

O capitalismo editorial na constituição de Picos como “cidade-metido do Piauí”

El capitalismo editorial en la constitución de Picos como “ciudad-metido de Piauí”

Graziela Reis da Silva

Mestranda em História

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

grazielareis11@gmail.com

Recebido: 03/01/2025

Aprovado: 20/12/2025

Resumo: O presente texto tem como objetivo analisar de que maneira o conceito de “capitalismo editorial”, discutido por Benedict Anderson (2008), pode ser relacionado aos estudos sobre a formação de cidades-metido e contribuir com eles. Nesse sentido, o trabalho concentra-se na construção narrativa-imagética que consolidou Picos como “a cidade-metido do Piauí”, símbolo de desenvolvimento e progresso da região Nordeste do Brasil. Para tanto, utiliza-se como fonte a revista *Picos 100 anos: 1890-1990*, publicada em comemoração ao centenário de emancipação político-administrativa do município, a fim de identificar e examinar os textos e imagens divulgados sobre a cidade, bem como os elementos selecionados para reforçar sua imagem.

Palavras-chave: Capitalismo editorial; cidade-metido; Picos-PI.

Resumen: El presente texto tiene como objetivo analizar de qué manera el concepto de “capitalismo editorial”, discutido por Benedict Anderson (2008), puede relacionarse con los estudios sobre la formación de ciudades-metido y contribuir a ellos. En este sentido, el trabajo se centra en la construcción narrativa e imagética que consolidó a Picos como “la ciudad-metido de Piauí”, símbolo de desarrollo y progreso de la región Nordeste de Brasil. Para ello, se utiliza como fuente la revista *Picos 100 años: 1890-1990*, publicada con motivo del centenario de la emancipación político-administrativa del municipio, con el fin de identificar y examinar los textos e imágenes difundidos sobre la ciudad, así como los elementos seleccionados para reforzar su imagen.

Palabras clave: Capitalismo editorial; ciudad modelo; Picos-PI.

Introdução

Picos é um município situado na região Centro-Sul do estado do Piauí. Em 2022, de acordo com o *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)*, possuía 83.090 habitantes, ficando atrás apenas de Teresina e Parnaíba. Na década de 1960, Picos ganhou o título de “Município Modelo do Estado”, concedido pelo *Instituto Nacional de Desenvolvimento Agrário (INDA)*. O órgão foi criado durante a

ditadura militar e, entre outras atividades, selecionou diversos municípios brasileiros para servirem como exemplos de desenvolvimento para o país (CRUZ, 2023). Em concomitância, a partir de 1970, o centro urbano picoense passou por transformações significativas que alteraram sua dinâmica espacial e impulsionaram seu crescimento populacional e econômico (CARVALHO, 2015).

As transformações urbanas, em conjunto com o título concedido pelo *INDA*, passaram a ser utilizados, a partir da década de 1980, para sustentar Picos como a “cidade-modelo do Piauí” (SILVA, 2024). Essa expressão é amplamente utilizada na atualidade para caracterizar a cidade, como é possível observar em trabalhos acadêmicos e matérias midiáticas que abordam aspectos históricos e identitários do local. No texto de Aquino (2013, p. 11, grifo nosso), encontra-se: “veremos por que esse instrumento de comunicação [o rádio] foi importante para a formação da cultura local, discorreremos do seu início no mundo até sua chegada na cidade-modelo”. Rocha *et al.* (2024, p. 68, grifo nosso) apontam que “hoje, considerada como cidade-modelo, Picos se transformou em polo comercial e industrial”. Outro exemplo é o trecho de uma matéria do portal *Midiático* (2025, grifo nosso), que diz: “Picos, a Cidade Modelo, é um dos mais importantes municípios piauienses.”

No entanto, Picos não é um caso isolado, outras cidades brasileiras também recebem essa denominação, que pode ser encontrada em textos diversos, como é possível ver a seguir: “O município de Castanhal, no estado do Pará, é conhecido como a Cidade Modelo da região nordeste paraense” (CORREIO BRAZILIENSE, 2025, grifo nosso); “Curitiba é conhecida pelo seu clima frio e pontos turísticos representativos, além de ser um forte exemplo de planejamento urbano, consolidando-a como uma cidade modelo” (PORTE, 2025, grifo nosso).

O fato de cidades diferentes possuírem a mesma denominação ocorre porque, segundo Sánchez (2010), as cidades-modelo são imagens de marca construídas para as cidades por meio de ações articuladas entre governos locais, atores hegemônicos, agências multilaterais e redes mundiais de cidades, visando tornar as cidades competitivas e atrair investimentos. Nesse contexto, para que as cidades-modelo sejam construídas, a imprensa exerce papel fundamental. Por meio dela, as cidades são apresentadas tanto ao público local quanto ao internacional, destacando os aspectos positivos que favorecem a construção de uma imagem comercial. A linguagem publicitária é utilizada para forjá-las e as campanhas, mobilizações e imagens divulgadas são responsáveis por remeter a uma cidade espetacular, associada ao bem-estar, a estilos de vida considerados “adequados” e às “boas práticas” de manutenção dos espaços (CANCLINI, 2002, *apud* HONORATO; SARAIVA, 2016).

Por isso, este trabalho busca compreender como o conceito de capitalismo editorial, discutido por Benedict Anderson (2008) em *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e difusão do nacionalismo*, contribui para a análise da formação de cidades-modelo. Segundo o autor, o capitalismo editorial, produção em massa da imprensa para o mercado capitalista, emergiu no século XVI e, a partir disso, a imprensa passou a ser percebida como um instrumento de poder, capaz de mobilizar as massas e impactar a opinião pública. Um exemplo marcante desse processo foi o uso estratégico do capitalismo editorial pelo movimento protestante, que, para expandir suas ideias, adaptou-se ao novo mercado editorial, utilizou a impressão para alcançar um público mais amplo, disseminou suas doutrinas, produziu materiais em línguas vernáculas e ampliou seu alcance.

Para discutir a relação entre o capitalismo editorial e a construção narrativa-imagética das cidades-modelo, utiliza-se a revista *Picos 100 anos: 1890-1990*, produzida em comemoração aos cem anos de emancipação político-administrativa de Picos. A escolha da revista se justifica por reunir elementos que narram a história da cidade, registrar os festejos do aniversário do município e servir como fonte para consulta da história de Picos no *Museu Ozildo Albano*, único museu da cidade. A análise é qualitativa e está fundamentada nos estudos sobre imprensa de Tânia Regina de Luca (2008). Na primeira parte do artigo, apresenta-se a relação entre as cidades-modelo e o capitalismo editorial, e na segunda, realiza-se a análise de um conjunto de textos e fotos sobre Picos expostos no periódico, evidenciando como a revista contribui para a consolidação de Picos como cidade-modelo.

O papel do capitalismo editorial na formação das cidades-modelo

De acordo com Oliveira (2000), o crescimento desordenado das cidades europeias e americanas durante a Primeira Revolução Industrial (1780–1875) levou autoridades estatais e instituições filantrópicas privadas a elaborarem diferentes propostas de intervenção sobre os espaços urbanos. Motivadas pelo temor de epidemias, pelo desejo de conter a deterioração da paisagem urbana ou pelo receio de possíveis reações do proletariado diante da queda abrupta de seu padrão de vida ou da restrição do seu acesso a bens e serviços urbanos, essas iniciativas marcaram, a partir da segunda metade do século XIX, o início de diversas tentativas de controlar e organizar o processo de urbanização nos países industrializados.

