



Universidade de Brasília – UnB
Instituto de Ciências Humanas – IH
Departamento de Geografia - GEA

**A GEOGRAFICIDADE DOS FREQUENTADORES E
NÃO FREQUENTADORES DO SDS CONIC, DF.**

Tomé de Pádua Frutuoso
Orientadora: Glória Maria Vargas



Universidade de Brasília – UnB
Instituto de Ciências Humanas – IH
Departamento de Geografia - GEA

A GEOGRAFICIDADE DOS FREQUENTADORES E NÃO FREQUENTADORES DO SDS CONIC, DF.

Tomé de Pádua Frutuoso
Orientadora: Glória Maria Vargas

Monografia apresentada ao Departamento de Geografia, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Geografia, sob a orientação da professora doutora Glória Maria Vargas.

Brasília, fevereiro de 2013

Universidade de Brasília – UnB
Instituto de Ciências Humanas – IH
Departamento de Geografia - GEA

Tomé de Pádua Frutuoso

**A GEOGRAFICIDADE DOS FREQUENTADORES E
NÃO FREQUENTADORES DO SDS CONIC, DF.**

Monografia apresentada ao Departamento de Geografia do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Geografia.

Aprovado por:

Professora orientadora: Glória Maria Vargas

Professora examinadora: Marília Luiza Peluso

Professor examinador: Fernando Luiz Araújo Sobrinho

Brasília, 28 de fevereiro de 2013.

*À todos aqueles que trabalham e frequentam o
SDS CONIC.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, a minha família e a todos os professores, professoras e colegas que me ajudaram e incentivaram durante toda a graduação. Agradeço também aos ilustres desconhecidos que cederam parte do seu precioso tempo para responder aos questionários durante a pesquisa de campo, sem eles essa pesquisa nunca teria sido finalizada e seria inútil, o trabalho foi feito para aqueles que frequentam e gostam daqueles espaços.

*Me sinto em casa em qualquer lugar
Mas sou turista em todos
Sou viajante em qualquer lugar
Sou uma parte do todo.*

Forfun

RESUMO

O presente trabalho aborda a geograficidade dos frequentadores e não frequentadores do SDS CONIC, um setor muito conhecido do Distrito Federal. Para investigar os aspectos da geograficidade são abordados os conceitos de geograficidade, topofilia, topofobia, pertencimento, *insideness*, *outsideness* e de paisagens alternativas, todos dentro da abordagem humanista da Geografia. As bases metodológicas da pesquisa foram calcadas na abordagem fenomenológica e culminaram na pesquisa de campo com a análise qualitativa dos dados.

Palavras-chave: Geograficidade, CONIC, Topofilia, Topofobia, *Insideness*, *Outsideness*.

ABSTRACT

This paper is about the geographicity of the SDS CONIC. CONIC is a place long known in the Federal District, in Brasil. To investigate aspects of geographicity we examined the concepts of geographicity, topophilia, topophobia, sense of belonging, insideness, outsideness and alternatives landscapes, all within the humanistic approach of Geography. The methodological basis of the research relied on a phenomenological approach and culminated in field research with qualitative data analysis.

Keywords: Geographicity, CONIC, Topophilia, Topophobia, Insideness, Outsideness.

ÍNDICE

1. Introdução.....	2
1.1. Objeto.....	3
1.2. Objetivo geral.....	9
1.3. Objetivos particulares.....	9
1.4. Perguntas de pesquisa.....	10
2. Justificativa.....	10
3. Marco Teoricoconceitual.....	11
3.1. Abordagem fenomenológica.....	11
3.1.1. Geograficidade.....	13
3.1.1.1. Topofilia.....	15
3.1.1.2. Topofobia.....	16
3.1.2. Pertencimento (<i>sense of belonging</i>)	18
3.1.2.1. <i>Insidness</i>	20
3.1.2.2. <i>Outsidnes</i>	22
3.2. Paisagens alternativas – culturas excluídas	22
4. Procedimentos metodológicos.....	24
4.1. Desenho da pesquisa de campo.....	25
4.2. Questionários.....	28
4.2.1. Desenho dos formulários.....	28
4.3. Análises dos questionários.....	30
4.3.1. Sobre os dados pessoais.....	30
4.3.2. Sobre <i>insideness</i> e <i>outsideness</i>	35
4.3.3. Sobre a geograficidade, topofilia e topofobia.....	39
4.3.4. Sobre imagens e símbolos.....	43
5. Conclusões.....	48
6. Considerações finais.....	49
7. Referências bibliográficas.....	50
8. Anexos.....	53
8.1. Questionários respondidos.....	53

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – O traçado de Lúcio Costa.....	4
Imagem 2 – Vista aérea dos setores de diversões sul e norte.....	5
Imagem 3 – Visão interna do CONIC atual (imagens disponíveis na <i>internet</i>).....	7
Imagem 4 – Entradas principais. Imagem obtida pelo Google Earth.....	8
Imagem 5 – Festa “Mad Drops #2” no subsolo do CONIC. Foto de divulgação Lucas Hamann.....	8
Imagem 6 – Fotos do interior do CONIC.....	26
Imagem 7 – Paisagens topofílicas.....	41
Fonte das imagens* - http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=930788	

*exceto imagem 5

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Divisão por grupos e sexo.....	30
Tabela 2 – Variação na idade.....	31
Tabela 3 – Tempo de moradia no DF.....	31
Tabela 4 – Nível de escolaridade.....	32
Tabela 5 – Frequência semanal.....	33
Tabela 6 – Local de moradia.....	33
Tabela 7 – Meio de acesso ao CONIC.....	34
Tabela 8 – Questão 1, o CONIC é ou não um lugar de trânsito?.....	35
Tabela 9 – Questão 2, sente vontade de conhecer os espaços interiores?.....	36
Tabela 10 – Questão 3, sente-se confortável ou não ao transitar pelo local?.....	36
Tabela 11 – Questão 4, causa do desconforto.....	37
Tabela 12 – Questão 5, conhece bem o CONIC?.....	38
Tabela 13 – Questão 6, sentimentos pelas imagens.....	38
Tabela 14 – Questão 7, sobre as fotos.....	40
Tabela 15 – Questão 8, a paisagem que mais agrada.....	40
Tabela 16 – Questão 10, a paisagem que menos agrada.....	42
Tabela 17 – Questão 12, definindo o CONIC em uma palavra.....	43
Tabela 18 – Questão 13, a paisagem lembrada.....	45
Tabela 19 – Questão 14, histórias ouvidas.....	46

1. INTRODUÇÃO

É praticamente impossível que uma pessoa passe por um local qualquer sem que faça uma interpretação do mesmo, ainda que de maneira superficial. Transitamos por vários locais cotidianamente e muitos desses lugares parecem se destacar, de maneira positiva ou negativa; a alguns lugares atribuímos valores afetivos, como à nossa casa, que muitas vezes chamamos de lar e, a outros, atribuímos valores negativos, como a um cemitério ou um beco mal iluminado, que muitas vezes associamos a lugares perigosos. Atribuímos valores “sentimentais” aos lugares da mesma forma que fazemos com pessoas e animais; essa atribuição se dá naturalmente de acordo com o nosso envolvimento com eles.

A relação do sujeito com o espaço recebe o nome de geograficidade e essa relação entre o humano (sujeito) e o material (espaço) permaneceu em segundo ou terceiro plano para a Geografia durante muitas décadas, pois ela se ocupava em descrever feições e quantificar elementos, tanto humanos quanto naturais.

Analisar, apenas, os locais do medo e da violência, de paz e alegria, descrevê-los ou catalogá-los não é suficiente para que se possa ter uma dimensão ampla da relação de sensações percebidas neles. A dimensão humana deve ser considerada e destacada; toda relação humana se dá em algum espaço, logo, analisar a ação humana sem considerar a dimensão espacial é um recorte incompleto, da mesma forma que analisar o espaço sem considerar as relações humanas. Participamos dos fenômenos espaciais à medida que somos afetados por eles, e afetamos as transformações espaciais com algumas das nossas práticas humanas, seja em pequena ou grande escala espacial.

Os espaços, independentemente da sua extensão, sejam eles nacionais ou locais, carregam uma infinidade de símbolos que lhes foram atribuídos e, para conhecer bem esses símbolos, é preciso investigar, não apenas o receptor de tal atribuição (o espaço), mas também, o seu emissor (o humano). É necessário conhecer o frequentador desses locais para entender os símbolos e signos atribuídos a esses espaços e reproduzidos ali, pois é na relação do frequentador com o local que se dá o fenômeno.

A atribuição de valores aos espaços se dá em diversas escalas espaciais. Aos Estados e Nações são atribuídos hinos, bandeiras e heróis nacionais; a alguns becos e vielas são atribuídas histórias e lendas urbanas. No Brasil, temos a nossa Bandeira e um Hino Nacional que exalta heróis e lugares, como o Rio Ipiranga. Mas também, vários lugares são maculados por sentimentos negativos, como alguns presídios que, mesmo desativados, despertam o medo de moradores das regiões próximas e, muitas vezes, despertam lembranças e emoções apenas

por ouvir falar o nome de um presídio específico onde ocorreu uma grande rebelião, por exemplo.

No caso do Distrito Federal não é diferente. Vários bairros e locais específicos são relacionados à grandeza da pátria ou ao sucesso deste ou daquele governo; monumentos e obras tornam-se símbolos de poder, enquanto alguns bairros e quadras são associados a “ausência” do Estado, sendo vistos como livres para uma série de práticas ilícitas.

Os humanos vivem nos espaços, atribuem-lhes significados e compartilham essa atribuição com outros humanos, contando histórias, por exemplo, e os receptores dessas histórias atribuem outros significados e reinterpretam os significados anteriores modificando o espaço vivido para corresponder a nova significação; essa modificação do espaço vivido acarreta uma nova onda de ressignificações. Devemos nos lembrar também que a atribuição de significado não é uniforme – cada sujeito, dentro de suas capacidades cognitivas e visão de mundo, atribui um significado a um lugar. Diante disso, o olhar para o lugar em questão é o olhar do sujeito que atribui um significado ao mesmo. O fenômeno ocorre na relação do sujeito com o lugar.

Para que o olhar do sujeito seja priorizado, a abordagem usada nesse trabalho é fenomenológica, pois com ela é possível investigar com maior propriedade esse aspecto da percepção que se dá entre sujeito e espaço, a geograficidade.

1.1.OBJETO

O caso a ser analisado neste trabalho é o da geograficidade de frequentadores e não-frequentadores do Setor de Diversões Sul - SDS CONIC. Situado na região central de Brasília, o CONIC é conhecido por abrigar uma diversidade de serviços que variam desde igrejas e lojas de doces a cinemas para exibição de filmes adultos e lojas de *sex shop*; Sendo ainda utilizado como ponto de prostituição durante a noite. Essa diversidade de serviços oferecidos no CONIC fornece subsídios para o imaginário popular, podendo tanto ser associado a coisas boas, quanto com coisas ruins, dependendo do histórico de cada sujeito e sua visão de mundo.

O planejamento de Brasília compreende a divisão da cidade em diversos setores, Setor de Indústria e Abastecimento SIA, Setor de Grandes Áreas Norte SGAN, entre outros. Dentre eles, destaca-se para a pesquisa, o Setor de Diversões Sul SDS. Na época da sua construção, o Setor de Diversões Sul recebe o apelido de CONIC em referência a construtora que ergueu os primeiros prédios do setor e é conhecido por esse apelido até os dias atuais. Os setores de

diversões norte e sul estão situados na plataforma superior que compreende o cruzamento dos dois principais eixos rodoviários do DF (figuras 5 e 7, Imagem 1). O “Eixão” que se estende pelas Asas Sul e Norte; e o Eixo Monumental que se estende do Palácio da Alvorada (extremo leste do Plano Piloto) até a via EPIA (Estrada parque Indústria e Abastecimento), próximo ao Setor de Indústria e Abastecimento SIA (extremo oeste). A construção do setor data do início da construção de Brasília e tinha como plano inicial ser um setor com cafés, restaurantes, teatros e cinemas, de acordo com seu idealizador, Lúcio Costa:

“Nesta plataforma onde, como se via anteriormente, o tráfego é apenas local, situou-se então o centro de diversões da cidade (mistura em termos adequados de Piccadilly Circus, Times Square e Champs Elysées). A face da plataforma debruçada sobre o setor cultural e a esplanada dos ministérios, não foi edificada com exceção de uma eventual casa de chá e da ópera, cujo acesso tanto se faz pelo próprio setor de diversões, como pelo setor cultural contíguo, em plano inferior. Na face fronteira foram concentrados os cinemas e teatros, cujo gabarito se fez baixo e uniforme, constituindo assim o conjunto deles um corpo arquitetônico contínuo com galeria, amplas calçadas, terraços e cafés, servindo as respectivas fachadas em toda a altura de campo livre para a instalação de painéis luminosos de reclame (imagem 1 fig. 11)” (COSTA, 1962).

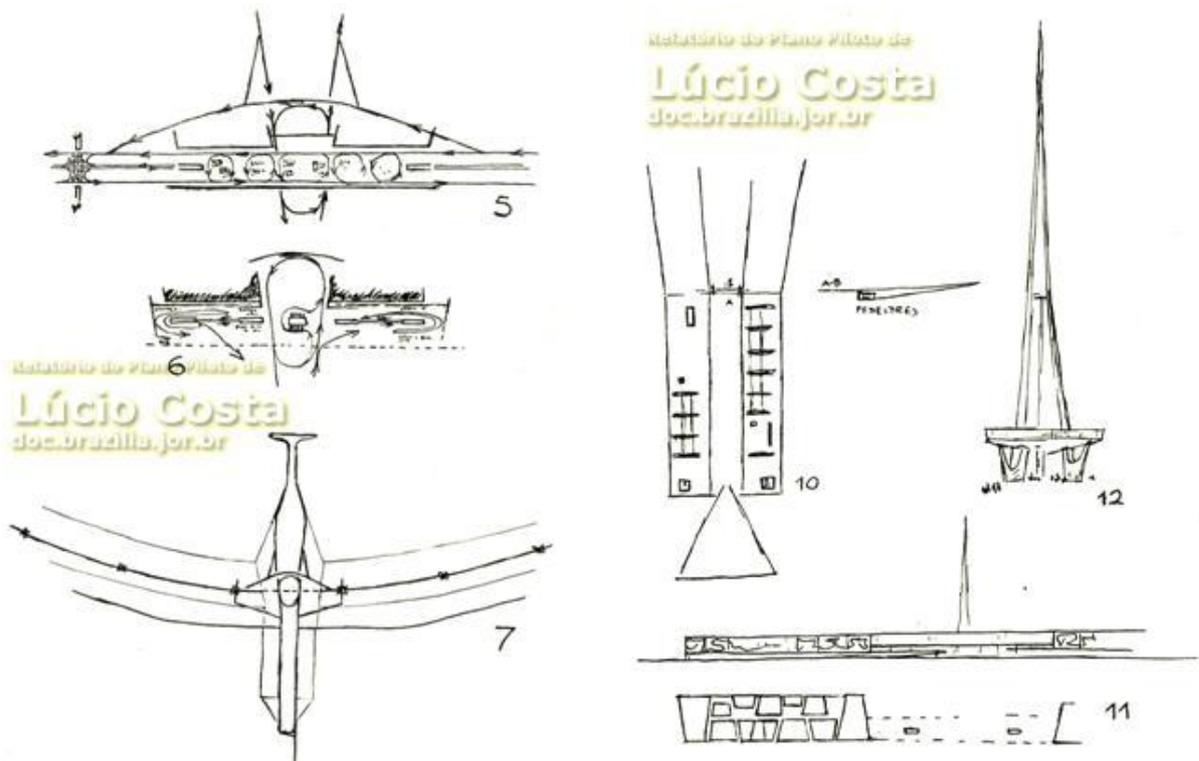


Imagem 1 – O traçado de Lúcio Costa

Com o passar do tempo, a configuração do CONIC mudou bastante, tanto em relação ao setor de diversões norte quanto ao plano original (Imagem 2). No setor de diversões norte

hoje se encontra o Shopping Conjunto Nacional, ocupando a área relativa ao CONIC no lado norte. O CONIC, que logo após sua inauguração atraiu algumas sedes de embaixadas, teve um esvaziamento com a construção do setor de embaixadas. Com isso “começam a aparecer clubes noturnos, bares pouco sofisticados, dando início à degradação da área, na medida em que afasta a classe média do Plano e é esquecido pelas autoridades locais.” (NUNES, 2009, p. 19).

