0	-	-
Mapa Gentil e Blog Quadrado	0	-	-
Mapa Gentil e Ocupe o Lago	0	-	-
Projeto Pilotis e Blog Quadrado	6	<p>- Todos os posts foram publicados pelo <i>Pilotis</i>, compartilhando links de matérias do <i>Quadrado</i>;</p> <p>- Valor da interação: laço assimétrico e forte, no sentido <i>Pilotis</i> -> <i>Quadrado</i>, o que é verificado por trechos como exemplo do post 5 “O <i>Quadrado</i> Brasília, nosso parceiro-irmão (...)”, do post 2, “Nos juntamos ao coro do parceiro <i>Quadrado</i> Brasília para lembrar que a cidade é de todo mundo e que todos nós temos direito à ela” e do post 1, com “O <i>Quadrado</i> pergunta o que a gente acha da ideia e a gente do Projeto <i>Pilotis</i> responde: o que a gente tá esperando para aplicar essa genialidade por aqui?”. No sentido <i>Quadrado</i> -> <i>Pilotis</i>, não há interações, por isso foi caracterizado como assimétrico;</p> <p>- O post 2, além de ter sido</p>	<p>(1) postado no dia 16 de janeiro, com 1 curtida;</p> <p>(2) postado no dia 23 de janeiro com 45 curtidas, 2 comentários e 4 compartilhamentos;</p> <p>(3) postado no dia 4 de fevereiro, com 4 curtidas;</p> <p>(4) postado no dia 10 de março, com 14 curtidas, 4 comentários e 1 compartilhamento;</p> <p>(5) 19 de março, com 20 curtidas e 12 compartilhamentos;</p> <p>(6) feito no dia 14 de abril, com 3 curtidas;</p> <p>- Em todos há o compartilhamento de links e menções ao <i>Quadrado</i>.</p> <p>- As mensagens foram feitas somente por um emissor, o que não gerou um diálogo e nem permitiu a análise de tempo da conversa;</p>

³⁶ A entrevista pode ser vista na íntegra no Apêndice B.

		postado na página do <i>Quadrado</i> com menção ao <i>Picnik</i> , também foi compartilhado pelo <i>Picnik</i> ³⁷ . Isso mostra uma interligação entre os atores aqui envolvidos. O conteúdo desse post será analisado na Figura 19;	
Projeto Pilotis e Ocupe o Lago	0	-	-
Total	21		

Fonte: Original da autora com base em Recuero (2012) com adaptações.

Para ilustrar o cenário apresentado, foram escolhidos quatro posts em que as conversações foram investigadas mais detalhadamente.

Figura 16 - Post 1 da página do *Ossobuco* com menção ao *Picnik*



Fonte: página do *Ossobuco* no Facebook (<https://www.facebook.com/Ossobucobsb?fref=ts>)

A publicação do *Ossobuco* falava sobre a palestra que Júlia Hormann, organizadora do *Picnik*, fez no *Ossobuco* Edição de Abril. Evidencio que assunto tratado na palestra foi muito similar ao abordado nesta pesquisa. Conforme a descrição do post, Júlia falou sobre “a história dos eventos que estão contribuindo para a construção de uma identidade brasileira”. Como já descrito, estive nessa palestra e o assunto que Júlia focou foi a história dos eventos

³⁷ Na análise da conversação entre o *Picnik* e o *Quadrado*, esse post é definido como post 1 e também o post 4.

produzidos por ela (*Picnik*, *Quitutes*, *Zoo*, segundo descrição feita neste capítulo) e, com esse olhar, falou um pouco sobre o cenário cultural de Brasília.

Os comentários, todos de caráter motivador e conteúdo positivo, foram “Nossa Jujuuuuuuuuuba!!! <3”, “Quero ver e ler!”, “Amiga super amei!! Parabéns vc merece!!!!”, “Ai, não vou conseguir ir! Sucesso Julia!”. O primeiro foi feito por outra organizadora do *Picnik* que, com a repetição das vogais u no apelido Jububa simulando um expressão de intensidade, com o uso de três pontos de exclamação, o que enfatiza o que foi escrito, e ainda com o elemento em forma de coração, mostra um comentário de muito contentamento e surpresa. O segundo demonstra o interesse da pessoa em assistir à palestra. O terceiro foi um elogio com tom de intimidade, como pode ser visto nos termos “amiga” e “vc merece!!!!”, novamente vemos a repetição da pontuação de exclamação, exibindo empolgação nas congratulações à Julia. Por fim, um comentário com lamentação em não poder ir ao evento, mas parabenizando mais uma vez a criadora do *Picnik*.

Figura 17 - Post 1 da página do *Picnik* com menção ao *Quadrado*



Fonte: página do *Picnik* no Facebook (<https://www.facebook.com/PicnikNoCalcedao?fref=ts>)

O post é formado pela descrição “belos argumentos, mais uma vez por elas do *QuadradoBsb!*” e pelo compartilhamento do link que dá acesso à matéria no blog. A descrição mostra que existe um laço entre o *Picnik* e o *Quadrado*, conforme vimos na tabela acima, além de constante reconhecimento pelo que é escrito no blog, o que pode ser visto em “belos argumentos” e “mais uma vez”.

O grande destaque desse post é que ele foi compartilhado entre três atores sociais: o próprio *Quadrado*, o *Picnik* e o *Pilotis*. O assunto da matéria trata da reivindicação pela ocupação do espaço público em Brasília, que apareceu na presente pesquisa repetidas vezes como ponto focal da cultura da cidade. Isso mostra claramente uma convergência de opinião entre esses atores, reforçando a hipótese de uma busca comum quanto à identidade cultural de Brasília.

Os comentários da publicação foram: “É isso aí. Afinal estamos na Capital Federal de um país ou em Apaloosa? O espaço eh de todos!!!!!!!”, “ordem e progresso”, “Quando o espaço é público. Não poder existir pagamento para ser usado. A cobrança e algo injustificável”, esse último teve réplica do *Picnik*, com “Marco, nao se falou em cobrança de acesso (ainda)...”.

O primeiro comentário mostra apoio à reivindicação seguido de uma interrogação irônica mostrando a indignação àqueles que querem privar o uso do espaço público para eventos na cidade. O segundo refere-se ao lema nacional estampado na bandeira do Brasil. O terceiro demonstra certo desconhecimento quanto ao tema tratado, pois apresenta argumento contrário à cobrança pelo uso do espaço público. Logo em seguida, o próprio *Picnik* esclarece dizendo que não há cobrança pelo acesso, mas ironiza essa situação com o “(ainda)”, mostrando que poderia ter porque, segundo a matéria há “parte dos moradores de Brasília que enxerga o espaço público como bem particular”.

Figura 18 – Post 5 da página do *Quadrado* com menção ao *Picnik*



Fonte: página do *Quadrado* no Facebook (<https://www.facebook.com/QuadradoBrasilia/timeline>)

O post acima é outro exemplo de difusão da mensagem pelo *Quadrado*, *Picnik* e *Pilotis*, como aconteceu na Figura 17, analisada anteriormente. Mais uma vez vemos a presença de homogeneidade no discurso dos atores, que se mencionam de forma positiva. Para compreender o objetivo do compartilhamento da mensagem, recorreremos ao conteúdo da matéria publicada no Blog *Quadrado* no dia 23 de maio de 2014.

Novamente a questão da ocupação do espaço público foi tema focal. A matéria abordava o momento de movimentação cultural vivido por Brasília, como mostra o trecho que aparece na figura: “temos o privilégio de viver um momento em que pessoas empolgadas realizam coisas primeiro e pensam em grana depois”. Logo após, é feita a menção ao evento *Picnik* e que a sua autenticidade levou a uma demanda dos moradores de Brasília por mais edições do evento. Na matéria, o *Picnik* é apontado como “o evento mais divertido da cidade” e é divulgado o link para o *crowdfunding* feito pelo evento, pedindo apoio financeiro para ajuda nos custos da produção de um *Picnik* que levaria algumas bandas de rock caso atingisse o número de colaborações suficiente. A meta foi atingida e o evento ocorreu conforme planejado, o que reflete o engajamento dos brasilienses e o compartilhamento do sentimento expressado no post.

Dois dos três comentários feitos nesse post foram a marcação de perfis de pessoas para que elas vissem a publicação. No primeiro, foram marcadas nove pessoas e no segundo, quatro. O último comentário foi “Podia ser feito na Biblioteca Demonstrativa?”, referindo-se ao *Picnik* apresentando uma sugestão alternativa de lugar para sua realização. No entanto, não foi respondido.

Figura 19 - Post da página do *Pilotis* com menção ao *Quadrado*



Fonte: página do *Pilotis* no Facebook (<https://www.facebook.com/ProjetoPilotis?fref=ts>)

O compartilhamento da matéria do *Quadrado* feito pelo *Pilotis* acompanha uma mensagem de reforço ao conteúdo já tratado no texto do blog: “Hoje compartilhamos com vocês um pedido: não desistam da cidade, nem deixem de acreditar e tentar construir dias melhores”. Em seguida, o título da matéria “Para não perder a esperança”.

As mensagens trazem um ponto importante para a discussão sobre Brasília que é o aumento da violência na cidade. Assim, como também já visto no capítulo 1, a violência, o trânsito e problemas sociais estão presentes em Brasília como em qualquer outra metrópole brasileira. No entanto, os atores que compartilharam o post trazem uma mensagem de esperança em relação à essa realidade. Mostra-se que é possível mudar Brasília, assim com

tem sido feito por tantas pessoas que procuram melhorar, por conta própria, os aspectos que geram insatisfação, como abordamos tantas vezes neste trabalho.

Destaco entre os comentários, o de uma pessoa que expressou indignação e medo ao contar sobre uma cena de tiroteio em tentativa de sequestro relâmpago na Asa Norte que presenciou. Ela diz “Acredito na Cidade, faço meus dias alegres, nasci aqui no Plano Piloto, sou da época do rolemã, do betis, pique bandeirinha, da boate Zoo (...). Mas hoje, eu não tenho coragem de atravessar minha quadra a noite!!!”. Isso mostra um contraste entre a nostalgia de uma infância em uma cidade segura e o atual medo do uso do espaço público, ou seja, a falta de esperança.

5.2. Análise da entrevista em grupo e da entrevista individual complementar

Nesta etapa será feita a análise da entrevista em grupo feita com os organizadores dos eventos, projetos e blog selecionados e da entrevista individual, feita com a representante do *Picnik* para compensar a sua falta no dia da entrevista em grupo. Na entrevista em grupo participaram: Marcelo Ottoni, do *Ocupe o Lago*; Pedro Thompson, do *Ossobuco*; Luisa Melo, do *Pilotis*; Carolina Nogueira, do *Quadrado*; e Janaína André, do *Mapa Gentil*. Posteriormente, a entrevista individual foi feita com a Júlia Hormann, do *Picnik*, seguindo o mesmo tópico guia da anterior.

A análise do conteúdo da entrevista em grupo será feita com base na Análise temática de Bardin (2009), sendo necessário inicialmente compreender o que é e qual é a importância da análise de conteúdo.

Segundo Bardin (2009), a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (p. 40), e tem como objetivo “a manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo) para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem” (p. 48).

Em outras palavras, os métodos de análise de conteúdo possuem dois objetivos principais: a superação da incerteza, ou seja, o desejo de rigor e a comprovação de uma hipótese; e o enriquecimento da leitura, o que leva ao aumento da produtividade e pertinência do argumento (BARDIN, 2009).

Nesta pesquisa, o domínio da aplicação da análise de conteúdo é o código linguístico oral gerado a partir de uma entrevista em grupo restrito. Além da análise das mensagens, serão utilizados dados quantitativos para apoiar a compreensão da influência pela repetição

das falas. Como aponta Bardin (2009), “a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (...), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”(p.40).

Para análise da entrevista em grupo será utilizado o modelo de análise temática apresentado por Bardin (2009), que propõe a contagem da repetição dos temas, categorias ou itens de significação. Neste caso, utilizaremos a frase a unidade de codificação, com base no texto de transcrição da entrevista. Assim, serão elementos referenciais: os temas; os componentes dos temas, ou seja, os itens relacionados a cada categoria; exemplos de falas; e o número de aparições (falas) de cada tema. Para melhor visualização, foi elaborada uma tabela, com base em modelo apresentado por Bardin (2009), porém com adaptações para esta pesquisa.

Quadro 4 – Análise temática da entrevista em grupo e da entrevista individual realizadas com os seis atores desta pesquisa

Temas/ Categorias	Componentes	Exemplos	Número de aparições
Inquietações e estereótipos de Brasília	- Representações negativas do imaginário da cidade; - O que incomodava/incomoda os atores da pesquisa em Brasília;	<p>“Brasília tinha várias histórias legais e projetos interessantes que mereciam ser compartilhados e não ficar em um nicho só, porque as vezes era tudo muito ‘nichado’ mesmo, poucas pessoas conheciam e de repente alguém descobria e falava ‘nossa! Não sabia que isso existia’” (Thompson, 2014)</p> <p>“Brasília tem esse estereótipo frio e difícil de conhecer o vizinho” (Melo, 2014)</p> <p>“(…) coisas que as pessoas falam há anos, que não tem o que fazer, que Brasília não tem esquina, que é uma cidade em que se vive dentro de shopping” (Nogueira, 2014)</p> <p>“E esse estereótipo que a gente assim ‘ah, é uma cidade fria’” (Melo, 2014)</p> <p>“(…) o quanto que a nossa classe média não anda a pé, por exemplo. A gente tá falando do Plano Piloto e isso foi uma coisa que impactou demais” (Nogueira, 2014)</p> <p>“E mais, essa coisa de brasileiro da fila dupla que acaba comigo. A pessoa parar o carro na fila dupla na frente do lugar que ela vai. Gente, para na quadra e anda!” (Nogueira, 2014)</p>	47

		<p>“O que tá me incomodando é que tá rolando umas ‘chaturas’ na cidade né? A Lei do silêncio. Ai rola o <i>Picnik</i> ali perto do lado e alguém vai lá e reclama. Eu acho meio sem noção.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Eu fico muito chateado de ouvir quando a gente vai pra fora que ‘Ah, Brasília só tem ladrão!’” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Eu acho que existem vários estudos que falam sobre isso: como os equipamentos urbanos aqui de Brasília segregam e convidam a separar as pessoas. Mesmo a divisão dos prédios em <i>Pilotis</i>, eu já vi muito sobre as diferentes prumadas. O fato de não ter uma entrada só, que force as pessoas a cruzar uma com a outra. Eu já vi muita gente falar sobre isso.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Ou então, a Lei do silêncio: as coisas fecham meia noite, uma hora da manhã e eles vão falar que o bar que vai causar a violência. E o fechamento do bar e ter tudo fechado à meia noite, uma hora da manhã no final de semana, aquilo que causa o perigo.” (Melo, 2014)</p> <p>“Brasília é perigosa de noite. Ou pelo menos dá a impressão de que é perigosa a noite.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Então acho que é essa impressão de ‘ah, ele é fechado’ (...)” (Thompson, 2014)</p> <p>“Porque tinha-se o imaginário de que Brasília era uma cidade meio do interior: ‘Ah, aqui não tem nada!’, né? E de que as próprias pessoas eram pessoas meio atrasadas.” (Hormann, 2014)</p> <p>“(…) um cenário que a gente tinha em Brasília há uns 7 anos atrás, que era um cenário de ‘Brasília não tem nada pra fazer’.” (Hormann, 2014)</p> <p>“A gente foi meio que deixando a coisa morrer, porque foi mudando, e Brasília se tornou uma cidade política. Ponto. Só tinha administrativo” (Hormann, 2014)</p> <p>“Inclusive quem é de fora sente muita dificuldade porque aqui não tem esquina, não tem praça, não tem nada pra encontrar as pessoas.” (Hormann, 2014)</p>	
<p>Motivações para mudar Brasília que levaram à</p>	<p>- Motivos gerais da criação dos eventos, projetos e blog;</p>	<p>“(…) a gente falou ‘ah, vamos compartilhar esses conhecimentos interessantes com mais gente e dar um espaço para que mais pessoas possam ver e falar isso de uma forma interessante e assim que</p>	<p>50</p>

<p>criação dos eventos, projetos e blog</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Intenção de incentivo cultural; - Troca de experiências; - Motivações pessoais; 	<p>inspire outra pessoas a terem ideias, a colocarem seus projetos na rua, a conhecerem coisas novas” (Thompson, 2014)</p> <p>“O Projeto <i>Pilotis</i> é uma forma de colocar as pessoas que têm interesse em comum em contato” (Melo, 2014)</p> <p>“(…) essa é a nossa palavra chave, compartilhar diversas coisas, as vezes uma coisa material, algum tipo de atividade, algum tipo de encontro.” (Melo, 2014)</p> <p>“Na verdade a nossa militância naquela época era pela ocupação dos espaços públicos da cidade, para dar visibilidade pra tudo que a gente acha legal que acontece aqui e que na época era muito menos do que hoje” (Nogueira, 2014)</p> <p>“(…) chamar as pessoas para fazer parte de um novo modo de ver a cidade.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“É um projeto que estimula a ocupação dessa cidade com expressões artísticas como se a gente estimulasse que pessoas tomem conta dos espaços públicos, revitalizando, resignificando.”(André, 2014)</p> <p>“(…) o insight para a criação desse movimento foram as manifestações que aconteceram no final do ano passado”(Ottoni, 2014)</p> <p>“Acho que quem é de Brasília e quem tá fazendo por Brasília precisa, uma vez por mês que seja, sentar e pensar que Brasília que a gente quer pro nosso povo”(Ottoni, 2014)</p> <p>“Sempre converso com os outros organizadores e falo ‘imagina daqui a 15 anos a gente olhar e falar: que massa que a gente conseguiu fazer parte disso’. (Thompson, 2014)</p> <p>“Muitas vezes são puras reflexões nossas mesmo sobre determinado aspecto da cidade.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Acho que foi o melhor conselho que já dei pra alguém na vida, eu falei pra ela assim: dá uma chance pra Brasília!” (Thompson, 2014)</p> <p>“(…) vamos fazer com as próprias mãos. Então vamos se propor a andar do jeito que tá mesmo. Porque quando tem uma maior utilização disso ai sim depois que vem o olhar público praquilo. ‘Olha, várias pessoas estão usando’, ai rola um</p>	
--	---	---	--

		<p>ponto de interesse. Mas só depois, tem que partir da gente.” (Melo, 2014)</p> <p>“É, existe essa coisa. “Ah, dá pra ir de bicicleta pro trabalho”. Eu tenho três amigos que vão, agora eu vejo que dá pra ir então eu vou tentar ir também. E o blog tem esse papel. A gente faz o esforço pra mostrar pras pessoas, ‘sai dessa de dizer que não rola. Rola sim! Vai lá e faz!’.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Porque não tem a ver com dinheiro. A gente não está fazendo isso pelo dinheiro. É obvio que cada um tem o seu ganho, cada um sabe qual é o seu ganho pessoal, a sua satisfação, ou que conheceu determinadas pessoas. Mas eu acho isso muito rico no atual momento de Brasília” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Porque eu acho que a gente consegue ajuda dessa troca de referência, troca de experiência, vai criar novas, mais gente vai ser impactada com os nossos projetos, com outros projetos, com as ideias.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Senão sempre fica aquela coisa setORIZADA. É aquela questão, igual o que ele (<i>Marcelo</i>) falou: ele usa o lago mas ele não sente que o Lago é dele. A gente tem que quebrar isso.” (André, 2014)</p> <p>“Isso porque a gente queria que a cidade se notasse como uma cidade que consome e que gera tendências.” (Hormann, 2014)</p> <p>“(…) a gente tem muito esse objetivo hoje em dia, de incentivar a cultura, de incentivar a identidade de Brasília” (Hormann, 2014)</p>	
<p>Consequências das atividades promovidas pelos atores sociais</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mudanças culturais; - percebidas; - Difusão de mensagens; - Compartilhamento de vontades e envolvimento da sociedade; 	<p>“Existiam menos coisas e de repente a cidade explodiu de iniciativas de um tempo pra cá.” (Melo, 2014)</p> <p>“(…) a gente fez um milhão de amigos que pensam como a gente” (Melo, 2014)</p> <p>“(…) a gente conseguiu, nesse dia 22 de março, retirar 22 toneladas e meia de resíduos do fundo do Lago Paranoá, com o auxílio do trabalho de mergulhadores.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Eu acho que o blog contribui dando visibilidade pros projetos culturais que acontecem.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“O que a gente começou a ver é que aos poucos,</p>	<p>33</p>

		<p>sem querer, a gente foi ajudando a conectar pessoas e ajudando a trazer ideias novas pra que projetos surgissem.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Então essa experiência desse novo espaço, eu acho que é muito rico porque o projeto distribui as obras nas cidades e a última fase do projeto é levar a comunidade pra ver. Então a gente trata as cidades como uma galeria a céu aberto. A gente faz as escolas e comunidade fazerem esse deslocamento entre as cidades.” (André, 2014)</p> <p>“Então, acho que o movimento contribui para essa formação de identidade cultural desmistificando esse conceito de que o Lago Paranoá é esse ambiente poluído que não é mais hoje.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Os meninos ficam muito apoderados. Tem até uma frase de uma das meninas durante a oficina que colocou ‘eu me sinto infinito’. A gente vê nos grafites deles, ‘você pode fazer a diferença’, ‘a revolução é você’. São obras que eles fizeram.” (André, 2014)</p> <p>“Porque não é a imprensa colocando pra gente o que é importante. É a imprensa nos procurando pra dizer ‘nossa, que legal isso! Isso é pauta!’.” (Ottoni, 2014)</p>	
<p>Identidade cultural em Brasília</p>	<ul style="list-style-type: none"> - a Brasília imaginada por este grupo e suas representações; - Desmitificação dos estereótipos; - Momento de formação da Identidade Cultural de Brasília 	<p>“Acho que hoje a gente tá até conseguindo mudar esse cenário, é uma história recente que a gente está construindo.”(Ottoni, 2014)</p> <p>“A imprensa gosta de ouvir e dessa forma a gente consegue atingir aquele objetivo de sensibilizar as pessoas e dizer ‘poxa, Brasília é mais do que isso que está sendo pensado’.”(Ottoni, 2014)</p> <p>“E agora a gente está em um momento de querer valorizar a cidade mesmo, querer ocupar o espaço, querer fazer. Eu gosto muito de Brasília e vejo que muita gente parece que tá na mesma <i>vibe</i>, de querer valorizar, de querer ocupar, de querer transmitir e alguma forma o amor que tem por Brasília pra mais gente. Têm vários projetos legais.”(Nogueira, 2014)</p> <p>“Eu acho que o que é passado muito é essa questão do Plano Piloto né? Porque quando as pessoas falam de Brasília elas estão pensando no centro do DF, de quem mora aqui nas duas asas.”(Melo, 2014)</p> <p>“É uma ‘desencarentização’ da cidade.” (Nogueira, 2014)</p>	<p>110</p>

		<p>“A gente não ouviu muitos casos de violência pra ter sumido esse público debaixo dos blocos assim. Que eu acho que agora, essa geração que está falando ‘vamos voltar pra rua’.”(André, 2014)</p> <p>“Talvez tenha a coisa também dessa cultura do concurso público, que atrai muita gente de fora de Brasília pra cá.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Quem somos nós? Cadê nossas crianças? Cadê as crianças que nasceram aqui? Isso ficou meio dispersado e que de repente agora estão aí.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“E embaixo do bloco tem umas crianças que brincam ali. Então acho que já é o começo de um resgate desse hábito que a gente tinha.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Ela é miscigenada. É a miscigenação da miscigenação. Eu acho que isso aqui é bem característico. Todo mundo aqui é filho de mineiro, de nordestino etc. Então eu acho que a gente se encontra num lugar que é muito misturado.” (André, 2014)</p> <p>“Uma coisa que eu acho que é uma característica de Brasília é um prazer que a gente tem, do ponto de vista cultural também, que eu sempre achei engraçado que é de gostar de ficar na rua em pé na porta dos lugares.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Eu acho que todos nós estamos nessa busca também, dessa formação dessa comunidade né. Tentando fazer ações coletivas. Isso é uma urgência que todo mundo agora acordou e vamos nos juntar, vamos criar espaços pra se juntar.” (André, 2014)</p> <p>“(…) ao fato de Brasília ser uma cidade recente formada a partir de influências de diversos estados e agora que a gente tá conseguindo ter pessoas que efetivamente são de Brasília, que vão ter filhos que são de Brasília e cujos pais também são de Brasília.”(Ottoni, 2014)</p> <p>“E a gente ainda tá saindo de um outro movimento que é de Brasília ser mais do que poder público somente, o Congresso Nacional, e ter uma cena econômica de prestação de serviço, de turismo, que mostra esse outro lado de Brasília e não somente a política.”(Ottoni, 2014)</p> <p>“Ela está se construindo.” (Thompson, 2014)</p>	
--	--	---	--

