



A LINGUAGEM VIDEOGRÁFICA DO TURISMO: ESTÉTICA E POLÍTICA VISUAL PARA O ESTUDO DA GEOGRAFIA CONTEMPORÂNEA

THE VIDEOGRAPHIC LANGUAGE OF TOURISM: AESTHETIC AND VISUAL POLICY FOR THE STUDY OF CONTEMPORARY GEOGRAPHY

LA LANGAGE VIDÉOGRAPHIC DU TOURISME: ESTHÉTIQUE ET POLITIQUE VISUELLE POUR L'ÉTUDE DE GÉOGRAPHIE CONTEMPORAINE

Fabianne Torres Oliveira da Silva

Universidade Federal do Espírito Santo

E-mail: fabianne.torres@gmail.com

Antônio Carlos Queiroz Filho

Universidade Federal do Espírito Santo

E-mail: queiroz.ufes@gmail.com

RESUMO

Estamos interessados, nesse artigo, em estudar as imagens, em especial o vídeo turístico da campanha “Descubra o Espírito Santo”, enquanto linguagens divulgadoras de uma imaginação espacial, cujas estéticas e políticas visuais são apresentadas como um método analítico para o estudo da espacialidade e da geografia contemporânea. Nessa ideia, a videografia escolhida participa como narradora de um pensar a cidade-consumo, descrevendo em suas sequências e edições fílmicas um modo de se dizer e conhecer os lugares do turismo. O segundo movimento desse estudo tem o caráter de aproximar a geografia de outras linguagens imagéticas e autores que estejam a favor das espacialidades múltiplas, que valham como exercícios e inspirações para a variação do pensamento e que se ocupem de narrar o espaço como uma esfera de possibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Imagens; Imaginação Espacial; Políticas Visuais.

ABSTRACT

We are interested in the study of the images, specifically the turistic video of the campaign "Descubra o Espírito Santo", as publish language of a certain spatial imagination, whose esthetic and visual policies are presented as an analytical method for the study of spatiality and contemporary geography. This ideia, the chosen videography participates as a narrator of a way to think the city-consumption, describing in its filmic sequences and edits a way to say and know the touristic places. The second movement of this study has the character to approach the geography of other imagistic languages and authors who are in favor of multiple spatialities, it worthwhile as exercise and inspirations for variation of thought and concerned with narrating the space as a sphere of possibility.

KEYWORDS: Images; Spatial Imagination; Visual Policies.

RESUMÉ

Nous sommes intéressés dans cet article, en étudiant les images, en particulier la vidéo touristique de la campagne «Découverte de l'Etat d'Espírito Santo», en tant que langages de diffusion d'une imagination spatiale, dont l'esthétique et les politiques visuelles sont présentés comme une méthode d'analyse pour l'étude de la spatialité et de la géographie contemporaine. Dans cette idée, la vidéographie choisie participe en tant que porteuse d'une pensée de la ville-consommation, décrivant dans ses séquences et ses éditions filmiques une façon de dire et de connaître les lieux du tourisme. Le second mouvement de cette étude a le caractère d'approcher la géographie de autres langages imagetiques et d'autres auteurs qui sont en faveur des spatialités multiples, qui valent comme exercices et inspirations pour le changement dans la pensée et qui s'occupent de penser l'espace comme une sphère de possibilité.

MOTS-CLÉS: Images; Imagination Spatial; Politiques Visuelles.

1 INTRODUÇÃO

As imagens constituem muito do que nos educa os olhos e muito do que temos disponível para educarmos a nós próprios e aos nossos próximos e distantes estudantes acerca do espaço geográfico. (OLIVEIRA JR., 2009).

Ao partirmos dessas palavras reconhecemos as imagens, lançadas pelas diferentes mídias na atualidade, como potentes canais para estudarmos aquilo que se quer dizer e apresentar do mundo. Nesta situação, elas deixam de ser meras representações ou cópias dos lugares abrindo-se como grafias, linguagens, regulativas de um pensamento que, edificadas em nossas memórias, passam a modelar uma “imaginação espacial” (MASSEY, 2008).

A geografia contemporânea parte do estudo das imagens preocupada em entender como essas linguagens constroem uma realidade sobre aquilo que se quer colocar como força inquestionável de uma verdade do espaço. Isso porque, atreladas a uma cartilha e a uma estética visual, muitas delas, aqui em destaque as imagens do turismo, estão a propor em seus efeitos de verdade uma realidade ficcional que indica em seus anúncios quais lugares devem ser conhecidos e quais experiências são vividas ao visitar determinados lugares anunciados em suas campanhas midiáticas.

Quando falamos das buscas pelas verdades em detrimento ao mundo das diversas realidades ficcionais, estamos levantando uma discussão conferida nos estudos do filósofo Eduardo Pellejero que, em *A Postulação da Realidade* (2009), nos explica que “[...] não há a busca pelas verdades, porque tudo é produção de ficções” (PELLEJERO, 2009, p. 12). Para o autor, foi a busca racional de uma verdade objetiva no decorrer da história que fez constituir, mais adiante, qualquer coisa de duvidoso a respeito da identidade entre o real e a verdade, que passou a ser compreendida como um evento incerto, produto de um determinado momento e lugar e não mais uma vontade incólume contra o falso. Ela não é mais um algo a ser efetivamente descoberto.

Nessa lógica, a verdade é vista como uma produção localizada no tempo e no espaço de várias versões sobre o real, em que todas são ficções que permitem não a solução para a descoberta da verdade. As ficções seriam como os enganos necessários da vida. Enganos por não poderem prometer a uma versão definitiva do real, por não o capturar. Necessários porque se trata de toda relação possível entre os sujeitos e o real, ao menos de toda relação perceptível, subjetivável e transmissível, evitando os rigores existentes no tratamento da verdade e evidenciando o caráter complexo do mundo em que vivemos.