Conforme Gonçalves e Paiva (2011), ao final do século XVIII e, sobretudo, nos primeiros decênios do século XIX, as consequências da Revolução Industrial, dos progressos técnicos e da

revolução demográfica se tornaram cada vez mais notáveis. O inchaço populacional das cidades alterou o equilíbrio entre elas e o campo, gerando inúmeras tensões e carências (higiênicas, de novos locais de fixação, entre outras). Nesse cenário, começaram a ocorrer os primeiros debates sobre a organização do espaço urbano, vista como solução para a desordem que afligia as zonas urbanas.

As ações sanitárias, médicas, assistenciais e arquitetônicas empreendidas nas cidades europeias e americanas, a partir da Revolução Industrial, se fundiram em torno de uma disciplina no início do século XX, gerando o urbanismo. Com as transformações socioeconômicas, a destruição causada pelas duas guerras mundiais e a inserção política dos arquitetos e urbanistas na administração pública, o urbanismo se firmou na Europa, nos Estados Unidos e em toda a periferia do capitalismo, consecutivamente. Assim, um conjunto de projetos de gerenciamento e intervenção no espaço urbano se consolidou (OLIVEIRA, 2000). Os projetos iam do monitoramento da expansão das cidades à revitalização de núcleos urbanos degradados ou obsoletos, até propostas de criação de cidades novas, completamente planejadas.

Segundo Pancetti (2010), é sob influência do Iluminismo que o planejamento urbano começa a ser relacionado com a ciência médica e as cidades passam a ser pensadas como veias e artérias contínuas, por onde os cidadãos deveriam se transportar, tais quais hemácia e leucócitos no plasma saudável. Assim, com a Revolução Industrial, as cidades passaram a ser acompanhadas pela ideia científica de planejamento, com os espaços urbanos desenhados e ordenados de forma geométrica (OLIVEIRA; COSTA, 2016). No entanto, as iniciativas de reorganização urbana não se limitavam a uma preocupação com a saúde pública ou com a estética das cidades. O principal objetivo era criar condições para o crescimento das atividades econômicas, a circulação de mercadorias e de pessoas e, sobretudo, para a consolidação das lógicas do mercado capitalista.

Outrossim, o urbanismo foi forjado em dois contextos distintos: o do norte europeu e o dos Estados Unidos, sendo que o último se espalhou pelo mundo e influenciou o planejamento brasileiro. Sob a perspectiva de Oliveira (2000), no norte da Europa o controle governamental sobre o urbanismo é mais forte, pois a intervenção do Estado é aceita e legitimada, ao contrário do que ocorre nos Estados Unidos, onde predomina a ideia de que os mecanismos de mercado são os mais adequados para alcançar o equilíbrio social e o desenvolvimento econômico. Essas diferenças se explicam pelo fato de que, nos Estados Unidos, quase todos os serviços públicos estão nas mãos de empresários, enquanto, na Europa, há maior domínio do Estado.

Dentro dessa lógica, em meados de 1970, primeiro nos Estados Unidos e depois no Reino Unido, a Nova Administração Pública (NAP) ganhou força. O modelo de administração foi apresentado como remédio milagroso para a crise do período, impulsionada pela crise fiscal que afetava as cidades americanas e pelo desenvolvimento do pensamento neoliberal (OLIVEIRA, 2015). Como consequência, a gestão pública passou a incorporar a lógica empresarial como modelo para administrar as cidades. Ademais, o planejamento estratégico, concebido na *Harvard Business School*, foi transposto para o setor público e para as cidades, uma vez que já havia sido testado no mundo corporativo e nas empresas privadas (VAINER, 2007). A justificativa da adaptação para o ambiente urbano é que, se as cidades estão inseridas em um mercado competitivo, devem adotar uma postura estratégica e voltada à competição.

Conforme Harvey (2005), a abordagem “administrativa”, característica da década de 1960, deu lugar a formas de ação iniciadoras e empreendedoras nas décadas de 1970 e 1980. A ênfase no empreendedorismo urbano decorreu das dificuldades enfrentadas pelas economias capitalistas a partir da recessão de 1973. Com ela, vieram a desindustrialização, o desemprego e a austeridade fiscal, ligados a uma tendência ascendente do neoconservadorismo e a um apelo muito mais forte à racionalidade do mercado e à privatização, o que fez governos urbanos diferentes adotarem estratégias parecidas de planejamento urbano. Além disso, a ênfase para enfrentar esses males também está ligada à capacidade declinante do Estado-nação de controlar os fluxos financeiros das empresas multinacionais, de modo que os poderes locais passaram a tentar maximizar a atratividade local para atrair o capital internacional.

Nesse cenário de planejamento urbano, em que o empreendedorismo urbano é uma máxima e estratégias de administração empresarial vêm sendo aplicadas à administração das cidades, as políticas urbanas vêm atuando de dois modos: na reestruturação dos espaços da cidade e na construção de imagens que as acompanham (SÁNCHEZ, 2010). Nessa conjuntura, as cidades, assim como estados e países, competem para “atrair turistas, novos moradores, fábricas e sedes de empresas” (KOTLER; KELLER, 2012, p. 4). Portanto, os elementos urbanos escolhidos para caracterizá-las, como infraestrutura, cultura, localização e qualidade de vida, são organizados e difundidos para diferenciá-las positivamente dos demais. Logo, as cidades-modelo podem ser definidas como:

imagens de marca construídas pela ação combinada entre governos locais, atores hegemônicos com interesses localizados, agências multilaterais e redes mundiais de cidades. A partir de centros de decisão e comunicação que, em fluxos e interações, parecem conformar um campo político de alcance global, esses atores realizam leituras das cidades e constroem as imagens, tornadas dominantes mediante

estratégias discursivas, meios e instrumentos para sua difusão e legitimação em variadas escalas (SÁNCHEZ, 2010, p. 249).

A imagem de marca é a imagem pública de um produto, que, nesse caso, é a cidade. É a representação que ela tem diante do seu público consumidor, investidores e parceiros. Atualmente, os governantes “reconhecem que a imagem de suas cidades e países, além de afetar o turismo, tem importância decisiva no comércio. Atrair negócios estrangeiros pode impulsionar a economia local, gerar empregos e melhorar a infraestrutura. A imagem pode também ajudar a vender produtos” (KOTLER; KELLER, 2012, p. 665). Por isso as imagens de marca são objeto de desejo.

Como consequência dos investimentos nas imagens das cidades, aquelas elevadas à condição de modelo, difundidas no cenário internacional, revelam notáveis semelhanças entre si. Tanto a estrutura discursiva quanto os elementos visuais das imagens são organizados com base em valores e símbolos convergentes, voltados principalmente à modernização das infraestruturas de telecomunicações e transportes, à competitividade, à eficiência na gestão urbana, ao compromisso com a sustentabilidade urbana e à valorização do civismo urbano e do multiculturalismo (Sánchez, 2010). Portanto, trata-se de uma imagem com elementos comuns aplicada a cidades diferentes.