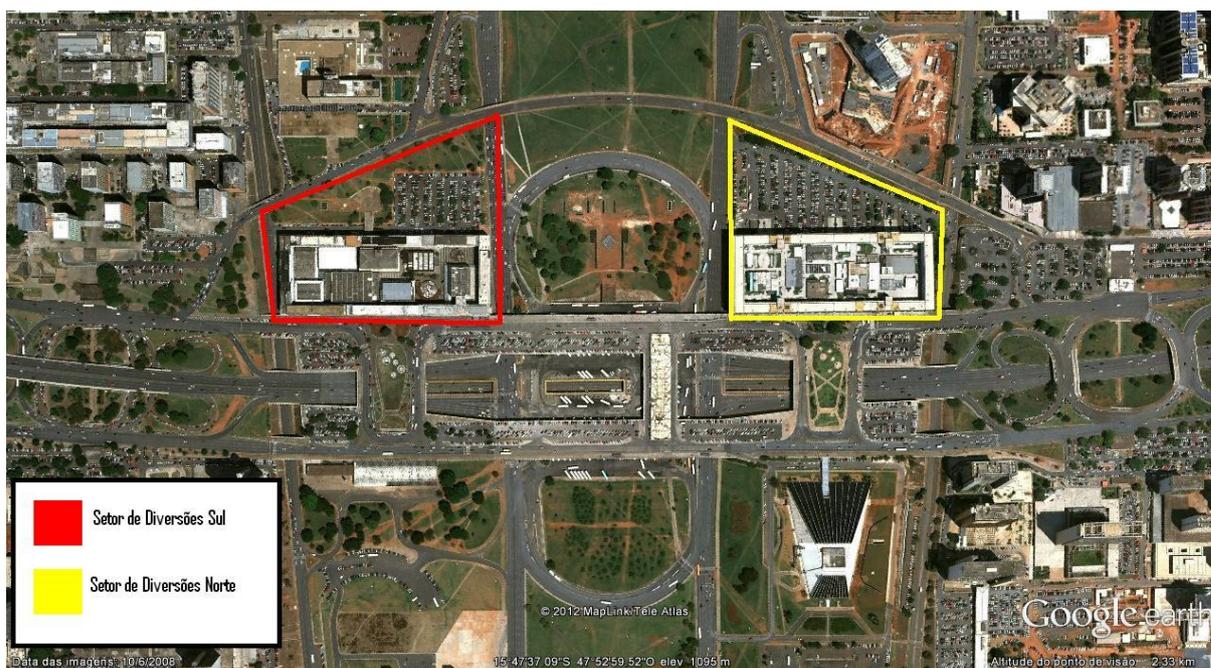


Imagem 2 – Vista aérea dos setores de diversões sul e norte

Com essa nova configuração no uso dos espaços do CONIC, agora com várias lojas e serviços, o público frequentador também é diferente. Diferentemente do Setor norte, onde as lojas e serviços são padronizados por fazerem parte de um shopping, no CONIC as lojas e serviços apresentam diversidade maior e também um bom nível de especialização. A abrangência varia de restaurantes e bares populares a livrarias especializadas em Ciências Sociais e Medicina; também possui lojas de instrumentos musicais, igrejas, boates de *strip tease* e lojas de artigos religiosos, além de abrigar comitês de partidos políticos e movimentos sindicais.

Com a abertura de casas noturnas no CONIC, na década de 1970, houve uma intensa movimentação noturna no lugar. As casas noturnas abrangiam um público amplo, com cabines de *strip tease* e boates voltadas para o público homossexual, além de bares noturnos frequentados pelos intelectuais da cidade e o Teatro Dulcina que oferecia uma gama de apresentações culturais.

O CONIC era visto como um lugar peculiar pelos seus frequentadores, como retrata o escritor Alencar Soares de Freitas em seu romance *CONIC um detetive, palyboys e marginias*. A linguagem é pejorativa mas mostra a visão do autor ao descrever sua vivência no local na década de 1980:

“O CONIC, onde à noite se abrigava a fauna exótica da capital federal: prostitutas, bichas, drogados, gigolôs etc. tinha quatro boates no edifício, sendo duas de bichas e duas de frequência variada; e dois cinemas, um deles passava filme ‘cabeça’, frequentado por gente sabida, com papos intrincados e coisa e tal.” (Freitas, 2010, p. 32).¹

Nas décadas seguintes houve o fechamento de várias boates e clubes de *strip tease* e também de várias lojas, sendo que os espaços onde funcionavam esses serviços permanecem fechados em sua maioria. Com o fechamento das boates, os pontos de prostituição migraram para outros setores do Plano Piloto. Alguns desses espaços foram utilizados para abrigar lojas novas com artigos voltados para o público jovem, mas a maioria permaneceu abandonada e se deteriorou com o tempo e a falta de manutenção, principalmente as lojas do subsolo. Essa transformação na paisagem funciona como atrativo para alguns grupos e como “repelente” para outros, essas paisagens são caracterizadas como paisagens alternativas, que serão caracterizadas no item 3.2.

Os grupos que se organizam em torno de paisagens alternativas são muitas vezes chamados de tribos urbanas. Essas tribos são agrupamentos mais ou menos estruturados, constituídos predominantemente de pessoas que se identificam com rituais e elementos da cultura que expressam valores e estilos de vida. Moda, música e lazer típicos de um contexto social que os atrai. (Maffesoli, 1998). Os sujeitos participantes dessas tribos, na maioria das vezes, manifestam a sua identidade de forma estética – mudando a cor dos cabelos, colocando *piercing* e tatuagem, etc. “A estética é um meio de experimentar, de sentir em comum e é, também, um meio de reconhecer-se.” (Maffesoli, op. cit. p. 108). Esse tipo de manifestação estética é encontrado com frequência no CONIC, não só pelos seus frequentadores, mas também por parte de alguns trabalhadores do local. Capas pretas de couro, lentes de contato para dar uma aparência sobrenatural aos olhos, cabelos espetados com sabão ou gel, roupas rasgadas de propósito ou pelo tempo de uso, usadas não para mostrar a marca de uma grife famosa, mas para mostrar as marcas do grupo ao qual pertence. Góticos, *skatistas*, *rappers* ou metaleiros, todas as tribos tem espaço no CONIC.

¹ Esse texto foi escolhido devido a vivência do autor no CONIC na década de 1980 e pela dificuldade de encontrar qualquer publicação sobre o local em questão; serve apenas para expressar a opinião do mesmo em relação ao local.

“A identidade grupal é buscada em marcadores imaginários: a roupa, o cabelo, os acessórios que compõem a estética do grupo.” (Oliveira et al, 2003). Essas marcas fazem o grupo se sentir coeso, mas não é a única maneira para que essa coesão ocorra.

A formação e frequência desses grupos no CONIC é relatada pelos seus frequentadores, como no supracitado relato de Freitas (2010). A imagem 3 mostra parte da paisagem interna do CONIC retratando os becos mal iluminados e mal cuidados, fatores esses que não atraem um público convencional que busca conforto e beleza nos lugares que frequenta.

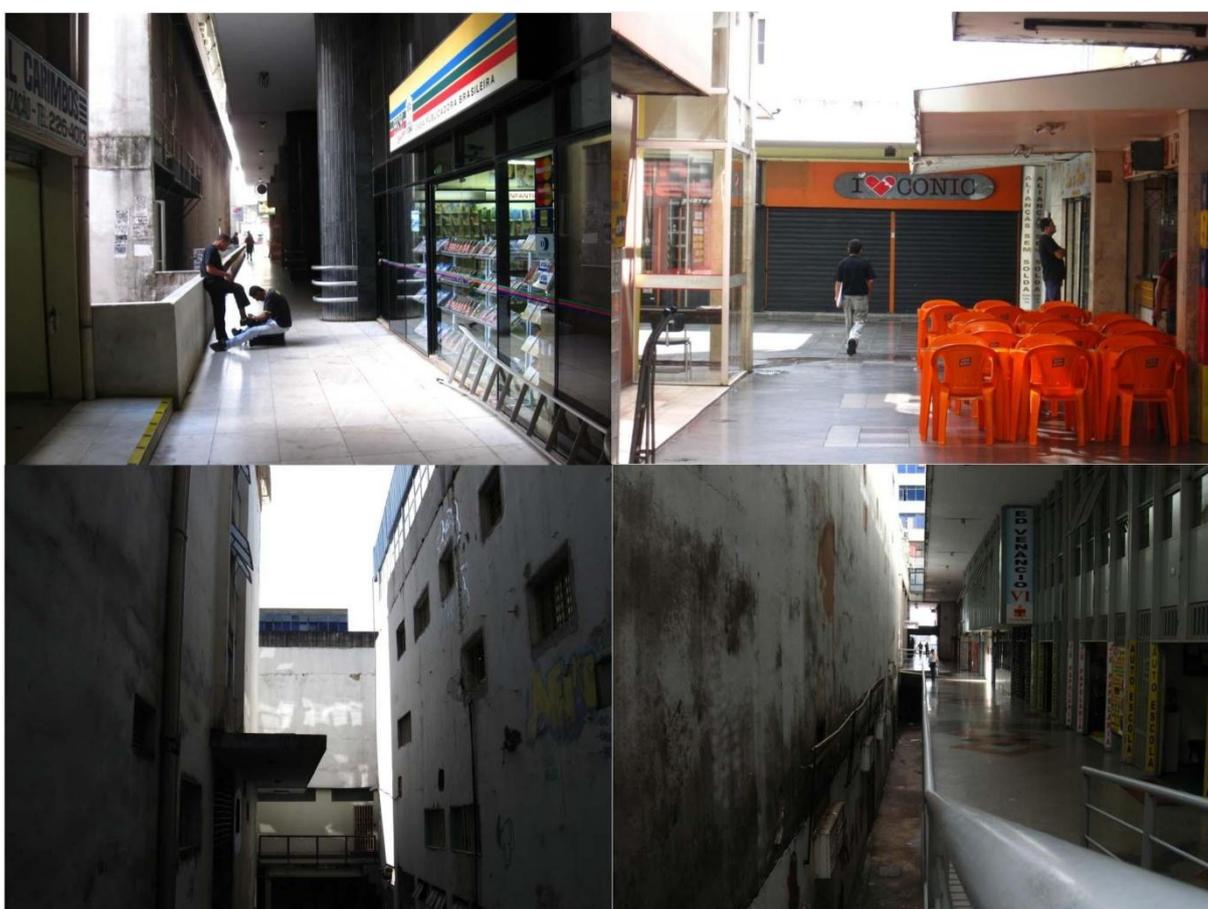


Imagem 3 – Visão interna do CONIC atual²

Além do sentido estético na formação do grupo, o mesmo pode ser identificado por um território comum de encontro. Este território, por ser dominado pelo grupo, exerce uma função protetora, familiar, topofílica, para os seus participantes. O grupo domina e imprime no território sua marca particular, seja pelo *graffitti* ou pelo barulho produzido por seus

² Fonte das imagens <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=930788>

membros, que faz com que outras pessoas se afastem dos seus domínios, provocando, em alguns casos, a topofobia.

A configuração espacial do CONIC contribui para essa função protetora. Por possuir poucas entradas principais (imagem 4), seus becos e praças ficam escondidas para os transeuntes que circulam no pátio exterior e para as viaturas policiais que não tem acesso direto ao local pois o mesmo não possui entrada para veículos no pátio principal; Possui um vasto subsolo quase totalmente abandonado que é usado ocasionalmente para festas de música eletrônica e rock (imagem 5) e para atividades ilícitas como o consumo e venda de drogas.

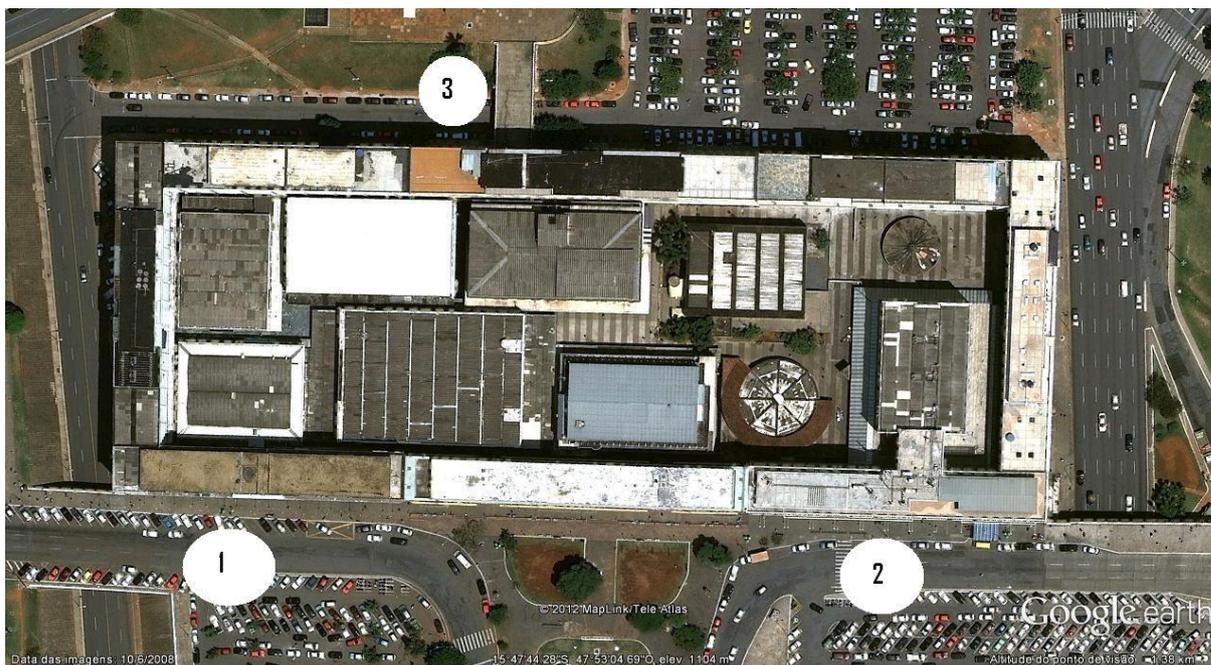


Imagem 4 – Entradas principais. Imagem obtida pelo Google Earth.



Imagem 5 – Festa “Mad Drops #2” no subsolo do CONIC. Foto de divulgação Lucas Hamann.

Para manter o domínio desses espaços e no intuito de afastar o diferente, ou seja, reafirmar a identidade, a tribo cria e reproduz alguns códigos, sejam eles verbais ou éticos, “a constituição dos microgrupos, das tribos que pontuam a espacialidade se faz a partir do

sentimento de *pertença*, em função de uma *ética* específica e no quadro de uma rede de comunicação.” (Maffesoli, op. cit. p. 194) (grifos do autor).

Essa rede de comunicação aproxima os comuns contribuindo para que sujeitos que em geral não frequentariam os mesmos lugares passem a frequentar ou, mesmo que não venham a frequentar o mesmo lugar, devido à grande distância, se vejam como participantes de um grupo. Paul Claval classifica esse tipo de comunicação como *simbólica*.

“Na comunicação simbólica o que está em jogo não é a transferência de informação, mas um contato que permite os indivíduos sentirem-se próximos porque partilham dos mesmos saberes, tem as mesmas atitudes e se projetam no mesmo futuro; [...] A comunicação simbólica tem dupla função geográfica: ela permite aos indivíduos instalados em lugares distantes sentirem-se solidários a partir do momento que experimentam o sentimento de ter em comum as mesmas crenças.” (Claval, 1999, pp. 70-71).

Por meio da comunicação simbólica o grupo tem seus valores transmitidos usando músicas, poemas, imagens, etc. Esse tipo de transmissão favorece o surgimento de outros grupos geograficamente distantes, mas, com a mesma essência. Como ocorreu com os movimentos *punk* e *hip-hop*, que, por meio de mídias audiovisuais espalharam-se pelo mundo, em oposição a cultura hegemônica da época. Muitas tribos e movimentos surgiram e se perpetuam no CONIC em oposição às culturas hegemônicas e muitas outras ainda surgirão. O espaço urbano do CONIC compreende uma infinidade de lugares marginais que oferecem proteção para aqueles que buscam “ser diferentes” ou, mesmo que não busquem, se sintam assim.

