

Goiânia, Áreas Verdes e Discurso Ambiental: Valorização da Natureza e Adensamento Urbano¹

Sandra Catharinne PANTALEÃO RESENDE²

RESUMO

A pesquisa versa sobre a propagação de diversos discursos propagados acerca de Goiânia, capital de Goiás, em que se ressalta a relação entre áreas verdes por habitante, sendo um mote para atrair investimentos imobiliários assim propagar a imagem de uma cidade sem problemas socioambientais. No entanto, observa-se que tais manchetes mascaram outros índices menos atrativos, como desigualdades sociais e diversos problemas de infraestrutura urbana. Ainda que seja uma cidade nova, prestes a completar 100 anos, apontam-se os desafios urbanos da capital de Goiás, tendo em vista desnudar os slogans “cidade mais arborizada do Brasil” ou “Capital do Art Déco”, e compreender índices menos publicitários: “a 10ª cidade mais desigual do mundo”, “impactos ambientais decorrente da expansão urbana” e atestar a intrínseca relação entre mercado imobiliário e gestão urbana, sendo, atualmente uma das cidades mais atrativas para investimentos do agronegócio. Posto isso, apontam-se reflexões sobre os desafios inerentes de uma cidade que não para de crescer e modificar sua forma urbana.

PALAVRAS-CHAVE: Goiânia; discurso ambiental; planejamento urbano; ordenamento territorial; desenvolvimento sustentável.

INTRODUÇÃO

Goiânia é uma capital planejada e carrega consigo fluxos migratórios e atrativos para o mercado imobiliário desde sua fundação. Em cada momento histórico, os fatores de investimentos fundiários variaram, mas, desde meados dos anos 1990, alinham-se à constituição de uma “identidade urbana” apoiada na valorização da natureza como prerrogativa para a concepção de empreendimentos imobiliários, sejam eles edifícios de habitação coletiva, próximos aos parques urbanos ou a “fuga” para áreas menos urbanizadas e periféricas, configurando o “jeito jardins de morar” em que a natureza é exaltada como carro chefe das peças publicitárias.

Além disso, nos últimos anos, a administração pública também busca constituir uma imagem que respalde sua atuação, tendo em vista exaltar os índices de áreas verdes ou os parques urbanos, presentes em diferentes partes da cidade. Ainda que haja pertinência nos índices e dados apresentados, Goiânia tem sido palco de intensa

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Meio Ambiente, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Professora do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Puc Goiás e da UEG, e-mail: catharinne@pucgoias.edu.br

valorização fundiária, investimentos no mercado de luxo, dinamizando e alterando a própria estrutura urbana.

Isso implica repensar o processo de urbanização e indicar caminhos futuros, tendo em vista as discussões da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU, 2015) em seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a fim de promover o crescimento sustentável, com destaque ao ODS 11³. Isso porque ampliar as lentes para além da qualidade ambiental urbana possibilita compreender a atuação dos atores na produção do espaço urbano, indicando possíveis caminhos e abordagens teórico-metodológicas de cunho transdisciplinar visando a qualidade de vida das cidades e responder aos desafios do século XXI, notadamente pelo crescimento populacional registrado pelo censo de 2022 (IBGE, 2022)⁴.

Mediante essas questões, o texto apresenta a metodologia da pesquisa, sua fundamentação teórica, as discussões decorrentes e as contribuições da pesquisa para pensar as interfaces entre mídia e meio ambiente, visando, sobretudo, uma leitura mais real das dinâmicas urbanas de Goiânia.

JEITO JARDINS DE VIVER, APROPRIAÇÃO MIDIÁTICA DA NATUREZA

Goiânia é uma capital cuja expansão urbana tem sido moldada por dinâmicas econômicas e atuação do poder público local. Registram-se, na formação de sua paisagem urbana, bairros predominantes residenciais em áreas periféricas ou lançamentos de edifícios de habitação coletiva com vistas exuberantes para as áreas verdes – essas são algumas das estratégias adotadas pelo mercado imobiliário visando a renda fundiária, em que pautam-se em difundir as qualidades ambientais da cidade, enaltecendo a natureza. Ações dos agentes públicos também convergem para a dinâmica do espaço intraurbano, resultando na criação de espaços verdes, áreas adensáveis, formação de novas centralidades, entre outros. Entre as ações da municipalidade, tem-se a urbanização das áreas verdes da cidade, reforçando a constituição de uma “identidade urbana” de ser uma capital sustentável.

