

POR UMA GEOGRAFIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Angelo Serpa (1)

RESUMO

O artigo discute o significado dos estudos de percepção e cognição ambiental para a construção de uma base teórico-metodológica de uma Geografia das Representações Sociais. Baseando-se em autores como Henri Lefebvre, Pierre Bourdieu e Walter Benjamin, discute-se a importância de conceitos como “espaço vivido”, “habitus” e “experiência” para a construção de um conhecimento geográfico que busque explicitar as relações entre cultura e poder nos processos de apropriação social e espacial em diferentes escalas e recortes espaciais, assim como as múltiplas estratégias cognitivas dos diferentes agentes e grupos produtores de “espaço”. Resultados de pesquisas realizadas no Mestrado em Geografia da Universidade Federal da Bahia demonstram a viabilidade de aplicação de procedimentos e instrumentos metodológicos, como a cartografia cognitiva e os mapas mentais, articulados aos conceitos discutidos ao longo do texto.

Palavras-Chave: representação; geografia das representações sociais; experiência; *habitus*; espaço vivido; cartografia cognitiva

ABSTRACT

The article argues the meaning of ambient perception and cognition studies for to built one theoretician and methodological basis of one Geography of Social Representations. It argues, using authors like Henri Lefebvre, Pierre Bourdieu and Walter Benjamin, the importance of concepts as “life space”, “habitus” and “experience” for to built one geographical knowledge looking for understand the connections among culture and power in social and spatial appropriation procedures, in distinct scales and spatial indentures, as well as the multiple cognitive strategies of different agents and groups that produce “space”. The results of Geography Master Program of Federal University of Bahia searches show the practicability of application of methodological procedures and instruments as cognitive cartography and mental maps in articulation with the concepts presented in the text.

Key-words: representation; geography of social representations; experience; *habitus*; life space; cognitive cartography.

PERCEPÇÃO E COGNIÇÃO NÃO SÃO A MESMA COISA

Freqüentemente, os termos “percepção” e “cognição” têm sido empregados de modo aleatório, em uma profusão de contextos diferentes e variados, por profissionais da psicologia e pelos cientistas sociais, em seus estudos e pesquisas sobre “percepção ambiental”. Para muitos geógrafos, “percepção” é uma noção “guarda-chuva” que abarca percepções, memórias, atitudes e preferências humanas, além de outros fatores psico-sociais que contribuem para algo que seria melhor caracterizado como “cognição ambiental”.

Dows & Stea (1973) reservam o termo “percepção” para os processos que ocorrem na presença dos objetos percebidos e que resultam em sua imediata apreensão. Em termos temporais, o termo está intimamente conectado com eventos próximos, das redondezas imediatas, relacionado também com comportamentos reflexos. Cognição ambiental necessita desta ligação com o objeto percebido, mas, ao mesmo tempo, não precisa estar associada com objetos, processos ou fenômenos ocorrendo no ambiente próximo. Em consequência, os processos cognitivos podem estar conectados com ocorrências do passado ou do futuro, da ordem próxima ou da ordem distante.

A distinção não visa, no entanto, ao estabelecimento de uma dicotomia rígida entre percepção e cognição. Na verdade, isto é também uma questão de escala e de foco da pesquisa: a cognição está relacionada a espaços de referência cuja extensão e dimensões não podem ser percebidas ou apreendidas de modo imediato e reflexo. Estes espaços precisam ser cognitivamente “organizados” e decodificados para serem incorporados à memória e às estruturas de representação e contém objetos e eventos que estão fora do alcance da apreensão imediata.

A COGNIÇÃO REPRESENTA UMA ELABORAÇÃO, ESTAMOS AQUI NO TERRENO DAS REPRESENTAÇÕES E DOS ESPAÇOS DE REPRESENTAÇÃO

Se tomarmos como certo que percepção e cognição não são a mesma coisa, convém explicitar a adoção de métodos e teorias que dêem conta da complexidade dos processos cognitivos e dos respectivos “espaços de representação”. Entre o espaço percebido, das práticas espaciais cotidianas, e os espaços de representação, das estruturas cognitivas complexas, Lefebvre (2000) introduz os espaços concebidos pelas estruturas de planejamento e de “poder”, constituindo-se, assim, uma tríade conceitual que aprofunda dialeticamente a análise do espaço e da “percepção” do espaço. Estamos longe aqui de um arcabouço teórico-metodológico que dicotomiza a realidade e a “percepção” da realidade.

