

UM OLHAR SOBRE AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E A IMAGÉTICA NA ANÁLISE DO ESPAÇO GEOGRÁFICO

A LOOK ON THE SOCIAL REPRESENTATIONS AND IMAGETIC IN ANALYSIS OF
GEOGRAPHIC SPACE

UNA MIRADA EN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES Y LA IMAGÉTICA EN EL
ANÁLISIS DE LO ESPACIO GEOGRÁFICO

Fábio de Oliveira Matos
Universidade Federal do Ceará
fabiomatos@ufc.br

Resumo

É papel da Geografia a análise interpretativa das relações sociais e sua dialética com o espaço. Diante desse desafio presente nessa seara da ciência, a representação social e a imagética emergem como caminhos possíveis para o empreendimento dessa investigação da relação homem-meio. A análise da imagética emerge como um meio de investigação para a compreensão da complexidade existente entre o espaço e suas significações por meio de constructos representados na imagem. Nesse sentido, é possível trazer luz às experiências vividas e percebidas pelos sujeitos que formam as relações no/com o mundo. Dessa forma, este trabalho é fruto de uma pesquisa de cunho bibliográfico, com o objetivo de estabelecer uma reflexão teórica sobre o papel das representações sociais, intermediado por meio da estrutura imagética, na organização do espaço geográfico.

Palavras-chave: Imagética. Representações Sociais. Espaço Geográfico. Cultura.

Abstract

It's the role of Geography interpretive analysis of social relations and their dialectics with space. Faced with this challenge that this harvest of science, social representation and imagetive emerge as possible paths for the undertaking of this research man-environment. The analysis of the imagetive emerges as a means of research for the understanding of the complexities between the space and their meanings constructs represented by the image. Therefore, it is possible to bring to light experiences and perceived by the subjects that form the links in / with the world. Thus, this work is the result of a bibliographic nature of research, with the aim of establishing a theoretical reflection on the role of social representations, mediated through imagetive structure, organization of geographical space.

Keywords: Imagetive. Social Representations. Geographic Space. Culture.

Resumen

Es papel de la Geografía la análisis interpretativa de las relaciones sociales y su dialéctica con el espacio. Frente a este desafío que esta área de la ciencia, la representación social y la imagética emergen como posibles caminos para la realización de investigación en la relación entre hombre-medio. El análisis de la imagética emerge como medio de investigación para la

comprensión de las complejidades entre el espacio y sus relaciones representado por la imagen. Por lo tanto, es posible ver las experiencias vividas y percibidas por los sujetos que forman los enlaces en / con el mundo. Por lo tanto, este trabajo es el resultado de investigación de naturaleza bibliográfica, con el objetivo de establecer una reflexión teórica sobre el papel de las representaciones sociales, mediada a través de la estructura imagética, en la organización del espacio geográfico.

Palabras clave: Imagética. Representaciones Sociales. Espacio Geográfico. Cultura.

Introdução

Ao longo de sua consolidação enquanto saber científico, a Geografia especializou-se em possibilitar múltiplas possibilidades de interpretação do mundo. Compreendendo as relações sociais e as transformações da natureza, as leituras do espaço se diversificam na medida em que as percepções desse par dialético (homem-natureza) se materializam. Assim, o signo da representação dessas relações, a imagem, contém em si a significância cultural, histórica, instrumental e política que faz jus a sua posição utilitária (BAUDRILLARD, 1991).

De modo geral, podemos considerar as representações sociais a partir do sentido atribuído a um dado objeto (ou espacialidade) pelo sujeito, “a partir das informações que, continuamente, lhe vêm de sua prática, de suas relações” (MADEIRA, 1998, p. 49). Nesse sentido, apresentam-se como saberes coletivos compartilhados que surgem com a função de estruturar a espacialidade ao ser redor, com o objetivo de descortinar aquilo que era até então desconhecido. Para Jodelet (2001, p. 27), “a representação social é sempre representação de alguma coisa (objeto) e de alguém (sujeito). As características do sujeito e do objeto nela se manifestam”.

Desenvolvendo a noção de representação social, concordamos com Sêga (2000, p. 128) ao afirmar que:

A representação que um grupo elabora sobre o que deve fazer para criar uma rede de relações entre seus componentes faz com que defina os mesmos objetivos e procedimentos específicos. Descobre-se um primeiro processo de representação social: a elaboração, por uma coletividade, sob indução social, de uma concepção de uma tarefa que não leva em conta a "realidade" do comportamento social, mas a organização do funcionamento cognitivo de grupo.