³ Parte da Agenda 2030, o ODS 11 tem foco em criar cidades inclusivas, sustentáveis e justas.

⁴ A região Centro-Oeste foi a região com maior aumento populacional entre 2010 e 2022, registrando um crescimento de 12,3%. Goiânia teve um crescimento demográfico mais expressivo, 14,3%, registrando 1.437.237 habitantes. Dados disponíveis em acesso em 17 jul. 2023.

No entanto, ao analisar as manchetes dos principais periódicos de circulação local, evidenciam-se dados e problemas urbanos menos exaltados pelos atores mencionados. Ocultam-se nas propagandas da gestão municipal e dos empreendimentos imobiliários, os desafios e índices que condicionam às cidades a atender aos ODS, conforme a Agenda 2030 da ONU. Ao contrário de se pensar uma cidade compacta, resiliente e menos desigual, perfazendo outras camadas do que aquelas noticiadas e reverberadas por diferentes veículos de comunicação.

Para fins de estudo, optou-se em caracterizar as modificações da região Sudeste de Goiânia, inicialmente ocupada por bairros destinados aos programas de habitação de interesse social⁵, como o Parque das Laranjeiras e o Parque Atheneu, datados dos anos 1970-80. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, que se desenvolver a partir do levantamento de dados cartográficos disponíveis no acervo bibliotecário da prefeitura do município de Goiânia, resultando em pesquisa documental de fonte primária.

Ao identificar a dinâmica da região Sudeste e sua ocupação mais recente, quando comparada às demais regiões de Goiânia, optou-se em elencar estudos de caso da empresa FGR Urbanismo, dado seu pioneirismo na comercialização de condomínios residenciais horizontais fechados em áreas periféricas de Goiânia e Aparecida de Goiânia por meio do slogan *jeito jardins de viver*. Apesar de constatar a atuação de empresas nacionais, como Alphaville Urbanismo, pela natureza explicativa e por adotar como procedimentos a pesquisa documental e de campo, considerou-se a concepção dos Jardins visto o objetivo de caracterizar morfologicamente a região Sudeste e suas articulações com o entorno preexistente, diferenciando-os daqueles condomínios localizados ao longo de eixos viários interurbanos. Em sua maioria, os *Jardins* estão em áreas contíguas a esses eixos viários e limítrofes aos conjuntos habitacionais de interesse social.

Em específico, os condomínios horizontais residenciais fechados se apropriam dos elementos naturais, notadamente a água e a vegetação. Estes são reinseridos como parte das amenidades urbanas, tornando um argumento do *marketing urbano*, uma vez que oferecem áreas de convivência e naturais diferentemente do caos das áreas centrais verticalizadas. O *marketing*, neste contexto, deve ser entendido como as ações que visam

⁵ Grande parte dos bairros constituintes da Região Sudeste de Goiânia são originários de programas de financiamento da casa própria, como, por exemplo o Banco Nacional de Habitação (BNH) ou por meio de políticas municipais de financiamento. O Parque Atheneu, área pertencente aos padres salesianos, foi destinado à construtora Encol para parcelamento, sendo parte para os militares e a outra para interessados.

despertar os desejos e a construção de imaginários urbanos destituídos de problemas a fim de convencer que trata-se do melhor investimento na aquisição da casa própria ou para investir conforme a teoria da renda fundiária. No caso do objeto de estudo são as ações de propagar um grupo seletivo de pessoas aptas a adotar o *jeito jardins de viver*.