Isso ocorre porque Barcelona se tornou um paradigma de planejamento para o mundo e vem sendo replicada. Capel (2005) descreve que, no início da década de 1980, Barcelona sofria com problemas decorrentes da crise de 1973, de habitação e com um enorme contingente populacional. Para resolvê-los, foram implementadas pequenas mudanças na cidade. Em seguida, estratégias para torná-la internacionalmente atrativa foram efetivadas. Em 1986 foi escolhida para sediar os Jogos Olímpicos e, para isso, diversas transformações urbanas foram realizadas em parceria com a iniciativa privada. Como resultados, após as Olimpíadas, aumentaram o turismo, o número de habitantes e o de empresas na região.

Conforme Sánchez (2010), Curitiba e Barcelona se cristalizaram internacionalmente como cidades paradigmáticas na década de 1990 e se impõem como exemplos local, regional e internacional. Elas foram internacionalizadas como “modelos de administração inteligente e criativa”, símbolos de projetos modernizadores e referenciadas como exemplos do “novo planejamento urbano”, onde as administrações municipais são merecedoras de amplo apoio social. As duas se tornaram referências em círculos técnico-acadêmicos especializados, ocupam considerável espaço na mídia e recebem diversos prêmios de organizações internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU).

Para alcançar esse patamar, a imprensa foi indispensável. As iniciativas de planejamento urbano e mobilidade sustentável foram essenciais para que a imagem de Curitiba ganhasse projeção internacional, mas as pesquisas apontam que esses não são os únicos fatores. De acordo com Albuquerque (2007, p.14), “a política habitacional de Curitiba [...] não fez frente ao paradigma hegemônico de localizar os mais pobres nas regiões mais distantes e menos urbanizadas da cidade”. Porém, segundo a autora, a imprensa local e nacional mascarou a periferização e favelização da população de baixa renda na cidade e essa atividade foi vital para a difusão da imagem curitibana como cidade-modelo.

Para entender por que a imprensa se tornou tão importante para a formação das cidades-modelo, é necessário compreender como ela se consolidou como um instrumento de difusão de ideias. A imprensa tem sua origem no século XV, quando a prensa móvel foi criada. No século XVI, conforme Anderson (2008), o setor editorial floresceu em um período de prosperidade europeia e a imprensa tornou-se uma ferramenta essencial para os capitalistas em busca de lucro. Esse contexto os levou a produzir obras alinhadas aos interesses de seus contemporâneos, ampliando o acesso a materiais impressos que, anteriormente, eram produzidos de forma artesanal e restritos à elite letrada, que lia em latim. Nesse cenário, o autor utiliza o conceito de “capitalismo editorial” para designar a relação entre o sistema capitalista e a produção em massa de escritos por meio da imprensa, fenômeno que possibilitou um conjunto de mudanças no mundo.

Um exemplo dessas mudanças é a Reforma Religiosa, que aliada ao capitalismo editorial, transformou a circulação da informação na Europa. Antes do prelo, Roma controlava a comunicação interna e por esse motivo vencia as disputas religiosas. Com Lutero, em 1517, as teses impressas e traduzidas se espalharam rapidamente, e entre 1520 e 1540 a produção de livros na Alemanha triplicou, incluindo 430 edições das traduções da Bíblia. O protestantismo ganhou força, pois aproveitou o mercado editorial vernáculo, enquanto a Contrarreforma mantinha o latim. Algumas leis ainda foram produzidas para tentar contê-lo, mas o material protestante circulava e se expandia. Além disso, essa aliança criou novos leitores e impactou não apenas a Igreja, mas também os estados europeus, mostrando o poder político e social da imprensa.

Outrossim, para Anderson (2008), o protestantismo não foi o único a provocar e vivenciar mudanças por meio do capitalismo editorial. A circulação de escritos em larga escala contribuiu para a formação de identidades nacionais e para o fortalecimento do sentimento coletivo de pertencimento,

pois as pessoas passaram a compartilhar percepções comuns sobre os espaços e o sentimento coletivo de pertencimento a eles. Nesse sentido, as nações são entendidas como comunidades imaginadas, pois, mesmo diante da desigualdade e da exploração que existe dentro delas, constrói-se a ideia de uma profunda camaradagem horizontal sustentada pela noção de fraternidade.

De forma análoga, as cidades também podem ser compreendidas como comunidades imaginadas, já que a imprensa, ao difundir narrativas e imagens urbanas, faz com que diferentes sujeitos compartilhem percepções semelhantes sobre o espaço, criando um sentimento de pertencimento e identidade coletiva em torno delas. Nessa direção, Santos (2020) argumenta que as características observadas por Benedict Anderson na constituição das nações também podem ser aplicadas em nível microssociológico para compreender identidades locais, regionais e estaduais, uma vez que regiões com trajetórias históricas muito distintas elaboram diferentes projeções sobre si mesmas a partir de construções discursivas e elementos culturais compartilhados.

Além disso, sob a ótica de Anderson (2008), a imprensa contribui para a criação da imagem dos espaços ao descreverem suas características e, ao empregar pronomes possessivos como “nossa” e “nós”, cria uma sensação de pertencimento que coloca os leitores como parte de uma coletividade. Para Morais (2015), Benedict Anderson ajuda a identificar que obras como jornais e revistas são fundamentais para a produção do sentimento de simultaneidade e pertencimento, tendo em vista que as notícias veiculadas são lidas, ouvidas e debatidas por sujeitos sociais diversos, que acabam compartilhando percepções comuns devido ao que leem. Dessa forma, os escritos não são um mero jogo de palavras escolhidas a esmo: há um interdiscurso que orienta os dizeres e dá sentido às informações da leitura.

Observa-se que a articulação para criar um sentimento de pertencimento e aceitação dos projetos urbanísticos e políticos desenvolvidos na cidade é uma constante na criação das cidades-modelo. As imagens divulgadas dos centros urbanos silenciam os conflitos e mascaram a desigualdade, para criar uma noção de consenso e união (SÁNCHEZ, 2010). No entanto, essa camaradagem é produto da mediação dos grupos que detêm o poder sobre a imprensa. Segundo Honorato e Saraiva (2016), para promover a cidade são criadas imagens que expressem uma visão específica sobre ela, geralmente resumida em *slogans* e atributos simbólicos. Essas representações destacam aspectos que reforçam uma ideia hegemônica de consenso e qualidade de vida, mas acabam ignorando a diversidade

de sentidos e experiências existentes no espaço urbano, impondo uma visão única e homogênea sobre o que é, na verdade, múltiplo.

Essa articulação pode ser percebida quando Anderson (2005) se propõe a definir o que são as nações, descrevendo-as como comunidades políticas imaginadas, limitadas e soberanas. São imaginadas porque, mesmo em uma nação pequena, a maioria de seus membros jamais conhecerá ou ouvirá falar uns dos outros, embora todos compartilhem a imagem de uma comunhão entre si. Na verdade, segundo ele, qualquer comunidade que ultrapasse o contato direto é, de certo modo, imaginada. O que as diferencia não é sua falsidade ou autenticidade, mas o modo como são imaginadas. Nesse sentido, durante o processo de elaboração das cidades-modelo é criada uma forma particular dessa comunidade imaginada, pois a imagem projetada dos centros urbanos prevalece sobre a experiência real dos habitantes, empregada como imagem oficial desses espaços.