Dessa forma, as representações sociais apresentam-se como uma forma de refletir sobre a realidade cotidiana a ser desenvolvida pelos indivíduos e pelos grupos na sua organização, possuindo um caráter dinâmico e sempre atuante a partir das relações estabelecidas, dentro e fora do grupo social, em relação a “situações, eventos, objetos e comunicações que lhes concernem” (SÊGA, 2000, p. 128).

Abric (1990) afirma que é certamente a representação que determina o significado do comportamento da interação, e não o inverso. Tal assertiva vem em consonância com a concepção de Moscovici (1978) ao afirmar que as representações sociais são a base para que os indivíduos, reunidos em grupos sociais, elaborem um conjunto de informações consensuais sobre a realidade com a qual se relacionam. Assim, a representação aqui tratada não corresponde a uma cópia da realidade, muito menos a parte subjetiva ou objetiva do sujeito, mas sim o processo pelo qual se estabelece a relação do espaço com a sociedade. Jodelet (1990) apresenta nos seus estudos quatro características básicas sobre as representações sociais:

- a) Tem sempre um caráter imagético e a propriedade de deixar intercambiáveis a sensação e a ideia, a percepção e o conceito;
- b) Possui uma característica simbólica e significante;
- c) É marcada pela noção de que se encontra sempre em construção;
- d) É essencialmente criativo e tem a autonomia como característica fundante.

Assim, as representações são elaboradas na relação dos indivíduos em seu grupo social, possuindo um caráter essencialmente dinâmico, fruto das ações empreendidas dentro e fora do grupo. Segundo Moscovici (1978), tal situação consiste como uma resposta do grupo às intervenções externas que põem em perigo sua identidade coletiva, ou seja, para o modo como o grupo se vê e é visto pelos outros. Ainda sobre a compreensão das representações sociais e o modo como ela é composta, temos a inserção da noção de imagem:

Toda representação é composta de figuras e de expressões socializadas. Conjuntamente, uma representação social é a organização de imagens e linguagem, porque ela realça e simboliza atos e situações que nos são e que nos tornam comuns. Encarada de modo passivo, ela é compreendida a título de reflexo, na consciência individual ou coletiva, de um projeto, de um feixe de ideias que lhe são exteriores. A analogia com uma fotografia captada e alojada no cérebro é fascinante; a delicadeza de uma representação é, por conseguinte, comparada ao grau de definição e nitidez ótica de uma imagem. É nesse sentido que nos referimos, frequentemente, à representação (imagem) do espaço, da cidade, da mulher, da criança, da ciência, do cientista, e assim por diante. (MOSCOVICI, 1978, p. 25).

A imagem como conjunto simbólico promove a partir de seu conteúdo (imagética) influência direta na tomada das representações sociais como elementos cognitivos para a compreensão do contexto social vigente. Essa imagética surge a partir de um conjunto de hábitos, frases e compreensões tidas ao longo do cotidiano das comunicações interpessoais, ao qual resultam na concepção da representação social a reflexão dos indivíduos como seres ativos no processo de construção da sociedade.

A *teoria do núcleo central* surge a partir da sistematização dos estudos da representação social amplamente estudada por pesquisadores como Abric (2000) e Moscovici (1978), possuindo uma estruturação constituída por dois subsistemas, o central e o periférico. Assim, enquanto o periférico encontra-se associado às situações imediatas e individuais, o central encontra-se referenciado ao conjunto de valores e costumes da coletividade, perpetrados através do pensamento social coletivamente produzidas e historicamente determinadas, sendo base da “identidade e a permanência de um grupo social” (ABRIC, 2003, p. 39).

No curso da reflexão da representação social, a teoria do núcleo central surge como sendo o cerne mais estável da representatividade de determinada coletividade com sua espacialidade, organizando-se como um núcleo figurativo. Tal composição encontra-se formada por uma *estrutura imagética* em que se articulam de uma forma mais concreta ou visualizável “os elementos do objeto de representação que tenham sido selecionados pelos indivíduos ou grupos em função de critérios culturais e normativos” (SÁ, 1996, p. 65).