Com essa caracterização do objeto de estudo e do seu público frequentador temos base para elencar os objetivos do trabalho e para nos aprofundar em como o usuário se relaciona com o local e a sua visão do mesmo, seja ela profunda ou superficial.

1.2 OBJETIVO GERAL

O Objetivo principal é indagar sobre a geograficidade dos frequentadores do CONIC. Geograficidade entendida como a relação entre o sujeito e os lugares.³

1.3 OBJETIVOS PARTICULARES

- Indagar sobre os elementos da paisagem urbana que causam percepções topofílicas e topofóbicas.
- Relacionar os elementos da geograficidade identificados com a sua simbologia.

³ O conceito de geograficidade será aprofundado no ponto **3.1.1**.

1.4 PERGUNTAS DE PESQUISA

As questões a serem respondidas neste trabalho são as seguintes:

- Que tipo de percepções geram topofobia e topofilia nos frequentadores do CONIC-DF?
- Que símbolos estão associados às percepções topofóbicas e topofílicas?

2. JUSTIFICATIVA

O estudo da geograficidade propicia o entendimento da relação humano x meio ambiente de forma mais próxima. A relação do humano com os lugares se desenvolve de várias formas e interfere na construção e uso dos espaços públicos em diversos níveis. O ser humano muda seu trajeto cotidiano de ida ao trabalho, por exemplo, por perceber que o mesmo já não é seguro o suficiente, mas também pode mudá-lo para aproveitar algum lugar agradável que tenha descoberto a pouco tempo.

Além das mudanças no uso pessoal dos lugares, a geograficidade pode interferir no modo como o poder público legisla e age em relação a alguns lugares. A construção, restauração e abertura de parques é incentivada, muitas vezes, por pedidos de moradores de determinada região que querem transitar por espaços mais abertos com mais árvores; do mesmo modo, um lugar pode ser fechado se houver uma movimentação nesse sentido por parte daqueles que não se sentem bem ali. A geograficidade pode interferir na formulação de uma política pública, seja ela favorável à abertura ou ao fechamento de algum espaço público.

No processo de formulação de uma política pública, como de segurança, por exemplo, os indicadores estatísticos são de grande relevância para a implementação da mesma. Tendo em vista que os indicadores de segurança são obtidos por meio de dados coletados de ocorrências policiais, os mesmos podem não se mostrar confiáveis devido à falta de confiança na segurança pública, que faz com que várias ocorrências não sejam registradas, pois as vítimas não acreditam que a polícia possa lhes ajudar. Além da imprecisão estatística contemplada nesse modelo de indicador, que considera apenas os dados registrados de maneira legal, a implementação de uma política de segurança não considera fatores como a geograficidade, que pode ser manifesta de maneira positiva ou negativa e que pode ser percebida, por exemplo, a partir das condições de iluminação de um local, apreensões da paisagem baseadas em pré-conceitos depreendidos de vivências e de concepções estereotipadas.

Na formulação de uma política pública de segurança, são levados em consideração indicadores que nem sempre transparecem a vontade da população atingida por tal política; os indicadores “traduzem em termos operacionais as dimensões sociais de interesse definidas a partir de escolhas políticas realizadas anteriormente.” (Januzzi, 2005, p. 138). Essas escolhas atendem aos interesses dos formuladores de políticas, que podem escolher um dado indicador para que uma política seja realizada ou não. Com isso, o estudo da geograficidade pode contribuir no processo de formulação de uma política pública, tendo em vista que a política deva visar a segurança do sujeito e a sua percepção de segurança, e não a mera redução de dados estatísticos (ocorrências policiais).

Ao se aprofundar no conhecimento da geograficidade as demandas dos frequentadores do local em questão são realçadas e, a partir daí, podem ser sanadas de maneira mais precisa; além disso, o estudo da geograficidade não se presta apenas para realçar o medo e a sensação de insegurança, mas para realçar todas as relações entre os sujeitos e os espaços em suas várias escalas de análise. É nesse aprofundamento que os símbolos e estereótipos se destacam, podendo assim, ser sistematizados a fim de serem relacionados com o local concreto; dessa relação podem ser obtidos padrões e dados estatísticos.

Os dados obtidos nesta pesquisa podem contribuir para a revitalização de um ponto comercial importante na área central do Plano Piloto, pois, tendo em vista a geograficidade, as políticas públicas seriam voltadas para o aumento da sensação de segurança, e não somente a diminuição das ocorrências.

3. MARCO TEORICOCONCEITUAL

3.1. ABORDAGEM FENOMENOLÓGICA

Tendo a compreensão de que o ser humano é um ser ativo no mundo, a investigação do espaço enquanto objeto de estudo da Geografia não pode se restringir a ver este como algo estanque daquele. Essa separação metodológica esteve (e está) presente na maioria dos trabalhos acadêmicos.

Até meados do Séc. XX as correntes dominantes do pensamento geográfico não abordavam o espaço na perspectiva do ser humano como um ser que atribui sentido aos lugares. Essa abordagem é trazida pela Geografia Humanista que tem por base epistemológica a fenomenologia.

“A utilização das noções fenomenológicas, dentre os geógrafos humanistas, iniciaram-se a partir do descontentamento de alguns geógrafos com o uso dos modelos mecanicistas e cientificistas da Nova Geografia. Estes geógrafos foram

buscar na Fenomenologia modos de análise e conceitualização que lhes permitissem refletir sobre o significado experiencial da ocupação da terra.” (SANTOS, 2011. p. 75)

A abordagem fenomenológica da Geografia Humanista traz novas perspectivas para a investigação espacial. Dentro dessa abordagem, “O espaço não é o meio (real ou lógico) onde se dispõem as coisas, mas o meio pelo qual a posição das coisas se torna possível.” (DUARTE e MATIAS, 2005. p 192), sendo o ser humano que “posiciona as coisas” e se apropria do espaço. Assim, o espaço é ao mesmo tempo vivido e percebido, pois, ao organizá-lo material ou culturalmente, o ser humano o faz obedecendo à sua visão de mundo. “Afinal, toda apropriação material do mundo é uma apropriação com sentido, posto que só se apropria daquilo que tem *sign*-ificado e, assim, toda apropriação material é, ao mesmo tempo, simbólica.” (COSTA, 2006. p 90). Do mesmo modo, as relações humanas, sejam elas de dominação ou de igualdade, são dotadas de concepções pré-estabelecidas que as mantêm. Concepções carregadas de signos e símbolos; alguns são facilmente esquecidos, outros perduram por séculos.

Por surgir em uma época onde a corrente dominante na Geografia era a materialista, a abordagem fenomenológica não é muito bem aceita - “A concepção de espaço percebido, não é bem aceita na geografia, à luz do paradigma dominante, vista como uma forma de análise que impede a construção de uma teoria geral do espaço.” (DUARTE e MATIAS, op. cit. p 193).

Por abordar grupos e classes sociais como se eles se comportassem de forma homogênea – os capitalistas agem de tal forma, o proletariado de outra - a corrente materialista da Geografia visava definir regras gerais para toda e qualquer manifestação espacial, baseada (apenas) nas questões econômicas e sociais. Essas regras gerais tratam o mundo com objetividade, como se a manifestação humana no espaço fosse sempre objetiva. Considerar as transformações espaciais dessa única maneira suprime a individualidade do sujeito, colocando as manifestações materiais como supraorgânicas.⁴

A fenomenologia traz para a Geografia o olhar do sujeito sobre o espaço, como aquele se relaciona com este, pois, mesmo pertencendo à mesma classe social, gênero ou raça, cada sujeito tem uma vivência e uma maneira de perceber o mundo a sua volta. O mesmo local tem vários significados, tornando-se uma infinidade de lugares no mesmo local.

⁴ Considerar as manifestações materiais como supraorgânicas é dar-lhes o *status* ontológico e poder de causa sobre todas as manifestações espaciais. Nem a Cultura nem as condições econômicas são únicas determinantes das manifestações espaciais. (Duncan, 2007).

O contato dos sujeitos com o espaço se dá através das sensações apreendidas pelos órgãos; uma vez apreendidas, essas sensações conduzem a percepção e, pela percepção são criadas imagens que dependem do histórico de cada indivíduo. A mesma paisagem pode ser “imaginada” de várias formas. “A percepção externa de um signo, como uma estátua no meio de uma praça, por exemplo, tem características físicas, captadas por quem as observa, que não deixam dúvidas. O significado desta estátua, porém, pode variar muito de um observador para outro.” (Rocha, 2003, p. 67).

O significado varia não somente de sujeito para sujeito, mas também pode variar ao longo da vida do mesmo. Nossa visão de mundo não é imutável, ela vai se transformando com o passar do tempo, logo, a percepção e a relação com os lugares também muda. O espaço é interpretado e reinterpretado a cada momento, pois o ser humano é um ser simbólico.

“O comportamento simbólico é a possibilidade de expressões variadas de um mesmo tema, essa multiplicidade perspectiva que faltava ao comportamento animal. Trata-se de perceber nas coisas seus significados ocultos, seus valores, suas potencialidades e suas perspectivas, e não apenas seu significante, aquilo que é posto diretamente à percepção incipiente (concreto).” (Silva, 2007, p. 23).

Por não ser imutável a nossa percepção de mundo em relação aos outros sujeitos e até em relação a nós mesmos, a relação de percepção e vivência do sujeito deve ser respeitada e considerada mais profundamente. Pensando nisso, vários geógrafos se dedicam ao conceito de Geograficidade, que veremos a seguir.

3.1.1. GEOGRAFICIDADE

Como o ser humano é um ser simbólico, ele identifica signos e símbolos espaciais e também atribui símbolos aos lugares de acordo com a sua relação com eles. A maneira como cada sujeito se relaciona com o espaço recebe o nome de geograficidade (Relph, 1979); ela não é apenas a relação material do sujeito com o espaço, mas também, uma relação simbólica, que parte da percepção e do espaço como vivência. “Essa ‘geograficidade’ só é possível na relação Ser e Mundo, da qual fala a fenomenologia. Dela temos nos fundamentado para compreender a relação homem-terra.” (Nogueira, 2005. p. 10247). Não existe tempo fora do espaço nem espaço fora do tempo, logo, toda a nossa existência se dá em historicidade e geograficidade.

Essa relação com o espaço tem sido negligenciada pela Geografia e pelas ciências sociais que sempre privilegiaram os aspectos puramente históricos ou puramente sociais, como se fosse possível separar o humano do tempo e do espaço. Não observar a

geograficidade é correr o risco de considerar o humano distante dos lugares e os lugares como apenas matéria, sem humanidade. O mundo não é apenas material, nem o humano um ser *desespacializado*. Somos seres socioespaciais.

“O modo de ser do individuo é socioespacial. Não se tem, ai, um dado *a priori* inerente à existência histórico-geográfica do ser em ato, nem uma forma reduzida do real à consciência desse mesmo ser, o ser capaz de dizer ‘eu’. Trata-se de que o ser espacial imprime relações que tem com o meio co-determinante e co-relacional para a realização da vida, o espaço de existência. Este deve ser entendido aqui como categoria formativa e em constante formação do homem situado, individuo de socioespacialidade em latência. Uma categoria que subordina e é subordinada pela dinâmica socioespacial de ser em ato. Assim, tem-se que cada individuo encerra em si uma inevitável geograficidade com capacidade produtora e reprodutora dos graus diversos de consciência dos homens, na formação da consciência do mundo e dos lugares que concretizam a sua realização.” (Marinho, 2010, p. 143).

O humano se relaciona com o espaço, se apropria do mesmo na atribuição de significados, transforma o espaço a sua volta e é influenciado pelas transformações feitas por outros no seu espaço de vivencia, que é compartilhado. “Duas pessoas não veem a mesma realidade. Nem dois grupos sociais fazem exatamente a mesma avaliação do meio ambiente.” (Tuan, 1980, p. 6). Se a avaliação do meio é diferente, a construção e atribuição de símbolos também. Em decorrência disso, alguns lugares são plurais em seus símbolos e signos e estão em constante transformação, pois são apropriados por vários grupos e vários sujeitos com visões diferentes que imprimem nos lugares parte da sua visão de mundo para poder se relacionar melhor com aquele local, para se sentirem pertencentes.

A geograficidade pode ser percebida tanto nos sujeitos quanto nos lugares. O sujeito, com sua vivência, mostra suas experiências com os lugares, suas preferências e aversões; os lugares carregam marcas de ocupações antigas e recentes de usuários que se apropriaram deles e deixaram suas marcas. As marcas mais perceptíveis são as visuais, mas não são as únicas, o ser humano capta o espaço por meio de todos os sentidos. “O mundo percebido através dos olhos é mais abstrato do que o conhecido por nós através dos outros sentidos. Os olhos exploram o campo visual e dele abstraem alguns objetos, pontos de interesse, perspectivas. Mas o gosto do limão, a textura de uma pele quente, e o som do farfalhar das folhas nos atingem como sensações.” (Tuan, 1980, p. 12). Os sons e odores podem “delimitar” territórios e ativar respostas quanto ao comportamento. Percebemos isso quando passamos por lugares “sagrados” onde impera o silêncio ou em bairros onde são encontradas manifestações do movimento *hip-hop*, e a música indica a prevalência de um determinado grupo naquele território.

Como os nossos sentidos respondem de acordo com as manifestações bioquímicas do nosso organismo, (além das nossas concepções simbólicas do mundo) eles podem influenciar a nossa percepção. Dessa forma, a geograficidade entre os sexos se mostra diferente, pois, além da diferença biológica existe a diferença cultural na construção dos papéis. “Em toda cultura conhecida, homem e mulher recebem papéis diferentes; são ensinados na infância a se comportarem de maneiras diferentes [...] Nas culturas em que os papéis dos sexos são fortemente diferenciados, homens e mulheres olharão diferentes aspectos do meio ambiente e adquirirão atitudes diferentes para com ele.” (Tuan, 1980, pp. 62 -71).

A forma como nos relacionamos com os espaços podem se dar de maneira positiva (topofilia) ou negativa (topofobia), de acordo com nossa visão de mundo, nosso tempo de experimentação do lugar e capacidade cognitiva, como será exposto a seguir.

3.1.1.1 TOPOFILIA

A percepção do mundo à nossa volta está inteiramente ligada à nossa capacidade cognitiva, nosso histórico social e cultural, o que faz com que, mesmo tendo os mesmos lugares cotidianos, pertencendo à uma mesma sociedade e cultura, dois sujeitos se relacionem com os mesmos lugares de forma diferentes (Tuan, 1980).

O geógrafo Yi Fu Tuan foi um grande propagador da ideia de que o ser humano se relaciona com os lugares, rompendo com tradições geográficas anteriores que não valorizavam a percepção individual. Em seu livro *Topofilia – um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente* (1980), Tuan trás o conceito de topofilia que, segundo ele, “pode ser definida em sentido amplo, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material. Estes diferem profundamente em intensidade, sutileza e modo de expressão.” (Tuan, op. cit. p. 107). A profundidade e intensidade desse sentimento variam de acordo com cada sujeito, não possuindo uma regra geral, embora esse sentimento possa ser associado ao tempo de vivência no lugar.

O sentimento topofílico se manifesta no espaço vivido, logo, para esse sentimento se desenvolver é necessário tempo. Esse tempo transforma o espaço (habitat) em lugar (habitação) (Leff, 2001). Ao habitarmos um espaço acumulamos diversas experiências ao longo do tempo, podendo estas serem boas ou ruins.

O ser humano não apenas está presente nos lugares, mas se relaciona com eles de forma mais intensa. “O espaço é lugar de habitação. Habita-se o espaço, em harmonia com as dialéticas da vida. O ser humano transforma a habitação numa manifestação e num

prolongamento do seu ser.” (Fernandes, 1992. p. 72). Ao fazer isso, o ser humano não só constrói uma relação afetiva com o lugar, baseado em sua memória, mas também projeta sonhos em relação ao mesmo.

Cabe destacar que a topofilia não é uma mera apreciação estética de um lugar. O fascínio visual por um determinado lugar, por mais que seja intenso, é efêmero. Ao tratar da apreciação estética Tuan diz:

“Esta, não importa quão intensa, é efêmera, a não ser que nossos olhos fiquem presos ao cenário por alguma outra razão, quer pela lembrança de fatos históricos que santificam a cena, quer pela lembrança da sua subjacente realidade geológica e estrutural.” (Tuan, op. cit. p. 108).