A triplicidade ou tríade lefebvriana é uma característica subjacente a qualquer estrutura sócio-espacial constituindo-se a partir: a) das práticas espaciais, englobando produção e reprodução, lugares específicos e conjuntos espaciais característicos para cada formação social, assegurando continuidade em um quadro de relativa coesão; b) das representações do espaço, ligadas às relações de produção, à ordem imposta, ao conhecimento, aos signos e códigos, às relações “frontais”; c) dos espaços de representação, apresentando simbolismos complexos, expressão do lado clandestino e subterrâneo da vida social, mas também da arte.

Os “simbolismos complexos” de Lefebvre referem-se obviamente às estruturas e aos processos de cognição mencionados anteriormente, embora isso não seja explicitado pelo autor. O espaço percebido está relacionado diretamente aos objetos e aos fenômenos imediatos, carecendo de elaborações simbólicas de cunho complexo. É o campo dos perceptos, embora haja, já aí, o início da incorporação dos objetos e dos fenômenos às estruturas cognitivas. O espaço concebido é símbolo que carece de perceptos, que busca se incorporar às estruturas cognitivas sem a legitimação das práticas espaciais cotidianas, influenciando, porém, diretamente nos espaços de representação. Estes últimos são, em última instância, o lócus dos processos cognitivos e das representações sociais. É o espaço das mediações e da interlocução entre o percebido e o concebido. É também o espaço vivido dos conflitos e das lutas.

A PERCEPÇÃO LIDA COM O IMEDIATO, É O CAMPO DAS PRÁTICAS ESPACIAIS COTIDIANAS. É VIVÊNCIA, MAS QUE EXPERIÊNCIA

Baseado na dicotomia freudiana que opõe a consciência à memória, Benjamin (1996) trabalha com uma nova dicotomia que opõe a vivência à experiência. Pertencem à esfera da vivência aquelas impressões cujo efeito de choque é interceptado pelo sistema percepção-consciência, que se tornam conscientes, e que, por isso mesmo, desaparecem de forma instantânea, sem se incorporarem à memória. Esta leitura da teoria freudiana do choque constitui uma das chaves para a compreensão da crítica cultural de Benjamin, já que, para ele, o mundo moderno se caracteriza pela intensificação das situações de choque, em todos os domínios.

A sobrevivência na cidade exige uma atenção superaguçada, a fim de afastar as múltiplas ameaças a que está sujeito o passante. A experiência do choque acaba produzindo um novo tipo de percepção, uma nova sensibilidade, concentrada na interceptação e na neutralização do choque, em contraste com a sensibilidade tradicional, que podia defender-se, pela consciência, contra os choques presentes, mas podia também, pela memória, evocar as experiências sedimentadas em seu próprio passado e na tradição coletiva (Compare: ROUANET, 1987).

Enquanto os processos de apropriação e produção do espaço urbano superpõem cada vez mais a vivência à experiência, provocando o isolamento dos indivíduos e

impossibilitando a relação de troca com o outro, os objetos culturais se emancipam do seu uso ritual, aumentando as ocasiões para que sejam expostos. Segundo Benjamin, a exponibilidade dos objetos culturais cresceu em tal escala, com os vários métodos de sua reprodutibilidade técnica, que de uma preponderância absoluta do valor de culto na pré-história passou-se a uma preponderância absoluta hoje conferida a seu valor de exposição.