Apesar de aparentemente a *Teoria do Núcleo Central* e das *Representações Sociais*, bases da chamada Psicologia Social, figurarem no campo de conhecimento cognitivo, estas vêm apresentarem-se como ferramentas essenciais para a compreensão do espaço geográfico. Assim, elementos cognitivos como a imagem e imagética, trazem importante contribuição para a construção do pensamento em torno das relações socialmente elaboradas sobre o espaço. Espaço esse carregado de ideologias, relações e crenças, a todo o instante (re)produzindo signos que se inter-relacionam. Projetadas pelo pensamento, transpassam o campo cognitivo até tornar-se inteligível à organização social (BOMFIM, 2002). Nesse sentido, a imagética surge como ponto central na construção da representação social e na materialização da relação da sociedade com o espaço. Segundo Gil Filho (2003, p. 3):

O espaço de representação refere-se a uma instância da experiência da espacialidade originária na contextualização do sujeito. Sendo assim, trata-se de um espaço simbólico que perpassa o espaço visível e nos projeta no mundo. Desta maneira, articula-se ao espaço da prática social e de sua materialidade imediato. (...) é a percepção do indivíduo o que edifica o conhecimento do espaço e, assim, estrutura um segundo espaço. Contudo, o pensar e a ação do sujeito perpassam a possibilidade de haver representações de caráter social.

Buscando traçar uma reflexão teórica sobre a relação da imagética e a organização espacial, a investigação foi norteadada por ampla busca bibliográfica. A imersão nas fontes primárias que versassem sobre as referidas temáticas foram fundamentais para o desenvolvimento do manuscrito. Para tanto, foram utilizadas pesquisa em fontes de investigações científicas empreendidas nessa seara (retrospectivas ou contemporâneas).

No que concerne sobre a construção das bases conceituais, a análise bibliográfica foi focada na tríade *Representações Sociais – Imagética – Espaço*. Para tanto, realizou-se levantamento em revistas científicas, por meio da biblioteca eletrônica Scielo, do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior (CAPES) e nas bases de dados do Latindex. Também foi realizada busca por livros, teses e dissertações que tratem sobre o tema.

Um olhar sobre a subjetividade imagética

Em 1891, Stéphane Mallarmé afirmava numa frase que se tornou clássica no universo literário: “Tout, au monde, existe pour aboutir à un livre¹” (MALLARMÉ, 1945, p. 378). Tal alegação partia do contexto do boom literário ocorrido na Europa ao longo do século XIX, resultando no período de maior publicação já vivenciado até então. Da experiência cotidiana, a história de guerras, amores e descobertas, a existência humana de modo geral ganha uma transcrição literária.

Nesse mesmo sentido, Susan Sontag, ao tratar acerca da compulsão da sociedade contemporânea pelo registro fotográfico, afirma em seu livro *Sobre Fotografia* que “hoje, tudo existe para terminar numa foto” (2004, p. 14). Assim como a imagética arquitetônica tornou-se uma das fundamentais formas de representação das sociedades clássicas, a imagética literária assentou-se como principal veículo da sociedade, sobretudo a partir da eclosão da produção escrita em larga escala. Tal situação confere a imagética o status de protagonista no trato da representação social, a partir da fluidez de acesso às informações apresentados na atualidade.

No entanto, tal afirmação não deve ser vista como uma incoerência histórica do conceito. É notório que a arte da representação, por meio de imagens, é tão antiga quanto à civilização humana; quer seja através de pinturas rupestres ou formas mais elaboradas da arte renascentista. No entanto, o atual contexto de fluidez da produção de imagens, propagado na velocidade de *kilobytes* por segundo, apresenta-se como ímpar no percurso da civilização, resultando num processo de relações sociais em que cada fragmento da vida é passível de ser registrada.

Devemos atentar que a análise da imagem a ser tratada neste trabalho não corresponde à superficialidade de uma mera descrição da representação visual. Ela carrega um conjunto de significados sob o enfoque de possibilitar a combinação de ideias e valores em

¹ “Tudo, no mundo, existe para acabar num livro”, em tradução livre.

torno do que se pretende captar, tornando seu estudo complexo e rico em contribuições para o objeto analisado. Sendo seu estudo largamente utilizado como ferramenta de análise das mais variadas ciências – destacando-se a Sociologia, Publicidade, História, Antropologia, Física, dentre outros – a imagem apresenta múltiplas possibilidades para a compreensão da dinâmica das relações espaciais.

A Geografia, mesmo tendo sua origem intimamente ligada à análise e interpretação de imagens, somente nas duas últimas décadas vem apresentar trabalhos cujo enfoque destaque a relação do conteúdo (imagética) subjacente à construção dessas imagens na organização do espaço. Essa recente aproximação da ciência geográfica surge fruto das pesquisas da escola da *Geografia Cultural* e a formação da consciência de que “a cultura reflete e condiciona a diversidade da organização espacial [...] tornando-se necessária para a compreensão do mundo” (CORRÊA, 1999, p. 51).