Nesses conceitos supracitados transparecem a importância do lugar na concepção humanista da Geografia, distanciando-se da concepção material e mercadorizada de lugar, da tradição crítica da Geografia.

“Nessa perspectiva (humanista), entende-se que espaço e lugar são distintos, cada qual tem suas individualidades e singularidades. Assim o espaço poder ser um lugar em questão de horas, por exemplo: durante a semana o centro da cidade pode ser um espaço ou um lugar, pois para muitos, o centro é apenas um espaço aonde vem casualmente resolver algo, enquanto para outros é o lugar de trabalho, de lazer, enfim é a extensão de seu lar, portanto é lugar.” (Oliveira, 2007, p. 9).

A particularização do lugar em consequência dos simbolismos adquiridos é bem marcante na corrente humanista da Geografia. Cada sujeito constrói “seu lugar”, baseado no modo como encara as paisagens, sejam cotidianas ou não; “Assim, os termos topofilia e topofobia propostos por Tuan (op. cit.) estão associados ao caráter do ambiente e com os valores e atitudes daqueles que os experienciam.” (Almeida, 2007, p. 37).

3.1.1.2 TOPOFOBIA

A topofobia é o sentimento diametralmente oposto à topofilia. A geograficidade propicia não só momentos de satisfação e prazer, mas também, momentos de ansiedade e pânico. O medo é algo natural em várias espécies de animais e, no ser humano, esse medo pode ser despertado por uma paisagem, uma concepção simbólica que é atribuída a uma construção material ou à “natureza”.

Por ser experienciado por sujeitos, o medo é subjetivo (TUAN, 2005.), logo, cada sujeito tem seus medos e angústias despertados por fatores diferentes uns dos outros. Existem fatores que despertam o medo em vários sujeitos, mas não se pode assumir que exista uma situação que desperte o medo em TODOS os sujeitos. Para que se desenvolva um sentimento

topofílico é necessário um relacionamento relativamente duradouro com o local; no caso da topofobia, esse sentimento pode ser despertado de maneira mais abrupta, provocada por um medo súbito em relação a algum lugar.

“(O medo) é um sentimento complexo, no qual se distinguem claramente dois componentes: sinal de alarme e ansiedade. O sinal de alarme é detonado por um evento inesperado e impeditivo no meio ambiente, e a resposta instintiva do animal é enfrentar ou fugir.” (TUAN, op. cit.). Quando a resposta é a fuga de algum local ameaçador tem-se o sentimento de topofobia. Esse local ameaçador para um sujeito por de ser o local de repouso de outro.

Esse sentimento surge em resposta às várias construções que temos arquivadas em nossa memória. “A memória não é uma reprodução literal do passado, mas depende de processos construtivos que são, algumas vezes, sujeitos a erros e distorções.” (Schacter et al, 1998, p. 290 apud Lefrançois, 2008, p. 315). Lefrançois ressalta que, noções pré-concebidas de o que combina com que, os *scripts* ou *esquemas*, influenciam nossa memória a ponto de lembrarmos-nos de algo que não aconteceu; no caso da percepção de lugares, esses *scripts* fazem com que associemos lugares novos a lugares do nosso passado, sejam bons ou ruins. Tendemos a “combinar” expectativas com a paisagem, por exemplo: muitas vezes espera-se que um lugar mal iluminado seja combinado com violência e medo, ou que uma paisagem rural seja tranquila e silenciosa. Essas combinações nem sempre correspondem com o mundo real, pois, sabemos que há locais escuros e seguros e paisagens rurais que não são tranquilas, mas, por associações geradas por nossa memória tendemos a combinar e gerar expectativas.

Essas expectativas que são geradas pela ativação da lembrança de um local ou acontecimento passado podem despertar o medo;

“O medo é uma emoção básica, com determinadas características associadas, tais como a ansiedade, a apreensão, o nervosismo, o pavor, a preocupação [...] Caracteriza-se pela ativação de um estado emocional aversivo que tem como objetivo motivar o indivíduo a enfrentar determinados estímulos ou situações ameaçadoras.” (Freitas-magalhães & Batista, 2009, p. 430)

Os autores também ressaltam que as fobias são caracterizadas por um medo de situações e relações interpessoais, como - medo da morte, medo de animais, de sangue, de lugares, etc. Algumas vezes esse medo é desencadeado por algo que não se adequa naquilo que enquadramos como normal, tendemos a ter medo do “feio”, consideramo-lo perigoso, pois o medo é ativado como proteção para o nosso corpo. Por não poder ver algo à nossa frente ou ao nosso redor, em um local escuro, temos medo de que possa nos acontecer algo de

ruim. Essa associação é reproduzida cultural e socialmente, como nos filmes, por exemplo, onde sempre é retratado o mal como sombrio, incômodo; e o bem como a luz, confortável.

O desconhecimento sobre um local ou acontecimento desperta representações que são fomentadas pela difusão irresponsável.

“Um acontecimento surge no horizonte social, que não se pode mostrar indiferente: mobiliza medo, atenção e uma atividade cognitiva para compreendê-lo, dominá-lo e dele se defender. A falta de informação e a incerteza da ciência favorecem o surgimento de representações que vão circular de boca em boca ou pular de um veículo de comunicação a outro. (Jodelet, 2001, p. 20 apud Porto, 2009, p. 6).”

Ao se aproximar de um local que foi maculado por histórias negativas, baseadas em experiências de terceiros, tendemos a não querer permanecer no mesmo temendo que a história se repita conosco. Essa tendência nos leva a sentir que não pertencemos àquele local; não queremos fazer parte de um local que nos agride. A forma como um indivíduo pode se sentir pertencente a um local pode variar em vários graus, desde os de proximidade afetiva aos de distanciamento e indiferença, pois, o sentimento de pertencimento é reflexo da relação do sujeito com o local.

3.1.2. PERTENCIMENTO (*sense of belonging*)

Pertencer a um lugar é muito mais do que apenas frequentar, ou morar nele. De acordo com o dicionário— pertença significa “declaração feita em certos títulos, designado à pessoa a quem se transmite a propriedade; acessório, ingrediente”. Sentir-se pertencente a um lugar é o resultado de uma relação mais forte e próxima com o local, segundo Seamon “(is) the more strongly does that environment become a place.” (1996, p. 5). O sentimento relacionado à pertença está ligado ao nosso relacionamento com o local; com a transformação do “espaço” em “lugar”. “São as sensações de *pertencimento* que possibilitam a conversão do ‘espaço’ em ‘lugar’, ou, do contrário, o sentimento de *não-pertencimento* possibilita a transformação de ‘lugar’ em ‘espaço’.” (Calisto e Vargas, 2006. p. 2).

Essa sensação é reflexiva, o sujeito atribui a si mesmo o “título” de pertença a algum lugar, se fazendo “propriedade” ou “ingrediente” do mesmo. O *pertencimento* não pode ser definido por terceiros levando em consideração fatores culturais ou estéticos. Portanto, é uma construção inicialmente individual. Daí o seu nome em inglês: *sense of belonging*, senso de pertencimento. O *pertencimento* está ligado à identidade territorial. “Toda identidade territorial é uma identidade social definida fundamentalmente através do território, ou seja, dentro de uma relação de apropriação que se dá tanto no campo das ideias quanto no da

realidade concreta.” (Costa, 1999. p. 72.). É uma identidade social porque é mantida e reafirmada diante dos “outros”, mas o senso de pertencimento a algum lugar é definido pelo próprio sujeito, na apropriação do território; esta apropriação se dá no campo das ideias porque o sujeito procura em si símbolos que o liguem ao lugar, que por sua vez, existem na realidade concreta. Os significados atribuídos ao território ou lugar têm um papel muito importante e esses significados podem ser transformados em símbolos.

A identidade é construída, pois, identificar é “juntar” coisas similares e identificar é também separar, criar limites; esses limites definem os “de fora” e os “de dentro” em determinada categoria. Ao tratar sobre identidade nacional Paulo César Nascimento (2003) afirma que a identidade nacional brasileira foi construída em oposição à europeia, que valorizava a “raça pura”, Nascimento afirma que a identidade brasileira é construída a partir da valorização da miscigenação; ele afirma também que autores como Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro foram importantes incentivadores dessa construção da identidade com suas publicações.

Para que essa identificação se consolide é necessário memória para comparar aquilo que é nosso com aquilo que não é. Comparamos o desconhecido com algo conhecido. Se identificarmos nos lugares algo que nos remete a lembranças boas, nos identificamos rapidamente com o lugar; quanto mais identificamos semelhanças, quanto mais nos permitimos “entrar” em determinados lugares, mais nos tornamos pertencentes à eles.

Nesse sentido, podemos nos afirmar como brasileiros, paulistas, pernambucanos, brasilienses ou moradores de um determinado bairro, não porque nascemos lá, mas porque encontramos similaridades, *identidades*, com o “povo” e com o lugar (Nascimento, 2003). Morar em um país não nos faz pertencer àquela nação do mesmo modo que estar em um lugar não nos faz pertencer a ele. É o sentimento de pertencimento a um lugar ou grupo que nos faz reafirmar o que nos torna idênticos. Nossa identidade grupal ou nacional/territorial nasce no momento em que nos identificamos como parte daquele grupo, como pertencentes a ele. Desse modo, podemos não nos sentir pertencentes a um lugar ou grupo, mesmo estando espacialmente dentro deles. Podemos estar “dentro” e ao mesmo tempo “fora”.

O sentimento de estar “dentro” ou “fora” de um lugar é reflexo do sentimento de pertença e da intensidade do mesmo; essa relação dentro-fora também é caracterizada por vários níveis, assim como o sentimento de pertencimento. A condição do estar dentro - *insideness*, e do estar fora - *outsideness*, foi teorizada por Edward Relph, como veremos a seguir.

3.1.2.1 *INSIDENESS*

Estar “dentro” ou “fora” de um lugar é muito mais do que transpor limites demarcados; estar dentro ou fora é um reflexo também da percepção do sujeito; podemos estar em um lugar e nos sentir deslocados, distantes dali por vários motivos. De acordo com Relph (1976) as percepções espaciais se dão de duas formas - *insideness* e *outsideness* – de acordo com o nosso envolvimento com o lugar e a disposição a esse envolvimento. Essas duas categorias se subdividem em outras 7, variando a intensidade e o modo de relação. Com isso, podemos identificar várias intensidades e modos de nos relacionarmos com o espaço, sendo esse relacionamento pessoal e único. Não é regra que os mesmos espaços produzam os mesmos efeitos topofílicos ou topofóbicos em todas as pessoas.

Insideness diz respeito à sensação de pertencimento, quanto mais adentramos um local, mais nos sentimos parte dele; essa relação de *insideness* acontece em níveis de intensidade diferentes e em circunstâncias diferentes. David Seamon (1996) explica com propriedade as 4 categorias do *insideness* de Relph:

a) *Insideness Existencial (existential insideness)*

Este modo de *insideness* é o que se demonstra mais profundo, é o sentimento que temos por nossa casa, “at-homeness” (SEAMON, op. cit. p. 3). É a manifestação topofílica, sentimo-nos pertencentes ao local, seguros e confortáveis.

b) *Insideness Comportamental (behaviorial insideness)*

É quando nos deparamos com um lugar “novo” e começamos a identificar e entender as relações ali existentes e nos familiarizar com o local; compreendemos onde e como os elementos da paisagem se encaixam e fazem sentido. Com essa familiarização passamos a atribuir significado ao lugar, estreitando nossa relação com ele. Este *insideness* está ligado ao visual, às formas vistas e sensações tidas no primeiro contato com o lugar.

c) *Insideness Empático (empathetic insideness)*

Ocorre quando o sujeito, mesmo não pertencendo àquele lugar, se abre para tentar entendê-lo de forma mais profunda. “This kind of experience requires interest, empathy, and heartfelt concern.” (SEAMON, op. cit. p. 4). Sendo assim, o sujeito tem

que estar aberto a esse novo lugar em processo de descoberta. Segundo o autor, esse tipo sentimento é interessante na abordagem fenomenológica pois o pesquisador precisa dessa tipo de abertura para investigar os lugares.

d) *Insideness Vicário (vicarious insideness)*

Neste *insideness* o sujeito não experiêcia o lugar diretamente, ele é transportado a um determinado lugar pela imaginação, através de filmes, pinturas, músicas e relatos sobre lugares distantes. O sujeito tem uma empatia pelo lugar retratado ou imaginado mesmo sendo espacialmente ou temporalmente distante.

Da mesma forma que o individuo se relaciona de maneira próxima e positiva com os lugares, ele também se relaciona de maneira distante e também indiferente. Esses são os sentimentos *outsideness*.

3.1.2.2 OUTSIDENESS

Paralelamente ao *insideness* temos a categoria de *outsideness*. Nesta categoria o sujeito não “experimenta” o lugar ou não se sente pertencente a ele mesmo o tendo “experimentado”; desta forma, o lugar se converte em espaço pelo distanciamento do sujeito com o mesmo; “é o sentimento de separação e disjunção” (Calisto e Vargas. op. cit. p. 3). O *não-pertencimento* propicia, segundo Relph, três tipo de *outsideness*:

a) *Outsideness Existencial (existential outsideness)*

É o sentimento de distanciamento, desconforto e opressão que muitas pessoas sentem em determinados lugares. O individuo se sente deslocado e não pertencente àquele lugar. Esse sentimento pode ser despertado pelo caos da paisagem urbana, por exemplo.

b) *Outsideness Objetivo (objective outsideness)*

É a separação deliberada do lugar. O sujeito se abstém de “experimentar” o lugar para poder analisá-lo. Esse tipo de distanciamento é típico de pesquisadores, administradores e agentes formuladores de políticas públicas, pois, é mais prático, do ponto de vista positivista.

c) *Outsideness incidental (incidental outsideness)*

Nesta perspectiva o sujeito “experimenta” os lugares em plano secundário. O lugar é apenas o pano de fundo, sendo o objetivo principal outro lugar. Aqui o lugar é “entendido como elemento acessório, é reflexo e baixos graus de vínculos de pertencimento para com o ambiente.” (Calisto e Vargas, op. cit. p. 4). Seamon exemplifica esse *outsideness* como as paisagens ou lugares percorridos por um motorista a caminho de outro lugar.

O *não-pertencimento*, colaborando para o *outsideness* se intensificar, pode fazer com que o sujeito desenvolva um sentimento topofóbico; colabora também para que ele sinta-se distante dos lugares ou tenha uma experiência negativa que promova um distanciamento ainda maior e a aversão a o lugar. Neste trabalho optamos por aprofundar apenas nos dois expoentes extremos de cada sentimento – *insideness existencial* e *outsideness existencial*, pois, são nas formas mais extremas que se manifestam as reações topofílicas e topofóbicas.

A experiência de um sujeito com o lugar pode ocorrer de várias formas e em vários níveis, desde níveis mais intensos de pertencimento até o sentimento de indiferença a um local. Esses níveis de pertencimento, como já vimos, contribuem no desenvolvimento da identidade territorial. Com isso, algumas tribos urbanas são formados tendo por base um local topofílico comum; e esse local pode ser identificado pela sua paisagem, que tanto é influenciada quanto influencia a tribo. A influência da paisagem e o modo como ela é influenciada pelo seu usuário, assim como a sua conceituação, será mostrada a seguir.

3.2. PAISAGENS ALTERNATIVAS – CULTURAS EXCLUÍDAS

Ao nos relacionarmos com os lugares, a primeira aproximação que temos normalmente é a visual, a aproximação com a paisagem. A paisagem produz em nós vários efeitos, desde a contemplação até a aversão completa, mas, temos que ter em mente que ela não pode ser compreendida de um modo apenas.

Na Geografia, a etimologia da palavra paisagem tem duas vertentes distintas (Holzer, 1999), a origem derivada da escola francesa “*paysage*” e a da escola alemã “*landschaft*”. Da origem francesa temos a paisagem, nas línguas latinas, e da origem alemã temos o termo *landscape*, na língua inglesa. Werther Holzer afirma que, por ter origens diferentes, os sentidos são diferentes e devemos pensar esse conceito de forma mais abrangente.