		<p>“Já está em formação!” (Nogueira, 2014)</p> <p>“É difícil chegar e conhecer aqui. Não tem muito espaço em comum. Não tem uma praia, por exemplo, em que tá tudo misturado.” (André, 2014)</p> <p>“Esse negócio do vazio de Brasília é uma coisa muito peculiar.”(Melo, 2014)</p> <p>“E que agora está tendo uma reflexão mais aprofundada sobre “poxa, aonde é que isso vai dar? Vamos resgatar aquelas brincadeiras, aquelas atividades de rua”. E acho que tudo se soma nessa formação de identidade.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“E uma outra característica que eu acho muito importante e muito interessante do ponto de vista da formação da identidade cultural de Brasília é o tanto que a gente tá afim. O tanto que o brasileiro está afim. De criar projetos, de criar oportunidades pra se encontrar, de criar oportunidades pra transformar a cidade.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Eu acho que a gente está vivendo um momento de estruturação ou de reconhecimento de uma identidade que já existia e que veio se formando ao longo do tempo.”(Nogueira, 2014)</p> <p>“É gente chegando junto, se configurando como um grupo, e dizendo como que a gente se entende.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Eu acho que essa questão da identidade tem duas questões. Um, que a gente já estava falando, que é uma cidade nova. E outra é sempre mais difícil a gente entender o tempo em que vive.” (André, 2014)</p> <p>“Eu considero o brasileiro um cara que enxerga a diferença como um valor, “que legal! Como é que você fala isso? Você chama mandioca de macaxeira? E como é que é lá de onde você vem?”. Eu considero que a gente tenha essa curiosidade pelo outro e esse olhar generoso em relação à diferença, sabe? E eu acho que a própria vivência dessas diferenças é um fator identitário do brasileiro. A gente é assim. A gente vive isso positivamente.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Isso é super brasileiro! Querem sair de Brasília. Ter a demanda de viver um pouco fora e quando sai você enxerga o tanto que Brasília faz parte de</p>	
--	--	---	--

		<p>“você. E quando você volta, você traz um monte de coisa dessa experiência que você viveu fora.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Eu falo que brasileiro não é fechado. Não é! É fácil conhecer gente, é fácil conversar. Só que Brasília é uma cidade diferente pra caramba. Então, é difícil encontrar gente na rua, tem muita gente de carro.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Memorial JK, Praça dos Três Poderes, Lago Paranoá, Congresso Nacional, o avião.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Tesourinha, placa, ipê amarelo.” (André, 2014)</p> <p>“O céu! O lago se confunde em determinado momento com o céu. O horizonte.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Espaço verde. Agora na seca a gente esquece um pouco porque tá tudo tão marrom. Mas o espaço verde nas entrequadradas que te dá uma visão do lago na Asa Norte. Tem bastante espaço verde aqui. As quadras, árvore, lugar pra correr, pra criança brincar.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“Então eu fico muito preocupada. Essa busca da nossa identidade, eu aspiro que ela não seja uma identidade fechada.” (André, 2014)</p> <p>“Não é mais tão assim... Pra 100% das pessoas já não é mais um sonho de consumo virar um servidor público.” (Hormann, 2014)</p> <p>“Eu acho que daí esse movimento de resposta. De ‘não, eu amo Brasília, amo minha cidade, não quero sair daqui pra morar em outro lugar só pra ter lazer. Vamos fazer acontecer! Se não tem, vamos fazer acontecer’” (Hormann, 2014)</p> <p>“(...) eu acho que ainda é uma coisa que a gente está desenvolvendo. Não é consolidado e é difícil de sair pontuando muitas referências” (Hormann, 2014)</p> <p>“Mas uma coisa pra mim muito óbvia é a questão do espaço público. Então assim, boa parte das manifestações culturais acabam se apropriando do espaço público.” (Hormann, 2014)</p> <p>“E eu acho que assim, pelo menos aqui, o que eu tenho visto é que a maioria dos movimentos têm tentado se cercar de uma multiplicidade de coisas. Então eu acho que Brasília é uma cidade culturalmente múltipla.” (Hormann, 2014)</p>	
--	--	---	--

		<p>“Brasília sempre esteve em baixa. Agora que Brasília está começando a aparecer, as pessoas vão querer se sentir brasilienses.” (Hormann, 2014)</p>	
Identidade e Diferença	<p>- A diferença entre Brasília e outras cidades brasileiras;</p> <p>- Aspectos únicos de Brasília;</p>	<p>“E é isso que tem acontecido, cada vez mais em surgido coisas que são de Brasília. Então não rola mais ‘acontece em São Paulo e eu vou fazer aqui’.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Você vê fotos de Brasília antigamente e vê que esse lago surgiu do nada, realmente é algo que é nosso, e só nosso, então a gente precisa valorizar.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“O que eu mais senti falta quando sai de Brasília era o Horizonte.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Eu percebi isso quando eu fui pro Rio. Eu fiquei 5 anos morando no Rio e ninguém nunca acertava o meu sotaque. Perguntavam ‘você é baiana?’, ‘você é paulista?’. Então a gente já tem um sotaque que é uma mistura de sotaques.” (André, 2014)</p> <p>“Eu morava numa comercial e ficavam reclamando do barulho de baixo. Eu falei ‘olha você não pode reclamar, você tá numa comercial, você escolheu morar aqui’. ‘Ah mas aqui tem de tudo’ eu falei ‘não, você está em um setor comercial, você que tá no lugar errado’. E cara você vê né, no Rio, por exemplo, é aquela zona o tempo inteiro na cabeça das pessoas e as pessoas são super acostumadas com aquilo.” (André, 2014)</p> <p>“Essa experiência de quando eu estive no Rio, eles são tão ligados àquela cultura carioca, que fica uma coisa engessada. Claro que tem uma mídia pesada falando o que é ser carioca. E eu achei aquilo pobre. Porque fica muito engessado. O carioca se comporta segundo aquilo. Eu tenho medo disso acontecer com Brasília.” (André, 2014)</p> <p>“Eles falaram assim ‘eu vou pra São Paulo e não consigo ficar com ninguém’. Não, peraí, você tenta ficar com gente em São Paulo igual você fica com gente em Brasília, não vai funcionar. Você tem entender como é lá. É a mesma coisa, conhecer gente em cada cidade funciona de um jeito.” (Thompson, 2014)</p> <p>“gente de fora do Brasil, São Paulo, Rio... todo mundo que vem fica ‘cara, isso aqui é</p>	20

		impressionante, eu só vi isso em tal lugar’, aí cita um lugar super interessante, ou então ‘nunca vi isso na vida, do jeito que tá aqui’” (Hormann, 2014)	
História de Brasília	<ul style="list-style-type: none"> - A criação da cidade; - Mudanças sociais e culturais em Brasília comparadas às outras décadas; - Lembranças e nostalgia relacionadas à cidade; 	<p>“(…) na década, sei lá, de 70, tinham umas coisas em Brasília que pararam de existir, tipo cinema na quadra, que o pessoal fazia projetando na lateral do prédio sabe? Tinha aquela ocupação do espaço e eram umas coisas que pararam de acontecer.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Em 1980 eu tenho uma matéria no jornal que é muito interessante, a capa do Correio Braziliense, que tem um desenho dizendo assim: o Lago fede. Ou seja, ainda existe na cultura principalmente das pessoas mais antigas de que o lago é impróprio para o banho.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“(…) ai a galera ia pro aeroporto, o único que tinha era o da base aérea né? Não tinha o aeroporto que tem hoje. E ai ouvi falar que não tinha rua, não tinha nada. Você pegava o carro e fazia uma linha reta daqui pra base aérea. Não tinha lago, não tinha nada. Era só um filete de água, você passava por cima de uma tábua de madeira e chegava na base aérea.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Voltando a minha história, eu morava na 208 e a gente era uma galera de 30. Eu passei dos oito anos aos dezoito embaixo do bloco. A gente fazia até churrasco no parquinho. A gente brincava a tarde inteira. E eu fui uma criança que não joguei vídeo game, não ficava vendo tv. Eu era de bloco. Tipo assim, vamos jogar bete, vamos andar de skate. E de repente, para a geração do meu irmão que é 4 anos mais novo que eu ele pegou o resquício disso. E de repente as crianças sumiram debaixo do bloco.” (André, 2014)</p> <p>“Teve isso, nos anos 80, 90 todo mundo tava embaixo do bloco. Eu acho que teve uma coisa assim, na minha época, eu lembro de ter um <i>down</i> nisso, que tava muita briga das gangues.” (André, 2014)</p> <p>“Então eu acho que talvez esses dez anos que a gente passou fora da rua aqui em Brasília, tem a ver com isso também. Tem a ver com essa invasão de gente de fora que veio e que bagunçou o nosso coreto.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“No meu tempo a gente ia pro Gilberto Salomão e a gente ficava em pé sem fazer nada, olhando um pra cara do outro, conversando, vendo o povo andar na rua.” (Nogueira, 2014)</p>	27

		<p>“Porque é essa coisa do setor né. Os caras criaram tudo setorizado. Funcionou em termos.” (André, 2014)</p> <p>“Quando a gente era criança as pessoas ainda passavam as férias de janeiro fora, a cidade era vazia, as pessoas iam embora mesmo.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“pra mim a coisa mais óbvia é que a gente foi deixando o movimento morrer a partir dos anos 80. Tinha muita coisa nos anos 80, a galera era muito ativa.” (Hormann, 2014)</p> <p>“Quando você vai estudar os projetos do Lúcio Costa, do Niemeyer, a gente vê que esses espaços são muito horizontais e muito abertos realmente para serem ocupados.” (Hormann, 2014)</p>	
Plano Piloto x outras Regiões Administrativas do DF	<p>- As diferenças das identidades culturais no Plano Piloto e nas outras Regiões Administrativas;</p> <p>- Elementos unificadores da identidade do Distrito Federal como Brasília;</p> <p>- Desmistificação de percepções das RAs;</p>	<p>“As cidades não são mais cidades satélites, elas são regiões administrativas e eles estão cada vez mais emendadas.” (André, 2014)</p> <p>“O Plano ainda é muito centralizador. Então quando a gente faz essas visitas guiadas, os próprios moradores nem sabem que naquela cidade dele acontece aquilo.” (André, 2014)</p> <p>“E esse estereótipo que a gente assim ‘ah, é uma cidade fria’ isso acontece completamente diferente nas regiões administrativas.” (André, 2014)</p> <p>(...) ‘poxa, mas eu tô fazendo isso mas isso não tem valor nenhum pra mim porque eu to limpando pra vocês’. Por que que as pessoas das regiões administrativas não podem vir até o Plano Piloto se beneficiar do Lago Paranoá? A gente cuida daquilo que a gente conhece, né?” (Ottoni, 2014)</p> <p>“E eu acho esse ponto aí da integração maior com as cidades uma dívida que Brasília inteira tem, que todo mundo que é do Plano Piloto tem, com o Distrito Federal de um modo geral. Na verdade, quando a gente discutiu o nome do blog a ideia já era essa, era sair da ideia do Plano, do avião, e pensar Brasília no <i>Quadrado</i>, como o Distrito Federal inteiro, mas é uma coisa que falta no nosso blog. E eu acho que falta de modo geral na cidade.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“(…) hoje em dia eu vejo muito mais claro a identidade de Taguatinga, a identidade de Ceilândia, eles têm uma identidade muito peculiar.” (André, 2014)</p>	40

		<p>“Gama tem uma identidade muito própria. Principalmente por ser mais afastado.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“E agora eu consigo reconhecer taguatinguense, que é diferente de ceilandense, é super diferente. Então é engraçado isso. Eu sou do Plano Piloto e sempre fui muito fechada e quando fui tomar contato com isso, as identidades lá são muito claras e Taguatinga é emendada com Ceilândia. Inclusive tem até uma rixazinha. Taguayork, Ceilondres. (risos).” (André, 2014)</p> <p>“As cidades satélites têm mais perfil de cidade.” (Thompson, 2014)</p> <p>“E eu percebo isso mais quando eu vou pras cidades satélites. É uma cadência de falar que você diz esse é brasiliense! Qualquer lugar que eu ouvir isso eu sei que é de Brasília. De Brasília assim: do Guará, de Taguatinga, porque no Plano Piloto não é todo mundo que tem isso. Porque têm essa mistura maior de pessoas.” (Thompson, 2014)</p> <p>“Porque assim, tem uma postura das cidades de achar que já que o Plano Piloto só pensa no Plano Piloto, então a gente vai se organizando. E ai tem uma experiência muito rica de revitalização de espaços. O Beco da Cultura lá em Taguatinga, tem uma organização muito legal, por exemplo. Samabaia também, agora que eles estão conseguindo se organizar.” (André, 2014)</p> <p>“E essa é uma questão política desde a criação da cidade né? A chamar de as cidades satélites, de cidades satélites, é uma forma de segregar verbalmente.” (Melo, 2014)</p> <p>“Satélite?! É uma coisa que fica girando em torno de um centro.” (Nogueira, 2014)</p> <p>“E tem pessoas nas cidades que são conhecidas no mundo inteiro e o Plano Piloto não sabe.” (André, 2014)</p> <p>“Sim, a gente tenta ressaltar as diferenças, sendo que na verdade é o contrário né? A gente tem que enxergar melhor o que que costura uma coisa na outra, o que faz a gente o DF todo. O que faz Brasília uma cidade só.” (Melo, 2014)</p>	
Cultura e Mídias Sociais	- Difusão e perda do controle da mensagem	“Então é um grupo no Facebook e os alcances dele estão fora do que podemos mensurar porque as pessoas acabam entrando em contato umas com	55

	<p>inserida na internet;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formação de rede de contatos; - Particularidades do comportamento no ambiente virtual; - Vantagens da internet nas atividades desenvolvidas 	<p>as outras, por inbox, alguém tá vendendo ou doando alguma coisa e colocam foto.” (Melo, 2014)</p> <p>“O movimento surgiu primeiramente no virtual, a gente verificou uma grande quantidade de pessoas confirmando presença pra uma ação que a gente desenvolveu no dia 22 de março, Dia Internacional da Água. A gente convidou essas pessoas pra uma reunião presencial, ‘então vamos ver se isso que está acontecendo no virtual realmente é real’.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Então, o nosso projeto ele só existe por causa das mídias sociais. Várias coisas que se resolvem na internet mesmo.” (Melo, 2014)</p> <p>“No caso do <i>Ossobuco</i>, a gente não tem patrocínio e nem grana. Tem um gasto mensal que a gente banca, com nosso dinheiro. Então a divulgação é pela internet. Pra lembrar as pessoas, avisar o que vai ter.” (Thompson, 2014)</p> <p>“E ai, tem uma coisa que assim, a gente está preocupado com essa identidade do projeto. Porque o que que acontece, no Facebook por exemplo, a gente usa não só pra divulgar pro público, mas pra gente se organizar internamente.” (André, 2014)</p> <p>“Então acho que essa coisa das mídias, a gente tá tentando cada vez mais aumentar essa resposta do público.” (André, 2014)</p> <p>“Eu acho que a rede social é ferramenta. Acho que o que é produzido em termos de conteúdo sai de mentes e a ferramenta nos permite dar visibilidade a isso e principalmente a conectar pessoas que tem esse mesmo objetivo”(Ottoni, 2014)</p> <p>“E é uma coisa muito engraçada porque todo mundo tá ali, confirmando presença, perguntando alguma coisa, online. Você não conhece aquelas pessoas, você sabe a foto do perfil dela e o nome. O nome e o sobrenome. E você chega em um lugar que você não conhece quem está ali. E ai a pessoa fala o nome e o sobrenome e você “ah, então você é o fulano?”. Tem naquele momento que a barreira do digital pro pessoal, pro real, é quebrada.” (Melo, 2014)</p> <p>“Eu não sei te dizer agora quantos acessos a gente tem. Eu sei que são muitos porque a gente tem muito retorno de todos os públicos possíveis.” (Nogueira, 2014)</p>	
--	--	---	--

		<p>“Há pessoas que estão ali só online e há pessoas que pouco se manifestam online mas que chegam lá e é uma pessoa super falante e que conversa com todo mundo e vai sozinho. (...)Mas de fato é muito mais fácil você se manifestar online, né? O tempo é mínimo, você já está ali.” (Melo, 2014)</p> <p>“Eu não sei um percentual mas eu acho que deve estar girando em torno de 20% o percentual de pessoas que vão realmente naquilo que confirmaram a participação em determinado evento virtual.” (Ottoni, 2014)</p> <p>“Mesmo quem só participa online, essas pessoas são importantes e fazem a informação chegar a alguém que queira ir, faz abrir a mente. É muito válido.” (Melo, 2014)</p> <p>“A internet na verdade possibilita essa identificação com as coisas que você gosta. É a grande cauda longa da internet.” (Thompson, 2014)</p> <p>“E a sociedade se comporta como um movimento de massa. É normal essa identificação coletiva. Mas existem os nichos. Então essa coisa que a internet ajuda a facilitar e por isso rola uma identificação coletiva, um conhecimento coletivo e uma parada que é segura, que é o <i>safe</i>. Tem muita gente que é alienado, que só vai no seguro, tipo ‘ah, todo mundo está falando que vai naquilo, então eu vou lá’, ‘Um fez então eu vou fazer’. (...)Mas existe também ‘ah, eu gosto disso, será que alguém também gosta? Ou quer fazer também?’.”(Thompson, 2014)</p> <p>“E eu acho que a internet, a rede social, está mais pra consolidar isso, uma vez que a produção parte de qualquer emissor de informação. Não vem das mídias tradicionais, que coloca aquele pacote de cima pra baixo.”(Ottoni, 2014)</p> <p>“A internet é uma ferramenta maravilhosa pra gente poder divulgar, se comunicar. Você tem que entender um pouco ela pra depois você conseguir usar ela como uma ferramenta positiva.” (Hormann, 2014)</p> <p>“Quando você está dentro da internet você vai conseguir minimizar um monte de distâncias, você vai ter acesso a um monte de pessoas.” (Hormann, 2014)</p>	
Total	27	129	382

Fonte: Original da autora com base em Bardin (2009)

As falas das entrevistas foram segmentadas em oito temas para análise: (1) Inquietações e estereótipos de Brasília, (2) Motivações para mudar Brasília que levaram à criação dos eventos, projetos e blog, (3) Consequências das atividades promovidas pelos atores sociais, (4) Identidade cultural em Brasília, (5) Identidade e Diferença, (6) História de Brasília, (7) Plano Piloto x outras Regiões Administrativas do DF, e (8) Cultura e Mídias Sociais. Ao todo foram identificadas 382 frases relacionadas à esses temas, das quais foram selecionadas 129 para representarem a amostra, de acordo com critério de relevância da mensagem.

O primeiro tema possui dois componentes: as representações negativas do imaginário da cidade e o que incomodava/ incomoda os atores da pesquisa em Brasília. Os estereótipos negativos que apareceram dizem respeito tanto às pessoas que moram em Brasília quanto à própria cidade. Com relação aos brasilienses foram mencionados os seguintes termos que compõem um imaginário negativo: fechados, frios, atrasados, ladrões e que é difícil conhecer o vizinho. Quanto à cidade, em quatro exemplos foi dito que em Brasília “não tem o que fazer,” “não tem nada”. Também foram usados os termos “sem esquina”, “que se vive dentro de shopping”, “perigosa a noite”, “cidade política”, “não tem nada pra encontrar as pessoas”. Com isso, vemos um padrão nas representações negativas de distância e dificuldade e aproximação entre as pessoas, tanto pelo próprio perfil do brasiliense quanto pela estrutura da cidade, que não proporciona o contato entre seus moradores. Há também a visão de Brasília como uma cidade política e, ao ligar à corrupção, uma imagem de que é formada por ladrões, tornando-a não atrativa para quem a vê de fora.

As frases que mostram os incômodos dos atores desta pesquisa são percepções pessoais, diferente dos estereótipos negativos citados por eles, que são imagens que na maioria das vezes os atores não concordavam. Nos exemplos selecionados, a reivindicação contra a Lei do Silêncio³⁸ apareceu duas vezes, assim como a reclamação com relação à violência, que inclusive foi citada uma vez como possível consequência dessa Lei. Outros fatores de incomodo apresentados são a falta de hábito de andar a pé e a fila dupla, vista como “coisa de brasiliense”, e como uma consequência desse falta de comportamento como pedestre. Novamente a estrutura da cidade foi apontada como elemento que promove a

³⁸ A Lei do Silêncio, nome popular da Lei N° 4.092, de 30 de Janeiro de 2008, dispõe sobre o controle da poluição sonora e os limites máximos de intensidade da emissão de sons e ruídos resultantes de atividades urbanas e rurais no Distrito Federal. Pode ser consultada em <http://cidadaoecologicobrasiliense.files.wordpress.com/2011/05/lei-df-4092-2008-controle-de-poluic3a7c3a3o-sonora-df.pdf>

distância entre seus moradores, ao dizer que os equipamentos urbanos de Brasília “segregam e convidam a separar as pessoas”.

Portanto, em relação às representações negativas que compõem o imaginário de Brasília, tanto as apontadas como estereótipos irreais quanto as que são inquietações dos próprios participantes das entrevistas relacionam a cidade ao aumento da violência, e aos hábitos dos brasilienses e elementos urbanos que distanciam as pessoas.

Os exemplos componentes do segundo tema, que engloba as motivações que incentivaram as atividades promovidas pelos atores desta pesquisa, podem ser subdivididas em quatro componentes: os motivos gerais que levaram à criação dos eventos, projetos e blog; a intenção de incentivo cultural; a troca de experiências; e as motivações pessoais. Como motivos abrangentes foram apresentados “militância pela ocupação dos espaços públicos da cidade”, dar visibilidade às coisas que aconteciam e o incentivo por conta das manifestações que aconteceram em 2013.

Os atores também colocaram como motivo de criação das atividades promovidas por eles a intenção do incentivo cultural, como visto nos trechos: “chamar as pessoas para fazer parte de um novo modo de ver a cidade”, “estimulasse que as pessoas tomem conta dos espaços públicos, revitalizando, resignificando”, “a gente faz o esforço pra mostrar pras pessoas: ‘sai dessa de dizer que não rola. Rola sim! Vai lá e faz!’”, “a gente queria que a cidade se notasse como uma cidade que consomo e que gera tendências” e “a gente tem muito esse objetivo hoje em dia, de incentivar a cultura”.

Outra motivação apresentada pelos atores foi a vontade de promover a troca de experiências, como fator enriquecedor tanto no âmbito pessoal quanto para a cidade. Foi citado “vamos compartilhar esses conhecimentos interessantes com mais gente e dar um espaço para que mais pessoas possam ver e falar isso de uma forma interessante e assim que inspire outras pessoas a terem ideias, a colocarem seus projetos na rua, a conhecerem coisas novas”, o projeto como “uma forma de colocar as pessoas que têm interesse em comum em contato”, a palavra compartilhar como palavra chave, e “Porque eu acho que a gente consegue ajuda dessa troca de referência, troca de experiência, vai criar novas, mais gente vai ser impactada com os nossos projetos, com outros projetos, com as ideias”.

O último ponto de inspiração para o início dos movimentos foram as motivações pessoais, ditas como motivo de orgulho, proatividade, modelo para outras iniciativas e contribuição para mudança da cidade. Isso pode ser visto em “Sempre converso com os outros organizadores e falo ‘imagina daqui a 15 anos a gente olhar e falar: que massa que a gente conseguiu fazer parte disso’”, “vamos fazer com as próprias mãos. Então vamos se propor a

andar do jeito que tá mesmo. Porque quando tem uma maior utilização disso ai sim depois que vem o olhar público praquilo. ‘Olha, várias pessoas estão usando’, ai rola um ponto de interesse. Mas só depois, tem que partir da gente”, e “Porque não tem a ver com dinheiro. A gente não está fazendo isso pelo dinheiro. É obvio que cada um tem o seu ganho, cada um sabe qual é o seu ganho pessoal, a sua satisfação, ou que conheceu determinadas pessoas. Mas eu acho isso muito rico no atual momento de Brasília”.

O terceiro tema consta nos efeitos gerados pelas atividades promovidas pelos participantes, sendo categorizado em: mudanças culturais percebidas; difusão de mensagens; e compartilhamento de vontades e envolvimento da sociedade. As mudanças culturais foram expressadas em “existiam menos coisas e de repente a cidade explodiu de iniciativas de um tempo pra cá”, “a gente trata as cidades como uma galeria a céu aberto”, e “Porque não é a imprensa colocando pra gente o que é importante. É a imprensa nos procurando pra dizer ‘nossa, que legal isso! Isso é pauta!’”. A difusão de mensagens é mostrada como forma de contribuição dos movimentos para a identidade cultural de Brasília, como pode ser visto em “Eu acho que o blog contribui dando visibilidade pros projetos culturais que acontecem”, e “acho que o movimento contribui para essa formação de identidade cultural desmistificando esse conceito de que o Lago Paranoá é esse ambiente poluído que não é mais hoje”.

Outras consequências das atividades feitas constam no compartilhamento de vontades e no envolvimento da sociedade, que formam mais uma categoria. Isso é notado nas frases “a gente fez um milhão de amigos que pensam como a gente”, “a gente conseguiu, nesse dia 22 de março, retirar 22 toneladas e meia de resíduos do fundo do Lago Paranoá, com o auxílio do trabalho de mergulhadores”, “O que a gente começou a ver é que aos poucos, sem querer, a gente foi ajudando a conectar pessoas e ajudando a trazer ideias novas pra que projetos surgissem” e “Tem até uma frase de uma das meninas durante a oficina que colocou ‘eu me sinto infinito’. A gente vê nos grafites deles, ‘você pode fazer a diferença’, ‘a revolução é você’. São obras que eles fizeram”.