No entanto, foi por meio dos trabalhos da *Geografia Humanista*, destacando a consciência humana – com seus comportamentos e valores – a imagética transformou-se em base essencial na compreensão das interações sociais no espaço. Esta corrente estrutura-se em base essencial nos estudos fenomenológicos e a possibilidade por meio deste método na apropriação das experiências da consciência – memórias, relações, imagens etc. – como uma forma de compreensão das relações do homem no/com o espaço. Dado a aproximação dessa escola geográfica com a análise da percepção dos fenômenos, esta ganha outra denominação, *Geografia da Percepção*, interligada com o papel do espaço como campo sógnico.

O Quadro 1 apresenta a oposição entre o espaço como campo conceitual (nas formas de percepção topológica, fenomenológica e histórica) e como campo sógnico (nas formas de encantamento e de antropologia da imagem), a partir dos estudos de Moreira (1993) e Rocha (2001). Esse quadro, além de ressaltar a diversidade existente na concepção de espaço nesses dois campos, destaca também o papel da imagética no trato do espaço, distanciando à simples associação da imagem como forma-objeto, e trazendo-a como protagonista na análise da subjetividade histórica na formação espacial.

- Quadro 1 - ESPAÇO COMO CAMPO CONCEITUAL X ESPAÇO COMO CAMPO SÓGNICO			
I – Espaço como campo conceitual		II – Espaço como campo sógnico	
1. Percepção espacial e topologia	É a teoria do processo senso-perceptivo como topologia. O mundo se arruma à nossa frente em pares de lugares do tipo perto-longe, alto-baixo, esquerda-direita.	1. Percepção espacial e encantamento	O homem é o sujeito construtor de um mundo ordenado de acordo com sua cultura. Assentando-o a

				partir dos símbolos de sua utopia, o homem faz dele mais o modo da construção que a imposição de uma objetividade externalizada à ação histórica. O mundo é ordenado dessa ou daquela forma, mas poderia ser de outra maneira.
2. Percepção espacial e fenomenologia	Fenomenologia da percepção de Merleau-Ponty.	O espaço é o mundo da experiência levada a efeito pelo corpo. É o mundo da corporeidade.	2. Percepção espacial e antropologia da imagem.	Por este conceito, a imagem não nega o racional, mas não precisa da razão para se impor como realidade. A imagem deixa de ser o puro reflexo das formas do mundo objetivo e passa a ser subjetividade histórica que culturalmente se basta e se explica.
	Fenomenologia analítica existencial de M. Heidegger.	O espaço é a intersubjetividade, a relação sujeito-objeto.		
	Fenomenologia do espírito de Hegel.	O espaço é o mundo da autoconsciência, Representado pelo movimento da consciência lutando para superar sua alienação material na direção de seu reencontro com o sujeito-objeto idêntico.		
3. Percepção espacial e história	Neste conceito está incluído o marxismo. O espaço é o historicamente construído pelo próprio homem. É o espaço da relação do homem organizado em sociedade com a natureza.			

Fonte: Adaptado de Rocha (2001).

Partindo da análise do espaço a partir da reflexão em torno da construção do discurso imagético, a hermenêutica surge como método de interpretação dos fenômenos, trazendo ao geógrafo o papel de observador das relações estabelecidas pela atividade humana no espaço. Assim, a imagética emerge como um meio de investigação para a compreensão da complexidade existente entre o espaço e àqueles que afeiçoam suas significações por meio de constructos representados na imagem. Nesse sentido, é possível trazer luz às experiências vividas e percebidas pelos sujeitos que formam as relações no/com o mundo.

Observando a história recente do pensamento geográfico, percebemos a condição secundária dada à reflexão imagética na tomada da organização do espaço. Apesar de encontrar-se de modo pontual nos estudos de cunho cultural e humanista, ainda são incipientes no âmbito da ciência geográfica nacional as possibilidades que a análise da imagética perpassa no aporte à dialética das relações sociais na organização do espaço.

Num primeiro olhar, o uso da imagem como meio para o estudo da ciência geográfica encontra-se esbarrado na esfera da superficialidade, conferindo à análise dessa ferramenta embasada apenas no nível do visível. A associação auferida à imagem enquanto reflexão pautada sobre sua *forma* aparente neutraliza as possibilidades em torno do seu conteúdo. Nesse sentido, categorias de análise da Geografia, como *função*, *estrutura* e *processo* (SANTOS, 1985), tornam-se essenciais no trato da reflexão da imagem, possibilitando uma maior abrangência na investigação da dinâmica social.