Fica evidente que a indústria da cultura tipográfica foi capaz de produzir produtos editoriais variados, capazes de atender diferentes sujeitos, e esse processo teve papel central na formação do Estado-nação moderno. O problema é que a imprensa, ao fornecer meios técnicos e simbólicos que consolidaram identidades nacionais, estava articulada aos valores políticos e culturais dos que detinham o poder sobre ela. Assim, não apenas disseminava informações, mas também era mediada pelos valores daqueles que a dominavam, orientando a percepção coletiva sobre a sociedade e a política (Nojosa, 2014). Do mesmo modo, a circulação de narrativas sobre as cidades reflete os interesses de quem controla a imprensa, moldando a percepção coletiva sobre elas de forma direcionada a atender aos objetivos de quem as produz.

Em suma, a relação entre cidade e imprensa revela dinâmicas de poder que se traduzem naquilo que é (re)produzido ao público e se concretiza na construção de comunidades imaginadas. Para entender como as cidades se tornam vitrines nacionais e/ou mundiais, como são as cidades-modelo, é necessário analisar como suas representações são construídas e moldadas ao longo do tempo e os meios de comunicação, como jornais e revistas, desempenham um papel estratégico nesse processo. Esses veículos, quando utilizados para delimitar os espaços urbanos de acordo com interesses hegemônicos, promovem a exclusão e silenciamento de determinados aspectos e sujeitos da cidade em detrimento de outros. Por isso, entender a relação entre a imprensa e as cidades-modelo é necessário para compreendê-las em sua totalidade.

A construção da imagem de Picos na revista *Picos 100 anos: 1890-1990*

Os primeiros indícios de povoamento do município de Picos datam do século XVIII, a partir das fazendas de gado do português Félix Borges Leal que veio da Bahia para o local. O crescimento da cidade, no entanto, só ganha força a partir da segunda metade do século XX, reflexo da própria trajetória histórica do estado. No século XIX, a sociedade piauiense ainda era predominantemente rural e alguns gestores passaram a idealizar a construção de uma cidade aos moldes europeus.

Conforme Lima (2011), as estradas e transportes insuficientes, assim como meios de comunicação precários, motivaram a transferência da sede administrativa de Oeiras para Vila Nova do Poti (atual Teresina). Para isso, em 1851, o presidente da Província, José A. Saraiva, iniciou a construção da nova capital e, três anos depois, concretizou-se a transferência para a cidade, planejada com ruas em traçado de tabuleiro de damas e inspirada no ideal europeu de cidade moderna. Contudo, apesar do desenvolvimento da vida urbana em uma sociedade agrária, as transformações socioculturais foram lentas, e a pobreza, agravada pela chegada de imigrantes, destoava da imagem de cidade civilizada, higiênica e ordeira com a qual sonhavam.

No caso de Picos, a expansão mais marcante da cidade só ocorre a partir da segunda metade do século XX. No final da década de 1940 e no início dos anos 1950, a cidade “era um pequeno núcleo urbano harmoniosamente integrado ao meio rural. Havia uma convivência estreita, íntima mesmo, entre o aglomerado urbano e o meio ambiente em torno” (DUARTE, 1991, p. 17). Na década de 1960, sobretudo devido às suas características rurais, Picos recebeu o título de município-modelo do estado, concedido pelo INDA. Entre os motivos para sua escolha, destacou-se o fato de o município não possuir características de latifúndios e apresentar terras férteis, favoráveis à agricultura, aspectos que o diferenciavam dos demais municípios do estado.

As transformações mais intensas da cidade correram, segundo Lima (2019), paralelamente à proposta de “reinvenção” do Nordeste, inspirada no pensamento furtadiano. No Piauí, destacou-se o reaparelhamento da máquina pública, com a criação de novas secretarias e órgãos de controle e execução, além de investimentos em infraestrutura voltados à integração de Teresina com o restante do estado. Essas ações, realizadas entre as décadas de 1960 e 1970, se refletiram em Picos a partir de dois grandes projetos de impacto urbanístico e de ideologia nacional, na perspectiva da integração: a construção da BR 230, Transamazônica, e o primeiro Plano Diretor Municipal.

A construção da Rodovia Transamazônica foi executada pelo *Exército Brasileiro*, por meio do *3º Batalhão de Engenharia e Construção (3º BEC)*, transferido de Natal, no Rio Grande do Norte, para a cidade de Picos em 1970. De imediato, essa transferência provocou a migração de um número expressivo de pessoas para o município, ampliando seu contingente populacional. Já o primeiro Plano Diretor Municipal, elaborado na década de 1970, foi acompanhado por um reordenamento do espaço urbano, com a participação do Estado brasileiro, da *Igreja Católica*, do *3º BEC* e de alguns civis locais. Juntos, segundo Moura (2014), esses atores formaram a Associação Beneficente João XXIII, responsável pela construção do *Abrigo Joaquim Monteiro*, destinado a acolher “velhos mendicantes” e “pedintes” que circulavam pelo centro da cidade.

Outro fator que ajudou a atrair novos moradores para Picos nos anos de 1970 foi a instalação das *Indústrias Coelho de fiação e têxteis* na região, referência no âmbito empregatício. Sua fixação foi motivada pelos incentivos do Programa FINOR/SUDENE e, por meio dela, a cidade passou a receber pessoas do campo picoense, de diferentes lugares do Piauí e do Nordeste, que estavam ávidas por empregos e novas perspectivas de vida (LIMA, 2019). Em concomitância, por meio das obras realizadas pelo *3º BEC*, o entroncamento rodoviário da cidade de Picos tornou-se, com o passar dos anos, o maior entroncamento rodoviário do estado e o segundo maior do Nordeste, menor apenas que o de Feira de Santana (CARVALHO, 2015).

Com isso, o comércio cresceu substancialmente e parte dos produtos plantados e ofertados na região começaram a ser importados e vendidos, diminuindo a força da agricultura, mas aumentando a força do comércio. Outrossim, a partir da década de 1990, as atividades produtivas e econômicas voltadas para a apicultura e a cajucultura ganharam destaque, tornando o município em um dos maiores exportadores de mel do país até a atualidade. As pesquisas sobre Picos sugerem que, em razão desses fatores, a cidade passou a ser intitulada “cidade-módelo” do estado do Piauí na segunda metade do século XX.

De acordo com Lima (2019), não é possível indicar o momento exato em que Picos ganha essa alcunha, mas há duas teorias. A primeira defende que a população local intitulou a cidade de tal forma devido ao desenvolvimento econômico alcançado após 1990, quando ela se consolidou como uma “Cidade de Comando Regional”, por atender 55 municípios através de um robusto leque de comércios e serviços. A segunda hipótese, conforme o autor, remete ao ano de 1966, com o *I Encontro Nacional de Prefeitos dos Municípios-Modelo do Brasil*, evento que reuniu 19 municípios considerados exemplares,

segundo critérios da ditadura militar, relacionados à segurança e à qualidade de vida da população, incluindo Picos.