O tema Identidade Cultural em Brasília foi o com maior número de registros, representando 28% do número total de frases, enquanto a média é de 12% para cada tema. Nele há três categorias, sendo que a primeira trata da Brasília imaginada por este grupo e suas representações. Esse componente engloba as opiniões e representações expressas nos trechos: “Eu acho que o que é passado muito é essa questão do Plano Piloto, né? Porque quando as pessoas falam de Brasília elas estão pensando no centro do DF, de quem mora aqui nas duas asas”, “cultura do concurso público, que atrai muita gente de fora de Brasília pra cá”, “E embaixo do bloco tem umas crianças que brincam ali. Então acho que já é o começo de um

resgate desse hábito que a gente tinha”, “Ela é miscigenada. É a miscigenação da miscigenação”, “gostar de ficar na rua em pé na porta dos lugares”, “uma cidade recente formada a partir de influências de diversos estados”, “Não tem muito espaço em comum”, “é difícil encontrar gente na rua, tem muita gente de carro”, “Esse negócio do vazio de Brasília é uma coisa muito peculiar”, “Eu considero o brasileiro um cara que enxerga a diferença como um valor”, “Isso é super brasileiro! Querer sair de Brasília. Ter a demanda de viver um pouco fora e quando sai você enxerga o tanto que Brasília faz parte de você. E quando você volta, você traz um monte de coisa dessa experiência que você viveu fora”, “Essa busca da nossa identidade, eu aspiro que ela não seja uma identidade fechada”, “boa parte das manifestações culturais acabam se apropriando do espaço público”, “a maioria dos movimentos têm tentado se cercar de uma multiplicidade de coisas. Então eu acho que Brasília é uma cidade culturalmente múltipla”.

A imagem de Brasília também é formada por elementos visuais que fazem parte da cidade: “Memorial JK, Praça dos Três Poderes, Lago Paranoá, Congresso Nacional, o avião”, “Tesourinha, placa, ipê amarelo”, “O céu! O lago se confunde em determinado momento com o céu. O horizonte”, “Espaço verde. Agora na seca a gente esquece um pouco porque tá tudo tão marrom”.

Destaca-se portanto, que a Brasília imaginada por esse grupo é uma cidade:

- com amplo e vazio espaço verde, caracterizado por elementos naturais como o ipê amarelo, a horizontalidade, o céu e a cor marrom da vegetação durante a seca, e cuja ocupação desse espaço público se dá, cada vez mais, por atividades culturais gratuitas;
- com grande miscigenação e a multiplicidade cultural devido à ocupação da cidade por pessoas vindas de todos os estados brasileiros, fazendo com que a diferença seja vista como fator próprio e positivo da identidade cultural brasileira;
- com elementos urbanos próprios que refletem a organização como uma cidade planejada, como a tesourinha, a Praça dos Três Poderes, o Congresso Nacional, o formato de avião e o Lago Paranoá; mas também cujo foco ainda é centralizado, levando Brasília a ser pensada somente como o Plano Piloto, atraindo pessoas pela cultura do concurso público e fazendo com quem já mora aqui queira sair por não valorizar a cidade.

A segunda categoria de classificação das falas dos entrevistados é a desmistificação dos estereótipos criados no imaginário negativo da cidade. É dito que “o brasileiro não é fechado”, que não é mais unânime entre os brasileiros ser “sonho de consumo virar um servidor público”, que é intenção “atingir aquele objetivo de sensibilizar as pessoas e dizer

‘poxa, Brasília é mais do que isso que está sendo pensado’”, “a gente não ouviu muitos casos de violência pra ter sumido esse público debaixo dos blocos assim”, e “a gente ainda tá saindo de um outro movimento que é de Brasília ser mais do que poder público somente, o Congresso Nacional, e ter uma cena econômica de prestação de serviço, de turismo, que mostra esse outro lado de Brasília e não somente a política”. Em outras palavras, a imagem do brasileiro ser frio, o desejo universal por querer fazer concurso público, a imagem da cidade como sendo só um centro político e o aumento da violência são diferentes do que acreditam os atores sociais.

A última categoria desse tema diz respeito ao momento de formação da Identidade Cultural de Brasília. Os trechos que representam isso são: “Ela está se construindo”, “eu acho que agora, essa geração que está falando ‘vamos voltar pra rua’”, “uma ‘desencaretização’ da cidade”, “Acho que hoje a gente tá até conseguindo mudar esse cenário, é uma história recente que a gente está construindo”, “E agora a gente está em um momento de querer valorizar a cidade mesmo, querer ocupar o espaço, querer fazer.”, “Quem somos nós? Cadê nossas crianças? Cadê as crianças que nasceram aqui? Isso ficou meio dispersado e que de repente agora estão aí”, “Isso é uma urgência que todo mundo agora acordou e vamos nos juntar, vamos criar espaços pra se juntar”, “Já está em formação!”, “agora está tendo uma reflexão mais aprofundada sobre ‘poxa, aonde é que isso vai dar? Vamos resgatar aquelas brincadeiras, aquelas atividades de rua’. E acho que tudo se soma nessa formação de identidade”, “Eu acho que a gente está vivendo um momento de estruturação ou de reconhecimento de uma identidade que já existia e que veio se formando ao longo do tempo”, “Eu acho que essa questão da identidade tem duas questões. Um, que a gente já estava falando, que é uma cidade nova. E outra é sempre mais difícil a gente entender o tempo em que vive”, “Eu acho que daí esse movimento de resposta. De ‘não, eu amo Brasília, amo minha cidade, não quero sair daqui pra morar em outro lugar só pra ter lazer. Vamos fazer acontecer! Se não tem, vamos fazer acontecer’”, “eu acho que ainda é uma coisa que a gente está desenvolvendo. Não é consolidado e é difícil de sair pontuando muitas referências”, e “Brasília sempre esteve em baixa. Agora que Brasília está começando a aparecer, as pessoas vão querer se sentir brasileiros”.

Nota-se claramente uma repetição de duas características da identidade cultural de Brasília: o fato de que ela está em momento de formação, motivados por uma geração de brasileiros que se identifica como um grupo cujo objetivo principal é movimentar e valorizar a cidade; e que há a busca pelo resgate de hábitos que já existiam na cidade, mas que se perderam nos últimos tempos, principalmente quanto à ocupação do espaço público.

Ao tratarmos de Identidade e Diferença em Brasília, devemos ter como foco as diferenças entre Brasília e as outras cidades brasileiras e quais são os seus aspectos únicos. Foi dito que “cada vez mais tem surgido coisas que são de Brasília”, não sendo necessário copiar modelos de atividades culturais que acontecem em São Paulo, que o “lago surgiu do nada, é algo que é nosso, e só nosso, então a gente precisa valorizar”, “O que eu mais senti falta quando sai de Brasília era o Horizonte”, “a gente já tem um sotaque que é uma mistura de sotaques”, quanto à Lei do Silêncio, diferente de Brasília, “no Rio, por exemplo, é aquela zona o tempo inteiro na cabeça das pessoas e as pessoas são super acostumadas com aquilo”, “tem uma mídia pesada falando o que é ser carioca. E eu achei aquilo pobre. Porque fica muito engessado. O carioca se comporta segundo aquilo. Eu tenho medo disso acontecer com Brasília”, “gente de fora do Brasil, São Paulo, Rio... todo mundo que vem fica ‘cara, isso aqui é impressionante, eu só vi isso em tal lugar’, ai cita um lugar super interessante, ou então ‘nunca vi isso na vida, do jeito que tá aqui’”.

Vemos, portanto, elementos próprios de Brasília cada vez mais presentes no imaginário compartilhado e, por isso, um desejo de valorização, como em relação à dinâmica das atividades culturais em espaços públicos, o Lago Paranoá por ser artificial e, por isso, diferente dos outros, e o sotaque formado por uma mistura de outros sotaques.

A história de Brasília também apareceu como importante elemento do discurso do grupo. Foram brevemente abordadas questões sobre a ocupação do espaço público e de setorização das áreas da cidade, relacionadas à criação da cidade e responsáveis pelos hábitos atuais, como visto nos trechos “Quando você vai estudar os projetos do Lúcio Costa, do Niemeyer, a gente vê que esses espaços são muito horizontais e muito abertos realmente para serem ocupados”, e “é essa coisa do setor né. Os caras criaram tudo setorizado. Funcionou em termos”.

Quanto às mudanças sociais e culturais que percebe-se ao comparar o que acontece hoje com o que acontecia em outras décadas, foi mencionado que o hábito de estar na rua e nos espaços públicos da cidade diminuiu consideravelmente (e agora estão sendo resgatados, como analisamos anteriormente), o que pode ser visto em: “A gente brincava a tarde inteira. E eu fui uma criança que não joguei vídeo game, não ficava vendo tv. Eu era de bloco. Tipo assim, vamos jogar beto, vamos andar de skate. E de repente, para a geração do meu irmão que é 4 anos mais novo que eu ele pegou o resquício disso. E de repente as crianças sumiram debaixo do bloco”, “Teve isso, nos anos 80, 90 todo mundo tava embaixo do bloco. Eu acho que teve uma coisa assim, na minha época, eu lembro de ter um *down* nisso, que tava muita briga das gangues”, “Então eu acho que talvez esses dez anos que a gente passou fora da rua

aqui em Brasília, tem a ver com isso também. Tem a ver com essa invasão de gente de fora que veio e que bagunçou o nosso coreto”, e “pra mim a coisa mais óbvia é que a gente foi deixando o movimento morrer a partir dos anos 80. Tinha muita coisa nos anos 80, a galera era muito ativa”

Essa ideia é reforçada em outras afirmações de lembranças, descontentamento ou nostalgia quanto à fatos vividos, expressos em: “na década, sei lá, de 70, tinham umas coisas em Brasília que pararam de existir, tipo cinema na quadra, que o pessoal fazia projetando na lateral do prédio sabe? Tinha aquela ocupação do espaço e eram umas coisas que pararam de acontecer”, “No meu tempo a gente ia pro Gilberto Salomão e a gente ficava em pé sem fazer nada, olhando um pra cara do outro, conversando, vendo o povo andar na rua”, e “Quando a gente era criança as pessoas ainda passavam as férias de janeiro fora, a cidade era vazia, as pessoas iam embora mesmo”.

Um tema de grande importância é a relação entre o Plano Piloto e as outras Regiões Administrativas do Distrito Federal. Digo isso pela recorrente apresentação de desigualdade (principalmente nos âmbitos social, cultural e econômico), conforme visto no Capítulo 1, e pela necessidade de desmistificação de algumas ideias conforme observado por mim e concordado pelos atores desta pesquisa.

Dessa forma, algumas frases selecionadas caracterizaram as RAs, dizendo que “as cidades não são mais cidades satélites, elas são regiões administrativas e eles estão cada vez mais emendadas”, “esse estereótipo que a gente assim ‘ah, é uma cidade fria’ isso acontece completamente diferente nas regiões administrativas”, “as cidades satélites têm mais perfil de cidade”, “E essa é uma questão política desde a criação da cidade né? A chamar de as cidades satélites, de cidades satélites, é uma forma de segregar verbalmente”, “Satélite?! É uma coisa que fica girando em torno de um centro”.

Sobre as representações que formam a identidade de cada RA, citam: “hoje em dia eu vejo muito mais claro a identidade de Taguatinga, a identidade de Ceilândia, eles têm uma identidade muito peculiar”, “Gama tem uma identidade muito própria. Principalmente por ser mais afastado”, “as identidades lá são muito claras e Taguatinga é emendada com Ceilândia. Inclusive tem até uma rixazinha: *Taguayork, Ceilondres*”, e “O Beco da Cultura lá em Taguatinga, tem uma organização muito legal, por exemplo. Samabaia também, agora que eles estão conseguindo se organizar”.

Há também os comentários sobre a diferença entre o Plano Piloto e as RAs, e a pretensão de ressaltar elementos que unifiquem o Distrito Federal como um só, o que pode ser visto em “E eu acho esse ponto aí da integração maior com as cidades uma dívida que Brasília

inteira tem, que todo mundo que é do Plano Piloto tem, com o Distrito Federal de um modo geral. Na verdade, quando a gente discutiu o nome do blog a ideia já era essa, era sair da ideia do Plano, do avião, e pensar Brasília no *Quadrado*, como o Distrito Federal inteiro, mas é uma coisa que falta no nosso blog. E eu acho que falta de modo geral na cidade”, “O Plano ainda é muito centralizador. Então quando a gente faz essas visitas guiadas, os próprios moradores nem sabem que naquela cidade dele acontece aquilo”, “a gente tenta ressaltar as diferenças, sendo que na verdade é o contrário né? A gente tem que enxergar melhor o que que costura uma coisa na outra, o que faz a gente o DF todo. O que faz Brasília uma cidade só”.

Percebe-se que há a visão de uma diferença bem delimitada entre a identidade cultural do Plano Piloto e das outras Regiões Administrativas, conforme já visto no Capítulo 1. Os atores afirmam que as identidades das RAs são mais marcadas e fáceis de identificar. Por outro lado, vê-se uma necessidade de maior integração e trocas entre essas regiões, afim de descentralizar a imagem de Brasília como o Plano Piloto e valorizar elementos culturais ricos presentes ao seu redor, que as vezes até os próprios moradores da região não conhecem.

O último tema consta na relação entre cultura e as mídias sociais. Um característica predominante dentre as mencionadas sobre o tema está a difusão de informação e a perda do controle da mensagem que é inserida na internet e, portanto, das suas consequências. Essa ideia é vista nos trechos “os alcances dele estão fora do que podemos mensurar porque as pessoas acabam entrando em contato umas com as outras”, “acho que essa coisa das mídias, a gente tá tentando cada vez mais aumentar essa resposta do público”, “a internet, a rede social, está mais pra consolidar isso, uma vez que a produção parte de qualquer emissor de informação. Não vem das mídias tradicionais, que coloca aquele pacote de cima pra baixo”, “Eu não sei te dizer agora quantos acessos a gente tem. Eu sei que são muitos porque a gente tem muito retorno de todos os públicos possíveis”, “Mesmo quem só participa online, essas pessoas são importantes e fazem a informação chegar a alguém que queira ir, faz abrir a mente. É muito válido”.

Outra característica mencionada é a importância da internet para a formação de uma rede de contatos, como mostrado em “nos permite dar visibilidade a isso e principalmente a conectar pessoas que tem esse mesmo objetivo”, “A internet na verdade possibilita essa identificação com as coisas que você gosta”, e “então essa coisa que a internet ajuda a facilitar e por isso rola uma identificação coletiva, um conhecimento coletivo e uma parada que é segura, que é o *safe*. Tem muita gente que é alienado, que só vai no seguro, tipo ‘ah, todo

mundo está falando que vai naquilo, então eu vou lá’, ‘Um fez então eu vou fazer’. (...) Mas existe também ‘ah, eu gosto disso, será que alguém também gosta? Ou quer fazer também’.

Algumas particularidades do comportamento das pessoas no ambiente virtual e outras características das mídias sociais também são mencionadas. “A internet é uma ferramenta maravilhosa pra gente poder divulgar, se comunicar. Você tem que entender um pouco ela pra depois você conseguir usar ela como uma ferramenta positiva”, “Quando você está dentro da internet você vai conseguir minimizar um monte de distâncias, você vai ter acesso a um monte de pessoas”, “Você não conhece aquelas pessoas, você sabe a foto do perfil dela e o nome. O nome e o sobrenome. E você chega em um lugar que você não conhece quem está ali. E aí a pessoa fala o nome e o sobrenome e você ‘ah, então você é o fulano?’”.

O último componente desse tema diz respeito às vantagens da internet, principalmente relacionadas às atividades desenvolvidas pelos atores desta pesquisa. É dito que “a gente verificou uma grande quantidade de pessoas confirmando presença pra uma ação que a gente desenvolveu”, “o nosso projeto ele só existe por causa das mídias sociais. Várias coisas que se resolvem na internet mesmo”, “a gente não tem patrocínio e nem grana. Tem um gasto mensal que a gente banca, com nosso dinheiro. Então a divulgação é pela internet”, “Porque o que que acontece, no Facebook por exemplo, a gente usa não só pra divulgar pro público, mas pra gente se organizar internamente”, “é muito mais fácil você se manifestar online, né? O tempo é mínimo, você já está ali”.

Assim, aqui a internet é vista como: facilitadora na difusão da mensagem, por ser um recurso grátis e de livre acesso, levando inclusive à perda do controle da dimensão e de quem é atingido; plataforma formadora de uma rede de contatos, ainda que com pessoas desconhecidas no mundo off-line; uma forma de se comunicar, manifestar suas ideias, minimizar distâncias e organizar as atividades de grupos.

Levando em consideração todas as informações analisadas neste capítulo juntamente com as abordagens teóricas apresentadas inicialmente, a seguir será apresentada a conclusão, propondo um desfecho para esta pesquisa.

CONCLUSÃO

Iniciamos a conclusão com a recapitulação do que foi visto neste trabalho. Como mencionamos anteriormente, a ideia de pesquisa surgiu pela vontade de entender o atual cenário cultural de Brasília. Portanto, configurou-se como tema as mudanças de identidade cultural de Brasília e como hipótese central o fato do grupo formado por dois eventos, três projetos e um blog estarem influenciando a transformação dessa identidade cultural a partir das ações promovidas por eles. Assim, a suposição era de estar-se configurando uma projeção coletiva de desejos, compartilhamentos de experiências motivadas por inquietações dos moradores da cidade e pela intenção de busca por identidade própria. Essa representação da cidade configura uma Brasília imaginada, cujas características próprias são vistas de acordo com as experiências compartilhadas pelo imaginário de cada grupo.

Assim, a intenção foi mapear as representações relacionadas à identidade cultural na Brasília imaginada por esse grupo selecionado. Os objetivos iniciais eram: identificar algumas dessas mudanças; mapear as inquietações dos moradores da cidade relacionadas ao cenário cultural; compreender qual é a Brasília imaginada por esse grupo; conhecer as diferenças e semelhanças entre o Plano Piloto e as outras Regiões Administrativas do Distrito Federal; e, dessa forma, promover o conhecimento e incentivo à cultura em Brasília inspirando e motivando novos projetos.

Retomamos duas observações importantes sobre a identidade cultural: a primeira é que ela não pode ser vista como algo permanente, pois está em constante transformação em relação às formas de representação que escolhemos e que nos rodeiam; e a segunda é que é indispensável, por definir a posição do sujeito na sociedade em que ele está inserido. Juntamente com essas considerações, foi visto que as mudanças no cenário cultural de Brasília fazem parte de um movimento muito recente, o que reforça a impossibilidade de identificar com integralidade as suas características.

Sabendo que as identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir por meio de um sistema de representações, mostraremos a seguir as características da identidade cultural de Brasília, ou seja, as representações identificadas nesta pesquisa.

A partir das três análises feitas, pode-se concluir que os atores sociais desta pesquisa possuem a intenção comum de movimentar o cenário cultural da cidade, incentivando a prática de atividades culturais promovidas por eles e por outros grupos, transformando Brasília em uma cidade atrativa e de identidade cultural única. Essa intenção compartilhada foi vista no diálogo dos grupos no Facebook, onde foram mapeadas conversações (posts) que

mostraram apoio e incentivo mútuo entre eles. Nessas conversações foi frequente a divulgação de mensagens de incentivo à mudança, principalmente relacionadas às inquietações na cidade, como a Lei do Silêncio, a violência e a ocupação do espaço público de Brasília.

A influência desses atores foi comprovada com a observação e análise do comportamento online. Foi visto que, somando as curtidas de todas as páginas, eles estavam conectados com aproximadamente 30 mil pessoas e, durante um mês, fizeram 97 posts, dos quais 4257 pessoas curtiram, e 619 compartilharam. Isso mostra a abrangência das mensagens emitidas, comprovando em parte a hipótese gerada. O diálogo entre eles também foi visto pelas 21 interações registradas no período de um ano, das quais foram observadas somente relações positivas, mesmo que os laços formados tenham sido majoritariamente fracos e de curta duração.

Na análise da entrevista, pode-se delimitar com maior profundidade e pessoalidade quais as inquietações, percepções e intenções dos representantes dos eventos, projetos e blog. Foi consenso no grupo que as grandes distâncias, o aumento da violência e a dificuldade de aproximação entre seus moradores, intensificado pela estrutura da cidade, são representações negativas de Brasília. Nesse ponto, foram apontados tanto estereótipos que eles não concordavam quanto percepções negativas próprias, que geraram as inquietações que levaram à criação dos movimentos. Entre os estereótipos está a visão de Brasília como uma cidade política, ligada à corrupção e, portanto, formada por ladrões, tornando-a não atrativa para quem a vê de fora. Há também a imagem do brasiliense ser frio e o desejo universal por querer fazer concurso público. Entretanto, o grupo se posicionou contra essas imagens, desmistificando esses estereótipos negativos.

Quanto aos motivos que levaram à criação dos eventos, projetos e blog predominaram a intenção do incentivo cultural, a troca de experiências e algumas motivações pessoais, que era a sensação de orgulho, pró-atividade, ajuda ao próximo, criação de atividades-modelo para outras iniciativas e contribuição para mudança da cidade. Os efeitos gerados pelas atividades promovidas foram as mudanças culturais percebidas em Brasília, vistas pela difusão de mensagens positivas para a sociedade, compartilhamento de vontades para mudança e maior envolvimento dos moradores na cidade.

A partir dos elementos associados à identidade cultural compreendida por esses atores, pode-se caracterizar a Brasília imaginada por eles. Consiste em uma cidade com amplo e vazio espaço verde, caracterizado por elementos naturais como o ipê amarelo, a horizontalidade, o céu e a cor marrom da vegetação durante a seca, e cuja ocupação desse

espaço público se dá, cada vez mais, por atividades culturais gratuitas; com grande miscigenação e a multiplicidade cultural devido à ocupação da cidade por pessoas vindas de todos os estados brasileiros, fazendo com que a diferença seja vista como fator próprio e positivo da identidade cultural brasiliense; com elementos urbanos próprios que refletem a organização como uma cidade planejada, como a tesourinha, a Praça dos Três Poderes, o Congresso Nacional, o formato de avião e o Lago Paranoá; mas também cujo foco ainda é centralizado, levando Brasília a ser pensada somente como o Plano Piloto, atraindo pessoas pela cultura do concurso público e fazendo com quem já mora aqui queira sair por não valorizar a cidade.

Foi apontado repetidamente duas características da identidade cultural de Brasília, que é o fato de que ela está em momento de formação propulsionado por uma geração de brasilienses que se identifica como um grupo cujo objetivo principal é movimentar e valorizar a cidade; e que há a busca pelo resgate de hábitos que já existiam na cidade, mas que se perderam nos últimos tempos, principalmente quanto à ocupação do espaço público.

Aspectos únicos de Brasília foram ressaltados quando comparado a outras cidades, como a dinâmica das atividades culturais em espaços públicos, a arquitetura e organização dos espaços da cidade, em destaque a artificialidade do Lago Paranoá, e o sotaque formado por uma mistura de outros sotaques.

Vimos que a compreensão das práticas sociais em Brasília é indissociável do estudo de sua história, o que também apareceu como elemento importante no discurso do grupo. Sob essa ótica, falou-se sobre a ocupação do espaço público e a setorização das áreas da cidade, relacionadas à criação da cidade e responsáveis por alguns hábitos atuais. Em complemento, os atores falaram sobre as mudanças sociais e culturais notadas ao comparar Brasília hoje, com o que acontecia em outras décadas. Ressaltaram que o hábito de estar na rua e nos espaços públicos da cidade diminuiu consideravelmente (e agora estão sendo resgatados).

Quanto analisada a relação entre o Plano Piloto e as outras Regiões Administrativas, foram abordadas as características próprias de cada RA, como diferenças que marcam o imaginário cultural de cada região, mas que também compõem uma Brasília imaginada como um todo, pois entendemos ser necessário pensar as culturas regionais como criadoras de representações da diferença como unidade ou identidade. Assim, as diferentes culturas contribuem para unificar as diferenças numa identidade própria. Na ótica destes atores, há uma diferença bem delimitada entre a identidade cultural do Plano Piloto e das outras RAs, sendo apontado que as identidades das últimas são mais marcadas e fáceis de identificar. Por outro lado, eles veem uma necessidade de maior integração e trocas entre essas regiões, afim

de descentralizar a imagem de Brasília como o Plano Piloto e valorizar elementos culturais presentes ao seu redor, que as vezes até os próprios moradores das RAs não conhecem.

As mídias sociais foram vistas como fundamentais no processo da formação dessa identidade cultural, o que vai ao encontro do que foi abordado nas análises online. Os atores apontaram como características predominantes: a difusão da mensagem, por ser um recurso grátis e de livre acesso, levando inclusive à perda do controle da dimensão e de quem é atingido; a formação de uma rede de contatos, ainda que com pessoas desconhecidas no mundo off-line; a facilidade em se comunicar, manifestar suas ideias, minimizar distâncias e organizar as atividades de grupos.

Portanto, a hipótese levantada é comprovada, ao passo que foi visto estar se configurando um compartilhamento coletivo de desejos, projeções e experiências, motivadas por inquietações e pela intenção de busca por identidade própria dos seis atores sociais desta pesquisa. A abrangência das interações no Facebook indica, também, que essa Brasília imaginada é compartilhada por muitos outros moradores da cidade, em amplitude imensurável nesta pesquisa, devido à perda de controle da difusão da mensagem no ambiente online.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. 336 p. Tradução de: Denise Bottmann.

BÉU, Edson. **Os filhos dos candangos**: Brasília sob o olhar da periferia. Brasília: Universidade de Brasília, 2013. 144 p.