“A palavra alemã é mais antiga, medieval, seu conteúdo é mais abrangente e mais complexo que o das línguas latinas, onde o termo é renascentista, já limitado, em sua origem, às artes plásticas. ‘*Landschaft*’ se refere a uma associação entre o sítio e os seus habitantes, ou se preferirmos, de uma associação morfológica e cultural. Talvez tenha surgido de ‘*Land schaffen*’, ou seja, criar a terra, produzir a terra.” (Holzer, 1999. p. 152).

Nesse sentido, podemos observar como a paisagem foi tratada na Geografia – como uma pintura a ser observada e contemplada, a *paysage* da escola francesa, e como reflexo da transformação material humana *landschaft*, em uma visão morfológica e cultural.

Para além dessas correntes, baseando-se na fenomenologia, Holzer aponta para outro conceito de paisagem que envolve os conceitos anteriores. “O conceito de paisagem não pode perder seu significado essencial, no sentido fenomenológico, de uma formatação intersubjetiva de determinada porção da Terra delimitada por cultura relativamente homogênea, sendo que tal delimitação reflete o trabalho coletivo do homem sobre a Terra.” (Holzer, op. cit. p. 165). Roque de Barros Laraia (2006) nos dirá que cultura é tudo aquilo que não é natural ou biológico, ou seja, tudo aquilo que é produzido pela cognição, tudo que é processado pelo intelecto e transformado em signos, em linguagem.

Se a paisagem é delimitada pela cultura, é delimitada pelo olhar e simbolismo humanos, nesse sentido Luiz Otávio Cabral (2000) nos alerta para a sua dimensão semântica. “...em sua dimensão semântica, é preciso ter em mente que o arranjo de formas naturais e/ou artificiais assume diferentes sentidos segundo o ‘modo de olhar’ (atribuir significados). Oferecida à nossa percepção e, ao mesmo tempo, produto de nossas experiências, a paisagem traduz-se como campo de significado individual e sócio-cultural.” (Cabral, op. cit. p. 42). A paisagem influencia nossas concepções simbólicas e é influenciada pelo trabalho que também é simbólico.

Como a paisagem reflete nossos símbolos e concepções, reflete também nossos ideais e ideologias – paisagens transformadas em busca de utopias, cidades inteiras construídas baseadas em ideais. A transformação da paisagem reflete concepções políticas, logo, interesses hegemônicos se contrapondo a interesses “marginais” ou secundários (Cabral, 2000).

Nesse jogo de interesses, algumas paisagens são mais valorizadas do que outras, não simplesmente a valorização material refletida em preços, mas a valorização simbólica. A paisagem reflete o modo de vida da sociedade, pois os sujeitos transformam os lugares a sua volta baseados em seus interesses, logo, sujeitos com poder, ou grupos de decisão no meio político, podem transformar lugares tornando-os centrais ou marginais, socialmente. A

valorização da paisagem precisa ser reproduzida/revitalizada para que a paisagem permaneça com seu lugar central no imaginário popular. “Tais paisagens simbólicas não são apenas afirmações estáticas, formais. Os valores culturais que elas celebram precisam ser ativamente reproduzidos para continuar a ter significado.” (Cosgrove, 1998. p.115). Quando essa manutenção simbólica não é feita, as paisagens e os lugares são “abandonados”, transformando-se em lugares marginais e paisagens alternativas dentro de uma sociedade que se “modernizou” e valoriza outros símbolos.

A paisagem dominante reflete a cultura dominante e as paisagens alternativas, ou sub-dominantes, refletem culturas alternativas (Cosgrove, op. cit.). Dentro das culturas sub-dominantes temos, também, as culturas excluídas.

“A paisagem humana esta repleta de símbolos de grupos excluídos e de seu significado simbólico. O espaço simbólico dos jogos das crianças e seu uso imaginativo de lugares-comuns para criar paisagens de fantasia, o local da caravana cigana, as marcas deixadas por mendigos para indicar o caráter de uma vizinha como fonte de caridade, o grafite das *gangs* de rua, as notícias discretas e indicadores de paisagens de grupos variados como *gays*, maçônicos ou prostitutas, todos estão codificados na paisagem da vida cotidiana.” (Cosgrove, op. cit. p. 121).

Cada um desses grupos citados por Cosgrove imprime suas marcas na paisagem, transformando-a totalmente ou apenas se apropriando de um lugar já marginalizado. A busca por esses lugares marginais demonstra a busca pela reafirmação da identidade grupal, pois o grupo busca a separação daquilo que não faz parte da sua cultura; “neste tipo de situação, as zonas refúgio-marginais favorecem não a diluição dos condicionantes, mas o reforço das disciplinas, no cuidado em marcar bem e conservar as diferenças.” (Claval, 2007. p. 128).

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Visando garantir o olhar subjetivo que cada sujeito tem da própria geograficidade, foi mantido em toda a pesquisa de campo o olhar fenomenológico, permitindo sempre que possível, que o sujeito ficasse livre para emitir sua opinião e não simplesmente responder de forma afirmativa ou negativa; para que isso fosse possível, em campo foram usados questionários que alternavam perguntas com respostas objetivas e subjetivas, para obter as informações desejadas.

Optou-se por aplicar os questionários de maneira aleatória e não com grupos focais devido à natureza do trabalho e do tempo disponível. Os resultados, por mais que estejam dispostos em tabelas de maneira quantitativa, servem apenas para elucidar os dados e análises qualitativas.

4.1. DESENHO DA PESQUISA DE CAMPO

Para indagar sobre a geografia dos frequentadores do SDS CONIC, objetivo do presente trabalho, procuramos obter informações por meio de um questionário, dividido em duas partes, que incluiu na primeira parte um formulário de informações com os dados pessoais dos participantes e a segunda parte com questões subjetivas sobre visão dos mesmos em relação ao local. Levando em consideração uma abordagem fenomenológica, as perguntas foram elaboradas de modo que permitam ao participante responder com mais flexibilidade, pois o objetivo do questionário não é a quantificação e sistematização dos dados, mas sim, uma análise qualitativa.

A primeira parte do questionário (formulário de informações) contém 9 questões sobre os dados pessoais, a segunda parte do questionário contém 14 perguntas, mesclando questões objetivas e subjetivas; o formulário de informações, com perguntas objetivas foi usado para obter as informações pessoais de cada participante, como local de moradia, tempo de residência no DF, entre outras. Como veremos detalhadamente no ponto **4.3**.

Os questionários foram aplicados de forma aleatória com jovens e adultos, tanto do sexo masculino quanto do feminino no local de pesquisa, o SDS CONIC DF e arredores; o questionário foi elaborado de forma simples e de fácil compreensão, com perguntas objetivas e subjetivas; na elaboração do mesmo teve-se o cuidado de incluir questões que abordam a geografia dos frequentadores e não frequentadores do lugar em questão.

O formulário de informações (ver ponto **4.2.1**.) teve por finalidade relacionar o histórico do sujeito com a sua visão de mundo, que é abordada na parte subjetiva do questionário. Esse formulário indaga sobre o sexo do sujeito, pois, segundo Tuan (op. cit) a visão de mundo é influenciada por questões biológicas, sendo essa relação (biologia x visão de mundo) importante para a pesquisa; em seguida, as outras questões indagam sobre a idade do participante, seu tempo e local de moradia no DF, grau de escolaridade, profissão, frequência semanal ao local de estudo e meio de transporte utilizado para acessar o local.

Quanto maior a idade e tempo de moradia no DF é possível que o participante tenha ouvido mais histórias sobre o local, ou o tenha frequentado mais. A parte que aborda a condição material do sujeito é essencial na pesquisa, pois, a condição material também pode influenciar sua visão de mundo. Seu acesso aos meios de comunicação e difusão cultural depende das suas condições materiais e a influência cultural, proporcionada pelo acesso aos meios, influencia na sua geografia.

A segunda parte do questionário é dedicada à visão das pessoas que concordaram em participar da pesquisa sobre o SDS CONIC (ver ponto 4.2.1.). O questionário dispõe de 14 questões, sendo dividido em três blocos. O primeiro bloco indaga sobre as percepções de *insideness* e *outsideness*, nas questões de 1 à 6; o segundo bloco indaga sobre a geograficidade, mediante os conceitos de topofobia e topofilia, nas questões de 7 à 11; o terceiro bloco indaga sobre imagens e símbolos, nas questões de 12 à 14.

Para responder as Questões 6 e 7, quatro fotos foram mostradas nos questionários. Duas delas (fotos 2 e 3) eram de um lugar aberto, com maiores fluxos, as outras duas (fotos 1 e 4) eram de lugares estreitos, com pouco trânsito de pessoas (imagem 6). Foram escolhidas essas duas configurações espaciais “aberto” e “fechado” pois o CONIC não apresenta padronização nos espaços internos. Houve o cuidado para que não fossem escolhidas fotos com apelo estético para não influenciar o participante. As fotos retratam lugares que um frequentador do local normalmente percorre para acessar as lojas interiores. Estas fotos também foram úteis para apresentar o lugar aos participantes que não o conheciam muito bem ou nunca tinham entrado no mesmo.



Imagem 6 – Fotos do interior do CONIC

Os questionários foram aplicadas pelo próprio pesquisador entre os dias 26/12/2012 e 11/01/2013. Durante esse período foram abordadas 21 pessoas, dentre frequentadores e não frequentadores do SDS CONIC. As pessoas que concordaram responder ao questionário pertenciam a dois grupos pré definidos – pessoas que trabalham no local e pessoas que não trabalham no local. Participaram da pesquisa 10 que trabalham e 11 que não trabalham no local. A escolha desses dois grupos foi feita para que o resultado fosse balanceado entre frequentadores e não frequentadores; para que não fosse considerado o olhar de apenas um grupo sobre o local.

Quanto ao tamanho da amostra ou número de pessoas abordadas, foi definido que 20 pessoas ofereceriam as respostas necessárias para obter os objetivos propostos neste trabalho, levando em consideração o tempo para aplicação e a natureza do mesmo; optando-se pela continuidade da pesquisa em uma nova etapa (pós-graduação), em que a amostra pode ser ampliada e os resultados aprofundados.

Na obtenção das respostas dos trabalhadores locais foi preciso entrar em seus locais de trabalho. Houve grande receptividade por parte dos participantes e foi fácil e rápido concluir os questionários. Na parte que coube aos participantes que não trabalhavam no local, os questionários foram mais difíceis de serem aplicados nos primeiros dias da pesquisa de campo, pois o local escolhido foi o calçadão em frente ao CONIC. As pessoas passavam apressadas e não queriam parar para responder aos questionários. A solução encontrada para esse empecilho foi mudar o local de abordagem. Foram escolhidos dois locais – o Setor Comercial Sul SCS, ao lado do SDS CONIC e a agência da FACIL, dentro do CONIC.

O SCS foi escolhido pela proximidade e por que muitas pessoas que transitam por ali tem que passar em frente ao CONIC, devido ao posicionamento das paradas de ônibus e a proximidade com a rodoviária. A FACIL é a agência que coordena o sistema de bilhetagem eletrônica dos ônibus no DF e sua agência central fica no CONIC, logo, atrai muitas pessoas que vão resolver problemas com seus cartões de passagem e também estudantes usuários do passe livre estudantil. Sendo assim, a abordagem fica fácil pois as pessoas tem que esperar para serem atendidas.

4.2. QUESTIONÁRIOS

4.2.1. DESENHO DOS FORMULÁRIOS

Formulário de Informações (dados pessoais dos participantes).

Sexo: () M () F

Ano de nascimento: _____

Tempo de Residência no Distrito Federal _____ anos

Bairro em que mora: _____

Grau de Escolaridade:

Ens. Fund. Incompleto () Ens. Fund. Completo ()

Ens. Médio Incompleto () Ens. Médio Completo ()

Ens. Superior Incompleto () Ens. Superior Completo ()

Profissão: _____

Local de Trabalho: _____

Frequência Semanal com que vai ao SDS CONIC _____ vezes.

Principal meio de transporte utilizado:

() Carro

() Ônibus

() Bicicleta

() a pé

() motocicleta

() metrô

Questionário (segunda parte)

Sobre insiderness/outsiderness

- 1) Para você, o SDS CONIC é apenas um lugar de trânsito? () sim () não
- 2) Ao transitar pelo SDS CONIC sente vontade de entrar para conhecer o espaço interno?
() sim () não
- 3) Sente-se confortável ao transitar pelo local?
() sim () não
- 4) Se não, o que provoca esse desconforto? _____
- 5) Você conhece os espaços internos do SDS CONIC?
() conhece bem () superficialmente () não () nunca entrou
- 6) Ao ver essas imagens, o que elas te transmitem (topofobia/topofilia)
() medo () alegria () tristeza () tranquilidade

Sobre a geograficidade (topofilia/topofobia)

- 7) Qual dos lugares das imagens são feios ou bonitos?

Imagem 1() feio () bonito

Imagem 2() feio () bonito

Imagem 3() feio () bonito

Imagem 4() feio () bonito

- 8) Para você, qual é a paisagem urbana do SDS CONIC que mais lhe agrada?

- 9) Por quê?

- 10) Para você, qual é a paisagem urbana do SDS CONIC que menos lhe agrada?

- 11) Por quê?

Sobre imagens e símbolos

- 12) Se tivesse que definir o SDS CONIC em uma palavra, qual seria? _____

- 13) Feche os olhos e pense na paisagem urbana do SDS CONIC, o que você lembra? _____

- 14) Já ouviu histórias ruins sobre o SDS CONIC? Se sim, comente sobre.

4.3. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS

Para a análise dos questionários, seguimos a metodologia sugerida em Almeida (2007). Dessa forma, dividimos o trabalho em quatro etapas para uma melhor compreensão dos dados obtidos. Na primeira etapa se realizou a sistematização dos dados pessoais; na segunda, a análise sobre as percepções de *insiderness* e *outsiderness*; a terceira etapa faz menção a geograficidade, topofilia e topofobia; a quarta etapa trata das imagens e símbolos. Obedecendo a ordem das questões. Os dados são apresentados sem nenhum tratamento estatístico, sendo mostrados apenas em tabelas; apesar de serem mostrados quantitativamente, a análise realizada considerou os aspectos qualitativos. Optamos por manter as tabelas no corpo do texto, e não em anexo, para facilitar e agilizar a conferência dos dados.

4.3.1. SOBRE OS DADOS PESSOAIS

Nesta primeira etapa tratamos sobre os dados pessoais. Como ressaltado anteriormente, houve o esforço para que um número igual de homens e mulheres respondesse aos questionários. Esse esforço, no universo amostral da pesquisa, foi concretizado e, como mostra a tabela 1, o número de participantes de ambos os sexos é bem próximo.

Tabela 1 – Divisão por grupos e sexo

	Homens	Mulheres	Total
Que trabalham no local	8	2	10
Que não trabalham no local	3	8	11
Total	11	10	21

Quanto à distribuição de sexo nos dois grupos específicos da pesquisa, houve predominância do sexo masculino entre os participantes que trabalham no local. Essa predominância se deve ao fato de que, nas primeiras lojas e estabelecimentos do local, mesmo tendo atendentes do sexo feminino, só os homens concordaram em responder às perguntas. Com isso, para balancear, em relação ao sexo, o total de participantes, optou-se por procurar mais mulheres que não trabalhassem no local e estivessem dispostas a serem abordadas para responder o questionário. É sabido que o ideal seria que houvesse a mesma quantidade de homens e mulheres nos dois grupos, mas, devido ao tempo destinado à aplicação dos questionários, não foi possível obter essa configuração.

Dessa amostra de 21 pessoas, a maioria é de jovens entre 16 e 25 anos, (11 participantes) como mostra a tabela 2. Essa predominância de jovens mostra o público frequentador do local; tanto os trabalhadores do local como os não trabalhadores são em sua maioria jovens. Isso se explica porque a maioria das lojas do CONIC oferece artigos para o

público jovem, como lojas de skate, que promovem campeonatos, lojas de revistas em quadrinhos e lojas de roupas exclusivas para jovens. Além das lojas voltadas para os jovens, muitos estudantes frequentam o local para recarregar os cartões de passagem na agência central da FACIL, que fica próximo a entrada norte do CONIC. O que aumenta o trânsito de jovens no local.

Tabela 2 – Variação na idade

Idade	Quantidade
10-15	0
16-25	11
26-35	5
36-45	1
46-55	2
+ de 55	2
Total	21

Cabe também ressaltar que nenhuma criança respondeu aos questionários, pois, além de poucas crianças frequentarem o local em questão, a sua visão de mundo não era o objetivo da pesquisa.