Em contrapartida, Carvalho (2015) atribui a designação ao título de município-modelo concedido ao município em 1966, embora acredite que não há consenso sobre os critérios que motivaram a intitulação. Segundo ela, para alguns pesquisadores e cidadãos, o título decorreu do crescimento econômico, social e cultural, especialmente no comércio; outros atribuem à rápida recuperação da cidade após uma grande cheia na década de 1960; e ainda há quem relate o título ao papel das pequenas propriedades rurais locais, que serviram de parâmetro para definir o módulo rural adotado pelo *Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA)*.

Silva (2024) propõe que as discrepâncias entre as datas apresentadas pelos dois autores se devem ao fato de os títulos município-modelo e cidade-modelo serem distintos. O primeiro abrange tanto o campo quanto a zona urbana, que juntos compõem o município, enquanto o segundo se refere apenas ao espaço urbano. Segundo a autora, no final da década de 1980, os periódicos circulantes em Picos passaram a utilizar as mesmas estratégias de promoção de cidades como Barcelona e Curitiba, que se tornaram conhecidas pelo *status* de modelo de planejamento, para promover a cidade picoense. Nesse contexto, além do crescimento físico e populacional da cidade de Picos, sua projeção ocorreu devido à imagem de desenvolvimento e progresso que passou a ser difundida por meio dos meios de comunicação que eram dominados por políticos e empresários locais.

Além disso, Silva (2024) elenca, com base em um conjunto de matérias jornalísticas e fontes orais, os elementos que desde o final da década de 1980 até 2024, vêm sendo utilizados para justificar Picos como uma cidade-modelo. Os motivos elencados para caracterizar a cidade de tal forma são: ser uma referência em acesso a bens e serviços para a macrorregião e estados vizinhos, como Ceará e Pernambuco; possuir o segundo maior entroncamento rodoviário do Nordeste; abrigar um conjunto de instituições, como agências bancárias e empresas; contar com a maior feira livre do Piauí, apresentar uma das maiores arrecadações de impostos do estado; abrigar a Catedral Nossa Senhora dos Remédios (uma das sete maravilhas do Nordeste) e ser uma das maiores exportadoras de mel do país.

Tendo em vista a permanência de determinados elementos que, desde o final da década de 1980, sustentam a imagem de Picos como cidade-modelo, observa-se como a revista *Picos 100 anos: 1890–1990*, lançada em comemoração ao centenário de emancipação político-administrativa do município, contribuiu para a consolidação dessa imagem. Ela foi produzida como parte dos festejos

do centenário, que ocorreram entre 30 de novembro e 12 de dezembro de 1990. Os festejos do centenário foram coordenados pela vereadora Olívia Rufino, sob a supervisão do prefeito José Néri de Sousa, e contaram com o apoio de uma equipe profissional denominada Comissão Pró-Centenário de Picos – PROCENTER, composta por funcionários municipais, amigos convidados e voluntários, mesma equipe que produziu a revista (MOURA, 2012).

As festividades iniciaram no dia 30, com o pronunciamento do prefeito José Néri. Nos dias seguintes, ocorreram atividades como a entrega de Diplomas de Honra ao Mérito a pessoas que prestaram serviços à comunidade, o festival “A mais bela voz da macrorregião”, a escolha da rainha do centenário, exposições realizadas pelo 3º BEC e pelo Museu Ozílido Albano, missa em ação de graças, desfile cívico, entre outros. Todos esses eventos, assim como textos e fotografias que buscam contar a história de Picos, estão apresentados no periódico, atualmente disponível para consulta no museu citado acima.

Para a análise da revista *Picos 100 anos: 1890-1990*, publicada pela *Editora SBS Publicidade*, é importante começar observando como foi feita sua divisão. Ela possui 58 páginas, sendo as cinco primeiras destinadas à apresentação da revista e à programação do centenário. Até a página 27, há um conjunto de fotos sobre os eventos realizados nos festejos; da página 28 a 30, alguns artigos sobre a história da cidade; da 31 a 42, poemas e textos sobre artistas picoenses; da 43 a 52, documentos, como o enviado ao *INDA* em 1965 com as justificativas da escolha de Picos como município-modelo do estado, além de textos que relatam a trajetória de artistas e políticos da região, como José Néri; e nas páginas restantes, fotos de obras que vinham sendo realizadas na cidade e textos sobre o 3º BEC. Logo abaixo é possível observar a capa da revista, onde é possível notar como isso ocorre.

Figura 01: Capa da revista *Picos 100 anos: 1890-1990*.



Fonte: Museu Ozildo Albano (Picos-PI).

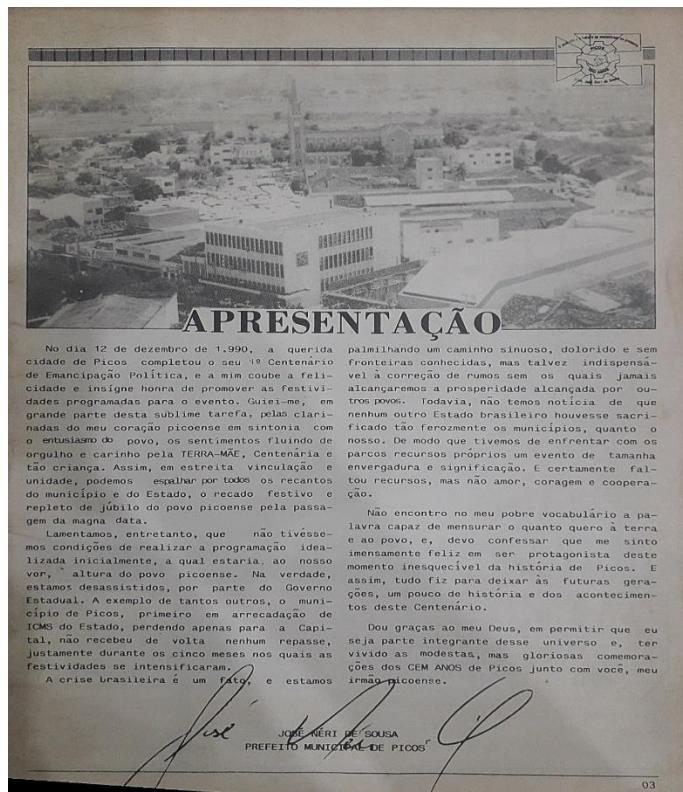
Na imagem acima é possível notar como a revista privilegia e exalta determinadas figuras. A capa foi produzida por Olivette Rufino Borges Prado Aguiar, filha da vereadora Olívia Rufino. Abaixo da primeira parte do título, encontra-se uma foto com dois homens: à direita, o então prefeito da cidade, José Neri, e, à esquerda, Frei Damião. Abaixo da foto há o brasão da prefeitura, e, ao lado esquerdo, um texto que destaca: “a religiosidade sempre presente em suas vidas fez do encontro entre o grande líder Frei Damião e o ‘romeiro do Nordeste’, prefeito José Neri, um emocionante momento”.

A alcunha de “romeiro do Nordeste” atribuída a José Neri refere-se à sua organização de caravanas de romeiros, desde 1975, para as cidades de Juazeiro do Norte e Canindé, no Ceará e busca apelar para a religiosidade da população com o intuito de criar uma imagem positiva do político. De

acordo com Silva (2014), a inserção de José Neri na política ocorreu como tesoureiro da executiva municipal do Partido Democrático Social (PDS) em Picos, partido formado por apoiadores da ditadura militar após o fim da ARENA. Ele foi eleito vice-prefeito do município em 1982, compondo a chapa com o médico Abel de Barros Araújo, filiado ao Partido da Frente Liberal (PFL), a quem sucedeu em 1988 como prefeito de Picos, também filiado ao PFL.