BONINI, Luiz Alberto; ENDO, Gustavo de Boer. **Design thinking: uma nova abordagem para inovação**. Disponível em: <http://www.sementeestrategica.com.br/wp-content/uploads/downloads/2011/12/INOVAÇÃO-Design-Thinking_pt.pdf>. Acesso em: 29 de outubro de 2014.

CALIL, Carlos Augusto. Sede de cultura. In: COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Imaginários culturais da cidade**: conhecimento / espetáculo / desconhecimento. In: COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CARPINTERO, Antônio Carlos. Brasília, patrimônio de quem?, 2010 [Mimeo: original fornecido pelo autor].

COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____. A cidade e os avatares da cultura. In: COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

COSTA, Cláudia Wagner. **Welcome to Brasília**: Blog sobre Brasília para turistas estrangeiros sob o olhar de uma brasileira. 2013. 89 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Audiovisuais e Publicidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

DE SÁ, Sergio. **50 modos de armar uma identidade**. In: CATALDO, Beth; RAMOS, Graça (Org.). **Brasília aos 50 anos**: Que cidade é essa?. Brasília: Tema Editorial, 2010. 256 p.

FACEBOOK, **Declaração de direitos e responsabilidades**. Disponível em:
<https://www.facebook.com/page_guidelines.php>. Acesso em: 12 de setembro de 2014

_____. **Informações básicas sobre Páginas**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/help/281592001947683/>> Acesso em: 30 de setembro de 2014.

_____. **Página do Espaço Cultural Mercado Sul**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/EspacoCulturalMercadoSul/timeline>>. Acesso em 5 de agosto de 2014.

_____. **Informações básicas sobre o Facebook**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/FacebookBrasil/info>>. Acesso em 02 de outubro de 2014

_____. **Página do Mapa Gentil**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/mapa.gentil?fref=ts>>. Acesso em 30 de outubro de 2014

_____. **Página do Ocupe o Lago**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/ocupeolago?fref=ts>>. Acesso em 30 de outubro de 2014

_____. **Página do Ossobuco**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/Ossobucobsb>>. Acesso em 30 de outubro de 2014

_____. **Página do Picnik**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/PicnikNoCalçada?fref=ts>>. Acesso em 30 de outubro de 2014

_____. **Página do Pilotis**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/ProjetoPilotis?fref=ts>>. Acesso em 30 de outubro de 2014

_____. **Página do Quadrado Brasília**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/QuadradoBrasilia?fref=ts>>. Acesso em 30 de outubro de 2014

FEDERAL, Câmara Legislativa do Distrito. **LEI N° 4.092 (Lei do Silêncio)**. 2008. Elaborada por: Deputado Wilson Lima. Disponível em:

<<http://cidadaoecologicobrasiliense.files.wordpress.com/2011/05/lei-df-4092-2008-controle-de-poluic3a7c3a3o-sonora-df.pdf>>. Acesso em: 5 de outubro 2014.

FEDERAL, Companhia de Planejamento do Distrito. **Indicadores de Desigualdade Social no Distrito Federal**. 2007. Disponível em: <http://www.unfpa.org.br/Arquivos/ind_df.pdf>. Acesso em 26 de setembro de 2014.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GADELHA, Tássia Rodrigues. **#ÊTAPRESIDENTAMARAVILHOSA: uma análise da página Dilma Bolada no Facebook**. 2013. 118 f. Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Audiovisuais e Publicidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. Tradução de: Plínio Dentzien.

GUAZINA, Liziane Soares. **Os escritores e a cidade: representações de identidade cultural na capital do Brasil**. Brasília, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Dp&a, 2006.

_____. **Quem precisa da identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathyn. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

HOLSTON, James. **Cidade modernista: uma crítica de Brasília e sua utopia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. Tradução de: Marcelo Coelho.

KHOURI FILHO, Antonio et al. **Anuário do DF 2013: Uma radiografia do Distrito Federal e suas 31 Regiões Administrativas para o fomento do desenvolvimento econômico e social**. Distrito Federal: Mark Comunicação, 2013. 263 p. Disponível em: <<http://www.anuariododf.com.br/downloads/>>. Acesso em: 20 set. 2014.

KUBITSCHKE, Juscelino. **Por que construí Brasília.** 2. ed. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002. 477 p. (Coleção Brasil 500 anos).

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** 21. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (Org.). **As janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2001. 280 p.

PASCUAL, Jordi. Ideias-chave sobre a Agenda 21 da cultura. In: COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade.** São Paulo: Iluminuras, 2008.

PAVIANI, Aldo. **A conquista da cidade: movimentos populares em Brasília.** 2. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2010. 324 p. (Coleção Brasília).

_____. **Brasília 50 anos: da capital a metrópole.** Brasília: Universidade de Brasília, 2010. 490 p.

_____. **Brasília, ideologia e realidade: espaço urbano em questão.** 2. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2010. 392 p.

_____. **Urbanização e metropolização.** Brasília: Universidade de Brasília, 1987. 256 p.

PESSOA, Mirella Ramos Costa. **Representação e Identidade Cultural Brasiliense na Marca BSB Memo.** 2013. 97 f. Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Audiovisuais e Publicidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

Portal do Observatório da Imprensa. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira.** 2014. Elaborada por: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>>.

Acesso em: 15 de setembro 2014.

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede: Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

_____. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathyn. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

Site da Fundação Bunge. Glossário de termos essenciais sobre projetos de responsabilidade social, educação e memória empresarial. Disponível em: <<http://www.fundacaobunge.org.br/biblioteca-bunge/glossario/>>. Acesso em 10 de agosto de 2014.

Site de Significados. Definição do termo *Hipster*. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/hipster/>>. Acesso em 23 de agosto de 2014.

Site do Anuário do DF. **Dados de Demografia do Distrito Federal**. Disponível em: <<http://www.anuariododf.com.br/radiografia-do-df/demografia/>>. Acesso em 8 de setembro de 2014.

Site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Síntese das informações demográficas do Distrito Federal**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=df>>. Acesso em 12 de setembro de 2014.

SOUZA, Juliana Cristina. **Brasília Experiência Humanística: um relato de como viver a cidade**. 2013. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Audiovisuais e Publicidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

TEIXEIRA, João Gabriel. **Brasília 50 anos: arte e cultura**. Brasília: Universidade de Brasília, 2011.

VASCONCELOS, José Adirson de. **As cidades satélites de Brasília**. Brasília: Edição do Autor, 1988. 372 p.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença:** uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e Diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2009

APÊNDICE A – Tópico guia da entrevista em grupo

A partir do pressuposto de Brasília como uma cidade imaginada, ou seja, que a imagem da cidade é formada por quem a imagina, o objetivo principal é ver como esse grupo de atores sociais de incentivo cultural na cidade a veem.

Assim, será verificado se há uma homogeneidade nas percepções de identidade cultural em Brasília, qual o papel deles na construção de uma identidade cultural e quais as influências da internet nesse processo.

Para ordenação por relevância e para um possível monitoramento do tempo, as perguntas foram separadas em duas categorias: as imprescindíveis e as complementares. A ideia observar o desenvolvimento do debate em grupo e foram planejadas duas possíveis situações. Na primeira, as respostas seriam mais sucintas, gerando o espaço para a inclusão de todas as perguntas; enquanto na segunda, os participantes iriam debater por mais tempo e por isso seriam feitas somente as perguntas marcadas como mais relevantes.

• **Introdução**

- Apresentação da pesquisadora, Cíntia Nani (eu) e da entrevistadora, Fernanda Gomes;
- Informar sobre procedimento (formato de perguntas/respostas, tempo de duração – 2h total e cerca de 10 minutos para cada resposta, lanche, possibilidade de sair, importância do grupo, agradecimento)
- Falar os objetivos da entrevista;
- Informar sobre os critérios de escolha do grupo; Foram, não respectivamente:
 - Propor e realizar mudanças frente a alguma inquietação relacionada a Brasília;
 - Ter a preocupação com a valorização e cuidado com a cidade;
 - Não infringir leis e normas ou prejudicar terceiros;
 - Ter entre os objetivos principais a interação entre os moradores e Brasília ou entre os moradores entre si, preferencialmente com conteúdo ou atividades de cunho cultural e explorando a ocupação do espaço público da cidade;
 - Não ter sido criado prioritariamente para fins lucrativos. Em outras palavras, o grupo pode ter interesse financeiro mas deve ser acessível, ou seja, a participação nas atividades ou acesso ao conteúdo deve ser grátis;
 - Ter surgido em Brasília;
 - Ter participação ativa e intensão de continuidade;)
- Passar a palavra para a entrevistadora que irá fazer os próximos passos;
- Pedir para que se apresentem brevemente e falem um pouco do projeto (motivações que levaram a criação, quando começou, a quem se destina, como funciona, qual a frequência);
- Iniciar as perguntas.

• **Perguntas-guia**

1. De que forma vocês acham que os projetos contribuem para o cenário cultural de Brasília? (Livre resposta, o que vier na cabeça).
2. Como vocês percebem a Identidade Cultural de Brasília? (Se alguém de fora perguntar como é a cultura de Brasília, o que fariam?)
3. Quais são os símbolos, imagens, ideias que vêm a cabeça quando você pensa em Brasília?

(Se tiver passado mais de 35 min, pular para a 5, senão seguir a ordem)

4. O nosso imaginário é uma representação simbólica do que ocorre, mas é também um lugar onde se manifestam insatisfações, desejos e buscas. Quais são as insatisfações, desejos e buscas relacionados a Brasília?
5. Como vocês acham que outros moradores veem Brasília? Quais outras perspectivas da cidade?
6. De que forma a criação de Brasília como uma cidade planejada pode influenciar na identidade cultural hoje em dia?
7. Existem diferenças entre quem mora em Brasília e os moradores de outros Estados brasileiros?
8. O que caracterizaria a cultura de Brasília como diferente da cultura de outras cidades?

(Se tiver passado mais de 85 min, pular para a 10, senão seguir a ordem)

9. A fusão entre diferentes tradições culturais é uma poderosa fonte criativa, produzindo novas formas de cultura. Como a presença de pessoas de diversos lugares do país influencia na identidade cultural brasiliense?
10. Vocês percebem se há uma demanda por uma identidade cultural própria em Brasília?
11. Quais os pontos positivos e negativos da presença dos projetos nas mídias sociais? (Dificuldades e facilidades em representar um projeto de forma online)
12. Existem diferenças na forma de imaginar a cidade estando conectado na internet e no mundo off-line? Caso sejam diferentes, esses imaginários se complementam? (Como as pessoas imaginam e acreditam que é a identidade cultural em Brasília)

(Se tiver passado mais de 130 min, avisar que falta só uma pergunta. Se tiver passado muito mais, encerrar a entrevista)

13. Quais as consequências da internet na identificação das pessoas com as identidades culturais (de forma geral, não só em Brasília)? Vocês acham que a tendência é a desintegração das identidades locais e a identificação por identidades mais universalistas e sem fronteiras geográficas ou há um reforço da formação de identidades homogêneas e delimitadas pela aproximação virtual?
14. Os elementos de continuidade e de formação histórica da identidade estão sendo questionados por conta da imediatez e da intensidade da globalização, principalmente pela internet. Sabendo disso, é possível de algum modo, em tempos globais, ter um sentimento de pertencimento a uma identidade única?

Encerramos a entrevista aqui. Gostaríamos de agradecer a presença e a participação de todos e lembrar o quão importante é para a pesquisa. *(passa a palavra para Cintia).*

Agora gostaria de saber de vocês, o que acharam das perguntas e se há alguma observação sobre o que foi ou o que não foi falado, ou sobre a proposta da entrevista. A opinião de vocês é muito importante.

APÊNDICE B – Transcrição da entrevista em grupo

Tempo de gravação: 1h58

Cíntia: Uma das ideias do meu projeto é o seguinte: como a gente não quer delimitar um conceito de identidade cultural (em Brasília) a partir da nossa ideia como um grupo fechado, eu vou usar a ideia de uma Brasília imaginada. Então, o que é isso? É o que esse grupo imagina sobre Brasília. O objetivo da entrevista é ver se todo mundo concorda ou discorda com essa imagem que estamos formando ou se são imagens diferentes sobre essa identidade cultural em Brasília.

Janaína: Qual é o título, desculpa?

Cíntia: Brasília imaginada: mudanças de identidade cultural da cidade. O projeto é meu mas eu trouxe aqui a Fernanda pra me ajudar, que vai ser a entrevistadora porque eu vou ficar como observadora, então eu vou ficar anotando e ela vai ministrar o tempo e as perguntas.

Fernanda: Então tá gente. Bom dia, meu nome é Fernanda, como a Cíntia me apresentou e para começar a gente queria que todo mundo se apresentasse, cada um fala seu nome, o seu projeto e explicar como ele está hoje em dia, o que vocês vêm do projeto, rapidinho só pra gente se conhecer melhor. Então, pode começar Thum.

Thum: Bom, eu sou o Thompson ou Thum, eu sou criador e orientador do *Ossobuco* e vou falar como a gente gosta de falar do *Ossobuco*. A gente acreditava que Brasília tinha várias histórias legais e projetos interessantes que mereciam ser compartilhados e não ficar em um nicho só, porque as vezes era tudo muito “nichado” mesmo, poucas pessoas conheciam e de repente alguém descobria e falava “nossa! Não sabia que isso existia”. Então a gente falou “ah, vamos compartilhar esses conhecimentos interessantes com mais gente e dar um espaço para que mais pessoas possam ver e falar isso de uma forma interessante e assim que inspire outras pessoas a terem ideias, a colocarem seus projetos na rua, a conhecerem coisas novas. E aí a gente criou o *Ossobuco* – mais tutano para sua vida, que é um projeto mensal que acontece toda última segunda-feira do mês onde sempre quatro pessoas compartilham alguma história que normalmente tem muito a ver com sua história pessoal, com sua história de vida, e falas de 10 minutos. Ele acontece no Iguatemi já tem um pouco mais de 3 anos, 3 anos e meio. A Luísa já falou lá (risos). E é isso. Esse é o *Ossobuco*.

Janaína: A pessoa só têm 10 minutos para falar?

Thum: Só. Aí como normalmente não são palestrantes, a gente tem uma tutoria, a gente pega pela mão mesmo, passa alguns conceitos, ajuda na construção da fala, trabalha um pouco a timidez das pessoas e acaba que a pessoa consegue falar e organizar a fala dela em 10 minutos para conseguir estar lá na frente. Então tem todo um trabalho antes também, para que não seja frustrante nem para o público nem para o palestrante.

Fernanda: Luisa, e você?

Luísa: Meu nome é Luisa, estou aqui representando o Projeto *Pilotis* que na verdade, não sou só eu. Ele surgiu por criação de três pessoas, eu a Deborah e o Guilherme, mas a Deborah tá viajando e o Guilherme não faz mais parte do projeto. Foi um projeto de graduação, surgiu com a nossa monografia, mas acabou de estendendo muito além da nossa formação. Tanto é que a gente formou já faz mais de ano e o projeto continua.

Janaína: Foi projeto da arquitetura?

Luísa: Desenho Industrial. O Projeto *Pilotis* é uma forma de colocar as pessoas que têm interesse em comum em contato a partir do princípio de que Brasília tem esse estereótipo frio e difícil de conhecer o vizinho. Bem por essa deficiência da proximidade com o vizinho e a falta de espaço para esse contato ao acaso, na rua mesmo, pela própria organização e planejamento urbano da cidade. Então a gente começou com o projeto como uma tentativa de modificar isso. Acho que tem bem a ver com o que você (Cíntia) está procurando para a pesquisa.

Fernanda: Como é que funciona?

Luísa: Funciona no Facebook, pelo nosso projeto mesmo da monografia a gente apresentou uma proposta de site só que por questões financeiras não foi viabilizado colocar em prática o site que a gente montou. Então é um grupo no Facebook e a gente tenta dividir os temas sobre o que as pessoas têm interesse em compartilhar, essa é a nossa palavra chave, compartilhar diversas coisas, as vezes uma coisa material, algum tipo de atividade, algum tipo de encontro. Então assim, é muito diverso e vai se adaptando ao longo que a necessidade das pessoas vão surgindo. Então a gente até pensou que seria mais pra um tipo de coisa e acabou indo para um outro lado porque ele é bem orgânico, é adaptável ao modelo de sociedade, que no nosso caso é o brasileiro. Então é um grupo no Facebook e os alcances dele estão fora do que podemos mensurar porque as pessoas acabam entrando em contato umas com as outras, por inbox, alguém tá vendendo ou doando alguma coisa e colocam foto. Ali é o ponto de partida do contato mas um e outro pode a partir dali se falarem por inbox e a gente já não tem mais essa noção de fato até que ponto aquilo está repercutindo.

Carol: Daí surgiram amizades, e uma coisa que eu acho muito legal no grupo do *Pilotis* é muito mais do que a venda, a compra ou a doação, é a coisa do empréstimo, sabe? Você precisa de uma coisa emprestada, você entra lá, pergunta se alguém tem pra te emprestar. É uma coisa tão óbvia e tão simples né? É muito legal.

Fernanda: Brigada, Luísa. E você, Carol?

Carol: Meu nome é Carol Nogueira eu tenho o blog *Quadrado*, junto com a minha amiga Dani. Tem dois anos e meio mais ou menos que a gente o criou e o blog surgiu para falar de Brasília. Na verdade a nossa militância naquela época era pela ocupação dos espaços públicos da cidade, para dar visibilidade pra tudo que a gente acha legal que acontece aqui e que na época era muito menos do que hoje. Existiam menos coisas e de repente a cidade explodiu de iniciativas de um tempo pra cá. Mas desde lojas, até os projetos de vocês, iniciativas de pessoas isoladas, a gente tinha vontade de escrever sobre essas coisas, a gente sentia uma carência muito grande nos meios de comunicação da cidade mostrar a cidade que a gente via que existia, e o potencial que a cidade tinha pra viver de um jeito diferente, pra se libertar um pouco dessas coisas que as pessoas falam há anos, que não tem o que fazer, que Brasília não tem esquina, que é uma cidade em que se vive dentro de shopping. E chamar as pessoas para fazer parte de um novo modo de ver a cidade. Foi assim que surgiu e a gente fez um milhão de amigos que pensam como a gente, e é isso. A gente se considera um projeto bem em desenvolvimento porque a gente não tem um objetivo fechado com ele, a gente não sabe aonde quer chegar. A gente simplesmente se amarra em escrever e continua escrevendo.

Fernanda: E sobre a periodicidade, como é? Toda semana vocês escrevem?

Carol: No começo, logo que a gente criou, a gente fez um compromisso muito firme de escrever todo dia, de ter um post por dia. Mas isso durou, sei lá, uns seis meses, foi mais no começo do blog. Depois a coisa foi se tornando mais livre, as vezes a gente passa um tempão sem escrever e uma tá sempre tentando ajudar a outra. No ano passado eu publiquei um livro e eu fiquei com todo meu tempo livre voltado pra isso, e aí a Dani que assumiu o blog. Depois em outro período ela teve uns problemas pessoais e quem assumiu fui eu. Então a gente não tem nenhum tipo de stress com isso, sabe? É bem solto.

Fernanda: Legal. E você, Janaína?

Janaína: Então, eu quero começar distribuindo esse material pra vocês. Bom, o seguinte, o *Mapa Gentil* começou em 2012 com uma ideia inicial pequena. Eu trabalho com arte urbana desde 2001, há 12 anos eu faço parte de um coletivo chamado Entorno. Eu me formei em artes visuais e eu acabei nesse processo gostando muito desse contato com o público na rua. Acabou que eu fui cada vez menos pra espaços institucionais e me distanciei do palco, porque eu fui bailarina, me distanciei da galeria e comecei esse processo de ir pra rua. Em 2012, eu faço parte de uma associação cultural, que trabalha com bastantes projetos educativos e eu também sempre gostei de educação, fui professora durante muitos anos. Algumas associadas eram professoras de uma escola e a gente estava organizando um festival de cinema, a gente organiza o Festival de Cinema de Taguatinga. E aí a gente pensou “qual é o tema desse ano?” e surgiu o tema da gentileza. Foi o primeiro que surgiu. Aí eu resolvi montar um projeto de arte falando sobre a questão da gentileza, inspirado no Profeta Gentileza, mas como um projeto em que ao invés de eu fazer todas as intervenções, eu fizesse com alunos. Então o *Mapa Gentil* é esse projeto de criação coletiva unindo formação de jovens, formação de pessoas interessadas e intervindo na cidade. É um projeto que estimula a ocupação dessa cidade com expressões artísticas como se a gente estimulasse que pessoas tomem conta dos espaços públicos, revitalizando, resignificando. Então o *Mapa Gentil* foi crescendo a medida que eu fui também fazendo rede. Eu comecei a convidar artistas de arte urbana também para dar essas oficinas. Eu vejo assim: o *Mapa Gentil* é um projeto de arte e educação, de arte urbana, mas ele tá se tornando cada vez mais uma rede que possa integrar outras ações. Já tô começando a ver que ele não é só arte, não é só educação. Tem uma demanda da própria cidade que pede “ah, a gente tá com um problema de bullying na escola, vem pra cá!”, “a gente tá com um problema de violência”. Então a gente tá começando a pensar nessas parcerias em relação à saúde, em relação a outras coisas. Então eu tenho visto o *Mapa Gentil* como uma rede de informação que partiu da estimulação da arte urbana nas cidades.

Thum: Vocês vão todos para o *Ossobuco*! Eu não consigo não pensar nisso.
(todos riem)

Marcelo: Bem gente, eu sou o Marcelo Ottoni idealizador e coordenador do movimento *Ocupe o Lago*. Tem uma história recente, começou esse ano e o insight para a criação desse movimento foram as manifestações que aconteceram no final do ano passado e uma que despertou muito um questionamento dentro do nosso coletivo. Que na época foi o rolezinho. E uma das bandeiras do rolezinho era a ausência de espaços públicos e pra gente que é atleta e que é usuário do Lago Paranoá e que tá vivendo na cidade desde que nasceu, a gente sabe que existem espaços públicos, eles não são utilizados da forma que deveriam. Acho que hoje a gente tá até conseguindo mudar esse cenário, é uma história recente que a gente está construindo. Inclusive eu deixo o registro aí: parabéns pela iniciativa! Acho que quem é de

Brasília e quem tá fazendo por Brasília precisa, uma vez por mês que seja, sentar e pensar que Brasília que a gente quer pro nosso povo. Na época o rolezinho nos despertou um questionamento muito forte de que a própria juventude não sabia quais eram os espaços públicos que existiam na cidade. E o Lago Paranoá, e eu sou adepto de muitos esportes no Lago Paranoá, é um lugar fantástico para você utilizar uma área pública e a partir dessa utilização você promover: esporte, saúde e qualidade de vida, preservação ambiental e principalmente uma conscientização sobre não só a importância do lago porque quando a gente trata do Lago Paranoá a gente tá tratando de todo o entorno de Brasília. Qualquer ação que acontece de devastação ou mesmo de um trabalho desordenado de ocupação territorial reflete no lago. O Lago já perdeu 15% da sua área e já tem pesquisa aqui da UnB que diz que o lago não vai existir daqui a 30 anos. Isso é fato que a gente tá matando todo o cinturão verde que rodeia Brasília e que mantém o lago vivo. A gente tá nesse calor infernal e sabe a importância do lago para a nossa sobrevivência nesse clima árido. O movimento surgiu primeiramente no virtual, a gente verificou uma grande quantidade de pessoas confirmando presença pra uma ação que a gente desenvolveu no dia 22 de março, Dia Internacional da Água. A gente convidou essas pessoas pra uma reunião presencial, “então vamos ver se isso que está acontecendo no virtual realmente é real”. Na primeira reunião foram 8 pessoas, na segunda foram 20, na terceira foram 40, na quarta foram 60 e a gente se viu na véspera do evento com 65 instituições mobilizadas: poder público, iniciativa privada, sociedade civil organizada. E com essa iniciativa que surgiu da internet, da rede social, a gente conseguiu, nesse dia 22 de março, retirar 22 toneladas e meia de resíduos do fundo do Lago Paranoá, com o auxílio do trabalho de mergulhadores. Foram 10 atividades simultâneas, em vários pontos do Lago, com Stand Up, canoagem, canoa havaiana. E o mais interessante disso tudo é que a projeção dessa iniciativa foi muito boa. A imprensa gosta de ouvir e dessa forma a gente consegue atingir aquele objetivo de sensibilizar as pessoas e dizer “poxa, Brasília é mais do que isso que está sendo pensado”. A gente precisa fazer isso principalmente de forma agradável, a pegada do movimento é essa, é sensibilizar as pessoas de uma forma light, trazendo pro esporte. Depois disso, do dia 22, a gente teve uma grande participação na maioria dos eventos que aconteceram no Lago, como campeonato de canoagem, ontem mesmo na Semana Lago Limpo com outros parceiros. E a grande conclusão é que quando a sociedade civil junto com o governo e com a iniciativa privada caminham com o mesmo objetivo a gente consegue fazer muito com pouco. Só pra informar, nesse evento que a gente fez, o resultado que a gente conseguiu alcançar estaria com custo aproximado de 300 mil reais e a gente conseguiu fazer com 1500 reais coletados com chapéu. Então é um movimento permanente, a gente começou no dia 22 e já estamos planejando o dia 22 do ano que vem e pelo menos a cada 3 meses a gente tem uma iniciativa voltada pra promoção da saúde e qualidade de vida, meio ambiente e educação através do exemplo.