Para a discussão aqui proposta é fundamental a compreensão de que a valorização da vivência, em detrimento da experiência, significa, sobretudo, um empobrecimento dos processos simbólicos complexos, implicando na não incorporação de fenômenos e objetos às estruturas humanas de cognição. Pensando nos termos de Lefebvre, estaríamos assistindo à valorização (seletiva) do percebido e do concebido, em detrimento do vivido; à valorização da exposição e da visibilidade, em detrimento de tudo que não é imediatamente visível ou exposto. Por outro lado, a não incorporação do percebido ao vivido, deixa sem espaços de representação todos aqueles grupos ou indivíduos sem acesso às estruturas de poder, que produzem, via meios de comunicação em massa e processos tecnocráticos de planejamento, as “representações do espaço”, o concebido.

DEIXEMOS DE LADO A “GEOGRAFIA DA PERCEPÇÃO” E FALEMOS DE UMA “GEOGRAFIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS”

Gooney & Gold (1986) lembram que Behaviourismo e Behaviouralismo são termos inteiramente distintos. O primeiro representaria uma escola reducionista de psicologia, que via o comportamento humano em termos das relações de estímulo/resposta, nas quais as respostas poderiam ser amarradas a certas condições que as antecederiam; nessas relações, os processos cognitivos e, de fato, a própria consciência, desempenhariam um papel de pequena importância. O segundo, por seu turno, indicaria um movimento nas ciências sociais que procura tomar o lugar das teorias tradicionais sobre as relações homem/ambiente, com novas versões que reconheceriam explicitamente as verdadeiras complexidades do comportamento humano.

Daí a profunda divisão, na Geografia, entre as escolas de base espacial e as fundamentadas na noção de lugar, isto é, entre as escolas de pensamento positivista e humanista. Para os autores, um dos problemas da predominância relativa da tradição positivista tem sido que uma imagem excessivamente restritiva e enganosa da geografia do comportamento e da percepção tem sido promovida. Aliando-se às ciências comportamentais, os geógrafos passaram a dispor de instrumentos conceituais e metodológicos muito úteis, *“mas tem sido insuficiente o esforço para indicar que a própria geografia não é uma ciência comportamental, que a procura da generalização*

comportamental não é a única preocupação dos pesquisadores, e que gente e lugar contam muito na abordagem behaviourista” (GOODEY & GOLD, 1986: 30).

Pode-se objetar que a geografia comportamental não possua tais intenções manipuladoras e procure somente observar e explicar os padrões de comportamento espacial e ambiental. Todavia, minhas suspeitas são tão profundas que encaro qualquer tentativa de explicar o comportamento humano como o primeiro passo para o controle daquele comportamento, da mesma maneira que a explicação dos processos naturais conduz inexoravelmente a intervenções naqueles processos (RELPH, 1984, in: GOODEY & GOLD, op. cit.: 26).

Embora justificada, a objeção de Relph (1984) à Geografia Comportamental (ou da “percepção”) é incompleta, já que o problema não é simplesmente o uso das pesquisas sobre comportamento humano como subsídio para estratégias de controle social. A questão central é não reduzir o comportamento à percepção, buscando metodologias de pesquisa que procurem dar conta do maior número possível de mediações que incidem sobre os (complexos) processos cognitivos, indo da vivência à experiência, do percebido ao vivido, e verificando quais estratégias estão na base das estruturas de representação dos agentes hegemônicos da sociedade. São esses últimos que detêm o poder dos meios de comunicação e das instâncias políticas de planejamento, interferindo nos espaços de representação, através dos espaços concebidos por eles próprios.

Abandonemos, pois, a “*Geografia da Percepção*” e falemos de uma geografia cognitiva que dê conta das complexas estruturas de representação da sociedade, de uma “*Geografia das Representações Sociais*”. Pensemos como Bourdieu (2000), para quem o mundo social é também representação e vontade, e existir socialmente é também ser percebido como distinto. Assim, o objeto desta Geografia das Representações Sociais deveria ser as lutas a respeito da identidade, as lutas pelo monopólio “*de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e de desfazer grupos*” (BOURDIEU, op. cit.: 113). O foco das pesquisas deveria ser, em última instância, o poder de impor uma visão do mundo social por grupos (ou quase-grupos), por sua capacidade de gerar identidades e representações sociais.