Por meio da revista, os grupos hegemônicos locais lideraram a narrativa sobre a história de Picos, consolidando suas posições de autoridade e seus ideais morais e religiosos. Ao mesmo tempo, ela serviu para reforçar determinadas características do centro urbano que eram úteis à imagem da gestão que vinha administrando o município. Nesse contexto, além dos textos, as fotografias desempenharam um papel crucial. As ilustrações, sejam ou não voltadas para fins comerciais, tornaram-se elementos indissociáveis de jornais e revistas, sendo cada vez mais valorizadas pelos historiadores como fontes férteis para a pesquisa, contribuindo para a compreensão da paisagem urbana e das representações e idealizações sociais (LUCA, 2008). Na figura 02 é possível analisar a fotografia escolhida para apresentar o centro urbano de Picos.

Figura 02: Apresentação da revista *Picos 100 anos: 1890-1990*.

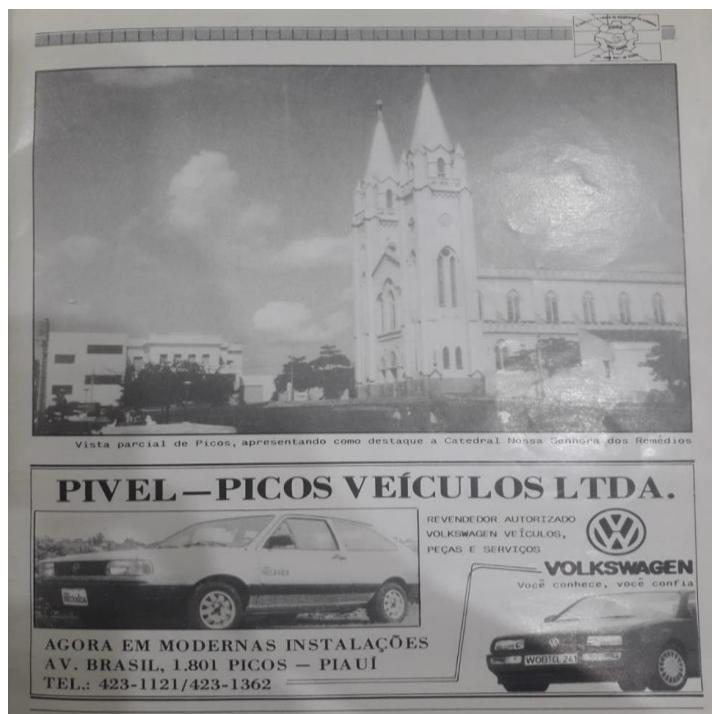


Fonte: Museu Ozildo Albano (Picos-PI).

Inicialmente é importante mencionar que já se passaram 35 anos desde o lançamento da revista, o que explica o desgaste natural de suas páginas e, consequentemente, das fotografias nelas expostas. No entanto, na fotografia escolhida para a página acima, ainda é possível notar o que era considerado significativo, do ponto de vista histórico-cultural, pelos idealizadores da revista. A imagem destaca o centro da cidade, com ênfase no setor comercial. No primeiro plano, quase centralizado, está o *Banco do Brasil* (um prédio triangular, com janelas na frente e dos lados); ao fundo, observa-se a feira e, logo depois, a Catedral Nossa Senhora dos Remédios. À esquerda, próximo à feira, e à direita, próximo à igreja, encontram-se algumas residências. Esses elementos indicam que o foco da imagem é destacar o setor comercial e religioso como partes centrais da cidade de Picos.

O texto que acompanha a fotografia foi escrito pelo próprio prefeito da época. Nele, o prefeito assume a responsabilidade pelas festividades do centenário e aproveita para criticar o governo estadual, alegando que verbas não foram destinadas para o evento. Observa-se que o gestor utiliza esse espaço mais para destacar as atividades realizadas sob sua liderança do que para apresentar a revista propriamente dita. Outro ponto relevante no texto é a menção à arrecadação de impostos de Picos, descrita como a segunda maior do estado. Em consonância, a Catedral Nossa Senhora dos Remédios aparece mais uma vez na última página da revista, como é possível observar na figura 03.

Figura 03: Fotografia da Catedral Nossa Senhora dos Remédios na revista *Picos 100 anos: 1890-1990*.



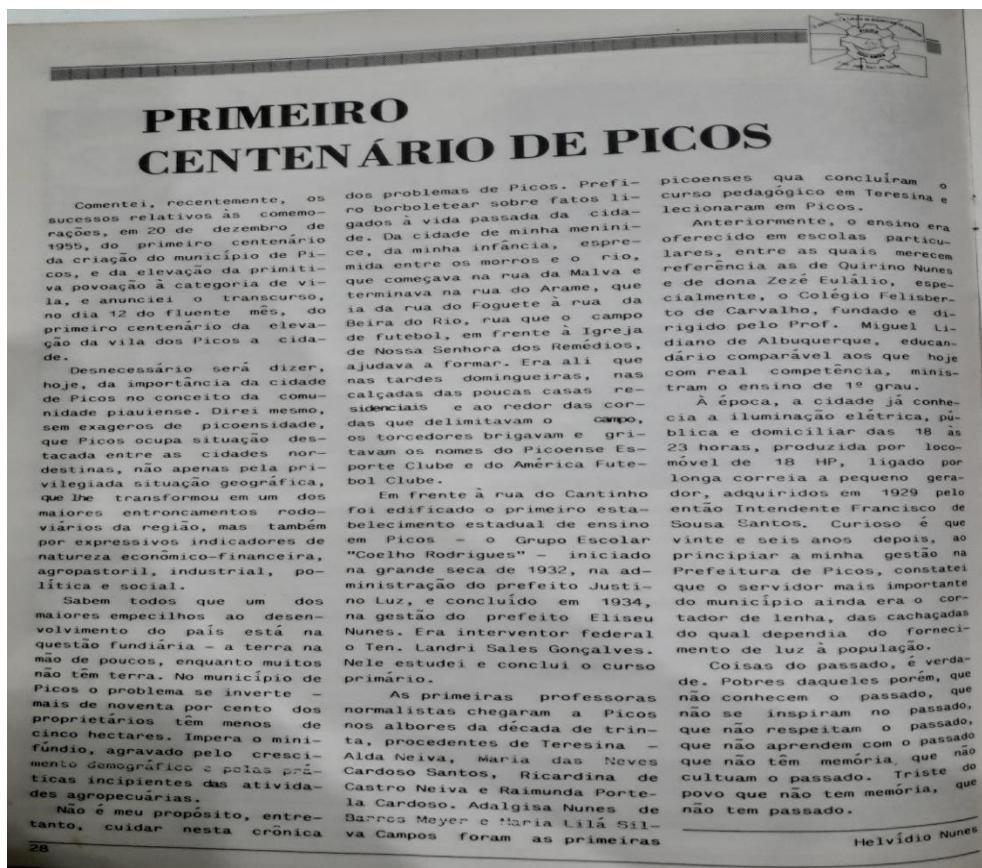
Fonte: Museu Ozildo Albano (Picos-PI).