Fernanda: Legal. Então gente, vamos começar agora as perguntas. A ideia é que todo mundo fale, mas a gente quer uma coisa bem descontraída. A ideia é todo mundo falar a vontade. Vamos começar e se eu sentir que alguém não está participando muito eu vou incentivar, mas a ideia é que vocês, agora que todo mundo se conhece, conversem e debatam entre si.

Cíntia: E se tiver alguma dúvida sobre a pergunta, se vocês não tiverem entendido direito qual é o objetivo, podem questionar pra ficar bem claro.

Fernanda: Então vamos lá! De que forma vocês acham que os projetos de vocês contribuem para o cenário cultural de Brasília? Eu acho que muitos na própria explicação do projeto já até falaram, mas se alguém tiver alguma outra coisa pra complementar, gostaria que compartilhasse.

Carol: Cenário cultural?

Fernanda: Isso. Exatamente.

Carol: Então, eu acho que o Blog contribui dando visibilidade pros projetos culturais que acontecem. E projetos não necessariamente grandes e que tenham espaço na mídia tradicional. A gente tem interesse por tudo que é legal e mesmo que esteja começando, mesmo que seja uma coisa de poucas pessoas, mesmo que seja uma coisa que algum grande meio pudesse julgar incipiente. Pra gente, isso não existe. Se a iniciativa é legal a gente faz a maior questão de divulgar.

Luisa: Tanto é que o *Quadrado* foi o primeiro que divulgou o *Pilotis*!

Thum: Como o *Ossobuco* já existe há 3 anos e meio, uma coisa legal que a gente observou é que no começo a gente começou muito com ideias e conhecimentos. Na primeira edição foi um teste que a gente fez, um churrasco, eu falei sobre o sono polifásico, um amigo meu que é um outro organizador falou sobre formas de você escutar, alguns comportamentos diferentes que as pessoas têm e as diferentes formas de escutar, e uma outra menina falou sobre conversa de roda, e um outro cara eu esqueci sobre o que que ele falou. Mas assim, diversos conhecimentos de coisas interessantes que pouca gente sabia. E ai, aos poucos esses conhecimentos, coisas de tecnologia, estudos da UnB... aos poucos esses conhecimentos pararam de ser frequente no *Ossobuco* e começaram a ser projetos. Ai uma pessoa que tem um projeto, um blog, uma pessoa que fez uma viagem, uma pessoa que escreveu um livro e ai toda a história por trás disso. Um desafio, uma mudança de vida, uma pessoa que largou o concurso pra ir viajar. A gente foi vendo essa mudança. E hoje é basicamente uma espécie de autoajuda. É uma parada pra inspirar. São vários assuntos. Inclusive um menino já falou sobre o amor dele por pão de queijo de uma forma legal. O que a gente começou a ver é que aos poucos sem querer a gente foi ajudando a conectar pessoas e ajudando a trazer ideias novas pra que projetos surgissem. Então a gente chegou a lançar alguns projetos interessantes como o projeto 767, depois que ele falou no *Ossobuco* deu uma estourada no projeto, sem querer. Acabava que o sucesso que eles começavam a fazer começou a impulsionar o *Ossobuco* e ao mesmo tempo por ele ter falado no *Ossobuco* eles conseguiram ter uma serial, um vídeo e mais gente conheceu, e o projeto deu uma estourada por um tempo mas hoje ele não existe mais. Então a gente enxerga isso e acha muito legal participar tanto tempo disso sendo meio que embrionário ou despertar uma faísca de vários projetos e começar a unir uma conversa, um encontro depois. A gente sempre tem o coquetel depois do evento que as pessoas conversam. Então é uma coisa que a gente percebeu e tem orgulho de participar. Sempre converso com os outros organizadores e falo “imagina daqui a 15 anos a gente olhar e falar: que massa que a gente conseguiu fazer parte disso”.

Janaína: Vocês registram?

Thum: A gente grava todas as falas. Eu tô numa dívida com o evento porque eu que edito os vídeos e tem umas oito edições que eu não coloco no ar porque eu preciso de tempo pra editar. Mas eu tô voltando a editar e vou ver se tiro esse atraso. As primeiras edições foram edições legais mas nem tanto pela dificuldade que eu falei de as vezes as pessoas se organizarem em 10 minutos, no começo eram 7 minutos e depois passou pra 10. Então as pessoas tinham dificuldade em organizar e falar e isso fazia com o que palestrante as vezes não conseguisse passar o conhecimento e o público não gostava ou não entendia tanto. A

gente via que a pessoa tinha o potencial pra falar e não conseguia. E ai desde a edição que a Lu falou, a gente começou o método de treinar o palestrante, pegá-lo na mão. E a gente vêm aprimorando isso e os resultados das palestras ficaram bem melhores o pessoal começou a gostar mais, começou a encher mais o evento.

Luisa: Mas você acha que essas mudanças dos temas, que no início eram sobre alguns assuntos e depois começa a ser sobre projetos, tem a ver com a cidade ter mais projetos?

Thum: Eu acho que vai sendo criada uma rede, então no começo era muito a minha rede de contatos e a rede de contatos dos outros organizadores. E ai teve uma hora que isso acabava. Mas como essa rede de um ou dois níveis dava visibilidade ao evento, outros projetos ouviam e entravam em contato com a gente, então os projetos já existentes iam aparecendo mas eu acho que enquanto a gente criar essa rede mais coisas vão acontecendo. E eu acho que a gente ta em um momento de uma geração brasiliense, a segunda, terceira geração brasiliense que começou a resgatar umas coisas e ai uma pena a carol (do *Picnik*) não estar aqui porque o *Picnik* é muito isso assim. Quando a Júlia (outra organizadora do *Picnik*) falou no *Ossobuco* ela falou disso: que na década, sei la, de 70, tinham umas coisas em Brasília que pararam de existir, tipo cinema na quadra, que o pessoal fazia projetando na lateral do prédio sabe? Tinha aquela ocupação do espaço e eram umas coisas que pararam de acontecer porque a gente ficou meio que em uma geração que não era de Brasília e não tava tão engajada. E agora a gente está em um momento de querer valorizar a cidade mesmo, querer ocupar o espaço, querer fazer. Eu gosto muito de Brasília e vejo que muita gente parece que tá na mesma vibe, de querer valorizar, de querer ocupar, de querer transmitir e alguma forma o amor que tem por Brasília pra mais gente. Têm vários projetos legais. E eu acho que isso ajudou também, muita gente querendo fazer, algumas oportunidades de encontrar e essas coisas vão pipocando né? E o exemplo que eu dei do *Picnik* é que os projetos anteriores da Júlia eram sempre uma coisa de fora que ela trazia pra cá, uma festa mexicana por exemplo. E agora ela conseguiu fazer o *Picnik* que é uma feira com coisas de Brasília e pra ocupar o espaço e ai virou um evento com uma identidade de Brasília, não foi importado de algum lugar. E é isso que tem acontecido, cada vez mais em surgido coisas que são de Brasília. Então não rola mais “acontece em São Paulo e eu vou fazer aqui”.

Janaína: Então, sobre essa questão da Identidade, o *Mapa Gentil* provoca uma mobilização, mobilidade diferente. Isso é muito interessante porque a gente, pelo que eu saiba, é o único roteiro cultural que leva para as cidades. Ver Brasília como um todo, fora do Plano (Piloto). A gente tem um olhar pra fora do Plano. As cidades não são mais cidades satélites, elas são regiões administrativas e eles estão cada vez mais emendadas. Então essa experiência desse novo espaço, eu acho que é muito rico porque o projeto distribui as obras nas cidades e a última fase do projeto é levar a comunidade pra ver. Então a gente trata as cidades como uma galeria a céu aberto. A gente faz as escolas e comunidade fazerem esse deslocamento entre as cidades. O Plano ainda é muito centralizador. Então quando a gente faz essas visitas guiadas, os próprios moradores nem sabem que naquela cidade dele acontece aquilo. A gente faz as amarrações das próprias cidades, as pessoas que são do Plano Piloto vão conhecer esses outros espaços, sentir outras experiências urbanas, conhecer outros trabalhos, outro tipo de apropriação de espaço, outro tipo de identidade. A gente desde o primeiro ano, a gente ouvia coisas do tipo “mas eu fazer turismo em Samambaia?!”, “Como é essa coisa de fazer um passeio em Taguatinga, no Riacho Fundo, o que que tem lá?”. E ai a gente começou a perceber que ao invés de a gente colocar a obra em qualquer lugar, a gente começou a escolher perto de lugares onde desenvolviam ações gentis. Então por isso que a gente foi

aglomerando parceiros. Ao invés de fazer um muro qualquer, colocar em frente a um muro que seja ponto de cultura. Ai a gente aluga uma van, agenda escolas durante um mês, fazendo passeios com mediação, como se fosse uma galeria mesmo. A gente faz a mediação nas cidades. Esse ano por exemplo a gente estava no Jovem de Expressão, que é um lugar que é a Praça do Cidadão, que tem um movimento cultural muito grande, que tem aulas de Hip Hop, de dança, tem uma lan house gratuita, tem uma TV web, uma rádio comunitária. Ai os alunos “nossa, eu moro aqui a vida inteira e não conhecia esse lugar!”. Então a gente promove esse deslocamento. Quem é de Ceilândia e só vai ao Plano, começa a ir pro Riacho Fundo, a ir pra Samambaia. Tem essa formação que, mais do que conhecimento, a gente mexe muito com a cultura local. Por que, por exemplo, tem uns alunos que fizeram aula com a gente: um caso interessante, o da Thaiane. Ela fez aula com a gente e em uma dessas visitas, no caso em Samambaia, tinha uma pista de skate ela amou e começou a frequentar, está super skatista e agora ganhou um campeonato. A gente faz essas pontes. Tem uns alunos que foram e tão frequentando outros espaços. Essa mobilidade nas cidades é um caráter interessante de tratar o DF como uma galeria. Apresentar ações também como obra. Apresentar pessoas.

Fernanda: E como vocês percebem a Identidade Cultural de Brasília? Por exemplo, se alguém de fora perguntar: como é a cultura de Brasília? Como vocês responderiam? Qual é a identidade cultural de Brasília pra vocês?

Luisa: Eu acho que o que é passado muito é essa questão do Plano Piloto, né? Porque quando as pessoas falam de Brasília elas estão pensando no centro do DF, de quem mora aqui nas duas asas. E esse estereótipo que a gente assim “ah, é uma cidade fria” isso acontece completamente diferente nas regiões administrativas. Mas acaba que nossa publicidade o que reflete pra quem não é daqui é esse centro que é o Plano Piloto.

Thum: E não é verdade, eu acho um estereotipo tão injusto.

Marcelo: A gente sente também, né? Isso ai se a gente for analisar, até pouco tempo atrás a gente era carente mesmo de atrações culturais. Hoje, qualquer final de semana, mesmo as vezes sem ser impactado pelo jornal ou mídias sociais você passa no museu está acontecendo alguma coisa. E eu queria só voltar pra falar um pouquinho do Ocupe, de como é que ele colabora nesse processo de construção da identidade. Em 1980 eu tenho uma matéria no jornal que é muito interessante, a capa do Correio Braziliense, que tem um desenho dizendo assim: o lago fede. Ou seja, ainda existe na cultura principalmente das pessoas mais antigas de que o lago é impróprio para o banho. E se a gente analisar a balneabilidade do Lago Paranoá, ela é uma das melhores que existe. Então, acho que o movimento contribui para essa formação de identidade cultural desmistificando esse conceito de que o Lago Paranoá é esse ambiente poluído que não é mais hoje.

Thum: São pouquíssimos pontos que são impróprios para o banho.

Marcelo: Uma coisa interessante, ontem a gente fazendo uma atividade com presos em regime semiaberto que foram fazer a coleta de resíduos ao longo das margens. E ouvindo eles comentarem, foi interessante, eles falaram assim “poxa, mas eu tô fazendo isso mas isso não tem valor nenhum pra mim porque eu to limpando pra vocês”. Por que que as pessoas das regiões administrativas não podem vir até o Plano Piloto se beneficiar do Lago Paranoá? A gente cuida daquilo que a gente conhece, né? Inclusive isso foi uma estratégia que a gente adotou lá no Jardim Botânico de Brasília, nos últimos 3 anos eu estive lá na direção, e existe um projeto de passar uma pista, uma rodovia, no meio do Jardim Botânico. Isso vai acontecer

em algum momento. Eu acho que só não vai acontecer se em algum momento a sociedade se mobilizar pra barrar essa iniciativa que de certo deve vir acontecer ou surgir com mais força muito em breve. E a estratégia que a gente utilizou lá foi a mesma: vamos abrir pra visitação? Vamos aumentar a onda de visitantes consideravelmente? Ai o link até com o *Picnik* que aconteceu no Jardim Botânico. “Mas poxa, o evento não é muito grande? Vai ter capacidade e carga pra isso?”. E o que que gente refletiu: por mais que tenha um impacto ambiental a quantidade de pessoas que vai conhecer o local e vai ter um amor por aquele local vai ser muito mais positivo em uma perspectiva futura do que esse impacto imediato. Então, acho que a gente contribui com esse processo na medida em que a gente traz o olhar da sociedade pra conhecer aquilo que é único: um lago artificial como esse. Você vê fotos de Brasília antigamente e vê que esse lago surgiu do nada, realmente é algo que é nosso, e só nosso, então a gente precisa valorizar.

Thum: Voltando à construção de Brasília, tinha a quadra que a galera morava, a 108, sei lá, uma das primeiras que existiu, aí a galera ia pro aeroporto, o único que tinha era o da base aérea né? Não tinha o aeroporto que tem hoje. E aí ouvi falar que não tinha rua, não tinha nada. Você pegava o carro e fazia uma linha reta daqui pra base aérea. Não tinha lago, não tinha nada. Era só um filete de água, você passava por cima de uma tábua de madeira e chegava na base aérea.

Carol: Uma outra coisa, só pra complementar também é que quando eu falei em dar visibilidade pros projetos, eu acho que também existem algumas iniciativas que a gente tem que escrever e nem sempre os nossos posts são sobre projetos, coisas que existem. Muitas vezes são puras reflexões nossas mesmo sobre determinado aspecto da cidade. Sobre o quanto que a nossa classe média não anda a pé, por exemplo. A gente tá falando do Plano Piloto e isso foi uma coisa que impactou demais. Eu sou de Brasília, nasci aqui, cresci aqui e passei um tempo morando fora. E quando eu voltei pra cá eu fiquei muito chocada em ver como que o Plano Piloto é habitado por duas categorias completamente separadas de pessoas: uma classe média e alta que anda de carro e uma classe média baixa que vem trabalhar que anda a pé e de ônibus. É uma coisa que me impactou de uma maneira muito negativa. E uma das maneiras que a gente fala e busca muito contribuir pra essa reflexão, a gente sabe que é um blog conhecido numa classe mais alta, mais conhecido no Plano Piloto do que nas cidades. Alertar um pouco as pessoas pra isso, pra sair dessa segregação, sabe? E eu acho esse ponto aí da integração maior com as cidades uma dívida que Brasília inteira tem, que todo mundo que é do Plano Piloto tem, com o Distrito Federal de um modo geral. Na verdade, quando a gente discutiu o nome do blog a ideia já era essa, era sair da ideia do Plano, do avião, e pensar Brasília no *Quadrado*, como o Distrito Federal inteiro, mas é uma coisa que falta no nosso blog. E eu acho que falta de modo geral na cidade.

Janaína: Engraçado que essa coisa sobre identidade, eu sou nascida aqui, eu sou filha de *Pilotis*...

Marcelo: Todos são daqui?
(Resposta Sim, unânime)

Janaína: Então, eu passei a infância embaixo de *Pilotis*, brinco que sou filha do espaço, do espaço aberto. E aí quando eu fui pras cidades e fui começar a conhecer pessoas nas cidades, engraçado que hoje em dia eu vejo muito mais claro a identidade de Taguatinga, a identidade de Ceilândia, eles têm uma identidade muito peculiar.

Carol: Gama tem uma identidade muito própria. Principalmente por ser mais afastado.

Janaína: Eles têm muito orgulho. Meu companheiro é “taguatinguense da gema”. Ele reconhece taguatinguense. E agora eu consigo reconhecer taguatinguense, que é diferente de ceilândense, é super diferente. Então é engraçado isso. Eu sou do Plano Piloto e sempre fui muito fechada e quando fui tomar contato com isso, as identidades lá são muito claras e Taguatinga é emendada com Ceilândia. Inclusive tem até uma rixazinha. Taguayork, Ceilondres. (risos).

Thum: Até os 15 anos eu morei no Guará ai eu fui pra Minas e depois voltei pra Brasília e voltei pro Plano. Mas é interessante o que você falou porque no Guará, quando eu era moleque, eu andava normal porque é um bairro. As cidades satélites têm mais perfil de cidade. Quando eu vim pra cá (Plano) eu fiquei uns 3 meses sem carro. E eu morava em Juiz de Fora, e lá eu andava a cidade inteira, eu saía do trabalho, dava 5 ou 6 quilômetros todos os dias. Ai eu saía do trabalho e demorava meia hora e ia pra casa andando. Daí quando eu cheguei aqui, eu andava mas ai você começa a sentir umas dificuldades. São as dificuldades de Brasília que têm que melhorar e que já tem melhorado. Depois eu peguei o carro e fui morar perto do Park Shopping. Ai eu dependia muito do carro porque era ruim até de andar pro metrô. Era aquela coisa árida sem nem sombra, nem nada. Ai agora que eu voltei pro Plano, primeiro na 410, agora na 103 sul ai eu comecei a andar mais ali. Você vê uma galera andando, praticando esporte mas assim eu penso “gente, é fácil, anda até ali vai na padaria, pra que pegar o carro pra ir na comercial?”. E é super bonito, arborizado.

Carol: E mais, essa coisa de brasiliense da fila dupla que acaba comigo. A pessoa parar o carro na fila dupla na frente do lugar que ela vai. Gente, para na quadra e anda! Dá 50 passos que você chega lá, sabe?

Fernanda: Eu não sei se é uma coisa minha mas eu percebo que quem é de fora valoriza mais isso. Quem é de Goiânia, quem veio daqui de perto, diz “eu não vou pegar o carro pra ir na comercial, eu vou a pé”, pra sentir a cidade.

Thum: E as pessoas acham longe, mas não é. Eu tava morando na 905 quando eu cheguei aqui. Ai eu fui tirar a carteira de moto que eu não tinha ainda e eu tava pensando em comprar uma moto e não um carro. E era horroroso, eu sair da 905, pegar um ônibus, pra chegar no lugar onde eu ia ter a aula e moto, que é do lado do Mané Garrincha. Eu tinha que pegar dois ônibus, e não tinha sentido. Eu saía andando, eu cortava pelo meio do parque, dava uns 5 quilômetros em linha reta. Eu fazia em uns 20 minutos tranquilo, botava o fone, ia andando.

Janaína: Tem uma coisa que eu fico me perguntando. Voltando a minha história, eu morava na 208 e a gente era uma galera de 30. Eu passei dos 8 anos aos 18 embaixo do bloco, a gente fazia até churrasco no parquinho. A gente brincava a tarde inteira. E eu fui uma criança que não joguei vídeo game, não ficava vendo tv. Eu era de bloco. Tipo assim, vamos jogar bete, vamos andar de skate. E de repente, para a geração do meu irmão que é 4 anos mais novo que eu ele pegou o resquício disso. E de repente as crianças sumiram debaixo do bloco. Eu acho que assim, esse movimento agora de ocupe a cidade, ele ta dentro do mundo.

Carol: É, é uma “desencarentização” da cidade.

Janaína: Ai eu fico pensando “gente, será que realmente existe essa violência que eles estão preocupados?”

Carol: Será que foi violência? Eu acho que não.

Janaína: Eu acho que não foi. A gente não ouviu muitos casos de violência pra ter sumido esse público debaixo dos blocos assim. Que eu acho que agora, essa geração que está falando “vamos voltar pra rua”. Teve isso, nos anos 80, 90 todo mundo tava embaixo do bloco. Eu acho que teve uma coisa assim, na minha época, eu lembro de ter um “down” nisso, que tava muita briga das gangues.

Carol: Ah, teve!

Janaína: Eu lembro que teve um abafamento aqui da galera da asa norte que brigava muito. Mas aí disso sumiram, mas voltando à pergunta da identidade, eu acho que isso talvez tenha dado uma freada na formação de identidade do Plano Piloto. Que não aconteceu nas cidades. Porque lá tá mais claro essa identidade lá. Então acho que isso deu uma dispersada e aí procurando uma identidade, a galera foi fazer a arte, cultura, foi estudar.

Carol: Eu acho que tem um conjunto de coisas. Talvez tenha a coisa também dessa cultura do concurso público, que atrai muita gente de fora de Brasília pra cá.

Luisa: Esse é um dado que vi lá no *Pilotis*. Eu não tinha noção do tanto de gente que chega aqui.

Carol: O concurso público tem um salário alto, são as pessoas que vem morar aqui em Brasília, aqui no Plano Piloto, não conhecem ninguém. E que se enfiam dentro do carro e vão viver a vida desse jeito. Então eu acho que talvez esses 10 anos que a gente passou fora da rua aqui em Brasília, tem a ver com isso também. Tem a ver com essa invasão de gente de fora que veio e que bagunçou o nosso coreto. Quem somos nós? Cadê nossas crianças? Cadê as crianças que nasceram aqui? Isso ficou meio dispersado e que de repente agora estão aí.

Thum: Eu tô a 5 ou 6 meses morando na 103 sul e tem duas quadras do lado do meu prédio. E eu tenho visto que elas são muito ocupadas, a galera joga bola e tal. E embaixo do bloco tem umas crianças que brincam ali. Então acho que já é o começo de um resgate desse hábito que a gente tinha. E uma coisa interessante até que o Marcelo falou de “a gente cuida do que a gente conhece”, tem uns estudos que mostram que quando algo está bem cuidado a tendência é que você cuide mais daquilo, que você se preocupe mais. Tem até um estudo que fizeram colocando carros de polícia em Nova Iorque, um num bairro pobre e outro num bairro rico. No bairro pobre estava todo detonado, abandonado e no bairro rico ele estava intacto. Aí você se pergunta “Cara, por que?”. Aí vem o pensando que mesmo sendo num local mais pobre não é por causa disso que isso vai acontecer. Se você cuida, pinta, deixa bonito, a galera quer manter aquilo daquele jeito. Imagino que nos seus murais (para Janaína) as pessoas cuidem daquilo.

Janaína: É interessante isso. A gente do *Mapa Gentil* ficamos muito nessa história, tem um discurso lá com eles assim: bom, não fique esperando o governo se sua praça está quebrada. Em geral, essas cidades já estão muito degradadas, então a gente traz essa noção de pertencimento. O espaço público é de todos, não é do governo. Porque tem muito isso em Brasília e no Brasil em geral. Essa questão do espaço público, tem uma coisa que é a área pública é do governo, não é meu, não me pertence. Então a gente trabalha muito nisso assim: “Bom vamos ver lá no parquinho. Aqui só está precisando de um parafuso, vamos parafusar

esse banco, vamos pintar”. E brincar também com os problemas. A gente no primeiro ano trabalhou com 2 mil alunos e a gente pediu “fotografem o caminhos de vocês e mostrem pra gente o que vocês queriam ver de diferente”. A ideia é sempre que tenha sentido pra eles. Ai eles trouxeram os lugares mas eles trouxeram muito de dentro da escola. E é realmente a segunda casa deles. A escola está muito degradada. Eles estavam muito tristes porque a escola tinha cortado todas as árvores do pátio. Ai a gente fica brincando com isso. A gente fez uma carinha em cima do toco da árvore. Tem um lugarzinho que sempre fica alagado em época da chuva, ai a gente fez o fundo do mar, ficou batizado como “o aquário”. Então a gente fica tentando ver de uma certa forma, sempre o positivo. Durante o processo criativo a gente fala da problemática. Mas a obra é sempre uma perspectiva de solução.

Thum: Vocês conhecem Guerreiros sem armas e o Projeto Asas? É um projeto do Edgard Gouvea, uma galera de Santos. Eles começaram porque rolou uma enchente no sul, em Santa Catarina eu acho, e ai eles estavam incomodados porque depois de um determinado tempo, começaram as doações mas depois de um determinado mês todo mundo esqueceu e ainda estava devastado lá. Estava todo mundo sofrendo. Ai eles se mobilizaram e criaram um site, uma plataforma e fizeram meio que um game e falaram “olha, se você quer só doar dinheiro, você é de um time. Se você quer meter a mão na massa, ajudar e fazer alguma coisa no lugar, você é de outro time...”. Ai ele organizou quatro grandes grupos e foi chamando gente pra se engajar nessa plataforma. E ai ele começou com um destaque, um engajamento de forma que ele conseguiu um grupo de, sei lá, 50 pessoas, na maioria estudantes. Eles viajaram pra Santa Catarina, plá ra região, tiveram um treinamento antes, uma coisa de integração, pras pessoas conhecerem e pensarem o que eles iam falar, se reuniram com as pessoas daquela comunidade pra ver exatamente isso: o que que eles queriam melhorar ali, o que que eles queriam consertar. E ai eles construíram uma ponte, reformaram uma praça, coisas simples, com os recursos que eles conseguiram. Eles conseguiram uma grande visibilidade na mídia e com isso eles conseguiram meio que recuperar um pouco a autoestima da comunidade que estava meio “poxa, já esqueceram da gente”. Não, vamos organizar umas coisas e melhorar e isso continuou depois. E ai essas equipes continuaram fazendo outras paradas e tal. Esse é o projeto Asas. Com isso eles lançaram o Guerreiros sem Armas que viajam em várias comunidades e fazem isso, com grupos menores e pra várias coisas. Eles já fizeram aqui em Brasília no próprio Plano Piloto, já fizeram em uma outra vez em alguma comunidade aqui de Brasília, não sei se foi na Cidade do Sol, não lembro. Mas eles vão em vários locais e ai você paga, tipo assim, e é uma taxa que eles cobram, sei lá, mil, 3 mil reais, não lembro... é uma taxa que tem que ser paga pra você ir trabalhar e obter essa experiência. Mas é uma experiência foda, porque os conselhos que eles passam e a oportunidade que você tem de fazer uma parada que é muito sensacional. Todo mundo que já fez fala que é incrível. Sempre que esse cara fala é incrível, o Edgar Gouvea. E é meio que isso sabe? Você fez isso no colégio e eu vejo que isso acontece aqui no Plano. Tem um cara que não vou lembrar o nome dele nem o nome do projeto agora, que ele tá fazendo horta na rua nas entrequadradas. E tem uns projetos de cuidar de entrequadra mesmo. E assim, você cuidar do que você gosta, do que é seu. E isso muda muito aquela comunidade ali, aquela região. Imagino que você viva muito isso e é muito legal. Você ter até contato com isso, você pode ter umas ideias interessantes.