A questão sobre tempo de moradia: Como vimos anteriormente a percepção espacial muda de acordo com a idade, e também, quanto mais velhos ficamos, temos a chance de ouvir mais histórias sobre um lugar e, com isso, mudar nossa forma de vê-lo, ou intensificar aquilo que já pensamos. Nesse contexto, o tempo de moradia no DF pode refletir o quanto os participantes já ouviram sobre o local e combinando esses dados com a sua idade, podemos saber se eles tiveram algum contato com o local nas décadas passadas, que foram as mais intensas em relação aos serviços oferecidos no local, como foi mostrado no ponto **1.1**. A tabela abaixo mostra os dados sobre o tempo de moradia no DF.

Tabela 3 – Tempo de moradia no DF

Tempo de moradia no DF	Quantidade
< que 1 ano	1
1 – 5 anos	0
5 – 10 anos	4
10 – 15 anos	0
15 – 20 anos	2
20 – 30 anos	10

30 – 40 anos	1
> que 40 anos	1
Total	19*

*duas pessoas não moram no DF

Como mostrado na tabela 3, a maior parte das pessoas que participaram da pesquisa mora no DF há mais de 20 anos (12 participantes). Combinando esses dados com a idade dos mesmos, temos que a maioria deles mora aqui desde que nasceu, pois a maioria deles é jovem. É importante também ressaltar que 5 pessoas moram aqui há menos de 10 anos e que duas pessoas moram em cidades do entorno, isso contribui para os resultados da pesquisa pois abrange vários olhares, oriundos de moradores antigos e novos, e traz várias percepções distintas para o resultado final da pesquisa.

Na questão que indaga sobre o nível de escolaridade entendemos que, este nível, sendo maior ou menor, pode influenciar nos olhares e percepções dos sujeitos. A tabela 4 mostra que 18 dos participantes possuem nível de escolaridade médio ou superior. Com isso, além de termos um panorama intelectual dos frequentadores do local, podemos crer que o nível de acesso à informação, seja ela televisiva, impressa ou virtual é bem próximo entre eles.

Tabela 4 – Nível de escolaridade

Escolaridade	Quantidade
Ens. Fund. Incompleto	1
Ens. Fund. completo	0
Ens. Méd. Incompleto	2
Ens. Méd. completo	7
Ens. Sup. Incompleto	9
Ens. Sup. completo	2
Total	21

Quanto à frequência semanal ao local, a tabela 5 mostra que 12 dos 21 participantes vão ao CONIC mais de quatro vezes por semana e 9 deles vão 3 vezes ou menos, dentre esses, 7 não tem uma frequência semanal ou sequer entraram no local (tabela 12). Dos 12 com maior frequência, 10 são obrigados a frequentar pois trabalham lá e 2 frequentam o local de quatro e seis vezes por semana mesmo sem vínculo empregatício com nenhum estabelecimento do local; dentre os 9 com menor frequência, apenas 2 apresentam uma frequência semanal que varia entre uma e três visitas. Com isso temos 4 participantes, sem vínculo empregatício, que

vão ao local pelo menos uma vez por semana. Dois com baixa frequência, entre uma e 3 vezes; e dois com maior frequência, entre quatro e seis visitas semanais.

Tabela 5 – Frequência semanal

Frequência semanal	Quantidade
0*	7
1-3	2
4-6	10
7	2
Total	21

*alguns participantes declararam frequência mensal ou que raramente vão ao local

Como a maior parte dos participantes frequenta o local pelo menos uma vez por semana, acredita-se que haja interação com o local e o desenvolvimento da geograficidade, pois, mesmo por motivos diferentes, cada sujeito passa um tempo no local, acumulando vivências que enriquecem sua visão de mundo e constroem sua relação com o lugar, seja essa relação positiva ou negativa. Quanto mais tempo vivido em um lugar, mais chances de desenvolvermos sentimentos topofílicos e topofóbicos.

A questão que indaga sobre o local de moradia visa dar um panorama geral do frequentador do SDS CONIC. Na tabela 6 abaixo, vemos que a distribuição espacial dos participantes é bem heterogênea. A Região Administrativa (RA) de Sobradinho é a que mais teve representantes na pesquisa (5 participantes). Por mais que Sobradinho tenha apresentado o maior número de pessoas que responderam aos questionários, é a única Região Administrativa, acessada pela saída norte, com representante entre os participantes da pesquisa, todas as outras RAs com representantes nessa pesquisa são acessadas pela saída sul. Essa configuração espacial reflete a densidade demográfica das RAs próximas à saída sul do Plano Piloto. Por mais que fique no centro do Plano Piloto, o SDS CONIC é mais frequentado pelos moradores mais ao sul. Segundo os dados obtidos nesta pesquisa.

Tabela 6 – Local de moradia

Local de moradia	Trabalhadores do local	Não trabalhadores do local	Total
Sobradinho	1	4	5
Águas Claras	1	1	2
Asa Sul	1	1	2
Guará I ou II	1	1	2
Ceilândia	2		2
Pedregal GO		1	1

Samambaia		1	1
Taguatinga Sul		1	1
Cruzeiro Novo		1	1
Planaltina GO	1		1
Santa Maria	1		1
Riacho Fundo II	1		1
Jardim Botânico	1		1
Total	10	11	21

Os dados obtidos também mostram que não há uma padronização do local de moradia entre trabalhadores ou não do local de pesquisa. Temos uma pessoa que trabalha e mora em Planaltina GO, cerca de 90 Km da Rodoviária do Plano Piloto e também temos uma pessoa que não trabalha e mora no Pedregal GO à 60 Km aproximadamente, assim como temos dois participantes que moram na Asa Sul, há poucos Km do CONIC, sendo que um trabalha no local e o outro não. Com isso vemos que o frequentador do CONIC não mora nas proximidades do local.

Tendo como ponto de partida as várias RAs mostradas acima, os participantes se deslocam principalmente de carro e ônibus, 18 deles, sendo que 4 disseram usar mais de um meio para chegar ao local; 2 utilizam o metrô e apenas um vai andando. A tabela 7 mostra equilíbrio entre os trabalhadores e não trabalhadores no uso de veículo próprio para chegar ao local, tendo 4 trabalhadores e 6 não trabalhadores que chegam ao local com carro próprio.

Tabela 7 – Meio de acesso ao CONIC

Meio de acesso	Trabalha no local	Não trabalha no local	Total
Carro	4	6	10
Ônibus	4	4	12*
Bicicleta			0
A pé	1		1
Motocicleta			0
Metrô	1	1	2
Total	10	11	25*

*alguns participantes declararam usar mais de um meio de acesso

Os dados da tabela 7, acima, mostram não haver muita diferença entre os meios de transporte entre os dois grupos – trabalhadores do local e não trabalhadores do local. Essa certa homogeneidade nos meios de transporte utilizados deixa os sujeitos muito próximos em suas condições materiais, mas isto não quer dizer que por terem condições materiais muito

próximas eles tenham a mesma percepção sobre os lugares. As diferenças quanto à percepção e a geograficidade do sujeito com o local são pautadas no histórico pessoal, não dependendo exclusivamente de condições materiais.

A percepção individual é fruto de vários condicionantes, sejam eles materiais, históricas ou biológicas estão todos relacionados, e todos eles influenciam na geograficidade, no quanto o sujeito se sente dentro ou fora de um ambiente. Não há um condicionante que seja superior ao outro, todos devem ser entendidos como partes iguais do todo da percepção.

4.3.2. SOBRE *INSIDENESS* E *OUTSIDENESS*

Nesta segunda etapa descrevemos e analisamos os dados sobre *insiderness* e *outsiderness*. Procuramos sistematizar os dados das questões de 1 à 6 nas tabelas, cruzando os dados que acreditamos serem relevantes – resposta à questão, se trabalha ou não no local e o sexo do participante. Acreditamos que, com esse cruzamento de dados, as percepções de cada sujeito são ressaltadas e levadas em consideração da melhor forma, alcançando assim os resultados propostos na pesquisa.

A tabela 8 abaixo mostra os dados obtidos na questão 1. Para você, o SDS CONIC é apenas um lugar de trânsito? Com esta pergunta pretendíamos identificar os participantes com características *outsiderness*, pois, como descrito no ponto 3.1.2.2. deste trabalho, o sujeito que não experiência o lugar e o tem apenas como um pano de fundo, um local de passagem, apresenta características de *outsiderness incidental*. A questão 1 pretende mostrar diretamente se o sujeito se sente dentro ou fora do local. Se o CONIC é para ele apenas um lugar de trânsito, isso reflete que ele não possui ligação nenhuma com o local, ou possui uma fraca ligação, logo, mostra uma percepção de *outsiderness*, se o participante responde que não é um local de passagem, ele pode indicar o contrário, que mantém com o local algum tipo de ligação mais próxima;

Tabela 8 – Questão 1, o CONIC é ou não um lugar de trânsito?

Questão 1	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Sim		5	4	1	5
Não	10	6	6	10	16
Total	10	11	10	11	21

Com esses dados podemos, *à priori*, inferir que 5 dos participantes não apresentam envolvimento com o local, sendo eles 4 do sexo feminino e 1 do sexo masculino; para endossar essa inferência, apenas os não trabalhadores do local apresentaram essa condição,

pois, é um tanto difícil frequentar um lugar várias vezes por semana, várias horas por dia e não apresentar nenhum tipo de elo com o mesmo. Os outros 16 participantes, que não veem o CONIC como um lugar de trânsito, podem apresentar características *insideness*.

Questão 2: Ao transitar pelo SDS CONIC sente vontade de entrar para conhecer os espaços internos? Esta questão mostra se o participante vê o local como algo convidativo e atraente, se ele sente ou não vontade de conhecer os espaços internos apenas por transitar ali por perto.

Na tabela 9 vemos que 15 dos 21 participantes da pesquisa sentem vontade de conhecer melhor o local, sendo um número muito próximo entre os que trabalham e não trabalham no local. Quanto ao sexo, os resultados foram bem equilibrados nas respostas do sexo feminino e no sexo masculino, apenas 2 declararam não sentir vontade de conhecer melhor o local. Cruzando os dados, podemos inferir que as mulheres que não trabalham no local demonstraram menos interesse em conhecê-lo melhor, optando por permanecer distantes do local, reforçando as percepções de *outsideness*.

Tabela 9 – Questão 2, sente vontade de conhecer os espaços interiores?

Questão 2	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Sim	8	7	6	9	15
Não	2	4	4	2	6
Total	10	11	10	11	21

Quanto mais características de *outsideness*, menos confortável o sujeito se sente no lugar, logo, quanto mais características de *insideness* mais ele se sente confortável.

A Questão 3: Sente-se confortável ao transitar pelo local? Aqui o participante responde sobre a sua sensação de conforto ao transitar por ali, quanto mais se sente confortável, mais percepção de *insideness*. Podemos ver, na tabela 10 que, na amostra total, o número de participantes que se sentem confortáveis é bem próximo do número dos que não se sentem, mas quando cruzamos os dados vemos muita diferença nos resultados, tanto quanto ao sexo, quanto aos trabalhadores e não trabalhadores.

Tabela 10 – Questão 3, sente-se confortável ou não ao transitar pelo local?

Questão 3	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Sim	7	3	2	8	10
Não	3	8	8	3	11
Total	10	11	10	11	21

Os trabalhadores do local mostraram que se sentem confortáveis ali, e a maior parte dos não trabalhadores não se sente confortável no local. Com isso podemos inferir que, por conhecer melhor o lugar, devido a sua convivência diária, o trabalhador criou laços afetivos e se sente bem ali. As características da percepção de *insideness* se desenvolvem com o envolvimento com os lugares (ver ponto 3.1.2.1.), isso leva tempo e precisa que o sujeito se sinta pertencente ao lugar. O não envolvimento com o local faz com o sujeito tenha mais percepções de *outsideness* e isso pode provocar o desconforto ao transitar pelo local em questão e até gerar sentimentos topofóbicos.

A Questão 4 só era respondida se o sujeito não se sentisse confortável em relação ao local, nesta questão ele explicita o que causa esse desconforto; na tabela 11 abaixo vemos as causas do desconforto apontadas pelas pessoas abordadas.

Tabela 11 – Questão 4, causa do desconforto.

Questão 4 - Causa do desconforto	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Aparência e as pessoas		1	1		1
Iluminação		1	1		1
Sujeira e a falta de segurança		1	1		1
Vazio, abandonado		1	1		1
Estrutura, escadas estreitas, muito apertado		1	1		1
Medo, sujeira, prostituição		1	1		1
Suposta violência, sujeira		1		1	1
Inseguro	1		1		1
Desorganização	1			1	1
Perigoso durante a noite	1			1	1
Não respondeu		1	1		1
Se sentem confortáveis	7	3	2	8	10
Total	10	11	10	11	21

Mesmo sendo minoria, os que trabalham no local ressaltaram a segurança como maior causa de desconforto, sendo que um deles enfatizou a insegurança apenas no período noturno, afirmando, enquanto respondia às questões, que se sente seguro durante o dia. Dentre os participantes que não trabalham no local a palavra “sujeira” aparece três vezes e outras palavras ligadas à aparência, ao visual, também aparecem. Por não terem o local como espaço vivido, os participantes que não trabalham lá pautam seu desconforto nos atributos visuais do

local, mostrando assim a sua percepção de *outsideness*, pois, mostram seu contato superficial com o CONIC. Declarar desconforto com as características visuais do local mostra que o sujeito está ligado apenas superficialmente com o mesmo.

Questão 5: Você conhece bem os espaços internos do SDS CONIC? Nesta questão indagou-se sobre o quanto o participante conhece os espaços internos do local, variando de “conhece bem” à “nunca entrou”, desse modo, pode-se perceber a intensidade na relação com o lugar e o tempo dedicado ao mesmo, pois, leva-se tempo para “conhecer bem” qualquer local; Como vemos na tabela 12 abaixo, a maioria dos participantes que não trabalham no local declarou conhecê-lo apenas superficialmente, sendo que a apenas 1 deles declarou conhecer bem o local. Os participantes que trabalham no local afirmaram, em sua maioria que conhecem bem o local, mas alguns que trabalham no local afirmaram que também conhecem apenas superficialmente.

Tabela 12 – Questão 5, conhece bem o CONIC?

Questão 5	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Conhece bem	6	1	1	6	7
Superficialmente	3	8	7	4	11
Não	1			1	1
Nunca entrou		2	2		2
Total	10	11	10	11	21

Conhecer bem um lugar exige tempo de dedicação ao mesmo. Não trabalhar no local e conhecê-lo bem mostra que o sujeito possui uma relação positiva com o lugar; quando conhece apenas superficialmente um lugar, o sujeito percebe-se *outsideness*, pois, não tem uma ligação profunda com o mesmo; conhecendo bem, o sujeito tende a ter mais percepções de *insideness*, pois passa a ser conhecedor de detalhes que só aqueles que são mais familiarizados com o local podem conhecer. Apenas um dos participantes afirmou conhecer bem o local e não gostar do mesmo. Por mais que ele frequente o local e o conheça muito bem, ele não gosta e sente desconfortável ali, isso mostra um sentimento topofóbico que se desenvolveu ao longo do tempo. O participante afirmou que só frequenta porque tem que trabalhar. A percepção de *outsideness* pode surgir mesmo com a alta frequência e conhecimento do lugar, sendo até reforçada pelo tempo de convívio. O sujeito não se sente pertencente ao lugar, ele está ali não porque se sente bem, mas porque é obrigado devido ao vínculo empregatício.

Transitar pelo local e conhecê-lo, mesmo que superficialmente, produz uma carga de sentimentos, pois, como já vimos anteriormente, o sentimento de pertencimento ao local se dá em vários níveis, sejam eles bons ou ruins.

Questão 6: Ao ver essas imagens, o que elas te transmitem? Nesta questão 6 foram mostradas quatro fotografias de vários pontos do local e o participante teve que responder sobre o que ele sentia ao ver as fotos (Imagem 6), quanto mais percepções de *insideness*, mais respostas positivas, quanto mais de *outsideness*, mais respostas negativas. Ele deveria escolher entre as opções – medo, alegria, tristeza, tranquilidade e ainda poderia acrescentar algum outro sentimento, caso desejasse. A tabela 13 abaixo mostra os resultados.

Tabela 13 – Questão 6, sentimentos pelas imagens.