Esse modelo tem se propagado no imaginário urbano de que é dotado de qualidade, sendo a melhor alternativa para o caos das cidades contemporâneas. No entanto, a discussão de Gehl *et. al.* (2006) aponta a necessidade de dotar os espaços públicos de qualidade a fim de promover a integração entre os habitantes. A visão dos autores indica doze critérios para mensurar a qualidade dos espaços urbanos, sendo eles: proteção ao tráfego, segurança nos espaços públicos, proteção contra experiências sensoriais desagradáveis, espaços para caminhar, espaços de permanência, ter onde se sentar, possibilidade de observar, oportunidade de conversar, locais para se exercitar, escala humana, possibilidade de aproveitamento do clima e boa experiência sensorial.

Observa-se que alguns desses pontos são rebatidos no *marketing*, cujo intuito é vender um modelo urbano destituído de problemas. Mas, como já afirmava Jacobs (1961), tornam-se espaços monótonos e paraísos artificiais incapazes de abarcar a complexidade do fenômeno urbano.

Essa concepção de uso e ocupação de áreas periféricas se distancia das discussões de Gehl (2006) que estabelece a necessidade de interação das pessoas por meio das atividades sociais, que são aquelas que dependem da presença de pessoas no espaço público, pois dizem respeito à interação entre elas. Essas atividades são consideradas chaves e ampliam as atividades necessárias e opcionais, pois possibilita o contato e a interação das pessoas. No entanto, ainda que possam ocorrer as atividades opcionais, os condomínios, por sua natureza seletiva, impedem a valorização dos espaços públicos na cidade em prol da segregação socioespacial à medida que estes definem, pelo preço da terra, o perfil dos habitantes.

Conforme reportagem do G1 (2019)⁶, diversos levantamentos atestam que o modo de morar do goianiense recebeu muito bem essa nova forma de morar, uma vez que se destaca entre as cinco cidades brasileiras que mais possuem condomínios horizontais residenciais fechados - cerca de 255 dos 362 existentes em Goiás.

⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/go/goias/mercado-imobiliario/noticia/2019/05/17/goiania-esta-entre-as-5-cidades-com-mais-condominios-horizontais-no-brasil-diz-pesquisa.ghtml>, acesso em 23 agosto de 2019.

A concepção dos condomínios horizontais residenciais fechados está embasada em elementos urbanísticos e arquitetônicos por meio da criação de conceitos associados a cidades europeias que os identificam – os nomes deles são de cidades europeias. Pode-se afirmar que o *marketing* desses empreendimentos se apoiou na busca por alternativas ao caos urbano, isto é, a constatação de uma cidade doente. Com isso, tomou-se como principais argumentos fugir do caos urbano e a reconciliação com a natureza foram para que as classes de maior poder aquisitivo reforçassem um processo de suburbanização nos anos 1990, muitas vezes, em glebas adjacentes aos conjuntos habitacionais de interesse social, contornando fundos de vales que passam a ser um dos diferenciais quando comparado às opções de moradia nas áreas mais centrais.

Os primeiros condomínios horizontais mais se assemelham aos loteamentos tradicionais diferenciando-se mais pela inserção de áreas verdes e lotes maiores que aqueles mínimos das áreas periféricas, além de áreas públicas e portaria para controle de acesso. À medida que se afastam de áreas periféricas consolidadas, passam a ocupar glebas maiores e valorizam as áreas verdes e de convivência como atrativos mais que o tamanho dos lotes. E, mais recentemente, buscam agregar às adjacências dos muros áreas comerciais e equipamentos urbanos como escolas e comércio vicinal, como atrativos para a aquisição dos últimos lançamentos.

Ao observar a distribuição dos condomínios na Região Metropolitana de Goiânia, é possível perceber que predominam ao longo dos eixos viários, estes, por sua vez, definidos nos Planos de Desenvolvimento Integrado (GOIÂNIA, 1969;1992). Outra característica é a ocupação de glebas nos limites do município de Goiânia, em áreas já conurbadas com Aparecida de Goiânia e incita a urbanização em direção a Senador Canedo.