Janaína: Essa coisa da autoestima é espetacular. Eu tenho algumas experiências do projeto, com essa questão da autoestima que dá uma guinada. Porque assim, principalmente na fase de levar a comunidade, levar outros alunos pra verem a obra dos meninos, que tão na rua, é fantástico. Os meninos ficam muito apoderados. Tem até uma frase de uma das meninas durante a oficina que colocou “eu me sinto infinito”. A gente vê nos grafites deles, “você pode fazer a diferença”, “a revolução é você”. São obras que eles fizeram. Eu tenho umas

fotos que eu coleciono deles, fotos de perfil do Facebook. Tem um menino que é muito engraçado. A gente viu as fotos do jeito que ele entrou no Mapa e o visual se modificando, totalmente. Depois que entrou no Mapa ele vai se colocando diferente. No final, ele está todo cheio de *piercing*, e ele chegou super *nerd*. E no final foi fantástico, ele virou metamorfose. Ele agora está brincando com a imagem dele, com a identidade dele. Você vê que é um jovem que está procurando e tal mas ele está brincando com isso. E aí a gente até brinca “ih, tá a um mês no Mapa e já está se transformando”.

Thum: Não sei se eu estou certo, mas de repente é legal até um trabalho de registro e de observação, que já deve acontecer, que é um pouco disso: a transformação através da arte que é feito nos murais e o tipo de mensagem e esse tipo de coisa que acontece. Eu tive oportunidade, eu tive uma sorte danada quando eu fui pra Los Angeles, eu conheci um cara. Fiquei hospedado na casa de uma menina e o namorado dela era um sociólogo e ele falou “você tem pouco tempo aqui eu vou te levar pra uns lugares que ninguém vai. Porque Hollywood todo mundo vai. Eu vou te levar nos bairros latinos e negros de Los Angeles”. E aí ele me levou em Walls e em Compton que é uma cidade. E aí a gente foi passando e ele foi me explicando tudo “esse bairro aqui é só negro”, “esse pedaço desse bairro aqui é só latino”. Aí tem um muro que tem um grafite que conta toda a história da segregação da década tal até a atualidade, que é um grafite que vai se construindo. Aí tem um colégio que rolou uma chacina e aí tem o nome de todo mundo que morreu, um grafite do Malcolm X. E eu, braquelo, desci e todos os negões começaram a olhar, “ele só pode estar perdido”. (risos) Mas é uma curiosidade porque a gente não está acostumado. Era um bairro que não tinham brancos, você não via um branco. E aí a gente ia, e olhava, mas teve um momento que ele falou “vamos vazar porque a galera vai vir tirar satisfação que você está fazendo aqui”. A curiosidade pode ser uma curiosidade meio agressiva. Quando a gente foi passando tinha uma mulher no celular e gritou “o que que você está fazendo aqui?”. Enfim, mais aí eu conheci uns registros históricos legais de transformação do bairro. Tinha um lugar específico, que era onde os latinos ficavam, que tinha um muro imenso na frente e os negros grafitaram mensagens pedindo mudança e pedindo voto, falando que “o bairro é nosso”, “a gente precisa de vocês”. Porque os latinos que moravam ali não se importavam como bairro, e eles estavam de intrusos em um bairro negro. E os negros precisavam de uma votação específica que o bairro todo fosse pra melhorar algumas coisas. Então tinham uns grafites pedindo apoio dos latinos pra mudança. E aí em Compton, era uma cidade que era super pacata e aí começou a ter muita violência. E aí eu lembro de uma estação de trem que tinham uns azulejos com mensagens e depoimentos de moradores e aí falam assim “não sei o que está acontecendo com Compton, era uma cidade tão boa na minha infância. Vamos resgatar isso!”, “pra que que você vai atirar no seu irmão”. Eram mensagens de transformação. E hoje você vê que o bairro já está bem melhor. A diferença do subúrbio de Los Angeles, com Hollywood, é foda. Tem muito Licor Shop, muitas casas de bebida. E aí ele fala “onde tem violência e aonde tem armas, o pessoal cria Licor Shop, porque aí fica nesse vício de álcool”. E aí a sociedade começou a repudiar os Licor Shops, falando “não, fecha porque isso aqui atrai mais violência”. Eu estou comentando isso porque acho que é um trabalho que pode ser interessante de ser feito e de ser registrado, como parte desse turismo que você faz, que eu imagino que deve ter muita coisa interessante, como eu vi lá e imagino que aqui tenha também.

Fernanda: Então gente, vamos voltar aqui. (risos).

Thum: Foi mal! (risos)

Fernanda: Não, foi super rico, foi bem importante. Mas voltando um pouquinho, tem uma pergunta que a gente quer fazer que é a seguinte: quais são os símbolos, imagens e ideias que vêm à cabeça quando vocês pensam em Brasília. Marcelo, por exemplo.

Marcelo: Memorial JK, Praça dos Três Poderes, Lago Paranoá, Congresso Nacional, o avião.

Fernanda: E vocês?

Luísa: Sol muito quente e muitos carros.

Janaína: Tesourinha, placa, ipê amarelo.

Thum: Céu!

Marcelo: O céu! O lago se confunde em determinado momento com o céu. O horizonte.

Thum: O que eu mais senti falta quando sai de Brasília era o Horizonte.

Fernanda: O que você acha Carol?

Carol: Espaço verde. Agora na seca a gente esquece um pouco porque tá tudo tão marrom. Mas o espaço verde nas entrequadradas que te dá uma visão do lago na Asa Norte. Tem bastante espaço verde aqui. As quadras, árvore, lugar pra correr, pra criança brincar.

Thum: o pôr do sol.

Fernanda: Visões bem diferentes, legal. E o que caracteriza a cultura de Brasília como diferente da cultura de outras cidades?

Thum: A cidade é diferente né? (risos)

Janaína: Ela é miscigenada. É a miscigenação da miscigenação. Eu acho que isso aqui é bem característico. Todo mundo aqui é filho de mineiro, de nordestino etc. Então eu acho que a gente se encontra num lugar que é muito misturado. Eu percebi isso quando eu fui pro Rio. Eu fiquei 5 anos morando no Rio e ninguém nunca acertava o meu sotaque. Perguntavam “você é baiana?”, “você é paulista?”. Então a gente já tem um sotaque que é uma mistura de sotaques.

Fernanda: Eu acho que sotaque todo mundo percebe né? A gente sente isso, você vai pra um lugar e nunca ninguém sabe de onde você é.

Carol: Mas sabe uma coisa engraçada? Eu morei 5 anos fora e quando eu conheci um brasiliense lá, só de olhar pra ele eu sabia que ele era de Brasília. É abrir a boca você vê que é de Brasília. Ele falou “pode crer!” (risos)

Thum: Tem uma coisa do Guará né...

Janaína: Eles têm mais gíria!

Thum: É mas tem uma cadência! Como São Paulo tem uma cadência cantada, Brasília tem uma cadência cantada, mas algumas pessoas só! E eu percebo isso mais quando eu vou pras

idades satélites. É uma cadencia de falar que você diz esse é brasiliense! Qualquer lugar que eu ouvir isso eu sei que é de Brasília. De Brasília assim: do Guará, de Taguatinga, porque no Plano Piloto não é todo mundo que tem isso. Porque têm essa mistura maior de pessoas.

Luísa: Talvez a interação dessas pessoas das satélites com o Plano pode tirar um pouco do sotaque dessa pessoa que tá muito ali só na cidade satélite.

Carol: Uma coisa que eu acho que é uma característica de Brasília é um prazer que a gente tem, do ponto de vista cultural também, que eu sempre achei engraçado que é de gostar de ficar na rua em pé na porta dos lugares.

Fernanda: Esquentando!

Carol: É! Como a gente gosta disso!

Luísa: Não entra nunca né (no lugar que se está na porta)?

Carol: Eu vejo muito essa onda mais recente de programas ao ar livre de *Picnik*, de caminhão de comida, como uma apropriação de uma coisa que sempre existiu. No meu tempo a gente ia pro Gilberto Salomão e a gente ficava em pé sem fazer nada, olhando um pra cara do outro, conversando, vendo o povo andar na rua.

Thum: Isso acontece em outros lugares também.

Carol: Você acha que acontece tanto assim?

Thum: Eu morei em Minas, tinha uma rua que a gente não fazia nada! Ficava andando dum lado pro outro...

Marcelo: E quem ficava parado via os outros andar também, passando duas ou três vezes! (risos)

Carol: E a gente nem fica mais andando né? Como era no Gilberto Salomão na minha época. Quando eu morei fora não sei se as pessoas faziam tanto isso, as pessoas vão pra um lugar sentam e tal.

Thum: O que tá me incomodando é que tá rolando umas “chaturas” na cidade né? A Lei do silêncio. Ai rola o Piknic ali perto do lado e alguém vai lá e reclama. Eu acho meio sem noção.

Luísa: Eu acho que é essa identidade dos velhos chatos, que não querem fazer nada.

Marcelo: Intolerância.

Thum: Qualquer barulhinho. Ah, deixa, deixa acontecer!

Carol: Isso eu acho que tem muito a ver com uma certa nostalgia, “ai Brasília é assim, Brasília é um lugar tranquilo”

Thum: Sempre teve essas coisas né, mas agora acham que não pode ter mais o barulho. Não sabem viver em comunidade, “ah já me incomodou um mínimo eu já...”

Carol: E é uma cidade muito tranquila cara.

Marcelo: É eu acho que é muita intolerância.

Janaína: Eu morava numa comercial e ficavam reclamando do barulho de baixo. Eu falei “olha você não pode reclamar, você tá numa comercial, você escolheu morar aqui”. “Ah mas aqui tem de tudo” eu falei “Não, você está em um setor comercial, você que tá no lugar errado”. E cara você vê né, no Rio, por exemplo, é aquela zona o tempo inteiro na cabeça das pessoas e as pessoas são super acostumadas com aquilo.

Thum: Mas acho que é uma evolução de comunidade mesmo. Brasília é uma cidade nova. Esse senso de comunidade vai se criando e essa intolerância que vai acontecendo, as pessoas vão entendendo isso. Você compara inclusive comunidades mais antigas com comunidades mais novas no sentido de países mesmo, por exemplo, Inglaterra e Brasil. O senso de comunidade, de respeito lá é muito maior e muito por causa disso. A comunidade tem uma cultura já e no Brasil se você olhar a idade que o Brasil tem na mesma época lá são comportamentos parecidos assim. E Brasília é a mesma coisa, tem isso também.

Janaína: Eu acho que todos nós estamos nessa busca também, dessa formação dessa comunidade né. Tentando fazer ações coletivas. Isso é uma urgência que todo mundo agora acordou e vamos nos juntar, vamos criar espaços pra se juntar.

Thum: É exatamente, as pessoas aconteceram.

Janaína: Porque é essa coisa do setor né. Os caras criaram tudo setorizado. Funcionou em termos.

Marcelo: Mas eu acho que isso se deve, como Thum falou, ao fato de Brasília ser uma cidade recente formada a partir de influências de diversos estados e agora que a gente tá conseguindo ter pessoas que efetivamente são de Brasília, que vão ter filhos que são de Brasília e cujos pais também são de Brasília. Isso está sendo muito novo né. São poucas as pessoas que a gente conhece que é filho de Brasília e que tem os dois pais que são de Brasília. E a gente ainda tá saindo de um outro movimento que é de Brasília ser mais do que poder público somente, o Congresso Nacional, e ter uma cena econômica de prestação de serviço, de turismo, que mostra esse outro lado de Brasília e não somente a política. Eu fico muito chateado de ouvir quando a gente vai pra fora que “Ah, Brasília só tem ladrão!”

Thum: Até de pessoas que moram aqui e falam isso! Não cara, você tá louco? Me dá a mão que eu vou te mostrar! (risos)

Carol: Quando a gente era criança as pessoas ainda passavam as férias de janeiro fora, a cidade era vazia, as pessoas iam embora mesmo.

Thum: Eu tenho uma outra amiga de Uberlândia que está morando aqui, quase todo final de semana ela volta. Acho que foi o melhor conselho que já dei pra alguém na vida, eu falei pra ela assim: dá uma chance pra Brasília!

Cíntia: Mas sabe de uma coisa também? O movimento é muito recente. Quando eu estava no Ensino Médio, o meu primeiro ano, a maior inquietação da vida era “Brasília não tem nada pra fazer”. Ai foi mudando um pouco, já no terceiro ano e na faculdade a galera falava “Nossa Brasília já tá com um monte de coisa pra fazer”. Já foi mudando isso de uma inquietação por não ter nada na cidade e que por ter surgido um pessoal como vocês...

Fernanda e Thum: Agora tem muita coisa!

Janaína: Foi, foi bem dos anos 2000 pra cá. Porque eu saí daqui em 2002, me formei, fui pro Rio e vi que isso aqui começar a borbulhar. Eu vinha aqui e todo mundo falava “nossa quanta coisa tá acontecendo em Brasília!”. Em 2008 já estava explodindo.

Thum: Quando eu morei em Minas eu queria o tempo todo voltar pra Brasília porque eu gostei muito. Aí teve um determinado momento que eu não estava conseguindo voltar ai eu desisti de voltar pra Brasília. Falei “vou pra São Paulo, porque eu sou publicitário” e fui trabalhar com publicidade em São Paulo, distribui pasta, conversei com uma galera e tal, ai voltei pra Juiz de Fora, me dei um praz. Falei pro meu chefe: até o final do ano eu vou sair daqui e vou pra São Paulo independente de conseguir emprego ou não. Ai passou um mês uma agência em São Paulo me ligou e falou “Thompson, vamos te contratar, o trabalho é legal tem seu perfil, mas é pra ficar em Brasília! Fazendo Home Office em Brasília”. Ai eu falei “ah, então tá!” (risos)

Fernanda: Então vocês percebem que existe uma demanda por uma identidade cultural de Brasília?

Janaína: Sim, borbulhando.

Thum: Ela está se construindo.

Carol: Já está em formação!

Thum: Em 2010 existia a demanda e agora ela vem se construindo cada vez mais.

Luísa: Um ponto interessante do *Pilotis*, é que eu acabei conhecendo pessoas de ciclos sociais que eu jamais teria contato pela minha vida normal. Um monte de gente que não é de Brasília, a maioria.

Carol: Tem uma urgência dessa galera em conhecer isso né?

Luísa: É imediato isso. Quando chega na cidade, não conhece ninguém, e fala “cadê as pessoas? Eu saio e não vejo ninguém! Aonde estão acontecendo as coisas?”. E é porque eles não têm esse contato. E ai quando eles me conhecem perguntam “mas você é de Brasília? De Brasília mesmo? Nossa, eu moro a 5 meses aqui e nunca conheci um Brasiliense”. E eu achava um absurdo, pensava “como assim gente, eu conheço tanto brasiliense. Eles estão ai em toda parte!”. Mas vem do nosso ciclo: eu estudei aqui, eu trabalho aqui...

Carol: Isso é uma coisa que a gente pensa um pouco mas que é determina muito a vida da gente né? Com quem você convive? Você se mudou pra uma cidade como Brasília, você passou em um concurso público, você vai conviver com um monte de gente de fora, que acabou de chegar e isso vai determinar toda a sua vida e sua relação com a cidade. Depende

de você e depende de um canal e depende que você consiga encontrar esse canal. Porque você pode estar cheio de boa vontade e não saber como.

Thum: Tem uma francesa que falou no *Ossobuco* que conta a experiência que ela teve em Brasília. Ela acha Brasília incrível e muita gente de fora pergunta “como você acha Brasília incrível?” e ela diz “não cara, tem muita coisa pra fazer, tem muita gente legal!”. Mas por que? Porque ela chegou a conhecer uma pessoa certa que apresentou Brasília pra ela.

Janaína: É difícil chegar e conhecer aqui. Não tem muito espaço em comum. Não tem uma praia, por exemplo, em que tá tudo misturado.

Carol: Mas mesmo na praia. Você vai na praia do Rio de Janeiro, você vai ficar fazendo amigo ali na canga do lado?

Janaína: Ah, mas acontece!

Carol: Então do mesmo jeito que você faz amigo na canga do lado você pode ir pro parque da cidade e fazer amigo no piquenique do lado.

Janaína: Mas é muito mais difícil gente, olha só.

Carol: Não dá pra comparar. Quem nasceu e cresceu aqui nunca é alguém que não conhece ninguém.

Thum: Meus amigos todos são de 2010 pra cá. Todos. Assim, com quem eu convivo mesmo. E que eu conheci na balada, conheci no trampo, conheci no bar.

Janaína: Que conheceu na rua?

Thum: Conheci. Conheci no parque.

Luisa: Mas gente, mesmo na balada, se você conversa com a pessoa do nada, a pessoa estranha um pouco.

Cíntia: Você acha que essa é uma característica de brasileiro?

Carol: Não, eu acho que não. Eu morei em Paris durante 5 anos e eu não conheci ninguém aleatoriamente. No metro “oi tudo bom?”, ninguém nunca fez isso, ninguém nunca veio interagir comigo do nada. E eu não sou tão feia assim. (risos)

Janaína: Eu acho que tem uma culpa aí dos equipamentos urbanos aqui em Brasília. Se você vai prum parque os bancos são assim ó (gesto de que um do lado do outro). Se você está em um banco e tem um cara no banco do lado. Pra um dos dois ficar em pé e ir lá puxar assunto, é muito intimidador. Porque você vai em cidades, por exemplo, o Rio de Janeiro. Os bancos são paralelos. Tem um banco aqui e um banco na sua frente. Isso já promove um olhar diferente. Mesinhas de xadrez. Lá na feira central da Ceilândia...

Carol: Aqui em Brasília tem uns lugares também têm. Na quadra que eu morava, na 306 sul tem uma mesinha de pingue-pongue pra reunir a galera, reunir as crianças, uma descia e a

outra descia também. Era um negócio de agregação. Eu morava até o ano passado, eu via. Era uma quadra que promovia uma agregação, sabe?

Janaína: Mas não é em todas as quadras.

Carol: Eu descobri na quadra do lado da que eu moro agora, na 305 norte, tem uma churrasqueira no meio da quadra. Uma churrasqueira pública no meio da quadra. Eu fui lá com os meninos e tinha gente fazendo churrasco. Super legal. Eu acho que existem vários estudos que falam sobre isso: como os equipamentos urbanos aqui de Brasília segregam e convidam a separar as pessoas. Mesmo a divisão dos prédios em *Pilotis*, eu já vi muito sobre as diferentes prumadas. O fato de não ter uma entrada só, que force as pessoas a cruzar uma com a outra. Eu já vi muita gente falar sobre isso. Mas eu acho que ao mesmo tempo existem outros equipamentos públicos que estão disponíveis, as vezes até mais do que outras cidades. Em que cidade que a gente vê esse tanto de quadra de esportes no meio das quadras? Campinho de esporte, parquinho, cada quadra tem a sua. A gente tem muito equipamento público aqui em Brasília, no Plano Piloto.

Luísa: Mas os equipamentos urbanos não se sustentam por si. Eles têm que ser posicionados em um local que acontece diversas atividades. Porque o acontece “ah, várias pessoas brincando”, mas de que horas a que horas? Em horários específicos, porque lugares que tendem a ter um tipo só de atividade tendem a ser ocupados um só período do dia e ai fica completamente vazio, por exemplo, durante a noite. Ou então, a Lei do silêncio: as coisas fecham meia noite, uma hora da manhã e eles vão falar que o bar que vai causar a violência. E o fechamento do bar e ter tudo fechado à meia noite, uma hora da manhã no final de semana, aquilo que causa o perigo.

Carol: Brasília é perigosa de noite. Ou pelo menos dá a impressão de que é perigosa a noite.

Luísa: Eu que não uso carro, eu só ando de bicicleta. Quando escurece eu volto pra casa. É o meu toque de recolher porque eu sinto medo, porque é vazio. Eu em sinto completamente exposta.

Carol: É, a gente sente mesmo.

Luísa: Porque é vazio! Esse negócio do vazio de Brasília é uma coisa muito peculiar.

Carol: E esse negócio do vazio de Brasília é o que a gente passa pela questão da Lei do Silêncio hoje em dia e passa, voltando ao assunto que eu costumo provocar no site, pelas pessoas andarem na rua, cara! Pelas pessoas estarem na rua andando, de noite, de dia. Por que que a gente não anda na rua aqui?

Luísa: E a gente não precisa esperar a calçada. Assim, porque tudo bem que o governo não faz esse incentivo. Mas a gente não precisa do governo. É exatamente aquilo que você estava falando (para Janaína): eu for esperar melhorar a praça pra usar a praça? Não, vamos fazer com as próprias mãos. Então vamos se propor a andar do jeito que tá mesmo. Porque quando tem uma maior utilização disso ai sim depois que vem o olhar público praquilo. “Olha, várias pessoas estão usando”, ai rola um ponto de interesse. Mas só depois, tem que partir da gente.

Fernanda: Eu acho que as vezes a gente espera o outro fazer pra fazer também.

Carol: É, existe essa coisa. “Ah, dá pra ir de bicicleta pro trabalho”. Eu tenho três amigos que vão, agora eu vejo que dá pra ir então eu vou tentar ir também. E o blog tem esse papel. A gente faz o esforço pra mostrar pras pessoas, “sai dessa de dizer que não rola. Rola sim! Vai lá e faz!”.

Luisa: O maior desafio é você ter o carro e deixar ele na garagem. Você andar de ônibus. Conheço várias pessoas que andam de ônibus, às 11h30 da noite, tem que pegar um ônibus. Mas assim, não tem outra alternativa. Então a pessoa que fala “eu saio 22h do trabalho, é impossível ir de ônibus!”. Não, porque tem gente que sai 23h30 e não tem outro jeito e vai de ônibus, e é a única alternativa.

Marcelo: Eu acho que tem uma variável importante também. Eu me lembro quando eu era moleque, eu com 4 anos eu já descia de bicicleta sozinho.

Carol: Mentira! Eu como mãe posso dizer que com 4 anos você não descia sozinho!

Marcelo: 4 anos de idade! Eu lembro disse porque minha mãe um dia desses me questionou porque minha filha tá com 13 anos e a minha sobrinha com 10, iam descer sozinhas. E a gente ali pensando que elas iam pra não sei aonde. E ela disse “Marcelo, tu com 4 anos já descia!”. E era bete, corrida de tampinha, polícia e ladrão, bolinha de gude.

Carol: Eu estou no desafio agora. Os meus estão com 8 anos e eu estou começando a achar que já da pra descer sozinhos, será?

Marcelo: Já dá! Com o mínimo de monitoramento né? Bota o GPS no celular, fica lá de cima olhando.

Janaína: Estipula uma hora pra subir.

Luisa: O máximo de 6 andares do Lúcio Costa tem um motivo né? (risos)

Marcelo: Mas o interessante é que um dia desses, as duas que iam descer estavam lá mexendo no Ipad e eu falei “Pô, vocês só ficam ai nesse negócio. Não falam uma com a outra”, “Não, a gente tá conversando!”. Uma do lado da outra conversando ali. Então assim, tem essa questão da tecnologia que é algo recente e coincide com esse momento de Brasília também. E que agora está tendo uma reflexão mais aprofundada sobre “poxa, aonde é que isso vai dar? Vamos resgatar aquelas brincadeiras, aquelas atividades de rua”. E acho que tudo se soma nessa formação de identidade.

Carol: E acho que a gente tem um papel também de ensinar os filhos a jogar bete. As nossas gerações.

Marcelo: Vamos fazer uma grande oficina de bete? (risos)

Fernanda: Gente, então agora a gente vai falar mais um pouco sobre os projetos e as mídias sociais e a pergunta é a seguinte: Quais os pontos positivos e negativos da presença dos projetos de vocês nas mídias sociais?

Luisa: Então, o nosso projeto ele só existe por causa das mídias sociais. Várias coisas que se resolvem na internet mesmo. As vezes é uma indicação, só. Alguém está procurando um

professor de inglês, o outro vai e passa o contato. Então nem precisou ter o contato presencial. Mas foi satisfeito, o que a pessoa queria ela conseguiu. Mas assim, a nossa intenção é que do online passe pra presença real. Então que ali seja o primeiro contato, mas que o resultado vá além.