Dado o conteúdo polissêmico empregado no termo *imagético* é importante compreendermos a dinâmica existente em sua compreensão. Partindo de uma captação geral é possível apreender em alguns dos poucos dicionários portugueses que tratam do termo, como o Aurélio (2010, p. 39), como sendo o conjunto de tudo “que se exprime por meio de imagens”. Um dos mais clássicos dicionários estadunidense, o *Merriam-Webster* (2000), apresenta a amplitude dada ao conceito imagético (em inglês, *Imagery*):

1a. *Technical: pictures or photographs.* [Técnica: imagens ou fotografias] (sinônimo).

1b. *Pictures of people or things in a work of art.* [Imagens de pessoas ou coisas numa obra de arte].

2a. *The formation of mental images, figures, or likenesses of things, or of such images collectively.* [A formação de imagens mentais, figuras ou semelhanças de coisas ou de imagens, tais coletivamente] (associada como resultado da internalização da imagem).

2b. *Use of words or pictures in books, films, paintings, etc. to describe ideas or situations* [Uso de palavras ou imagens em livros, filmes, pinturas, etc, para descrever as ideias ou situações] (uso figurado).

2c. *Rhetorical images collectively.* [Coletivo de imagens retóricas].

A partir dessas definições percebemos a compreensão da imagética dividida em dois grandes conjuntos, àquelas relacionadas à sinonímia de fotografia e demais meios de representação pictórica (1a e 1b), e àquelas direcionadas ao resultado da relação dialética entre a produção da imagem, sua internalização e a construção de sua compreensão em quanto meio (2a e 2b). Dessa forma o processo da linguagem da imagem, como modo da afirmação de algo (2c), constitui-se como um resultado da observação analítica da elaboração do processo da imagem.

Sobre o termo imagem, podemos considerar que sob o ponto de vista etimológico, esta palavra origina-se do latim *imago*, cujo significado relaciona-se à forma, aspecto, retrato, representação, interligada à associativa da comunicação, obtendo também a significância de

sombra (de um morto), fantasma, cópia (FARIA, 1962). A reflexão acerca das origens desse termo permite traçarmos um paralelo a respeito do papel, por vezes sobre-humano, conferido à imagem; remontando, por exemplo, na estreita relação existente entre o real e o campo da representação, ao período das primeiras sociedades humanas (SILVA, 2007).

Os primitivos são, por vezes, ainda mais vagos a respeito do que é real e do que é imagem. [...] A explicação mais provável para essas pinturas rupestres ainda é a de que se trata das mais antigas relíquias da crença universal no poder produzido pelas imagens; dito em outras palavras, parece que esses caçadores primitivos imaginavam que, se fizessem uma imagem da sua presa – e até a espicassem com suas lanças e machados de pedra –, os animais verdadeiros também sucumbiriam ao seu poder. (GOMBRICH, 1999, p. 40-42).

O *Dicionário de Filosofia*, de Didier Julia, apresenta a conceptualização de imagem como oposta à noção de representação, estabelecendo quatro características fundamentais, a saber:

I - A imagem é uma "consciência" e não o conteúdo de uma representação, isto é, a imaginação é uma atitude do homem;

II - A imagem caracteriza-se pelo fenômeno de "quase observação". Assim, a imagem não nos traz, então, nada de novo: não é uma observação real;

III - "A consciência imaginante coloca seu objeto como um puro nada"; o homem que imagina sabe que o objeto de sua representação não existe;

IV - A espontaneidade e a independência em relação à vontade são marcas da imagem. Comparando com a construção do sonho enquanto exemplo de "consciência imaginante", o sujeito é tratado enquanto ser passivo (JULIA, 1969).

De forma oposta, o *Dicionário de Filosofia* de Nicola Abbagnano (2003) adota uma reflexão que aproxima o termo com a ideia de *representação*. Assim, o autor define imagem como sendo o ato de representar algo de modo concreto ou abstrato, à "semelhança ou sinal das coisas que pode conservar-se independentemente da coisa; ideia significa um objeto qualquer do pensamento humano, isto é, como representação em geral" (ABBAGNANO, 2003, p. 536). Ainda segundo o autor,

Aristóteles dizia que as imagens são como as coisas sensíveis, só que não têm matéria (De An., III, 8, 432 a 9). Neste sentido a imagem é: 1A) produto da imaginação ; 2B) sensação ou percepção, vista por quem a recebe. Neste segundo significado, esse termo é usado constantemente tanto pelos antigos quanto pelos modernos.

(...)