Na imagem acima, à esquerda, observam-se alguns prédios ao fundo; à direita, destaca-se a Catedral de Nossa Senhora dos Remédios, conforme indicado na legenda. A igreja é um dos principais símbolos da cidade. Segundo Silva (2024), isso ocorre porque Picos, assim como grande parte do Piauí, é marcadamente católico. Desde sua fundação, os elementos religiosos estão presentes no espaço urbano e nas práticas sociais, o que também ajuda a compreender por que figuras políticas, como José Néri, buscavam se associar a ideais religiosos. Essa aproximação gerava identificação com o público e angariava apoio popular.

Paralelamente, abaixo da fotografia da igreja, encontra-se o anúncio da empresa *Pivel, revendedora de veículos*. A empresa não foi a única a patrocinar a revista, tendo seu anúncio publicado, outras empresas fizeram o mesmo. Além dela, participaram o *Armazém Paraíba*, *Carlão Veículos*, *Central de Veículos*, *Hotel Rio Guaribas*, *Picos Hotel*, *Supermercados Bastião* e a *Companhia Antarctica Paulista*. Desse modo, identificam-se dois grupos diretamente relacionados à produção da revista: o primeiro é o setor político, organizador do evento; o segundo, o grupo empresarial. Ambos se beneficiam da imagem positiva da cidade, pois os políticos reforçam a percepção de uma gestão eficiente, enquanto o empresariado lucra com a atração de visitantes, já que quanto mais pessoas são atraídas para a cidade, maiores são as chances de consumo em seus estabelecimentos.

Outro aspecto importante a ser observado são os textos que procuram descrever o centenário e a história de Picos. Um dos mais relevantes, nesse sentido, foi escrito por Helvídio Nunes, que, entre outras funções, foi senador da República pelo Piauí e filiado ao ARENA. A seguir, na figura abaixo, são apresentadas as considerações de Helvídio sobre Picos.

Figura 04: Texto sobre o centenário de Picos na revista *Picos 100 anos: 1890-1990*.



Fonte: Museu Ozildo Albano (Picos-PI).

O texto tem como base a memória do escritor e, portanto, é escrito de acordo com a sua percepção sobre os espaços descritos. Ele começa relembrando o relativo sucesso de comemorações anteriores. No segundo parágrafo, afirma ser desnecessário descrever a importância da cidade de Picos para a comunidade picoense, destacando-a como uma das cidades mais relevantes do Nordeste. Nesse ponto, o autor apresenta a posição geográfica como um fator determinante para essa relevância, uma vez que, segundo ele, Picos se tornou um dos maiores entroncamentos rodoviários da região. Além disso, menciona que o município possui expressivos indicadores de natureza econômica, financeira, agropastoril, industrial, política e social, evidenciando a intenção de reforçar uma imagem de progresso e destaque regional da cidade.

No terceiro parágrafo, o autor inicia com uma crítica breve ao minifúndio que, segundo ele, predomina em Picos e traz dificuldades à população. No entanto, logo abandona o aprofundamento do tema e passa a descrever a cidade a partir de suas memórias. Ele relembraria ruas da infância e

juventude, destaca a construção do *Colégio Coelho Rodrigues* pelo prefeito Justino Luz e a chegada das primeiras professoras, elogiando o acesso à educação antes restrito a escolas particulares. Menciona ainda a chegada da energia elétrica e a aquisição de um gerador pelo Intendente Francisco de Sousa Santos. Além disso, aproveita para ressaltar seu próprio mandato como prefeito. Por fim, ao criticar quem desconhece o passado, no último parágrafo, ele reforça a autoridade de sua narrativa, apresentando sua versão da história como referência sobre Picos.

A versão da história de Picos apresentada pelo autor é marcadamente política, construída para destacar apenas os aspectos positivos da cidade. O campo, dentro do texto, quase não aparece e ao enfatizar ruas, escolas, professores e melhorias na infraestrutura, ele seleciona elementos que reforçam uma imagem de progresso e cuidado, enquanto omite conflitos sociais ou problemas estruturais. Dessa forma, sua narrativa não busca relatar o passado com base em fontes documentais, mas consolidar uma visão favorável da cidade e de sua própria atuação, transformando a memória em um instrumento de legitimação.

Por fim, a revista apresenta uma clara menção a Picos como “cidade-modelo” na seção dedicada aos artistas picoenses. Nela, o hino do município aparece à direita, acompanhado, à esquerda, pela fotografia de seu compositor, como é possível observar na figura abaixo.

Figura 05: hino de Picos Picos na revista *Picos 100 anos: 1890-1990*.



Fonte: Museu Ozildo Albano (Picos-PI).

Como exposto acima, a letra do hino exalta a bravura dos antepassados, a beleza natural do território e o orgulho de pertencer à cidade. Na expressão “Cidade Modelo”, observa-se uma designação que legitima uma visão específica de Picos: a de uma cidade exemplar, organizada e moralmente superior. Ao entoar “Avante Cidade Modelo”, o hino convoca seus habitantes a se reconhecerem como parte de uma coletividade idealizada, herdeira de “heróis serviços” e portadora de uma “real confiança”. Assim, o termo é empregado para reafirmar a ideia de que Picos representa um paradigma a ser seguido, um modelo de civilização e progresso a ser preservado e continuado.

Portanto, a revista *Picos 100 anos: 1890–1990* contribuiu para construir uma imagem idealizada da cidade, centrada em símbolos de ordem, religiosidade e progresso. A seleção de fotografias da revista prioriza o centro urbano, com destaque para a Catedral Nossa Senhora dos Remédios, o Banco do Brasil e as principais vias comerciais, projetando uma Picos moderna, próspera e organizada. Essa construção não é neutra, revela o olhar dos grupos políticos e empresariais que produziram o material. Desse modo, a revista foi utilizada como um instrumento de legitimação simbólica, transformando o espaço urbano picoense em vitrine de progresso e harmonia, e contribuindo para sustentar a noção de que Picos é uma “cidade-modelo”.

Considerações finais

O capitalismo editorial transformou a imprensa em um instrumento de legitimação, moldando percepções coletivas sobre os espaços por meio da disseminação de narrativas construídas sobre eles. Essa atividade criou bases para a constituição das comunidades imaginadas, pois sujeitos diversos passaram a compartilhar as mesmas representações sobre os espaços. De forma análoga, as cidades-modelo foram constituídas a partir da difusão de discursos que pregam o progresso e o desenvolvimento de determinadas zonas urbanas, e a imagem coletiva, fruto desse exercício, muitas vezes silencia questões conflitantes sobre elas.

A construção da imagem de cidades-modelo, como Picos, é um processo profundamente influenciado por interesses políticos, econômicos e culturais, no qual a imprensa desempenha um papel fundamental, como é possível observar através da revista *Picos 100 anos: 1890–1990*. Ela é utilizada como aliada para transformar a cidade em um produto atrativo para investidores, turistas e consumidores dos produtos locais. Dessa forma, o estudo dessas cidades requer uma análise crítica das dinâmicas de poder que moldam suas representações e das implicações sociais e culturais resultantes desse processo. Para tanto, é necessário entender quem são os sujeitos envolvidos na construção do que é divulgado pela imprensa e seus possíveis interesses.