Carol: Mas eu acho que vocês são muito bem sucedidos com isso, Lu. Até porque o público de vocês é um público que tá afim de se encontrar.

Luísa: É, isso é bem característico mesmo. Quem leu a proposta e se interessou, quem está ali e pediu pra participar, já é um recorte da nossa sociedade de pessoas que estão afim. Bem esse tipo que você está falando, de querer uma mudança. Porque se você coloca uma proposta, as pessoas se identificam e elas só vão ali se realmente se identificaram.

Thum: No caso do *Ossobuco*, a gente não tem patrocínio e nem grana. Tem um gasto mensal que a gente banca, com nosso dinheiro. Então a divulgação é pela internet. Pra lembrar as pessoas, avisar o que vai ter. Porque se a gente tivesse grana a gente metia na TV, sei lá.

Carol: Eu acho isso uma coisa pra característica comum de todos esses projetos que estão aqui. É uma coisa eu tenho observado bastante também. Não são projetos profissionais, do ponto de vista de que todos nós aqui fazemos outras coisas das nossas vidas pra poder ganhar dinheiro. E uma outra característica que eu acho muito importante e muito interessante do ponto de vista da formação da identidade cultural de Brasília é o tanto que a gente tá afim. O tanto que o brasiliense está afim. De criar projetos, de criar oportunidades pra se encontrar, de criar oportunidades pra transformar a cidade. Porque não tem a ver com dinheiro. A gente não está fazendo isso pelo dinheiro. É obvio que cada um tem o seu ganho, cada um sabe qual é o seu ganho pessoal, a sua satisfação, ou que conheceu determinadas pessoas. Mas eu acho isso muito rico no atual momento de Brasília. Você vê o tanto que tanto gente tá afim de fazer.

(1h24) **Luísa:** E a gente tem que colocar essas pessoas juntas. Tipo aqui assim! Pro negócio ganhar força. (risos)

Thum: Acho que a gente podia fazer outros debates desse!

Marcelo: Eu acho também que foi só o início! Domingo essa hora sempre? (risos)

Janaína: Eu acho que essa coisa das redes, eu fico meio falando pro pessoal “gente, chega de rede social”. Porque os meninos vão entrando e a gente faz o *Mapa Gentil* uma coisa muito aberta. Então tem gente que fala “ah, eu fiz um twitter, eu fiz um não sei o que”, então a gente tem tudo: youtube, Facebook, site, twitter. E aí, tem uma coisa que assim, a gente está preocupado com essa identidade do projeto. Porque o que que acontece, no Facebook por exemplo, a gente usa não só pra divulgar pro público, mas pra gente se organizar internamente. Cada oficina monta um grupo fechado no Facebook porque os oficinairos colocam muita referência artística, muita referência de filme que não deu pra colocar na aula. Então a gente usa como uma plataforma educativa também. Como o *Mapa Gentil* faz também umas mobilizações de públicos muito diversos. Primeiro a gente chega em uma escola e a gente vai conversar com o corpo docente, que são os professores, a diretoria e tal. A gente abri ali um grupo, uma discussão. A gente está oferecendo oficinas pedagógicas com os professores, que se tornam multiplicadores. Aí tem uns alunos que participaram e depois tem o público, que vai pra fazer as visitas. E a gente tem promovido alguns concursos. Por exemplo, esse ano a gente fez um concurso que era: quem fotografasse uma obra do Mapa,

também colocando uma sugestão ou interagindo, a gente premiou as fotos mais curtidas sobre o projeto. Então a gente está tentando fazer cada vez mais essa interação via mídia. Ano que vem a nossa edição vai ser toda no metrô. A gente ocupar os carros, vagões, estações e túneis. E aí a gente vai fazer um aplicativo de dispositivo móvel que vai totalmente ligação com o site. A gente fez essa experiência em 2012, o pessoal fotografou muita obra dos metrô e a gente não conseguiu fazer esse elo. Aí ficava publicando no Facebook, uma ou outra. Então agora a gente vai fazer esse aplicativo que acho que vai aumentar essa plataforma de comunicação com o usuário. Então a gente vai tentar estabelecer um diálogo maior com quem está visitando. Como é na cidade a gente não sabe muito como as pessoas veem.

Thum: Você pode direcionar também. As vezes você coloca uma hashtag, a galera tem o costume de usar.

Janaína: É, a gente faz muito o uso de hashtags.

Thum: Porque aí você consegue mapear e com a hashtag a pessoa acha a origem. As vezes você vê uma parada e vê a hashtag e fala “ah, eu não sei o que que é”, mas aí você procura a hashtag e descobre que é o projeto tal.

Janaína: A gente desde do ano passado está usando a hashtag #mapagentil nas obras. Porque assim, eu também não deixo assinar pessoalmente, pra não desmobilizar o coletivo. Então é uma coisa que o pessoal fica “posso colocar meu nome?”, “seu nome aqui é todo mundo junto, se você está aqui fazendo obra, a gente está pensando junto. A gente está te ajudando a carregar a tinta, a gente ajudou a discutir, chegar no final”. É muito delicado principalmente se você está em um processo de formação, você começar a destacar indivíduos. É uma coisa que eu aprendi desde lá do entorno, a gente começou a fazer esse exercício mesmo. E trabalhando com jovens isso é super importante. A gente não está ali pra fazer um aprimoramento técnico incrível. A gente tá trabalhando com o que a pessoa tem. Então se a pessoa não sabe desenhar, então vai fazer outra coisa. Vai dar ideia, seu desenho é o talento, é o conceito. Então acho que essa coisa das mídias, a gente tá tentando cada vez mais aumentar essa resposta do público. E quando você coloca obras na rua, o público termina muito essa obra. A gente viu que quando a gente fez grafite, tem vários grafites agora que já estão tomando conta. A cidade começa a criar um diálogo com o projeto, criar um diálogo com tudo que está acontecendo. E aí agora a gente está tentando ver como que é são esses mecanismos de retorno. Sobre as obras do metrô do ano que vem, a gente tá pensando em colocar QR Code, porque aí vai ter esse aplicativo pra localizar, etc.

Fernanda: Legal! E vocês acham que existe diferença na forma de imaginar a cidade online, você estando conectado, e só no off-line?

Marcelo: Eu acho que a rede social é ferramenta. Acho que o que é produzido em termos de conteúdo sai de mentes e a ferramenta nos permite dar visibilidade a isso e principalmente a conectar pessoas que tem esse mesmo objetivo,

Carol: É, mas a vida real se passa off-line né?

Cíntia: É esse o questionamento mesmo. Porque assim, tem essa dualidade entre pensar o meio social online e o meio social off-line, que é onde que de fato há interação física entre as pessoas.

Luisa: Isso no *Pilotis* é bem visível. Porque quando a gente marca os encontros, que primeiramente a gente começou fazendo encontros específicos, do tipo “Quer aprender isso? Quer fazer isso?”. Depois as pessoas começaram a falar “Ah não, que dia a gente vai se encontrar?”, mas era encontrar só por se encontrar, sabe? Não tinha um outro objetivo além disso. E aí já rolaram vários encontros desses. E é uma coisa muito engraçada porque todo mundo tá ali, confirmando presença, perguntando alguma coisa, online. Você não conhece aquelas pessoas, você sabe a foto do perfil dela e o nome. O nome e o sobrenome. E você chega em um lugar que você não conhece quem está ali. E aí a pessoa fala o nome e o sobrenome e você “ah, então você é o fulano?”. Tem naquele momento que a barreira do digital pro pessoal, pro real, é quebrada. É muito nítido porque as pessoas não se conhecem antes. E elas passam a se conhecer.

Carol: No caso do blog, ele não é tão pessoa a pessoa. É mais a gente falando, a gente escrevendo, as pessoas lendo, algumas pessoas comentam, mas é residual, é pouquíssima gente e o alcance é muito maior do que eu e a Dani percebemos. Porque tem muita gente que só está lendo e que compartilha e enfim, não interage diretamente com a gente, entende?

Thum: Vocês não tem sites pra olhar os acessos?

Carol: A gente tenta, mas a gente é tão mongol que a gente não sabe mexer com essas coisas. A gente não olha direito. Eu não sei te dizer agora quantos acessos a gente tem. Eu sei que são muitos porque a gente tem muito retorno de todos os públicos possíveis. Eu conheci uma pessoa que me apresentou outra e “ah, eu conheço muito o seu blog! Sei muito quem você é!”.

Fernanda: Inclusive eu fiz um trabalho aqui na faculdade praticamente todo do blog. E aí no final a gente divulgou o blog e imagino que você não tenha nem ideia.

Carol: Não, a gente não tem ideia. Outra coisa, quando a gente fala de uma loja, por exemplo, o dono da loja, que nem sabe que a gente fala do loja, entra em contato com a gente pra dizer “nossa, mas um monte de gente veio procurar!”. Você vê que é uma ferramenta poderosa, mas é diferente porque não há uma interação direta. Agora, uma coisa que eu sinto também, é que eu não quero que o *Quadrado* de transforme o discurso da gente em uma coisa utópica. A gente falando que Brasília tem que ser assim, ou que a gente quer que seja assim e que não seja real. Que as pessoas concordem online, que as pessoas comentem, era até uma pergunta que eu ia te fazer Lu: vocês sentem que a participação online é maior do que nos encontros? E você sente que ali, quando vocês estão se preparando pra falar, preparando um encontro, todo mundo comenta, fala que vai e na hora o público é menor? Ou não?

Luisa: Eu acho que se pode estabelecer os grupos. Assim como no projeto que você comentou lá de Santos (*referindo ao Thum*) que tem as pessoas que só queriam ajudar financeiramente, as pessoas que queriam colocar a mão na massa, você consegue perceber isso dentro do projeto. Há pessoas que estão ali só online e há pessoas que pouco se manifestam online mas que chegam lá e é uma pessoa super falante e que conversa com todo mundo e vai sozinho. Se apresenta, conta a história da vida. Então são grupos que você começa a perceber quais são as características das pessoas. Mas de fato é muito mais fácil você se manifestar online, né? O tempo é mínimo, você já está ali...

Carol: Esse é um medo que eu tenho em relação ao blog. Que não vire só um botão de curtir e compartilhar, mas que as pessoas realmente compartilhem daquelas ideias.

Cíntia: Eu posso estar errada, mas eu acho que acontece muito isso no Ocupe né? As pessoas veem muito o projeto pelo online e tenham vontade de participar por conta disso né?

Thum: É igual, as pessoas precisam romper essa barreira. Tem muita gente que não conhece o *Ossobuco* ainda, tem muita gente que já ouviu falar e nunca foi, diz “sou louco pra ir”, e eu falo “então vai, cara!”. (risos). Meu irmão! Meu irmão mora o Colorado e o *Ossobuco* hoje acontece no Iguatemi e acontece há 3 anos e meio. Meu irmão nunca foi a uma edição do *Ossobuco*. Uma vez eu tentei cobrar e falei “cara, você nunca foi no meu projeto. É de graça, do lado da sua casa”.

Marcelo: Mas é isso. Eu não sei um percentual mas eu acho que deve estar girando em torno de 20% o percentual de pessoas que vão realmente naquilo que confirmaram a participação em determinado evento virtual. E o que a gente tenta utilizar com o *Ocupe o Lago* é de realmente ter uma imagem atraente. Uma produção de fato pra pessoa falar “poxa, eu estava em casa esse dia, tudo acontecendo no lago, confirmei presença e não fui”...

Thum: Isso te faz pensar, a galera vê e pensa “então no próximo eu vou”. Rola um desejo, uma movimentação, uma divulgação. É legal! Essas coisas movimentam o pensamento. É uma curva de adesão mesmo. Tem pra tudo. Tem a galera que são os desbravadores, os anedotos, todo mundo e os retardatários. Normal.

Luisa: Mesmo quem só participa online, essas pessoas são importantes e fazem a informação chegar a alguém que queira ir, faz abrir a mente. É muito válido.

Fernanda: Gente, já são 12h12 e eu queria saber se alguém tem algum compromisso agora, senão a gente vai fazer só mais uma perguntinha. Tranquilo? Então tá. A pergunta é a seguinte: Quais as consequências a internet na identificação das pessoas com as identidades culturais? De forma geral, não só em Brasília. Vocês acham que a tendência é a desintegração das identidades locais e identificação por identidades mais universalistas, sem fronteiras? Ou há um reforço da formação de identidades homogêneas delimitado pela aproximação virtual?

Carol: Acho que é super a segunda opção.

Thum: A internet na verdade possibilita essa identificação com as coisas que você gosta. É a grande cauda longa da internet. Só existe isso por causa da internet. A pessoa fala “Eu gosto de bola de gude verde e eu vou achar alguém na internet que goste de bola de gude verde também”. Na verdade você aproxima pessoas. A galera posta no Facebook “sou só eu ou alguém também ...” (risos). ..

Luísa: Querendo achar alguém que se identifique com a causa!

Marcelo: “Eu preciso achar alguém igual a mim” né?

Thum: Mas ao mesmo tempo você divulga outros comportamentos que são mais de massa e isso cria uma cultura. Então acho que é um pouco das duas opções na verdade. Não é uma só.

Janaína: A geral ela dá a referência à local.

Thum: Sim, exato.

Janaína: Mas como é que a gente repagina? Como é que faz?

Thum: Tem um estudioso no Brasil, da Escola de Redes, esqueci o nome...

Marcelo: Augusto de Franco.

Thum: Isso, brigado. Ele estuda muito isso, o comportamento de rede, não a rede social, a rede de sociedade. E a sociedade se comporta como um movimento de massa. É normal essa identificação coletiva. Mas existem os nichos. Então essa coisa que a internet ajuda a facilitar e por isso rola uma identificação coletiva, um conhecimento coletivo e uma parada que é segura, que é o safe. Tem muita gente que é alienado, que só vai no seguro, tipo “ah, todo mundo está falando que vai naquilo, então eu vou lá”, “Um fez então eu vou fazer”. Que era aquilo que a gente estava falando. Então isso existe. Mas existe também “ah, eu gosto disso, será que alguém também gosta? Ou quer fazer também?”. Sei lá, eu joguei quando eu era novo, “eu quero jogar futebol de patins”. (risos) Existe um cara aqui de Brasília que inventou o esporte fut-mano-bol: uma mistura de futebol com vôlei e tem as regras, existe um campeonato hoje. E é isso, assim, “deixa eu experimentar essa maluquice e ver se alguém gosta”. Mas ao mesmo tempo tem o comportamento de massa.

Marcelo: Tem um vídeo que simboliza bem isso, aquele “O primeiro seguidor”, do cara dançando, é um desbravador. É isso.

Fernanda: Ainda tem um tempinho. Então, vamos fazer mais uma. Contextualizando: os elementos de continuidade e de formação histórica da identidade estão sendo questionados por conta da imediatez e da intensidade da globalização, principalmente pela internet. Sabendo disso, é possível de algum modo, em tempos globais, ter um sentimento de pertencimento a uma identidade única?

Cíntia: Principalmente aqui em Brasília. Vocês acham que vai chegar o momento ou já está acontecendo, de chegar e falar assim “eu sinto que eu pertencço a essa identidade tal” ou vamos continuar sempre a mistura de um pouco de cada lugar.

Marcelo: Eu acho que Brasília está se consolidando. Eu acho que a gente em inúmeros fatores não só internos, mas externos, que estão contribuindo muito pra isso. Isso está acontecendo. E eu acho que a internet, a rede social, está mais pra consolidar isso, uma vez que a produção parte de qualquer emissor de informação. Não vem das mídias tradicionais, que coloca aquele pacote de cima pra baixo. Então eu acho que a gente está nesse momento sim. Que nós fazemos parte como protagonistas dessa história.

Carol: Eu acho que a gente está vivendo um momento de estruturação ou de reconhecimento de uma identidade que já existia e que veio se formando ao longo do tempo. Mas que agora... eu gostei do que você falou Marcelo! Eu acho que isso tem a ver com uma identidade real mesmo. Não é mais um meio de comunicação dizendo o que é Brasília. Não tem nada a ver com o que a gente vive hoje em dia. É gente chegando junto, se configurando como um grupo, e dizendo como que a gente se entende.

Marcelo: Só pra fazer um link com o que você falou, eu acho que a própria postura da imprensa em relação a todos esses eventos importantes que estão acontecendo, demonstra o quanto isso é importante. Porque não é a imprensa colocando pra gente o que é importante. É

a imprensa nos procurando pra dizer “nossa, que legal isso! Isso é pauta!”. Então acho que o caminho está sendo inverso, a gente tem um cenário muito positivo pela frente.

Janaína: Eu acho que essa questão da identidade tem duas questões. Um, que a gente já estava falando, que é uma cidade nova. E outra é sempre mais difícil a gente entender o tempo em que vive. É mais fácil alguém depois falar como era, caracterizar isso. Mas eu acho que assim, a gente como brasiliense, essa miscigenação, eu me inspiro, eu aspiro que a gente não seja classificado em caixinhas. Essa experiência de quando eu estive no Rio, eles são tão ligados àquela cultura carioca, que fica uma coisa engessada. Claro que tem uma mídia pesada falando o que é ser carioca. E eu achei aquilo pobre. Porque fica muito engessado. O carioca se comporta segundo aquilo. Eu tenho medo disso acontecer com Brasília.

Carol: E claro que tem muita gente que não consegue viver isso né? Que não se identifica. “Eu não gosto de tomar cerveja, eu odeio samba e não quero ir pra praia. E ai, quem eu sou?”.

Janaína: Exatamente! Então eu fico muito preocupada. Essa busca da nossa identidade, eu aspiro que ela não seja uma identidade fechada.

Carol: Mas eu acho, Janaína, que isso não vai acontecer. Porque essa coisa de a gente já ter se formado de várias pessoas que vieram de todos os lugares do Brasil e do mundo....

Luisa: E continua assim né?

Carol: Continua assim! Essas pessoas continuam chegando, eu acho que isso é uma coisa positiva. É uma coisa que a gente incorpora isso. Eu considero o brasiliense um cara que enxerga a diferença como um valor, “que legal! Como é que você fala isso? Você chama mandioca de macaxeira? E como é que é lá de onde você vem?”. Eu considero que a gente tenha essa curiosidade pelo outro e esse olhar generoso em relação à diferença, sabe? E eu acho que a própria vivência dessas diferenças é um fator identitário do brasiliense. A gente é assim. A gente vive isso positivamente.

Janaína: É, tomara que continue, né? Porque isso é um ganho muito legal. Essa abertura pra essa multiplicidade do que vem de fora. Do diferente.

Carol: É muito enriquecedor pra cidade.

Janaína: Quando eu estava lá no Rio eu me senti estrangeira. Era engraçado assim. Eu morava em um prédio, que foi bem “Friends”. Eu era a única brasileira. E eu fiquei amiga deles e não consegui me integrar na cultura carioca. E eles também. Então a gente falava que o prédio era a embaixada da ONU. E ai eu comecei a perceber como eu era brasiliense. Passei a vida inteira querendo sair de Brasília.

Carol: Isso é super brasiliense! Querer sair de Brasília. Ter a demanda de viver um pouco fora e quando sai você enxerga o tanto que Brasília faz parte de você. E quando você volta, você traz um monte de coisa dessa experiência que você viveu fora. O Thum dessa experiência da cidade pequena, você (Janaína), do Rio de Janeiro. Eu acho isso ultra enriquecedor.

Fernanda: Eu acho que assim, você se sentiu uma estrangeira no Rio, mas se chega um carioca aqui, ele não vai se sentir um estrangeiro.

Carol: Ah, eu acho que vai.

Fernanda: Mas ele vai poder dizer “eu também sou um pouquinho brasileiro”, ou “eu vivo um pouco disso”. Eu vejo isso em casa. Meus pais: um carioca e uma mineira, e hoje em dia eles falam “eu sou brasileiro”.

Carol: Mas as pessoas não sentem isso quando elas chegam. A Luísa pode falar, porque ela convive muito no *Pilotis*. As pessoas que acabaram de chegar não acham a gente aberta, não se sentem acolhidas. Eles não veem a gente.

Thum: É porque as pessoas tem um mind set cultural daquela cidade e quando elas vêm pra cá elas não entendem. É uma coisa normal. Eu falo que brasileiro não é fechado. Não é! É fácil conhecer gente, é fácil conversar. Só que Brasília é uma cidade diferente pra caramba. Então, é difícil encontrar gente na rua, tem muita gente de carro. Tem essas coisas. Mas se a pessoa entende, ela consegue. Então acho que é essa impressão de “ah, ele é fechado”, mas não, você que não se adaptou. Já conversei isso com alguns amigos meus. Eles falaram assim “eu vou pra São Paulo e não consigo ficar com ninguém”. Não, peraí, você tenta ficar com gente em São Paulo igual você fica com gente em Brasília, não vai funcionar. Você tem entender como é lá. É a mesma coisa, conhecer gente em cada cidade funciona de um jeito. A galera as vezes se fecha muito e não vive a cidade. As pessoas vêm pra Brasília e no final de semana, sempre que dá, volta pra sua cidade. Ai não vive a cidade. Ai você não vai conhecer ninguém, não vai gostar da cidade.

Fernanda: Ótimo gente. Então, foi isso. A gente queria agradecer a presença de todos vocês!

Cíntia: Gente, eu queria fazer algumas considerações. Primeiro eu queria saber se alguém tem mais algum comentário a falar sobre a entrevista.

Carol: Eu tenho um comentário pra falar que é o seguinte: eu achei muito legal a iniciativa de vocês, eu acho muito legal o seu objeto de estudo, achei muito legal a oportunidade de conhecer vocês, de bater um papo com vocês. É isso.

Thum: Eu acho legal porque a ideia do *Ossobuco* começou de uma conversa que eu tive com os criadores, porque a gente sempre almoçava e sempre trocava referências. E a gente falava: cara, a gente precisa sair daqui. A ideia inicial surgiu assim. E a gente chamava outras pessoas as vezes pro almoço e as vezes fluía melhor os pensamentos. E a gente chegou a pensar em transmitir o almoço. Porque era sempre um almoço. Depois a gente pensou em criar o *Ossobuco* e tal. E eu acho legal que esse encontro resgatou essa minha ideia. Então acho que depois a gente podia conversar e organizar realmente isso e transmitir pela internet, fazer um vídeo cast, uma coisa assim. Porque eu acho que a gente consegue ajuda dessa troca de referência, troca de experiência, vai criar novas, mais gente vai ser impactada com os nossos projetos, com outros projetos, com as ideias. Acho que é uma coisa que a gente podia conversar!

Carol: Eu acho muito legal. Eu não sei se eu estou hesitando em entrar afundo nesse assunto, mas só pra deixar um gancho a gente pretende em breve escrever sobre um projeto que tá acontecendo no CCBB que chama Retratos Brasília que a visão que eu e a Dani temos desse projeto é que um projeto completamente vertical, que foi colocado de um jeito estranho e que ouviu muito pouco a gente, que está de fato fazendo as coisas na cidade. Então pra mim foi

um contraste muito grande entre conhecer esse projeto, como ele está acontecendo e ter tido a oportunidade de encontrar vocês. Uma coisa muito mais genuína, muito mais real.

Cíntia: Muito legal! Eu quero convidar todo mundo pra vir ver o resultado do trabalho pronto. Se quiserem vir assistir a banca, eu também posso mandar o trabalho por email, como quiserem! Mas eu queria principalmente agradecer imensamente por todos terem vindo, em um domingo de manhã. Foi muito enriquecedor pra minha pesquisa e fiquei feliz!

Janaína: Pra todo mundo aqui que está ocupando a cidade, Brasília, o Plano Piloto: eu acho que é enriquecedor também, procurar saber como as cidades estão ocupando as cidades. Eu acho que é aprender com a experiência. Eu acho que eles estão avançados no coletivo, avançados em compartilhar projetos, sabe? É interessante pras cidades conhecer essas outras experiências. Porque assim, tem uma postura das cidades de achar que já que o Plano Piloto só pensa no Plano Piloto, então a gente vai se organizando. E aí tem uma experiência muito rica de revitalização de espaços. O Beco da Cultura lá em Taguatinga, tem uma organização muito legal, por exemplo. Samabaia também, agora que eles estão conseguindo se organizar. Uma coisa muito rica deles é que eles conseguem fazer uma pressão institucional grande. E eu acho que a gente precisa aprender com eles sobre isso. Também aprendendo com eles, tanto o humano quanto de mobilização, eu acho muito rico. Você conquistar essas coisas pro Plano Piloto. Ver Brasília como esse *Quadrado*, como um todo.

Luisa: Sim, a gente tenta ressaltar as diferenças, sendo que na verdade é o contrário né? A gente tem que enxergar melhor o que que costura uma coisa na outra, o que faz a gente o DF todo. O que faz Brasília uma cidade só.

Carol: Até porque as trocas existem fisicamente. As pessoas vem muito pra cá. O fluxo de volta talvez não seja o mesmo, mas a convivência é muito importante.

Janaína: Senão sempre fica aquela coisa setorizada. É aquela questão, igual o que ele (*Marcelo*) falou: ele usa o lago mas ele não sente que o lago é dele. A gente tem que quebrar isso.

Marcelo: O sentimento de pertencimento mesmo.

Luisa: E essa é uma questão política desde a criação da cidade né? A chamar de as cidades satélites, de cidades satélites, é uma forma de segregar verbalmente.

Carol: Nossa, satélite é uma palavra tão forte.

Luisa: E chamar de cidade é dizer “você não faz parte daqui, porque aqui é outro lugar”.