A imagem propriamente dita é "aquilo que é impresso, formado e distinto do objeto existente, que se conforma à sua existência e por isso é o que não seria se o objeto não existisse" (Dióg. L., VII, 50). Desse ponto de vista, as imagens podem ser sensíveis e não sensíveis (como as das coisas incorpóreas); racionais ou irracionais (como as dos animais) e artificiais ou não artificiais (Dióg. L., VII, 51). Conceito igualmente geral da imagem era o dos epicuristas, que admitiam a verdade de todas

as imagens porquanto produzidas pelas coisas: pois o que não existe não pode produzir nada. (ABBAGNANO, 2003, p. 537).

Nesse sentido, é importante notar que a imagem, longe de propor a reprodução fidedigna do real, vem apresentar um conjunto simbólico que busca apresentar ao espectador uma lógica do espaço enquanto objeto a ser reivindicado. A partir da construção identitária, busca-se com uma associação ao discurso de *reprodutora da verdade* implícita na verificação imagética, como lembra Lucrecia Ferrara (2000, p. 118):

A imagem corresponde à informação solidamente relacionada a um significado que se constrói numa síntese de contornos claros que a faz única e intransferível. A imagem tem um e apenas um significado, corresponde a um dado solidamente codificado no modo de ser daquela sintaxe.

É a construção subjetiva da apropriação de uma síntese espacial, possibilitando a articulação de ideias, valores e padrões estéticos. Tal subjetividade atribuída à imagem pode ser exemplificada a partir das figuras elaboradas por Ernest Meissoner, intitulada *Friedland, 1807* (1875) e o quadro *O grito do Ipiranga* (1888), de Pedro Américo (Figuras 1 e 2).

Sobre essas figuras, é possível observa-se claramente um efeito *cópia* do momento da independência brasileira com a reprodução da vitória do exército francês na Guerra da Quarta Coalisão. Apesar da ideia de *cópia*, de modo isolado, provocar um juízo de valor precipitado, que barra a riqueza dos detalhes, sem dúvida existente, é importante nos atentarmos para a mensagem de triunfo intrínseca no discurso veiculado. Sem qualquer exigência de autenticidade original, é possível considerar que a vitória possui padrões a serem imageticamente seguidos.

Figuras 1 e 2 - *Friedland, 1807*, de Ernest Meissoner (1875) (acima) e *Grito do Ipiranga*, de Pedro Américo (1888) (abaixo).





Fontes: Figura 1- Schlichta (2006, p. 223); Figura 2 - Schlichta (2006, p. 236).

Dessa forma, mas do que apenas a identificação do plágio, cabe observarmos as justificativas entrementes em tais reproduções, quer seja para evidenciar o poder de Napoleão (representado sem qualquer armamento em punho, um nível acima dos demais combatentes) ou a austeridade de um Dom Pedro I em plena crise monárquica (empunhando uma espada frente a uns exércitos ordenados e populares, também em níveis inferiores). É o uso da imagem com a finalidade de perpetrar o discurso do vitorioso.

No entanto, é importante asseverar que essa subjetividade imagética não é exclusividade das reproduções à tinta. Não há dúvidas quanto ao fato de que o surgimento da fotografia veio promover mudanças intensas na visualidade do homem contemporâneo. Originado na Europa do século XIX, a partir do uso de câmeras obscuras e lúcidas a fim de *copiar* o que viam (ANDRADE, 2004), o percurso do desenvolvimento dessa técnica perpassa pela invenção da daguerreotipia na década de 1830, por Louis Jacques Mandé Daguerre, sendo disseminada com certa rapidez pelo mundo. Ao longo desse processo, a imagem fotográfica vem a ser tratada como “a secretária e o bloco de notas de quem quer que necessite de uma absoluta exatidão em sua profissão” (BAUDELAIRE, 1988, p. 73). Desse modo, a fotografia vem resultar da combinação de arte e ciência, como afirma Ivins Junior (*sd*, p. 116):

[...] it is through photography that art and Science have had their most striking effect upon the thought of the average man of today. From many points of view the histories of techniques, of art, of science, and of thought, can be quite properly and cogently divided into their pre – and post – photographic periods².

² [...] É através da fotografia que a arte e a ciência tiveram seu efeito mais marcante sobre o pensamento do homem de hoje. Sob muitos pontos de vista, a história das técnicas, da arte, da ciência e do pensamento, pode ser bastante adequada e convincente, dividido em sua pré - e pós - eras fotográficas (em tradução livre).