ESPAÇOS COGNITIVOS/ESPAÇOS DAS REPRESENTAÇÕES

O conceito de *habitus* deve estar na base da análise dos espaços de representação, dos espaços dos processos cognitivos. Para Bourdieu (1979), o *habitus* é ao mesmo tempo um princípio gerador de práticas sociais e um sistema de classificação dessas

práticas. É da relação dessas duas características que definem o *habitus* – capacidade de produzir práticas e objetos passíveis de classificação e capacidade de apreciar e diferenciar essas práticas e objetos (gosto) – que se origina o mundo social das representações, o espaço dos estilos de vida.

O *habitus* é estrutura estruturante, que organiza as práticas e a percepção das práticas, mas também estrutura estruturada, produto da divisão em classes sociais. Cada posição/condição é definida por suas propriedades intrínsecas, mas também por suas propriedades relacionais em um sistema de diferenças, de posições diferenciais, por tudo aquilo que ela não é, tudo que a distingue e que a opõe a outras posições/condições (Compare: BOURDIEU, 1979).

O verdadeiro princípio gerador das diferenças no âmbito do consumo é a oposição entre gostos de luxo (ou de liberdade) e os gostos de necessidade. Os primeiros são próprios dos indivíduos que são produto de condições materiais de existência definidas pela distância à necessidade, pela liberdade, pelas facilidades asseguradas pela posse de um capital; os segundos exprimem as necessidades, das quais eles são produto. Não satisfeitos de não possuírem nenhum conhecimento valorizado pelo “mercado de exames escolares” ou pelas “conversações eruditas”, de não possuírem nada além de técnicas e conhecimentos não valorizados por esse mercado, as classes populares são aquelas que sacrificam a maior parte de sua renda à alimentação, aquelas que gastam menos com roupas e higiene pessoal, que se entregam aos lazeres pré-fabricados em sua intenção pelos “engenheiros da produção cultural de massa” (Compare: BOURDIEU, *op. cit.*).

O estudo de Bourdieu sobre a distinção social cobriu uma lacuna no tocante ao estudo das subculturas das classes sociais, estabelecendo um contraste entre o *habitus* das classes médias e das classes populares. Na visão de Burke (2002), o estudo das subculturas tem certamente algo de valioso a acrescentar ao estudo histórico e sociológico das classes sociais. Outra pista interessante vem das pesquisas de Cosgrove (1998) em geografia cultural. Para o autor, o poder é expresso e mantido na reprodução da cultura, havendo culturas dominantes e subdominantes ou alternativas, não apenas no sentido político, como também em termos de sexo, idade e etnicidade. As culturas subdominantes podem ser classificadas, sob essa ótica, como residuais (que sobram do passado), emergentes (que antecipam o futuro) e excluídas (que são ativas ou passivamente suprimidas): “Cada uma destas subculturas encontra alguma expressão na paisagem, mesmo se apenas numa paisagem de fantasia” (COSGROVE, *op. cit.*: 105).

Se os espaços de representação contêm os espaços percebidos e vividos dos diferentes grupos e classes sociais, é certo que eles contêm e expressam também as lutas e os conflitos dos diferentes grupos e classes pelo domínio das estratégias de concepção desses espaços. Todos os habitantes do espaço urbano tem seu sistema de significações ao nível ecológico, expressão de suas passividades e de suas atividades. Já os arquitetos (paisagistas e urbanistas) parecem ter estabelecido e dogmatizado um

conjunto de significações, elaboradas não a partir do percebido e do vivido pelos habitantes da cidade, mas a partir do fato de habitar, por eles interpretado.

Esse conjunto de significações é verbal e discursivo, tendendo para a metalinguagem; é grafismo e visualização, que tende a se fechar sobre si mesmo, a se impor e a inviabilizar qualquer crítica ou questionamento (LEFEBVRE, 1991). Isso também acontece porque o cotidiano se concebe como estratégia do Estado dirigida às classes médias, suporte e produto desse mesmo Estado (SEABRA, 1996). Trabalhando para as classes médias urbanas, o Estado parece produzir apenas objetos e imagens que são, na verdade, testemunhos da desintegração e da desorganização da cidade contemporânea (SERPA, 2004).