Questão 6	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Medo		2	2		2
Alegria	4	1	1	4	5
Tristeza	3	3	2	4	7**
Tranquilidade	2	1	1	2	6**
Outros*	1	4	4	1	8**
Total**	10	11	10	11	28

* seis participantes comentaram sentir algo que não estava entre as opções – Indiferença. Dois outros acrescentaram que se sentem insatisfeitos ou incomodados com o cuidado que é dado ao local por parte dos responsáveis.

** alguns responderam mais de uma opção.

Além de escolher entre as opções indicadas, 4 participantes, todos não trabalhadores do local, acrescentaram um sentimento em comum – indiferença. Isso reforça as constatações anteriores de que eles não estão ligados ao local, mostrando percepções de *outsideness* em sua maioria. Olhar as imagens do local e não sentir nada é afirmar uma condição de *outsideness incidental*, sua relação com o lugar é apenas de trânsito, transformando-o em espaço. (Calisto e Vargas, op. cit.).

Dentre os trabalhadores do local os sentimentos “bons” tiveram predominância na escolha, 6 escolheram “alegria” e “tranquilidade” e um acrescentou o sentimento “liberdade”, essas escolhas mostram sua satisfação com o local e refletem o aprofundamento das suas percepções de *insideness*. Esses sentimentos podem refletir bons momentos que eles viveram ali, mostrando que suas respostas não eram baseadas em concepções estéticas de lugares feios ou bonitos. Apenas duas pessoas, do sexo feminino e que não trabalham no local, disseram que “sentem” medo ao ver as imagens ou ao relacionar as imagens com sua percepção do local.

Levando em consideração que os não trabalhadores frequentam pouco o local e, como vimos nos dados anteriores, disseram conhecer o local apenas superficialmente, afirmar sentir medo ao olhar uma paisagem reflete um alto grau de distanciamento do local provocado, possivelmente, por percepções de *outsideness* mais intensas; essa intensidade de sentimentos negativos pode levar às percepções de *outsideness existencial* que é o maior nível de distanciamento do sujeito com o lugar. O sujeito vê essa relação com desconforto e pode desenvolver sentimentos topofóbicos, causando aversão ao lugar apenas por ver imagens do mesmo, por exemplo.

4.3.3. SOBRE A GEOGRAFICIDADE, TOPOFILIA E TOPOFOBIA

Na terceira etapa da análise dos questionários, para identificar se algum sujeito participante da pesquisa, trabalhador ou não do local, apresentava algum sentimento topofílico ou topofóbico, foram feitas algumas questões.

Questão 7: Qual dos lugares das imagens são feios ou bonitos? Esta questão usa as mesmas fotos da questão 6 e pede para que o participante diga se o local da imagem é bonito ou feio, visando descobrir qual lugar lhe é desconfortável visualmente, fato que mostra reações topofílicas e topofóbicas, pois, tendemos a nos afastar de lugares feios, que nos desagradam e também a definir como feios os lugares que tivemos experiências ruins, e como bonitos os lugares com vivências positivas. A questão foi elaborada para reforçar as indagações anteriores.

Tabela 14 – Questão 7, sobre as fotos.

Questão 7	Feio	Bonito	Total
Foto 1	13	8	21
Foto 2	8	13	21
Foto 3	6	14	20*
Foto 4	16	5	21

*um dos participantes respondeu que não acha feio nem bonito, mas natural, a foto 3.

Escolher a imagem como bonita ou feia reflete a apreciação estética do sujeito mas também indica parte do seu relacionamento com o local. Todas as imagens receberam votos de bonitas ou feias. A imagem com mais votos positivos foi a foto 3, a que mostra a fachada das lojas de skate, a imagem com mais votos negativos foi a foto 4, o corredor próximo à entrada traseira.

A Questão 8: Para você, qual é a paisagem urbana do SDS CONIC que mais lhe agrada? Esta questão indaga diretamente sobre a topofilia, o participante tinha que dizer qual a paisagem do local que mais lhe agradava. Os resultados se encontram na tabela 15, a seguir.

Tabela 15 – Questão 8, a paisagem que mais agrada.

Questão 8 – paisagem topofílica	Trabalha no local	Não trabalha no local	Total
Praça central/Imagem 2		6	6
Prédio Darcy ribeiro/Quiosque cultural	2		2
Praça externa	1		1
Subsolo	1		1
Lojas		1	1
Fachada das lojas de skate		1	1
Pista de skate em miniatura		1	1
As lojas movimentadas		1	1
Corredor com espaço aberto para ver as árvores	1		1
Área verde e o <i>grafitti</i> nas paredes	1		1
Corredor com várias lojas de instrumentos	1		1
Teatro	1		1
Tudo		1	1
Nada (indiferente)	1		1
Nada, é tudo feio.	1		1
Total	10	11	21

Dentre as paisagens agradáveis, as mais citadas foram a praça central e o quiosque cultural, com 6 e 2 citações respectivamente. A praça central, marcada na imagem 7, é onde acontece a maior parte dos eventos culturais do CONIC por ser um local aberto. Este espaço funciona também como feira de artesanato esporadicamente. No local funcionava um bar que foi fechado há algum tempo e o espaço hoje fica desocupado na maior parte do tempo.

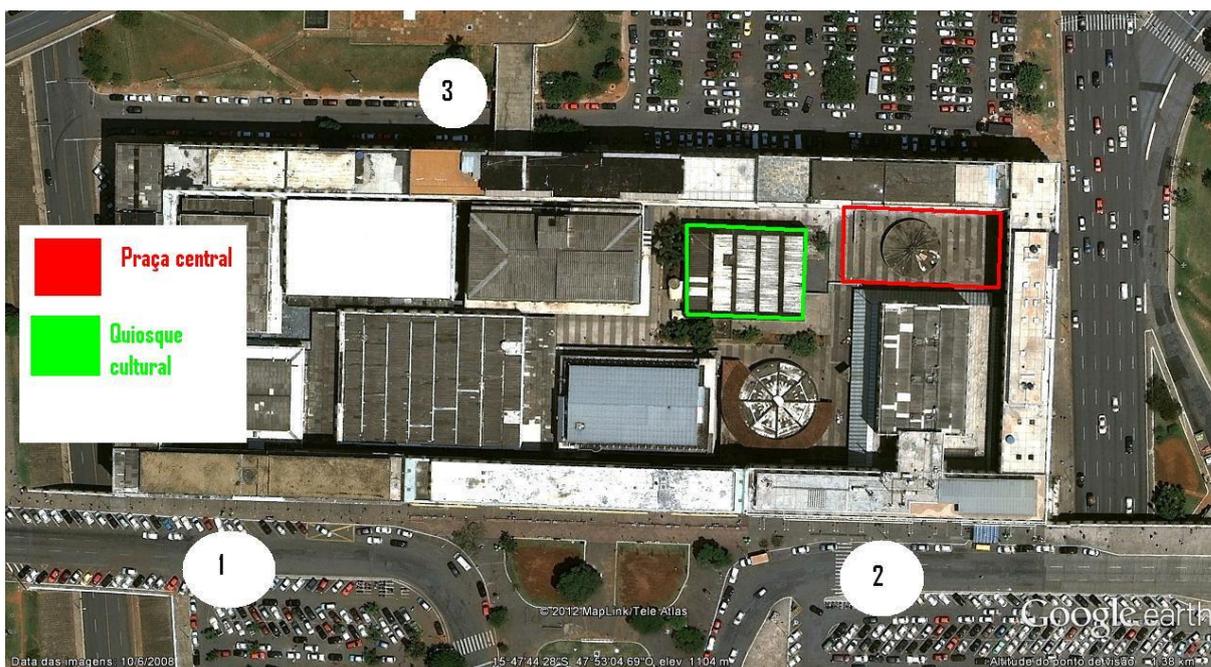


Imagem 7 – Paisagens topofílicas

É interessante ressaltar que as respostas não foram unânimes, a maioria das pessoas que escolheu essa paisagem o fez por meio das imagens mostradas, demonstrando apenas a apreciação visual, pois, todos os 6 não trabalham no local e, como vimos antes, assumem conhecer o lugar apenas superficialmente.

Mostrando uma reação topofílica particular, 15 dos 21 participantes escolheram paisagens “únicas” como as suas favoritas. Isso mostra como cada um exprime a sua geograficidade, cada sujeito que se relaciona com o lugar mostra suas preferências e aversões de forma bem particular. Diante disso, precisamos agir com cautela ao afirmar que uma paisagem produz topofobia ou não. A paisagem que agrada um sujeito pode ser muito bem a paisagem topofóbica de outro. Como veremos a seguir.

A Questão 10: Para você, qual é a paisagem urbana do SDS CONIC que menos lhe agrada? Esta questão indaga diretamente sobre a topofobia, o participante tem que dizer qual paisagem do local mais lhe desagrada, podendo mencionar uma paisagem da sua vivência ou escolher entre as fotos disponibilizadas. A tabela 16, a seguir, mostra os resultados.

Tabela 16 – Questão 10, a paisagem que menos agrada.

Questão 10 – paisagem topofóbica	Trabalha no local	Não trabalha no local	Total
Imagem 1/ escadaria do quiosque		3	3
Estacionamento da parte de trás	3		3

Imagem 4/ beco deteriorado		2	2
Bares	2		2
Os banheiros dos bares		1	1
Escadaria dos prédios		1	1
Calçadas externas		1	1
Os becos		1	1
Subsolo	1		1
Lugares abandonados		1	1
Algumas pessoas e as boates fechadas	1		1
Nada, gosta de tudo.		1	1
Nada	1		1
Nada (indiferente)	1		1
CONIC inteiro	1		1
Total	10	11	21

Analisando os dados da tabela 16 podemos perceber que não há predominância de nenhuma paisagem topofóbica, nem para os que trabalham no local, nem para os que não trabalham no local. Apesar disso percebemos que o estacionamento da parte de trás é apontado por três pessoas como um lugar desagradável (entrada 3, imagem 7). Segundo os próprios participantes, ali ocorre o uso e o consumo de drogas durante a noite. Opinião que ressalta da vivência no lugar e suas experiências negativas.

Quanto à paisagem predominante entre os não trabalhadores, temos a foto 1 da imagem 6 e logo depois a foto 4. Mais uma vez eles mostram que conhecem o lugar apenas superficialmente, pois, preferiram escolher uma imagem no papel a se recordar de alguma paisagem marcante do lugar.

Um ponto interessante é que o subsolo foi citado como uma paisagem topofílica e também como topofóbica por dois participantes diferentes, que trabalham no local. Isso mostra como a mesma paisagem pode ter diversos significados e graus de geograficidade, dependendo do histórico individual. Ao conversar com o participante que afirmava gostar do subsolo ele disse: “gosto do submundo (subsolo) porque combina com o meu personagem - um vampiro do séc. XVII.” Isso mostra o poder de abstração e de atribuição de símbolos, tanto a pessoas como aos lugares.

4.3.4. SOBRE IMAGENS E SÍMBOLOS

No quarto e último ponto desta análise, abordaremos as questões quanto à simbologia dada ao local. As perguntas foram todas abertas, deixando que o participante respondesse segundo a sua vontade.

A Questão 12: Se tivesse que definir o SDS CONIC em uma palavra, qual seria? Esta questão visa identificar a vivência com o local e os conceitos e pré-conceitos sobre o mesmo por parte dos participantes da pesquisa; eles definiram o CONIC em uma só palavra, como veremos a seguir, na tabela 17. Os resultados apresentam poucas semelhanças entre si, mas se analisarmos os dados nos dois diferentes grupos de participantes, conseguimos identificar algumas semelhanças nas respostas.

Tabela 17 – Questão 12, definindo o CONIC em uma palavra.

Questão 12 - definição	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Estranho		1	1		1
Desestimulado		1	1		1
Legal		1	1		1
Não respondeu		1	1		1
Negligenciado		1	1		1
Excêntrico		1	1		1
Amontoado		1	1		1
Prostituição		1	1		1
Decadência		1		1	1
Popular		1		1	1
Sujo		1		1	1
História	1		1		1
Alternativo	1		1		1
Tranquilo	1			1	1
Amorfo	1			1	1
Trabalho	1			1	1
3º setor*	1			1	1
Segundo lar	1			1	1
Surreal	1			1	1
Povão	1			1	1
Underground	1			1	1
Total	10	11	10	11	21

*mesmo advertido mais de uma vez que deveria ser apenas uma palavra, um participante afirmou que o CONIC é o lugar onde o terceiro setor se organiza para mudar o mundo.

Quando comparamos as respostas dos trabalhadores do local com as dos não trabalhadores, vemos que a maioria dos que não trabalham lá deram respostas negativas, dentre elas “sujo”, “estranho” e “prostituição”. Cabe ressaltar mais uma vez que esses sujeitos, em sua maioria, declaram ir pouco ao local e conhecê-lo apenas superficialmente, logo, essas definições são pautadas em pouca vivência com o local, pouca geograficidade, e reflete, mais uma vez, as percepções de *outsideness*. E talvez as declarações foram pautadas na estética do lugar ou em histórias e relatos de terceiros.

As respostas do grupo que trabalha no local foram positivas, dentre elas “tranquilo”, “segundo lar” e “história”⁵. O tempo de vivência, para esse grupo, transformou o “habitat” em “habitação” segundo as propostas de Tuan e LEff. (op. cit.). Essa definição positiva quanto ao lugar mostra o sentimento topofílico adquirido com a acumulação de experiências no local.

Definir o CONIC como “segundo lar” mostra o quanto o sujeito está ligado sentimentalmente ao lugar, mostra o alto nível de geograficidade e a percepção de *insideness existencial*, é a manifestação topofílica que acontece quando nos sentimos pertencentes ao lugar, é o sentimento “at-homeness” (Seamon, op. cit.). Essas percepções são frutos da vivência e experiências positivas do sujeito com o local acumuladas com o tempo. Contrário a esse sentimento há a sensação de distanciamento e não pertencimento ao local, como a apresentada pela maioria dos não trabalhadores do local.

Quanto ao sexo dos participantes, tanto homens quanto mulheres deram respostas positivas e negativas, ficando a diferença maior nas respostas dos grupos separados, como já vimos. Mostrando mais uma vez que a percepção não é definida unicamente pela biologia ou unicamente pelas condições materiais.

Essas respostas mostram de que forma o CONIC é para eles; é o reflexo de marcas que ficaram impressas, sejam pelo pouco ou intenso relacionamento com o lugar. A geograficidade faz com que as paisagens sejam associadas aos momentos marcantes de cada sujeito. A fim de identificar essas paisagens mais marcantes, a Questão 13 diz: Feche os olhos e pense na paisagem urbana do SDS CONIC, o que você lembra? A tabela 18, a seguir, mostra os resultados.

⁵ O participante exaltou a história do lugar de forma positiva, dizendo ser importante para o Distrito Federal.

Tabela 18 – Questão 13, a paisagem lembrada.

Questão 13 - lembrança	Trabalha no local	Não trabalha no local	Total
Muitas lojas/comércio	1	2	3
Muita gente		2	2
Prostituição	2		2
Skate	2		2
Pessoas, lojas		1	1
Loja de discos		1	1
Fachada da loja de gibis		1	1
Arte	1		1
Cultura de rua	1		1
“tenho que estar aqui”	1		1
Escadas estreitas		1	1
Vidros		1	1
Sujeira		1	1
Coisas ruins	1		1
Nada		1	1
Não respondeu		1	1
Total	10	11	21

Ao agruparmos os dados semelhantes, mesmo que os participantes não tenham dito as mesmas palavras, temos como paisagem mais citada as lojas, 6 citações, sejam lojas específicas ou as lojas de modo geral; logo depois, com 3 citações, temos a quantidade de pessoas.

Quando comparamos os dois grupos, vemos que as lembranças negativas são por parte do grupo que convive mais no lugar. De forma geral, os não trabalhadores do local citaram a paisagem de tráfego, como “escadas estreitas”, “vidros”, lojas e fachadas de lojas. Fato que contrasta com as afirmações anteriores em que definem o lugar de forma negativa. Relatar como primeira coisa que se lembra do lugar, paisagens cotidianas, conhecidas superficialmente, mostra que o sujeito não teve muitas experiências marcantes com o lugar. Aparentemente eles definiram o lugar de forma negativa, mas essa definição não foi pautada em nenhuma experiência ruim marcante, que tenha acontecido com eles no local.