A eclosão da fotografia no final do século XIX surge sob a justificativa de reprodução fidedigna da realidade. Tal situação resulta, por exemplo, na inserção das fotografias nos documentos oficiais de identidade, como prova incontestável da veracidade da pessoa retratada. Tal alocação é possível de ser percebida a partir da seguinte passagem de Susan Sontag (2004, p.14-16):

[...] imagens fotografadas não parecem manifestações a respeito do mundo, mas sim pedaços dele, miniaturas da realidade que qualquer um pode fazer ou adquirir. [...] Uma foto equivale a uma prova incontestável de que determinada coisa aconteceu. Enquanto uma pintura, ainda que conforme aos padrões fotográficos da semelhança, nunca é mais do que a afirmação de uma interpretação, uma fotografia nunca é menos do que o registro de uma emanção (ondas de luz refletidas pelos objetos) um vestígio material daquilo que foi fotografado e que é inacessível a qualquer pintura.

Porém, apesar da *pseudorealidade* associada à fotografia, esta não foge à lógica de ser utilizada como produto de um discurso que se pretende prover. Sobre esse assunto, Ferrara (1997) convida a vislumbrarmos para além da imagem-figura, buscando distinguir imagens dentro das imagens. Gaston Bachelard, no livro *A Terra e os devaneios do repouso* (2003) afirma que a imagem deve ser encarada pelo pesquisador como um desafio, uma provocação, um convite que vai além da simples aparência captada pela visão.

Desse modo, temos a aproximação da imagem com a semiótica, de modo a buscar o conhecimento a partir de uma “explicação teórica sobre os signos e o que eles fazem” (DEELY, 1990, p. 124), possibilitando da compreensão da organização do ser social às imposições implícitas no objeto-imagem. Nesse sentido, a *imagética* estaria fundamentalmente associada à construção de produtos/meios capazes de traduzir o mundo em imagens, sendo que estas são capturáveis na consciência contemporânea como representação das relações sociais no espaço.

Nesse sentido temos, por exemplo, o caso das Figuras 5 e 6, no qual estas *imagens* não se findam por uma simples reprodução de escolas de pinturas clássicas, mas abrange a busca pela compreensão da lógica das motivações em torno de suas elaborações. Assim, romperíamos a mera discussão do plágio de Pedro Américo e traríamos a tona que ambas as reproduções trazem em seu discurso um momento histórico carregado sob um subtexto de redentorização que na prática nunca existiu, tratando-se de uma tentativa de promoção de uma pseudo-história martirizada.

A imagem, para além da representação física de algo, traz a tona um conjunto de representatividades que proporcionam a leitura das intencionalidades existentes na proposição do espaço enfocada pelo seu elaborador, enquanto ferramenta de representação. Sobre esse

assunto, o filósofo Vilém Flusser trata da imagem enquanto produto da relação homem-mundo:

O caráter das imagens é essencial para a compreensão das mensagens. Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens eternizem eventos; elas substituem eventos por cenas. [...] **Imagens são mediações entre homem e mundo.** O homem “existe”, isto é, o mundo não lhe é acessível imediatamente. Imagens têm o propósito de lhe representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, entropem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. (FLUSSER, 1985, p. 14, grifo nosso)

Acerca dessa perspectiva, a produção imagética vem constituir-se como elemento essencial para a compreensão da realidade. É por meio da imagem que o homem reproduz determinada espacialidade e a modifica, dado a interpretação ocular empreendida pelo sujeito. Podemos afirmar que tal concepção pode definir-se como a imagem a serviço da (re)produção do espaço.

Em certa medida, esse processo alcança à formação identitária, conferindo o papel estratégico da imagética debatido por Bachelard (2003, p. 72) ao afirmar que as imagens são acontecimentos objetivos, provocando a imaginação, não sendo vista, portanto, como uma simples faculdade de representação. As imagens projetadas no processo dialético de formação e (re)organização espacial são postas como um convite ao receptor, indo além da simples aparência captada pela visão. O discurso imagético produzido busca promover, tanto sob o ponto de vista interno quanto externo, o estabelecimento de uma seara de reestruturações no modo dos atores envolvidos (con)viverem na espacialidade retratada.

Considerações finais

Sob o ponto de vista psicossocial, a imagem é tomada como inerente ao homem, concentrando o elemento fundamental da estrutura do imaginário. Podemos considerar como a base para a construção da relação homem-meio, resultando como interlocutora da elaboração de imaginários sociais. Nesse sentido, a imagem, quer seja física (fotográfica, pictórica) ou psíquica, resulta num modo de como a sociedade se dispõe em sua espacialidade.

Assim, é essencial a compreensão da imagética enquanto uma possibilidade que transpassa a simples lógica da reprodução pictórica. Nesse sentido, é essencial a compreensão da imersão dialética existente na intercalação da imagem projetada com o discurso inerente

em sua produção. Frente à possibilidade de compreensão multilíngue da imagética, tal análise deve ser tomada, portanto, com a preocupação de uma representação (materializada ou não) do espaço intrínseca de um discurso passível de ser captado pela análise geográfica.