A QUESTÃO DA OPERACIONALIZAÇÃO: OS MAPAS COGNITIVOS E AS REDES SOCIAIS

No campo da arquitetura e do urbanismo, os estudos e pesquisas do arquiteto Kevin Lynch marcaram, no final da década de 1960, um esforço de operacionalização da questão das significações no contexto urbano (compare: LYNCH, 1990). Os mapas mentais, como ferramenta metodológica, se consagraram nos estudos e pesquisas de psicologia social e, desde o clássico “*A Imagem da Cidade*” de Lynch, vêm sendo usados também para avaliação dos espaços urbanos e das estratégias de apropriação e de territorialização dos diferentes agentes e grupos nas cidades do mundo.

O que permanece na nossa memória? O que esquecemos? Como nos orientamos nos espaços da vida cotidiana? O que consideramos importante e “típico” nesses espaços? (BURCKHARDT, 1985). A “cartografia cognitiva” é parte integrante e indissociável das práticas espaciais, “facilita” nossa vida na resolução dos problemas espaciais cotidianos e norteia nossas estratégias de apropriação do espaço.

Em seu livro, “*Kognitive Karten: Die Welt in unseren Köpfen*”, o geógrafo Roger Downs e o psicólogo David Stea questionam se os mapas mentais são uma representação confiável e fidedigna da realidade. Os autores concluem que não pode haver convergência total entre a realidade e as representações da realidade, mas que nossas imagens mentais são um modo de apreender e representar o complexo mundo que nos rodeia, uma estratégia (cognitiva) de apreensão da realidade. De acordo com isso, toda imagem ou representação é seletiva: formas e tamanhos podem ser deturpados, relações espaciais podem ser transformadas, em alguns espaços apreendemos muitos detalhes, em outros, nossas representações e imagens podem se constituir em versões empobrecidas da realidade (compare: DOWNS & STEA, 1982).

A história da imagem urbana é uma história onde o coletivo e o individual se cruzam numa avalanche alegórica, até não sabermos se a imagem é a da cidade ou a do crítico

à procura de um espaço perdido (FERRARA, 1990). Ferrara vê, no cruzamento dessas informações, o surgimento de um método, que é, ao mesmo tempo, afetivo e cognitivo. São as vivências e experiências pessoais que conferem valor e qualidade às formas urbanas visíveis. Assim, numa mesma paisagem, diferentes observadores encontrarão material de percepção adaptado ao seu modo individual de olhar o mundo (FERRARA, *op. cit.*).

Assim, partindo-se do pressuposto de que há uma dimensão coletiva e uma dimensão individual nas estratégias de representação dos diferentes agentes e grupos é necessário também buscar a operacionalização da noção de “redes sociais” na construção de uma metodologia que dê conta da complexidade dos processos cognitivos. A noção de redes de relações sociais deve estar na base da formulação de uma metodologia que busque explicar a articulação entre as representações sociais dos diferentes agentes e grupos nos complexos processos cognitivos de representação e apropriação do espaço. Os espaços urbanos expressam e condicionam as redes de relações sociais (de vizinhança, de parentesco, de amizade e também as redes associativistas, como clubes esportivos, associações de moradores, clubes de mães, etc.). Agentes e grupos articulam-se em “rede”, não uma rede única, mas redes superpostas, conforme o tema que se esteja enfocando (VILLASANTE, 1996).

Algumas pesquisas realizadas no Mestrado em Geografia da Universidade Federal da Bahia demonstram a viabilidade de aplicação de procedimentos e instrumentos metodológicos, como a cartografia cognitiva e os mapas mentais, articulados aos conceitos elaborados pelos autores referenciados anteriormente. A dissertação de mestrado de SOUZA (2002) mostra claramente a diferença entre os espaços de representação dos diferentes agentes e grupos produtores de espaço em Morro de São Paulo, Bahia. A autora trabalhou com três grupos distintos e “construiu” uma carta cognitiva da localidade para cada um dos grupos pesquisados.