Do grupo que mais convive no local, tiveram 3 citações negativas, duas sobre prostituição e uma sobre “coisas ruins”, as outras 7 pessoas se lembraram de coisas positivas. Provavelmente, para ter essas imagens como as primeiras a se lembrarem sobre o local, de prostituição e coisas ruins, os participantes já presenciaram cenas assim ou estiveram

envolvidos de maneira próxima. Dentre as 7 outras lembranças, cabe destacar a do participante que diz que tem que estar lá. No momento da aplicação do questionário ele afirmou que, mesmo quando não está trabalhando, ele frequenta o local; ele disse que vai lá porque gosta e se sente bem.

Algumas paisagens lembradas pelos participantes são paisagens alternativas comparadas a outros lugares do DF e que são muitas vezes tidas como marginais, mas que são comuns e “não marginais” no CONIC – a miniatura da pista de skate, o grafite nas paredes, a “cultura de rua”, os jovens andando de skate livremente nas calçadas. Essas paisagens foram citadas de maneira positiva por alguns participantes, tanto trabalhadores do local, quanto pelos não trabalhadores. Isso mostra que eles não se integram totalmente na cultura hegemônica, que tem essas paisagens como manifestações reprováveis.

Os participantes que não trabalham no local o definiram de maneira negativa, mas não sem lembrarem de fatos negativos quando indagados na questão 13. Acreditamos que ao definir o CONIC de maneira negativa, os participantes em questão o fizeram baseados não em suas experiências no lugar, mas por relatos de outras pessoas, como veremos a seguir.

A última questão pede para que o participante comente sobre histórias ruins que já ouviu sobre o CONIC, se por ventura ele já ouviu. Na tabela 19 a seguir vemos as palavras chave das histórias relatadas.

Tabela 19 – Questão 14, histórias ouvidas.

Questão 14 - histórias	Trabalha no local	Não trabalha no local	F	M	Total
Roubo e drogas		1	1		
Assaltos		1	1		
Não, nenhuma		1	1		
Não		1	1		
Assaltos, prostituição e seitas.		1	1		
Prostituição e drogas		1	1		
Prostituição em larga escala		1	1		
Prostituição, homossexuais		1	1		
Pequenos furtos		1		1	
Sim*		1		1	
Prostituição		1		1	
Prostituição e drogas	1		1		
Drogas, roubo e prostituição.	1		1		
Não	1			1	
Prostituição e drogas	1			1	

Brigas e confusão	1			1	
Assassinatos. Ossadas encontradas no subsolo.	1			1	
Morte e briga	1			1	
Assalto e marginalidade	1			1	
Prostituição e drogas	1			1	
Assalto, brigas e drogas	1			1	
Total	10	11	10	11	21

*o participante não quis comentar sobre a história.

Apenas 3 dos 21 participantes afirmaram não ter ouvido nenhuma história ruim a respeito do CONIC, os demais relataram histórias de assaltos, venda e uso de drogas e prostituição. Esses três temas foram os mais frequentes nas histórias relatadas, tanto por trabalhadores do local como por parte dos que não trabalham lá; também não havendo muita diferença nas histórias comentadas por mulheres ou homens.

Mesmo tendo ouvido relatos de acontecimentos ruins no seu local de trabalho, nas questões anteriores, os trabalhadores do local em sua maioria se mostraram positivos em relação o mesmo, talvez por que a sua vivência no local não condiz com as histórias por eles ouvidas. De forma contrária, o grupo dos não trabalhadores, por não conhecer tanto o lugar, parece ter respondido ao questionário baseado em histórias que recebeu de terceiros, não condizendo com o que foi vivido por eles no local. Nenhum deles se lembrou de prostituição na questão anterior, mas haviam comentado sobre prostituição quando foram definir o lugar. Isso mostra que eles pautaram suas opiniões em relatos de terceiros e não na sua relação com o lugar.

Com isso, temos que, no imaginário das pessoas, o CONIC aparece de várias formas, dependendo de fatores pessoais que influenciam a sua relação com o lugar. Para alguns o CONIC é prostituição, mesmo sem ter presenciado algo do tipo; para outros é arte e história. A vivência individual atribui imagens e símbolos, sejam eles bons ou ruins.

5. CONCLUSÕES

Ao analisar todos os dados da pesquisa, pautados na perspectiva fenomenológica, podemos afirmar que os objetivos propostos no início do trabalho foram alcançados. O Objetivo principal era indagar sobre a geograficidade dos frequentadores do SDS CONIC. Todas os questionários aplicados revelaram como o frequentador e o não frequentador do local de estudo se relacionam com o mesmo; os frutos desse relacionamento são as imagens e os símbolos atribuídos ao local.

Os objetivos particulares eram: 1- Indagar sobre os elementos da paisagem urbana que causam percepções topofílicas e topofóbicas; 2 - Relacionar os elementos da geograficidade identificados com a sua simbologia. Tendo como questões de pesquisa as seguintes: 1 - Que tipo de percepções geram topofobia e topofilia nos frequentadores do CONIC-DF? ; 2 - Que símbolos estão associados às percepções topofóbicas e topofílicas?

Concluimos que: 1 - Quanto ao tipo de percepção que gera topofobia e topofilia - pudemos perceber, ao longo da análise dos questionários, que a paisagem *per si* (o espaço) não causa percepções topofóbicas ou topofílicas. Essas percepções são causadas pela relação do sujeito com o local através de sua vivência, tanto no caso da topofilia dos trabalhadores do local, quanto no caso da topofobia dos que não trabalham no local. Todos tiveram suas sensações e percepções influenciadas por histórias ouvidas ao longo do tempo. Pudemos constatar que eles não presenciaram as histórias que contaram, pois, relataram como marcante no lugar as paisagens comuns, de trânsito. O SDS CONIC não é um lugar que produz topofobia pois os participantes que demonstraram as percepções de *outsideness* fizeram suas afirmações baseadas mais em relatos de terceiros do que na vivência no local. A geograficidade é tida na relação do sujeito com o meio, do sujeito com os lugares, se o sujeito não vivencia o lugar, essa geograficidade se mostra frágil a ponto de ser influenciada pelas histórias ouvidas. As manifestações topofílicas por parte dos trabalhadores são resultado da intensa vivência com o lugar, do gosto pessoal pelas manifestações artísticas presentes no local e o fato da vivência cotidiana se mostrar diferente das histórias ouvidas, pois, mesmo tendo relatado o conhecimento das mesmas histórias que os não frequentadores, sua percepção positiva em relação ao lugar não mudou.

As percepções topofílicas estão associadas ao modo de olhar e perceber o ambiente, os participantes que mostraram esse tipo de percepção relacionaram a imagem do CONIC às artes e a tranquilidade da sua casa, mostrando os mais intensos níveis de percepção de *insideness*. O modo de olhar as paisagens não tão comuns, como foi citado nas respostas dos

questionários – skate, grafitti, cultura de rua, *underground* - mostra que os trabalhadores do local se identificam também com elas, talvez pelo convívio com as tribos urbanas que frequentam o lugar.

2 - Quanto à simbologia associada às percepções toponímicas e toponímicas. A geografia dos sujeitos que não trabalhavam no local foi influenciada pela simbologia atribuída ao local, atribuída por eles mesmos antes que se permitissem vivenciar o local de forma mais intensa, e que não condiz com a realidade atual do CONIC. Os participantes não mostraram interesse em conhecer melhor o lugar, preferindo manterem-se distantes, mantendo também, essas imagens do local. O CONIC é visto por eles como um lugar de prostituição, violência e drogas, e continuará assim enquanto eles permanecerem *outside*. Essa simbologia associada ao local, como lugar de prostituição, casas noturnas, uso e venda de drogas é em sua maior parte uma herança de décadas anteriores. As boates e os pontos de prostituição migraram em sua maioria para outros locais do Plano Piloto, mas as suas histórias associadas ao SDS CONIC permaneceram.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser um trabalho final de graduação o trabalho não pôde ser aprofundado, servindo, o mesmo, como ensaio de um trabalho posterior de pós-graduação e também servindo para que outros pesquisadores encontrem subsídios para futuras pesquisas sobre o SDS CONIC, um lugar tão marcante na história do DF mas com pouca produção tratando sobre os temas aqui abordados.

Observada a importância da geografia, o presente trabalho indica para a necessidade de revitalização da imagem do CONIC tendo em vista seu público frequentador, ou seja, a valorização da “arte de rua”, do grafiti e dos elementos indicados como positivos pelos participantes. Optando-se pela valorização das paisagens alternativas em detrimento das hegemônicas. Visando o sujeito que trabalha no local ou possui grande frequência ao mesmo.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Alcionir Pazatto **A Percepção da Paisagem Urbana de Santa Maria/RS e os Sentimentos de Topofilia e Topofobia de Seus Moradores.** 2007. 118f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Santa Maria UFSM, Rio Grande do Sul, 2007.

CABRAL, Luiz Otavio. A Paisagem enquanto fenômeno vivido. *In GEOSUL*, Florianópolis, v. 15, n.30, pp. 34-45, jul./dez. 2000.

CALISTO, Cristiano de Souza e VARGAS, Glória Maria. O Ambiente como Mundo Vivido - Uma Abordagem do Espaço Segundo a Geografia Fenomenológica apresentado no **III Encontro da ANPPAS** 23 a 26 de maio de 2006. Brasília-DF 2006.

CLAVAL, Paul. A geografia cultural. Tradução de Luiz Fugazzola Pimenta e Margareth de Castro Afeche Pimenta. Editora da UFSC, Florianópolis. 2007.

CLAVAL, Paul. A geografia cultural: O estado da arte. *In Manifestações da Cultura no Espaço/* Organizadores, Zeny Rosendahl, Roberto Lobato Corrêa. – 248p. (Série Geografia Cultural). pp. 59-98. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

COSGROVE, Denis. A Geografia está em toda parte: Cultura e simbolismo nas paisagens humanas. *In Paisagem, Tempo e Cultura/* Organizadores, Zeny Rosendahl, Roberto Lobato Corrêa. pp. 92-123. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

COSTA, Lúcio. Relatório do Plano Piloto de Brasília, 1962. Disponível em - <http://doc.brasilia.jor.br/plano-piloto-Brasilia/relatorio-Lucio-Costa.shtml> acessado em 06/12/12 às 18:23.

COSTA, Rogério Haesbaert. da – Identidades Territoriais. *in Manifestações da Cultura no Espaço/* Organizadores, Zeny Rosendahl, Roberto Lobato Corrêa. – 248p. (Série Geografia Cultural). pp. 169-190. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

COSTA, Rogério Haesbaert. da, 1958 – A nova des-ordem mundial/Rogério Haesbaert, Carlos Walter Porto-Gonçalves. 160p. : il. – (Paradidáticos. Série Poder). São Paulo: Editora UNESP, 2006.

DUARTE, Matusalém de Brito e MATIAS, Vandeir Robson da Silva - Reflexões sobre o espaço geográfico a partir da fenomenologia *in Caminhos de Geografia* 17 (16) 190 - 196, out/2005. Disponível em <http://www.ig.ufu.br/revista/caminhos.html> acessado em out 2012.

DUNCAN, James S. O Supra-orgânico na Geografia Cultural Americana. *in Introdução à Geografia Cultural/* Roberto Lobato Corrêa, Zeny Rosendahl. (organizadores). 2ª ed. pp. 63-102. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

FREITAS, Alencar Soares de. Conic: um detetive, playboys e marginais. Brasília, Ed. Thesaurus, 2010.

FREITAS-MAGALHÃES, A. & BATISTA, Joana – escala de percepção do medo: primeiro estudo de construção e validação na população portuguesa. **Revista da faculdade de ciências da saúde**. pp. 428-438. Porto: edições universidade Fernando pessoa 2009.

FERNANDES, António Teixeira. “Espaço social e suas representações”. In **Sociologia**, nº 2, pp. 61-99. 1992.

GUIMARÃES, Solange T. de Lima Reflexões a respeito da paisagem vivida, topofilia e topofobia à luz dos estudos sobre experiência, percepção e interpretação ambiental. **Revista Geosul**, Florianópolis, v.17, n.33, pp. 117-141, jan./jun. 2002.

HOLZER, Werther. Paisagem, imaginário, identidade: alternativas para o estudo geográfico. In **Manifestações da Cultura no Espaço**/ Organizadores, Zeny Rosendahl, Roberto Lobato Corrêa. – 248p. (Série Geografia Cultural). pp. 149-168. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

JANUZZI, Paulo. Indicadores para diagnóstico, monitoramento e avaliação de programas sociais no Brasil. **Revista do Serviço Público**, ano 56, n.2, pp. 137-160. abr.- jun. 2005.

LEFF, Enrique: Saber Ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder – Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

LEFRANÇOIS, Guy R. Teorias da aprendizagem/ Guy Lefrançois; tradução Vera Magyar – São Paulo: Cengage Learning, 2008.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Jorge Zahar, 2006.

MAFFESOLI, Michael, 1944 – O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa/ Michel Maffesoli; apresentação de Luiz Felipe Baêta Neves; tradução de Maria de Lourdes Menezes; revisão técnica de Amo Vogel. – 2. Ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARINHO, Samarone Carvalho. Um homem, um lugar: Geografia da vida e perspectiva ontológica / Samarone Carvalho Marinho ; orientador Júlio César Suzuki. - 335 f. : il. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia. São Paulo, 2010.

NASCIMENTO, Paulo César. Dilemas do nacionalismo in **BIB**, São Paulo, nº 56, pp. 33-53. 2º semestre de 2003.

NOGUEIRA, Amélia Regina Batista. Uma interpretação fenomenológica na Geografia in **Anais do X encontro de Geógrafos da América Latina** – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo. 2005

NUNES, Brasilmar Ferreira. Elementos para uma sociologia dos espaços edificados em cidades: o “Conic” no Plano Piloto de Brasília in **cadernos metrópole** 21 pp. 13-32. 1ºsem. 2009.

OLIVEIRA, Nilza Ap. da Silva. Mapas Mentais – Uma forma de Representar A compreensão e interpretação do lugar. disponível em: <http://www.geografia.ufpr.br/neer/NEER->

2/Trabalhos_NEER/Ordemalfabetica/Microsoft%20Word%20-%20NilzaApdaSilvaOliveira.ED2I.b.pdf acessado em 26/11/2011.

OLIVEIRA, Maria Cláudia S. L. de; CAMILO, Adriana A.; e ASSUNÇÃO, Cristina V. Tribos urbanas como contexto de desenvolvimento de adolescentes: relação com pares e negociação de diferenças. *In Temas em Psicologia da SBP*, Vol. 11, no 1, pp. 61-75. 2003.

PORTO, Maria Stela Grossi, Brasília, uma cidade como as outras? Representações sociais e práticas de violência, in: **Sociedade e Estado**. vol.24 no.3 Brasília set./dez. 2009, disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922009000300008>

RELPH, E. C. As bases fenomenológicas da geografia *In Geografia*, v. 4, n. 7, AGETEO, Rio Claro, São Paulo, 1979.

ROCHA, Lurdes Bertol. **Revista da casa da Geografia de Sobral**, v. 4/5 pp. 67-79. Sobral – BA, 2003.

SANTOS, Clélio. Geografia e Fenomenologia: Algumas aproximações a partir da Geografia Humanista e da Geografia das Representações *in Revista Diálogos n.º 5 – Revista de Estudos Culturais e da Contemporaneidade* – UPE/Faceteg – Garanhuns/PE – 2011.

SEAMON, David - A Singular Impact: Edward Relph's Place and Placelessness *in Environmental and Architectural Phenomenology Newsletter*, vol. 7, no. 3, pp. 5-8. 1996.

SILVA, Tomás Rech da. Geograficidade, percepção e saberes ambientais dos pescadores do lago Guaíba, Porto Alegre, RS. /Tomás Rech da Silva – Porto Alegre: UFRGS/PPGEA, 2007. [157 f.] II. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Geociências. Programa de Pós-graduação em Geografia, Porto Alegre, RS – BR, 2007.

TUAN, Yi-Fu. Topofilia – um estudo da Percepção, Atitudes e Valores do meio ambiente. São Paulo/Rio de Janeiro: Ed. Difel (Trad. Livia de Oliveira). 1980.

TUAN, Yi-Fu. Paisagens do medo. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

8. ANEXOS

8.1. QUESTIONÁRIOS RESPONDIDOS