Carol: Satélite?! É uma coisa que fica girando em torno de um centro.

Janaína: E tem pessoas nas cidades que são conhecidas no mundo inteiro e o Plano Piloto não sabe. Entendeu? Tem um cara lá que eu conheci na primeira edição, que ele produz máquinas de tatuagem incríveis, estilizadas. E exporta pro mundo inteiro. E aqui, em Brasília, ninguém sabe.

Carol: Um dos grandes ilustradores de livro infantil brasileiro é da Ceilândia. É incrível.

Luísa: A gente pode expandir isso. Se perguntar quantos artistas brasileiros que são conhecidos internacionalmente e não são reconhecidos aqui. Isso é a dificuldade de reconhecer o local. Quando está muito próximo da gente a gente tem uma dificuldade de ver.

Janaína: Tem que ter cuidado pra não tratar como a história do bairrismo também. Fazer uma segregação que não vale a pena.

Marcelo: Qual é o dia do próximo encontro? (risos)

Cíntia: Legal gente, estou super feliz com o resultado.

APÊNDICE C – Transcrição da entrevista com Júlia Hormann

Cíntia: Meu nome é Cíntia, como já me apresentei, estou me formando em publicidade na UnB e a ideia do meu Projeto Final é ver o que 6 grupos estão fazendo pra formação de identidade cultural em Brasília e entender o que está se passando no cenário cultural da cidade. Com as entrevistas, quero ver o que esse grupo pensa sobre Brasília, qual é a imagem de Brasília. Assim, vou verificar se as ideias são homogêneas, se são diferentes, etc. Então eu vou direto para as perguntas.

Júlia: Tá bom!

Cíntia: Queria que você começasse falando um pouco sobre o projeto. o *Picnik*. Quais foram as motivações que levaram à criação, quando começou, a quem se destina. Como funciona, com que frequência, etc.

Júlia: O *Picnik* começou no dia 21 de abril de 2012, então a gente já fez 2 anos e um pouco mais da metade do terceiro ano, agora. E... o início dele foi no Calçadão da Asa Norte, porque a gente queria unir três pilares que pra gente era muito importante no início do projeto. O pilar do local, tinha que ser um local aberta, com muita circulação de vento, com sol, um lugar que tivesse uma possibilidade de as pessoas se sentirem com vontade de fazer um piquenique. Teria que ser um evento em que a seleção musical fosse uma seleção muito afinada, com os nossos propósitos... E qual eram os propósitos? Que a gente conseguisse colocar pra frequentar o mesmo ambiente vários tipos de grupo. Então pra gente já era bem importante desde o começo que não fosse nada segmentado, que não fosse um grupinho fechado. A gente queria que a harmonização do evento fosse já pensada pra um número grande de pessoas, aonde a gente conseguisse trazer tanto um avó quanto uma criança. Então assim, que a gente pudesse trazer uma família. E claro, de uma forma atraente pro público jovem que é o público que a gente entende que vai fazer com que o evento continue rolando. E o terceiro pilar, que era que a gente conseguisse unir um público gerador de tendências com um público consumidor de tendências. Isso porque a gente queria que a cidade se notasse como uma cidade que consome e que gera tendências. Porque tinha-se o imaginário de que Brasília era uma cidade meio do interior: “Ah, aqui não tem nada!”, né? E de que as próprias pessoas eram pessoas meio atrasadas. A referência era sempre que em São Paulo tudo chegava primeiro. Então esses questionamentos que a gente quis colocar como base do projeto. Então, os três pilares eram: o local, a música e a feira. Pra gente conseguir trazer um público gerador, a gente precisava de um comércio. Então a feira foi muito importante no início. Então com essa perspectiva, muita gente perguntou se a gente teve um referencial em outro evento. Não,

a gente não teve. Porque o evento aconteceu sabe? Era um projeto que a gente já tinha “Ai, queria tanto fazer alguma coisa de dia, que eu pudesse tocar esse tipo de música”, porque a gente toca. Eu e o Miguel... Nós somos três: Eu, o Miguel e a Carol. Eu e o Miguel somos DJs, então a gente sempre quis que a gente pudesse tocar coisas que a gente não podia tocar. Porque era sempre festa noturna. E tem um espectro de músicas gigantesco de vários estilos, que de noite não combina, e que de dia fica legal. Então no começo a gente ficava sonhando um pouco “Ai, e se a gente fizesse um evento assim, pra que a gente pudesse também tocar essas músicas”. Pra que a gente pudesse também lidar com outro tipo de público que não é o público que se droga. Porque a gente trabalhava muito na noite. E cara, chegou uma hora que a gente tava muito cansado. Cara, toda vez que a gente toca em festa, ter que ficar lidando com bêbado, ter que ficar lidando com drogado. Sabe? Pessoal que no final da noite faz barraco, não quer ir embora. Coisa chata. Enfim..

Cíntia: E deu super certo né?

Júlia: Acabou que deu muito certo! O que a gente entende é que foi um movimento que a gente conseguiu puxar mas era um movimento que já estava acontecendo na cidade. Um movimento onde as pessoas já tavam dispostas a fazer com suas próprias mãos alguma coisa. Não é mais tão assim... Pra 100% das pessoas já não é mais um sonho de consumo virar um servidor público. E essa galera, que é a galera que a gente considera da economia criativa, que é super criativo, que é super desenvolvido, tem um bom tino comercial, e que tava meio largado por ai. Tentando se achar, tentando vender suas coisas pela internet, tentando um dia desaguar alguma coisa... ou que tinha um potencial muito grande mas olhava e falava “Ah, pra que que eu vou fazer isso tudo se eu não tenho pra quem vender”. E ai com isso a gente quis cutucar esse público, mas como esse público já tava acontecendo, o *Picnik* deu muito certo. Não foi porque a gente foi lá e fez um puta evento. Foi porque Brasília já estava na hora. E a gente conseguiu se atinar para esse momento. Teve uma percepção, não foi uma sorte toda não. E uma oportunidade também. Mas também a gente não achava que ia virar o que virou, entendeu? A gente disse “Ah, vamos fazer um evento pra duas mil pessoas. Vamos tentar ver se a gente consegue colocar mil e quinhentas, duas mil pessoas!”. No final foi crescendo em medidas descontroláveis.

Cíntia: E o primeiro, foram quantas pessoas?

Júlia: O primeiro... a gente tem uma briga interna. Eu acho que foi tipo 900, 1000 pessoas. E o Miguel acha que foram 2000. Mas a gente não tem certeza porque naquela época a polícia nem dava muito apoio. Mesmo que a gente avisasse o Ministério Público, a polícia não fazia a ronda. E normalmente a gente se baseia na contagem da polícia, né? Porque a gente não tem bilheteria pra saber.

Cíntia: Legal. E o evento surgiu com fins lucrativos?

Júlia: Não, na verdade assim... A gente não queria cobrar entrava. Então a gente quis pensar em um modelo de economia que fosse um modelo mais sustentável. Em que não fosse necessário cobrar diretamente do público. Ai a gente desenhou “quanto vai custar para fazer a estrutura que eu quero? ”. A estrutura era super simples, porque no primeiro a gente só tinha 25 expositores, bem pouquinho. Ai a estrutura eram duas tendas mais a tenda do DJ, mais o som, mais isso, mais aquilo, mas pouca coisa. A gente colocou o custo da estrutura mesmo e dividiu pelo número de pessoas que iam estar expondo. Então realmente foi só pra pagar o custo. A gente sempre teve também uma consciência... depois do quarto, quinto *Picnik*, que a

gente que tava crescendo muito rápido, a gente teve essa consciência de que cara, não vamos aumentar o valor do expositor. Porque a coisa tá crescendo a gente não vai enriquecer a custa de expositor. Porque a nossa ideia com o expositor sempre foi colocar a galera legal pra dentro. Se você aumentar o preço dessa galera, você vai limando a galera boa, que a gente gosta muito. Hoje em dia, que a gente está mais estável, a gente dá três a cinco, dependendo do lugar que a gente faz, espaços que a gente dá de graça pra uma galera nova que vai começar agora, que ainda não participou. Porque a gente vê potencial na arte daquela pessoa. E é pra incentivar mesmo essa galera, então, a gente tem muito esse objetivo hoje em dia, de incentivar a cultura, de incentivar a identidade de Brasília, que a gente acha que é o momento que tá formando uma identidade mesmo. E a gente quer participar ativamente desse momento.

Cíntia: E já foram quantas edições do *Picnik*?

Júlia: A gente já fez 15 aqui em Brasília e um em São Paulo. E vamos para o 16º mês que vem.. fechar o ano com 16 edições.

Cíntia: Ótimo! Então, de que forma você acha que os projetos, no geral, e o *Picnik* no seu caso, contribuem para a formação de identidade cultural de Brasília. Você já explicou bem do *Picnik*. Como você acha que esse movimento como um todo contribui?

Júlia: Eu acho que contribui muito! Eu vejo algumas coisas acontecendo. Então agora está começando a ter esse movimento dos Trucks, que sempre estão querendo se juntar e fazer uma parada em algum lugar. As vezes não está rolando nada em Brasília, mas a gente vai fazer acontecer. Vai pra algum lugar e faz um happening.

Cíntia: Hoje mesmo está tendo muita coisa né?

Júlia: É! Hoje está tendo aqui, Feira Livre no Eixão.... Então, como eu acho que isso contribui pra identidade? Pro cenário cultural de Brasília? Cara então, a gente está numa geração, isso no mundo inteiro, que é uma geração que tá muito potente. Ela está se sentindo muito empoderada a fazer coisas. Eu acho que foi uma coisa que veio um pouco da internet, da globalização e um pouco do momento mesmo. Tipo, você não ter que ficar em casa esperando as coisas acontecerem. Antes a gente tinha um meio de comunicação gigante que era a TV e era muito da TV pra você, uma coisa sem responder. Então eu entendo que esse monte de movimento é uma resposta que as pessoas tão dando a um cenário que a gente tinha em Brasília há uns 7 anos atrás, que era um cenário de “Brasília não tem nada pra fazer”. E realmente a gente estava num cenário desse, a gente reclamava disso, sabe? Hoje não é mais. E porque que não tinha? A gente tem um monte de explicações, mas pra mim a coisa mais óbvia é que a gente foi deixando o movimento morrer a partir dos anos 80. Tinha muita coisa nos anos 80, a galera era muito ativa. A gente foi meio que deixando a coisa morrer, porque foi mudando, e Brasília se tornou uma cidade política. Ponto. Só tinha administrativo. Eu acho que daí esse movimento de resposta. De “Não, eu amo Brasília, amo minha cidade, não quero sair daqui pra morar em outro lugar só pra ter lazer. Vamos fazer acontecer! Se não tem, vamos fazer acontecer”. E esses movimentos todos foram pipocando. Muita coisa começando do nada e dando super certo.

Cíntia: E como que você percebe a identidade cultural de Brasília? Se alguém de fora te perguntasse “Como é a cultura de Brasília?”, o que você falaria?

Júlia: Então eu acho que ainda é uma coisa que a gente está desenvolvendo. Não é consolidado e é difícil de sair pontuando muitas referências. Mas uma coisa pra mim muito óbvia é a questão do espaço público. Então assim, boa parte das manifestações culturais acabam se apropriando do espaço público. Antigamente, até hoje um pouco, perguntam pra gente se isso não é ruim, se a gente não tá se aproveitando de um espaço que todo mundo paga... Não, a gente não tá. A gente tá ocupando Brasília como ela foi pensada pra ser ocupada. Quando você vai estudar os projetos do Lúcio Costa, do Niemeyer, a gente vê que esses espaços são muito horizontais e muito abertos realmente para serem ocupados. Porque senão cara, não faz sentido. A gente vai morar numa cidade morta. Então essa questão do espaço público eu acho que é fundamental pra cidade de Brasília. Até se não tiver cultura nele, ele já é um espaço que é muito visado. Os turistas quando veem ficam impressionados, como os espaços de Brasília são amplos. Então em termos de cultura a gente também vê como uma característica forte da cidade. Outra coisa que eu acho bem interessante é a questão que as pessoas tentam provisionar o máximo de coisas ao mesmo tempo. Então, juntar várias coisas. Eu fui pra São Paulo a muito pouco tempo pra fazer um *Picnik* lá. E o que eu percebi lá é que todos os eventos que acontecem lá são muito específicos. Do mesmo jeito que as lojas que estão abrindo lá são lojas muito específicas. Tem uma loja que é só de Tacos, é uma taqueria. Tem uma loja pra cada coisa. Eles estão especificando tudo, eles estão nesse momento. E os eventos são muito específicos. Tem uma feira só de coisas pra motos. Mas se você chegar lá, você não tem o que comer, sabe? É muito o público da moto. E se você é, você vê um monte de coisa e vai embora. Não tem muito o que fazer. E eu acho que assim, pelo menos aqui, o que eu tenho visto é que a maioria dos movimentos têm tentado se cercar de uma multiplicidade de coisas. Então eu acho que Brasília é uma cidade culturalmente múltipla. Porque a gente tem... também por ser talvez uma cidade muito escolarizada, a grande maioria da população tem um nível de ensino bom, de poder crítico, né? Acho que isso também influencia no nosso processo cultural, deixando um processo mais rico. Não falando que a gente é mais rico que os outros, mas a gente tenta deixar mais riqueza nos nossos eventos em geral, enfim, nas nossas manifestações.

Cíntia: E quais são os símbolos, imagens, ideias que vêm a cabeça quando você pensa em Brasília? Um brainstorm mesmo, o que você acha?

Júlia: Praticamente todas as coisas do Athos Bulcão, que eu acho que virou um símbolo até Hipster sobre Brasília... e que bom porque é bem interessante. Essas coisas de traços, sabe? Muito por conta dos desenhos do Niemeyer que todo mundo valorizou, os rafts, os traços deles. Mas acho que essas coisas de traços, geometria em geral, cores mais... azul, amarelo, vermelho. Esqueci o nome... primárias! Me lembra muito Brasília. E natureza, muita árvore, tudo me lembra Brasília.

Cíntia: Como você acha que outros moradores veem Brasília? Quais são outras possíveis perspectivas diferentes da sua, de quem mora aqui também?

Júlia: Nossa, que pergunta difícil. Cara... não sei. Acho que tem vários nichos de pessoas né? Por exemplo, eu acho que tem sido difícil uma galera que não entende esse movimento. Que é um povo que eu acho que é mais velho, e que tem muito essa coisa de Brasília como uma cidade silenciosa. Que viveu, talvez, sua adolescência e maturidade, quando Brasília estava muito morta. E assim, eu acho que essa galera vê Brasília de um jeito muito silencioso, muito calmo, muito plano. O que eu não vejo. Porque tem uma efervescência aqui. Que a gente invejava por ter em outros lugares e que agora tem. Eu acho que a gente tem lutar em relação a isso. E esse é o contraponto que eu vejo. Eu vejo que tem uma galera que vê como uma

coisa extremamente estável. E pode ser também, porque olha o eixão no domingo. Tem uma galera brincando de um lado, mas se você virar pro outro lado, o eixão pode ser a coisa mais sem ninguém do mundo. O domingo em Brasília é super pouco movimentado. Então, diferente deste domingo que está mais movimentado, mas a maioria não tem nada. Então pode ser um lugar bem estável também.

Cíntia: O que caracteriza a cultura de Brasília diferente da cultura de outras cidades?

Júlia: Eu falei um pouco de São Paulo, mas tem outras cidades que eu não mencionei, mas é porque eu estive lá agora daí eu quis dar esse exemplo. Mas por exemplo, falando fora do Brasil, até. A gente acabou viajando muito esses últimos anos pra ter referencia de festival, essas coisas, pra trazer pra cá mesmo. E... poxa, eu me impressionei com algumas coisas mas eu me decepcionei com várias outras. Na Europa... em Berlim, que é uma cidade foda, Barcelona e tal. E cara, eu acho que a gente não tá nada atrás. Nada, sabe? A única coisa que a gente tem atrás, que eu acho que é realmente algo de Brasília que vai ser muito difícil da gente melhorar, é a questão do transporte. É impressionante sabe, porque as pessoas que vem de fora... a gente trás muito DJ de fora, de todos os lugares. O último que a gente trouxe foi da Dinamarca. Então uma galera, assim, que vivem em países muito desenvolvidos mesmo. E elas ficam impressionadíssimas com o *Picnik*, sabe? Foi muito difícil de entender isso, eu falava “não, essa pessoa tá viajando! É porque ela toca bem então ela tá se sentindo bem”. Ai depois de acontece repetidas vezes, ai assim, gente de fora do Brasil, São Paulo, Rio... todo mundo que vem fica “cara, isso aqui é impressionante, eu só vi isso em tal lugar”, ai cita um lugar super interessante, ou então “nunca vi isso na vida, do jeito que tá aqui”. E isso, o que que é? Não é o *Picnik*. São as pessoas. O que compõe o *Picnik* é uma série de fatores. E são as pessoas. Então a gente entende que é Brasília, sabe? Que tá nesse momento.

Cíntia: Você percebe se há uma demanda por uma identidade cultural própria de Brasília?

Júlia: Percebo, muito! E novamente eu menciono: é por isso que o *Picnik* tá dando certo. Porque a gente procura um pouco dessa identidade cultural, e vários outros projetos também. E sinto sim. Porque a gente tinha essa demanda muito... essa necessidade de ficar olhando pra fora o tempo todo. Porque a gente não estava desenvolvendo uma identidade muito forte. E agora, estamos começando a conseguir. E as pessoas estão muito engajadas, comprando essa ideia. Falam “Vamos! Vamos fazer acontecer!”.

Cíntia: Sobre a presença nas mídias sociais. Quais são os pontos positivos e negativos do *Picnik* no Facebook, por exemplo, nas mídias sociais?

Júlia: É muito bom. A internet é uma ferramenta maravilhosa pra gente poder divulgar, se comunicar. Você tem que entender um pouco ela pra depois você conseguir usar ela como uma ferramenta positiva. Mas, é muito complicado porque a gente faz um evento, tipo... sei la, um evento pra 15 mil pessoas, um evento em um lugar público, um evento que a gente não recebeu absolutamente nada do governo, um evento que a gente teve que gastar dinheiro pra estar naquele lugar. Pra fazer o alvará, você gasta um monte de dinheiro, pra todo o processo do alvará. A gente praticamente não tem apoio de nada. Sabe, tem um único patrocínio que é um patrocínio pequeno. A gente não nada muito consistente. E tem que fazer um evento pra 15 mil pessoas, porque é gente que vem, não tenho como barrar. Então assim, a gente acaba tirando dinheiro do bolso pra tomar várias medidas pra tentar dar conforto pra esse povo, ônibus que vai te buscar não sei aonde e te levar pra tal lugar. Coisinhas assim, que cara, não era obrigação, a gente não precisava fazer. E no final, quando você vê assim, que as coisas funcionaram, deu tudo meio que certo. Tudo que podia dar errado não deu, a gente conseguiu

contornar um monte de situações, etc. Fica no dia seguinte com a sensação de “ai, conseguimos!”. E aí um monte de gente no Facebook, chatíssimos, reclamando de besteira, sabe? De coisas que não tem porque reclamar, tipo: “Ah, eu achei o preço caro”. No Quitutes que teve na Ermida, foi tudo tão perfeito, que a galera não tinha nada pra falar, que aí uma pessoa no Facebook falou “ah, eu adorei o evento foi tudo ótimo, eu só achei que tinha muito sol”. Ah cara, fala com Deus que tinha muito sol, vê se ele arruma um *dimer*, porque não tem o que eu fazer, entendeu? Enfim, é uma ferramenta que eu acho que a gente não tá preparado, o brasileiro de modo geral, talvez o mundo, pra usar na sua plenitude. Porque acaba que eles deixam a gente muitas vezes com uma sensação que o evento foi um fracasso, de reclamar um monte de baboseirinha, que no final as vezes não tem razão de reclamar. E outra coisa, foi uma coisa que eu comecei a pensar com o tempo. Se essa pessoa estivesse realmente preocupada em fazer o evento melhorar com a crítica, ela muito provavelmente teria entrado numa mensagem privada com o *Picnik* e feito a crítica e a gente teria entrado num diálogo. Mas as pessoas ficam muito preocupadas em aparecer, eu acho. Em falar qualquer coisa, aí chega lá no evento e destrói. E isso é ruim sabe. Porque você tem que ter uma habilidade muito grande pra não deixar ofender a ponto de você acabar dando uma resposta complicada de você se colocar publicamente e também não se deixar contaminar a ponto daquilo acabar virando uma crise que você vai ter que gerenciar depois, entendeu? O evento não acaba quando ele acaba. Tem toda essa coisa que a internet funciona, nas mídias sociais. Mas assim, no geral a rede social é muito boa. A gente pode fazer várias coisas. O próprio público interage com um monte de coisa, no Instagram e tal. No geral, durante o evento é perfeito, tá uma *vibe* muito positiva e eles sempre tem uma visão realmente de uma boa forma. O depois é que eu ainda acho que a gente não está preparado pra usar. Não vejo construtivo no *after* redes sociais em geral.

Cíntia: Existem diferenças na forma de imaginar Brasília estando conectado na internet e estando presentes na vivência da cidade? Assim, você acha que as pessoas imaginam Brasília e a cultura de Brasília de uma forma nas redes sociais e outra quando vivem a cidade?

Júlia: Acho que sim, mas acho que isso é um fenômeno que acontece com tudo. Porque o mundo virtual não é o mundo real. Por mais que a gente as vezes tenha dificuldade de dissociar porque eu tô falando com uma pessoa que é real no mundo virtual. Mas eles são mundo diferentes, que se constroem de forma diferente e que a gente imagina de formas diferentes. Então, em Brasília ou em qualquer outro lugar. Quando você está dentro da internet você vai conseguir minimizar um monte de distâncias, você vai ter acesso a um monte de pessoas. E quando você sai de casa, principalmente em Brasília porque, a cidade é muito plana, é muito horizontal, você vai sair de casa e não vai ter todas aquelas distâncias minimizadas. Inclusive quem é de fora sente muita dificuldade porque aqui não tem esquina, não tem praça, não tem nada pra encontrar as pessoas. Mas quando você procura na internet é uma cidade super efervescente. Então são bem diferentes.

Cíntia: Quais as consequências da internet na identificação das pessoas com a identidade cultural, de uma forma geral? Você acha que a tendência é a desintegração das identidades locais e a identificação cultural por algo mais universalista. Ou ao contrário, se há um reforço da formação de identidades homogêneas e delimitadas pela aproximação virtual?

Júlia: Eh... eu não sei te falar... na verdade eu não sei te falar pra que caminho que a coisa vai. Eu acho que talvez um pouco dos dois. É porque é complicado, né? A internet te dá um mundo de possibilidades mas ela também te toma por outro lado. Então eu acho que não como a gente só olhar pra esse aspecto virtual e tentar tomar um rumo histórico, sabe? Acho

que no final, quando esses dois universos dialogam muito a gente acaba tomando as duas questões. Mas é um híbrido. Acho que a gente ainda tem muito que socializar e compartilhar na internet. Acho que a gente consegue criar várias comunidades muito fodas pra cidade que vão, com ajuda da internet conseguir proporcionar um monte de boas coisas e tal. Por exemplo, comunidade mesmo. Juntar vários grupos, nichos trabalhando em prol de uma coisa só e tal. E aí, a internet possibilita isso com muita facilidade. Mas acho que a identidade local vai se firmar com muito mais força do que o que a gente tá vendo agora, que já é bem forte. E principalmente porque a gente tá conseguindo atuar no mundo real. Então assim, as feiras, outros pequenos encontros que você consegue proporcionar, tirar as pessoas de casa, fazer as pessoas verem coisas diferentes e tal, acho que isso também é muito forte.

Cíntia: Os elementos de continuidade e de formação histórica da identidade estão sendo questionados por conta da imediatez e da intensidade da globalização, principalmente pela internet. Sabendo disso, é possível de algum modo, em tempos globais, ter um sentimento de pertencimento a uma identidade única?

Júlia: A questão de ter várias identidades é uma coisa muito latente, realmente por essa questão global que a gente está conversando. Acho que a tendência, mas pra um futuro bem mais longo, mas não uma coisa muito próxima, é de fato as pessoas se sentirem pertencentes ao mundo. Ainda existe uma necessidade muito grande de você ter um bairrismo um pouco mais forte, um ufanismo, de você ser pertencente... principalmente, por exemplo, agora é um momento em que o Brasil está em alta. O Brasil nunca esteve em alta! E então poxa, agora que o Brasil tá em alta eu sou brasileiro! A gente vai se aproveitar um pouco mais disso. Brasília é a mesma coisa. Brasília sempre esteve em baixa. Agora que Brasília está começando a aparecer, as pessoas vão querer se sentir brasilienses. Mas eu entendo que com o passar de alguns anos aí, longos eu acho, mais de 20 anos, 30 anos... Talvez bem mais do que isso. A gente tenda a começar a largar um pouco essa coisa, e começar a se sentir mesmo terráqueo, sabe? Porque o mundo tá ficando muito parecido, daqui a pouco não faz mais sentido a gente ficar tentando criar grandes características de uma cidade ou de outra. E as pessoas têm um carinho por pessoas que são de outros locais muitas vezes como se fossem do seu local. Então, a lógica pra mim é essa.

Cíntia: Então é isso. Foi curtinha a entrevista, mas é porque ela foi pensada em um formato pra discussão em grupo. Mas foi ótimo, vai acrescentar muito, super rico.