Pode-se dizer que os espaços de representação dos pescadores são muito mais ricos e diversificados em termos de elementos e referenciais representados e também em termos de toponímia. Os turistas reproduzem, em geral, uma representação simplificada e estereotipada do lugar, enquanto os trabalhadores do turismo representam uma categoria intermediária. Na visão da autora, é na carta cognitiva dos trabalhadores do turismo, *“onde se lê a mediação entre o lugar e o não-lugar (...) uma nova paisagem com significado ambíguo e dual (...) produto dos conflitos, articulações e mediações entre o local e o global”* (SOUZA, *op. cit.*: 158).

Para Souza (*op. cit.*), o lugar dos pescadores é determinado por uma “racionalidade sensível”, onde persistem imagens e referenciais não cooptados pela imagem hegemônica do lugar, criada, em última instância, pela atividade turística, intensificada a partir da década de 1990 em Morro de São Paulo. Vale dizer que esta imagem turística de Morro de São Paulo corrobora as afirmações anteriores relativas aos espaços concebidos por instâncias de poder – neste caso, através do Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste (PRODETUR-NE), em parceria com o Governo

do Estado – que não levam em consideração as práticas sociais e os espaços de representação das comunidades locais, muitas vezes inviabilizando suas práticas e estratégias cognitivas de apropriação espacial.

Se pensarmos que estes grupos constituem uma rede de relações sociais com profundas implicações na produção do espaço e de suas representações, podemos imaginar que as diferentes cartas constituem, em última instância, diferentes estratégias cognitivas e de apropriação espacial dos diferentes agentes e grupos produtores do espaço de Morro de São Paulo. Estes espaços de representação não são estáticos, ora se contrapõem, ora se justapõem, ora imbricam-se num campo de forças, que estabelecem uma relação tensional entre vivência e experiência, entre percebido e vivido, entre percepção e cognição.

Na verdade, as cartas cognitivas podem exprimir também uma relação explícita entre cultura e poder, como indicado por Cosgrove (*op. cit.*), já que gradualmente as representações hegemônicas do espaço vão se sobrepondo às representações das comunidades locais, que, no entanto, sobrevivem junto aos grupos mais ligados às tradições do lugar, como os pescadores. Importante ressaltar que essas representações não são totalmente excluídas, permanecendo como residuais, embora, muitas vezes, não correspondam mais às práticas espaciais cotidianas, expressas nas paisagens de Morro de São Paulo, agora “organizadas” para o desenvolvimento da atividade turística.

O resgate da história oral dos bairros populares de Salvador, das diferentes visões de mundo e de “espaços vividos”, no âmbito das atividades do Projeto Espaço Livre de Pesquisa-Ação (DGEO/MGEO/UFBA), mostra que são múltiplas as representações desses espaços, entre os grupos/agentes que compõem suas redes de relações sociais. Descobre-se que os bairros são culturas transversais, que abarcam muitas e múltiplas subculturas: “da pesca”, “do remo”, “jovem”, “negra”, “capoeirista”, “afro-brasileira” ou “bairrista”; o outro lado da moeda traz para dentro dos bairros o mundo e suas subculturas: “turística”, “patrimonialista” ou “conservacionista” (BRITO & SERPA, 2004).

Nos bairros populares das metrópoles capitalistas são os moradores os verdadeiros agentes de transformação do espaço. Eles articulam-se em “rede”, de acordo com o tema em foco. Temos que diferenciar, por exemplo, os tópicos específicos dos jovens, das mulheres casadas, os tópicos dos homens adultos, etc., em cada lugar concreto, e também diferenciar os tópicos das etnias, nas diversas formas em que podem se apresentar suas culturas e subculturas (VILLASANTE, *op. cit.*).