Portanto, ao refletir sobre a representação das cidades na imprensa, é essencial adotar uma abordagem crítica e questionadora que considere os interesses subjacentes a essas narrativas e os impactos que elas têm na sociedade. É importante observar que, além de sua importância histórica e econômica, as cidades são espaços de disputas materiais, físicas e simbólicas. São, acima de tudo,

espaços de vida e os sujeitos que nelas vivem enfrentam diversas adversidades. Por isso, cabe entender a multiplicidade que lhes permeia e examinar o que vem sendo produzido sobre elas.

Referências bibliográficas:

ALBUQUERQUE, Aline Figueiredo de. **A questão habitacional em Curitiba:** o enigma da cidade modelo. 2007. Tese de Doutorado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

A MELHOR cidade brasileira para quem busca qualidade de vida. **Correio Braziliense**, 2025. Disponível em: <https://www.correobraziliense.com.br/cbradar/essa-cidade-paraense-combina-estudo-comercio-e-qualidade-de-vida/>. Acesso em: 10 out. 2025.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo.** Tradução de Denise Bottman. São Paulo: Companhia das letras, 2008.

BARROS, Osimar da Silva. **A “CIDADE MODELO”:** Reforma urbana, conflitos sociais e o discurso de progresso em Castanhal (1960-1987). Dissertação de Mestrado em História. 2014. Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Pará, Pará, 2014.

CAPEL, Horacio. **El Modelo Barcelona:** Un Examen Crítico. Barcelona: Ediciones Del Serbal, 2005.

CARVALHO, Mara Gonçalves de. **Picos:** história, desenvolvimento e transformação do centro histórico. Dissertação de Mestrado em História do Brasil. 2015. Programa de pós-graduação em História do Brasil, Teresina-PI, 2015.

CRUZ, Laiane Helena Silva. **Castanhal:** a “cidade modelo”, caminhos e descaminhos do projeto de desenvolvimento. Dissertação de Mestrado em Sociologia e Antropologia. 2023. Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Pará, Pará, 2023.

DINIZ, Luciano dos Santos; MAGALHÃES, Ana Carolina Pio; JUNIOR, Paulo Fernandes Sanches. Empresariamento urbano e city marketing: reflexões a partir da cidade de Belo Horizonte. **COLÓQUIO-Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 18, n. 1, p. 51-73, 2021.

DUARTE, Renato Santos. **Os Verdes Anos Cinquenta.** Recife: Liber, 1991.

GONÇALVES, Raquel Garcia. Modelos de Planejamento: Das Utopias de Lugar Nenhum às Estratégias de Qualquer Lugar. *Em: X Encontro Nacional da Anpur, X*, 2017. **Anais**, p. 01-16.

GUILHERME, Cássio Augusto Samogin Almeida. A imprensa como ator político-ideológico: o caso do jornal O Estado de S. Paulo. **Dimensões**, n. 40, p. 199-223, 2018.

HARVEY, David; **A Produção Capitalista Do Espaço**, São Paulo: Annablume, 2005.

HONORATO, Bruno Eduardo Freitas; SARAIVA, Luiz Alex Silva. Cidade, população em situação de rua e estudos organizacionais. **Desenvolvimento em questão**, v. 14, n. 36, p. 158- 186, 2016.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração De Marketing.** 14. Ed. São Paulo: Pearson, 2012.

LIMA, Juscelino Gomes. **O chão do sertão em transformação:** interações espaciais e reestruturação urbano-regional piauiense. Uma análise da região de influência da Cidade de Picos/PI. Tese de

Doutorado em Desenvolvimento Regional. 2019. Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul-RS, 2019.

LIMA, Nilsângela. Imagens de teresina (pi) do século xix-xx: sentimentos, desejos, tramas urbanas e práticas jornalísticas. In: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo, julho de 2011. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548856708_a4961e7f93f2bfab6ee005e4cc5c4190.pdf. Acesso em: 2 de jul. 2025.

LUCA, Tânia Regina de. História do, nos e por meio dos periódicos. In: **Fontes Históricas**. PINSKY, Carla Bassanezi (org.). 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

MOURA, Michele Ribeiro de. **A participação e a atuação da mulher na sociedade e política no século XX**: um ensaio biográfico de Olívia Rufino, em Picos-PI (1930-2000). 2012. 135 p. Monografia (Licenciatura Plena em História) — Universidade Federal do Piauí, Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, Picos-PI, 2012.

MORAIS, Fabrício de Sousa. Pátria nossa a cada dia: o capitalismo editorial e a invenção da nação no auge da ditadura militar (150º aniversário da independência do Brasil). 2015. 263 f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, da Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2015.

NOJOSA, Urbano Nobre. Capitalismo editorial: do papel à nuvem. 2017. 162 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

OLIVEIRA, Luiz Fernandes de; COSTA, Ricardo César Rocha da. **Sociologia para jovens do século XXI**. Rio de Janeiro: Imperial novo milênio, 2016.

OLIVEIRA, Dennison De. **Curitiba E O Mito Da Cidade-Modelo**. 2. Ed. Curitiba: Editora Da Ufpr, 2000.

OLIVEIRA, Dalila Andrade. Nova gestão pública e governos democrático-populares: contradições entre a busca da eficiência e a ampliação do direito à educação. **Educação & Sociedade**, v. 36, p. 625-646, 2015.

PANCETTI, Alessandra. Cidade planejada, cidade-global, cidade-modelo: qual é a sua capital?. **ComCiência**, n. 118, 2010.

POR QUE Curitiba é considerada uma cidade modelo? **Porte**, 2023. Disponível em: <https://porte.com.br/blog/2023/06/por-que-curitiba-e-considerada-uma-cidade-modelo/>. Acesso em: 10 out. 2025.

Revista Picos 100 anos: 1890 -1990. Fortaleza - CE: Editora SBS Publicidades, Edição Especial do 1º Centenário da cidade de Picos-PI, 1990.

SÁNCHEZ, Fernanda. A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. **Revista de sociologia e política**, p. 31-49, 2001.

SANTOS, José Ricardo Marques dos. A cidade, o local e o conceito de região a partir da perspectiva pós-colonial. **Sertanias: Revista de Ciências Humanas e Sociais**, v. 1, n. 1, p. 53-81, 2020.

SILVA, Aldo José Moraes. Um hino para a cidade: as disputas pela representação da memória e identidade através dos hinos cívicos em Feira de Santana, no século XX. **CLIO: Revista Pesquisa Histórica**, v. 35, n. 2, p. 51-74, 2017.

SILVA, Graziela Reis da. **“Avante, cidade modelo”**: os meios de comunicação de massa e a construção da memória de Picos-PI (1988-2000). 2024. 95 p. Monografia (Licenciatura Plena em História) – Universidade Federal do Piauí, Campus Senador Helvídio Nunes de Barros, Picos, 2024.

SILVA, Luan Cardoso. **José Néri entre textos e imagens**: práticas discursivas e representações da história política de Picos (1996-2004). 2014. 63 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em História) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2014.

SOUSA, Nayara Gonçalves de. Na Flanerie pela cidade os cheiros nos consomem: memórias olfativas em torno da cidade de Picos-PI nas décadas de 1980 e 1990. **Faces de Clio**, v. 7, n. 14, p. 139-159, 2021.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. *In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*, 4^a. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.