Além disso, as abordagens dos anúncios da empresa tentam estabelecer uma identidade ao empreendimento, definindo um estilo de vida diferenciado e único, caracterizando cada condomínio. Os nomes remetem às cidades europeias, numa alusão a maior qualidade de vida – uma estratégia de *marketing* que reforça o papel do colonizador como mais civilizado. Também exalta, na apresentação do condomínio, as áreas verdes internas disponíveis e o traçado urbano que reforçam o traçado característico das cidades europeias, lembrando a visão historicista pós-moderna dos irmãos Krier e

a visão populista dos arquitetos norte-americanos que defendiam o gosto popular e a arquitetura comercial, como Robert Venturi (1972; 2004).

Associado ao discurso de valorização da natureza, a garantia de segurança e de resguardar a privacidade dos seus moradores permitiram o sucesso do “jeito jardins de viver”. Mesmo localizados em regiões periféricas, esses condomínios possuem terrenos supervalorizados e normatização interna própria a qual estabelece algumas diretrizes para a construção de novas residências e uso das áreas comuns.

A criação do espaço nos condomínios fechados segue um planejamento cujo objetivo é proporcionar a maior comodidade aos seus moradores, onde estes possam viver de acordo com seu poder aquisitivo e, ainda, separados daqueles que são diferentes, demarcando uma relação de pertencimento e identidade – *jeito jardins de viver*. Percebe-se, então, que há estreita relação entre o propósito de produzir um espaço diferenciado e as atividades sociais realizadas ali dentro, para produzir os seus moradores, pois estes devem ter gostos e comportamentos diferenciados dos que moram fora dos muros.

Ao lado de tanta riqueza registra-se, também, a questão habitacional na RMG, que se constitui num dos mais graves problemas sociais do país significando uma situação de desigualdade e exclusão social. São milhares de famílias sem casa e em péssimas condições de moradia, espalhadas pelas várias regiões do espaço metropolitano, configurando déficit habitacional. As estratégias de mercado promovem a segregação socioespacial como mecanismo de definição da localização residencial urbana.

Este fenômeno afeta os aspectos físicos e socioeconômicos da cidade e representa novos desafios à gestão pública, que são: o atendimento aos problemas que surgem pela ampliação da exclusão social, aumento da demanda por empregos, a informalidade do trabalho, a insuficiência de moradia, entre outros.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Pedro. **Mercado e Ordem Urbana**: do caos à teoria da localização residencial. Editora Bertrand do Brasil: São Paulo, 2001.

BERNARDES, Genilda D’Arc; SOARES JÚNIOR, Ademar Azevedo. Condomínios horizontais fechados: reflexão sobre a configuração do espaço intrametropolitano de Goiânia. **SOCIEDADE E CULTURA**, V. 10, N. 2, JUL./DEZ. GO. 2007.

GEHL, Jan. **La Humanización de Espacio Urbano** - La vida social entre los edificios. Editorial Reverté, Barcelona 2006.

GEHL, Jan. *et. al.* **New City Life**. Danish: Arkitektens Forlag, 2006.

GOIÂNIA, Prefeitura de. **Plano Diretor de 2007**. Goiânia: SEPLAM, 2007.

_____. **Plano Diretor de 1992, vol. 1 e 2**. Goiânia: SEPLAM, 1992.

_____. **Plano de Desenvolvimento Integrado de Goiânia - PDIG de 1969**. Goiânia: SEPLAM, 1969.

_____. Lei nº 7.042 de 27 de dezembro de 1991. **Diário Oficial do Município de Goiânia**. Poder Executivo, Goiânia, Diário Oficial nº 978-A, 1992.

HARVEY, David. **A justiça social e a cidade**. São Paulo: Hucitec, 1980.

JACOBS, J. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

O POPULAR. **Condomínios: qualidade de vida e segurança para o lar**. Goiânia, 24 abr. 1994, p. 16.

VENTURI, Robert; IZENOUR, Steven; BROWN, Denise Scott. **Aprendendo de las Vegas**. Editorial, 1992.

VENTURI, Robert; BROWN, Denise Scott. **Architecture as signs and systems: for a mannerist time**. Cambridge/London: Belknap Press of Harvard University Press, 2004.