Trabalha-se o conceito de redes como instrumental para seleção e amostragem dos entrevistados, geralmente partindo-se das redes formais/associativistas (com maior visibilidade), como associações de moradores, clubes de mães, templos religiosos, identificando seus porta-vozes e buscando-se caracterizar suas estratégias de ação e formas de organização, bem como a interação entre eles. O passo seguinte é a

identificação das redes mais informais, como grupos de jovens, de terceira idade, redes de vizinhança e parentesco, “pinçando-se” também desse universo os porta-vozes dos diferentes grupos identificados. Com base na realização de entrevistas com moradores das áreas pesquisadas, pretendeu-se explicitar o entendimento e a imagem que se tem do bairro enquanto construção mental.

Através de técnicas de cartografia cognitiva, com a identificação dos referenciais arquitetônicos, dos percursos, limites etc., conforme a metodologia proposta por Lynch (1990), busca-se a construção de uma representação coletiva para cada bairro, a partir das representações individuais dos moradores (identificando-se os pontos comuns entre as diferentes representações individuais). Segue-se a ordem/sucessão “meu” (representação individual), “nosso” (representação coletiva de nível intermediário, específica para cada grupo – formal ou informal) e “o” bairro (representação coletiva de nível superior) (TUAN, 1983).

A análise dos mapas mentais dos diferentes agentes/grupos nos bairros populares de Salvador mostra resultados semelhantes àqueles descritos anteriormente para a localidade de Morro de São Paulo. Para os bairros com mais chances de incorporação ao circuito turístico da cidade, as imagens hegemônicas, associadas ao *marketing* turístico, vão, aos poucos, sobrepondo-se aos espaços de representação dos moradores e contrapondo-se às suas práticas espaciais cotidianas. Há um nítido deslocamento da esfera da experiência para a esfera da vivência, transformando determinadas práticas e manifestações culturais e tornando-as residuais no cotidiano de cada lugar.

Por trás das imagens hegemônicas, pode-se ainda pinçar, nos depoimentos dos moradores, manifestações culturais às vezes “esquecidas” pela mídia e pelo *marketing* turístico: capoeira, rendeiras, costura, festa dos pescadores, teatro popular, festas e palestras promovidas pelas associações de moradores, pescaria, costumes, corais, carnavais de bairro, auto de natal, blocos afro, terreiros de candomblé, maculelê, o Movimento Negro Unificado, as danças afro. A questão das subculturas aponta, nos bairros pesquisados, para a importância da questão étnica e para inúmeras tentativas de afirmação de uma identidade afro-brasileira. Na maioria das vezes, é no espaço das Associações de Moradores, que essas subculturas encontram algum espaço de expressão. Ao mesmo tempo, muitas dessas manifestações vão desaparecendo, permanecendo vivas apenas na memória de alguns moradores.

Onde domina a experiência no senso estrito, assiste-se à conjunção, no campo da memória, entre os conteúdos do passado individual e coletivo. Os cultos – com suas cerimônias e festas – operavam, entre estes dois campos da memória, uma fusão sempre renovada. Eles provocavam a recordação em momentos determinados e davam a esses conteúdos a ocasião de se reproduzir ao longo de uma vida. Assim, a memória voluntária e involuntária cessavam de se excluir mutuamente (BENJAMIN, 2000: 335-336, tradução do autor).

Vista neste contexto, a atividade turística faz com que as populações locais reinventem seu cotidiano e, nesta reinvenção, a lógica da atividade turística se sobrepõe às tradições locais e à própria identidade da comunidade, impactada por novos valores, novos símbolos, novas referências e expectativas (FONTELES, 1999). São valores “transversais”, mas, ao mesmo tempo, hegemônicos, já que são impostos por grupos sociais específicos com suas concepções próprias de “cultura”. A conquista dos “espaços turísticos” se dá, em última instância, através de um processo seletivo de apropriação social e espacial.