Nessa direção, é possível perceber a idiossincrasia da imagética na organização espacial. Não obstante, o tratamento de seu conteúdo no trato da análise espacial resulta na abertura de caminhos possíveis para compreender a organização social e a cultura daqueles indivíduos que (re)produzem aquele espaço. A Geografia imagética toma forma e abre um convite que possibilita interpretar os produtos das relações sociais e sua materialização no espaço.

Referências

ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ABRIC, J. C. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. de (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de Representação Social**. Goiânia: AB Editora, 2000. p. 27-38.

ABRIC, J. C. Abordagem estrutural das representações sociais: desenvolvimentos recentes. In: CAMPOS, P. H. F; LOUREIRO, M. C. da S. (Orgs). **Representações sociais e práticas educativas**. Goiânia: Ed. UCG, 2003. p. 37-57.

ABRIC, J.C. La créativité des groupes. In: MOSCOVICI, S. (org). **Sychologie Sociale**. Paris: Presses Universitaires de France, 1990, p.193-212.

ANDRADE, J. M. F. **História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1990**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BACHELARD, G. **A terra e os devaneios do repouso**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAUDELAIRE, C. O salão de 1859. In: **A modernidade de Baudelaire**. Tradução de Suely Cassal. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988, p. 73.

BOMFIM, N. R. Uma análise dos estudos sobre a imagem. JIMÉNES, D. J. E. (Org.). **Nuevos horizontes en la formación del profesorado de ciencias sociales** Palencia (Espanha): Asociación Universitaria de Profesores de Didactica de las Ciencias Sociales, 2002, p.437-445.

CORRÊA, R. L. Geografia cultural: passado e Futuro: uma introdução. In: CORRÊA, R.L. et al . **Manifestações da Cultura no Espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

DEELY, J. **Semiótica básica**. São Paulo: Ática, 1990.

FARIA, E. **Dicionário Latino-Português**. Rio de Janeiro: MEC-DNE, 1962.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Hucitec, 1985.

GIL FILHO, S. F. Espaço de representação: uma categoria chave para a análise cultural em Geografia. **Anais do 5º Encontro Nacional da ANPEGE**. Florianópolis: UFSC, 2003.

IVINS JUNIOR, W. M. **Prints and visual communication**. Cambridge, Massachussets: The M.I.T. Presse, s.d.

JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (Org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001 [1989], p. 17-44.

JODELET, D. Représentation sociale: phénomène, concept et théorie. In: MOSCOVICI S. (org.). **Psychologie Sociale**. Paris: Presses Universitaires de France, 1990, p. 213-234.

JULIA, D. **Dicionário da Filosofia**. Trad. José Américo da Motta Pessanha. São Paulo: Larousse do Brasil, 1969.

MADEIRA, M. A confiança afrontada: representações sociais da AIDS para jovens. In: JODELET; MADEIRA (et. al.). **AIDS e Representações Sociais**: a busca de sentidos. Natal: EDUFRN, 1998, p. 47-72.

MALLARMÉ, S. Le livre, instrument spirituel. In: MARRALMÉ, S. **Oeuvres complètes**: texte établiet annoté par Henri Mondor et G. Jean-Auvry. Paris, Gallimard, 1945.

MOREIRA, R. O racional e o simbólico na geografia. In: SOUZA, M. A. et al (orgs.) **Natureza e sociedade de hoje**: uma leitura geográfica. São Paulo: Stúdio Nobel, 1996.

MOSCOVICI, S. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

ROCHA, L. B. **Signos e significados do centro da cidade de Itabuna/BA**. 2001. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual Santa Cruz/Universidade Federal da Bahia, Ilhéus, 2001.

SÁ, C. P. **O Núcleo Central das Representações Sociais**. Petrópolis: Vozes, 1996.

SANTOS, M. **Espaço e Método**. São Paulo: Nobel, 1985.

SCHLICHTA, C. A. B. D. **A pintura histórica e a elaboração de uma certidão visual para a nação no século XIX**. 2006. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

SÊGA, R. A. O Conceito de Representação Social nas obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. **Anos 90**, Porto Alegre, n. 13, julho de 2000. p. 128-133.

SILVA, M. R. da. **Imagem e Verticalidade**: comunicação, cidade e cultura na “órbita do imaginário”. 2007. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

SONTAG, S. **Questão de ênfase**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

SONTAG, S. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEBSTER'S THIRD NEW INTERNATIONAL DICTIONARY. Chicago: Merriam Co., 2000.