Os procedimentos metodológicos e os conceitos renovados de uma Geografia das Representações Sociais podem ser a chave para o entendimento dos complexos processos cognitivos que resultam da tensão entre percepção e cognição, vivência e experiência, espaços concebidos e vividos. Uma geografia assim pode, sobretudo, explicitar as relações entre cultura e poder nos processos de apropriação social e espacial em diferentes escalas e recortes espaciais, assim como as múltiplas estratégias cognitivas dos diferentes agentes e grupos produtores de “espaço”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Walter. **Oeuvres III**. Paris: Éditions Gallimard, 2000.

BENJAMIN, Walter. **Obras Escolhidas I – Magia e Técnica, Arte e Política / Ensaio sobre Literatura e História da Cultura**. 7ª edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **La distinction – Critique sociale du jugement**. Paris : Les Éditions de Minuit, 1979.

BURCKHARDT, Lucius. **Die Kinder fressen ihre Revolution**. Köln: Dumont, 1985.

BRITO, Marcelo Sousa & SERPA, Angelo. *Percepção e Cultura na Periferia de Salvador: O Bairro em Imagens, uma Experiência de Ensino, Extensão e Pesquisa*. In: CUNHA, Eleonora Schettini & CARVALHO, Alysson Massote (orgs.). **(Re) Conhecer Diferenças – Construir Resultados**. Brasília: UNESCO, 2004.

BURKE, Peter. **História e Teoria Social**. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

COSGROVE, Denis. *A Geografia está em toda parte: Cultura e Simbolismo nas paisagens Humanas*. In: CÔRREA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zeny (orgs.). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998.

DOWNS, Roger M. & STEA, David. **Kognitive Karten: Die Welt in unseren Köpfen**. New York, 1982.

DOWNS, Roger M. & STEA, David. *Cognitive maps and spatial behavior: Process and products*. In: DOWNS, Roger M. & STEA, David (eds.). **Image and environment – Cognitive mapping and spatial behavior**. Chicago/London: Edward Arnold, 1973.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *As máscaras da cidade*. **Revista USP**, dossiê Cidades, São Paulo, n. 5, v. 5, março/abril/maio 1990, p. 3-10.

FONTELES, José Osmar. *Comunidade de pescadores de Jericoacara-Ceará entra na rota turística*. In: VASCONCELOS, Fábio Perdigão (org.). **Turismo e Meio Ambiente**. Fortaleza: Editora Funece/Universidade Estadual do Ceará, 1999.

GOODEY, Brian & GOLD, John. **Geografia do Comportamento e da Percepção**. Belo Horizonte: Departamento de Geografia/UFMG, 1986.

LEFEBVRE, Henri. **La production de l'espace**, 4^e édition. Paris : Anthropos, 2000.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. São Paulo: Editora Moraes, 1991.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1990.

ROUANET, Sérgio Paulo. *Do Trauma à Atrofia da Experiência*. In: ROUANET, Sérgio Paulo (org.) **Édipo e o Anjo: Itinerários Freudianos em Walter Benjamin**. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro, 1987.

SEABRA, Odete. *A insurreição do uso*. In: MARTINS, José de Souza (org.). **Henri Lefebvre e o Retorno à Dialética**. São Paulo: Editora HUCITEC, 1996.

SERPA, Angelo. *Espaço público e acessibilidade: Notas para uma abordagem geográfica*. **GEOUSP**. São Paulo, n. 15, v. 15, 2004, p. 21-37.

SOUZA, Luciana Cristina Teixeira de. **Morro de São Paulo/Cairu-Bahia: Uma decodificação da paisagem através dos diferentes olhares dos agentes socioespaciais do lugar**. Salvador: Mestrado em Geografia/Universidade Federal da Bahia. Dissertação de Mestrado, 2002.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e Lugar**. São Paulo: DIFEL, 1983.

VILLASANTE, Tomás R. *Metodologia dos Conjuntos de Ação*. In: FISCHER, Tânia (org.). **Gestão Contemporânea – Cidades Estratégicas e Organizações Locais**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Editora, 1996.

Informações sobre o autor:

(1) Angelo Serpa

Professor Adjunto Doutor do Departamento e Mestrado de Geografia da Universidade Federal da Bahia; bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq.

Contato: angserpa@ufba.br