Todavia, Pellejero (2009) pontua que entre essas ficções, uma parte delas acaba se assumindo com o propósito vital de uma ficção hegemônica da realidade, que participa da construção, por exemplo, de uma nação/nacionalidade não mais como critério de valoração absoluto e universal, mas como ficção privilegiada que busca sobrepor suas verdades diante das demais. Dotadas de efeitos de verdades, essas ficções estariam produzindo discursos que nos fazem crer que aquela dada ficção, que aqui podemos chamar também de imaginação espacial, é a que funciona sob o timbre da verdade, atuando, assim, como uma realidade necessária as nossas vidas.

Preocupada com esse ressoar dos pensamentos - ou imaginações - hegemônicos sobre o espaço, a autora e geógrafa Doreen Massey nos diz que, “[...] o modo como imaginamos o espaço tem seus efeitos [...]” (MASSEY, 2008, p. 22). Dessa maneira, uma dada imaginação espacial, tomada pela égide da verdade, interfere direta ou indiretamente nas práticas humanas sobre os lugares e pessoas, podendo, por sua vez, limitar nossa possibilidade de deslocar, desconstruir e experimentar as fabulações e as diversas imaginações espaciais sobre os lugares.

Doreen Massey (2008), mais que promover essa discussão sobre as imaginações espaciais hegemônicas, propõe viver e pensar o espaço enquanto uma esfera de possibilidade, de conexões abertas e imprevistas. Para Massey, “[...] há conceitos de espaço que precisam ser questionados. Pois eles, mais uma vez, são meios de evitar o verdadeiro desafio lançado pelo espacial; são, certamente, meios dissimulados de legitimar sua supressão” (MASSEY, 2008, p. 97).

Sendo assim, buscamos nesse artigo o estudo das imagens enquanto linguagens leitoras de uma imaginação espacial, cujas estéticas e políticas são apresentadas como um método analítico para o estudo da espacialidade e da geografia contemporânea. Para isso, assumimos dois movimentos analíticos: o primeiro preocupa-se em diagnosticar e questionar as imaginações espaciais hegemônicas construídas nas imagens do turismo da campanha publicitária “Descubra o Espírito Santo”, desenvolvida pela Secretaria de Estado do Turismo do Espírito Santo. Lembramos que o objetivo não é o estudo do turismo e suas consequências, mas sim as imagens e suas estéticas como método analítico para a geografia contemporânea.

A escolha do vídeo do lugar-turismo Espírito Santo é por entendê-lo como mensagem que quer dar visibilidade a algo, apontando um jeito específico de contar e dizer sobre o espaço. Nele, suas narrativas e estéticas fílmicas aparecem vinculadas a determinados propósitos que querem incluir ou excluir coisas da imaginação espacial. Em uma linguagem cujos discursos aparecem comprometidos com a venda do habitual, do consumo e da exposição dos lugares como uma mercadoria.

Já o segundo movimento da pesquisa, seguindo os propósitos de Massey (2008), ocupa-se em pensar o espaço conforme uma esfera de possibilidade e trajetórias abertas. Para isso, apresentamos conceitos e autores cujas trajetórias e políticas visuais são dadas ao movimento, as linhas de fugas e as desterritorializações de um pensar enrijecido e hegemônico.

Chamamos essa segunda parte de exercícios imagéticos, pois mesmo não tratando diretamente da linguagem do turismo, ela se coloca a favor de uma geografia contemporânea que se preocupa com as espacialidades múltiplas, com as construções políticas espaciais que contribuem para a variação do pensamento. Elas não nos servem como um exemplo ou modelo para ordenar um jeito correto de se dizer sobre os lugares e ações humanas, a ideia é o exercício imagético que expõe perspectivas outras de entendermos a geografia.

2 A ANÁLISE DO DISCURSO IMAGÉTICO HEGEMÔNICO: CAMPANHA PUBLICITÁRIA “DESCUBRA O ESPÍRITO SANTO”

Ao colocarmos as imagens, em destaque os vídeos, como linguagens potentes para entendermos o espaço, estamos a vê-las como narrativas cujas políticas espaciais e linguagens fílmicas - em roteiro, estética, movimentos de câmera, usos de cores, iluminação, participação de atores, enquadramentos, escolhas de cenários, metáforas e simbologias – estão comprometidas com construções hegemônicas que delimitam e apontam como devemos experimentar os lugares.

Nossa escolha analítica espacial parte do comercial de televisão da Campanha da Secretaria de Turismo do Espírito Santo “Descubra o Espírito Santo”, ao ar entre o ano 2012 e 2013, mas que se constitui até então como material publicitário no *site* da campanha e no *youtube*¹. Uma vez que essa campanha se compõe, como tantos outros vídeos turísticos, em narrativas que “[...] legitimam, acima de tudo, a si mesmas como obras que dizem do real” (OLIVEIRA JR., 2009, p. 20) e que carregam consigo uma trajetória turística pronta e roteirizada para ser consumida, mesmo que o grande forte da sua campanha seja a busca por múltiplas emoções promovidas pela experiência no lugar.

Assim, temos do vídeo lugar-turismo, não uma simples cópia representativa de um cenário, mas um produto final videografado e construído a favor de um pensamento espacial que se quer fazer mais real que a realidade. Haja vista que dificilmente conseguiremos encontrar *in loco* um céu tão azul, águas tão cristalinas e um frio tão acolhedor, como visualizado no vídeo da campanha escolhida.

¹ Descubra o Espírito Santo, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmQWk9Q> Acesso em: 03/06/2014.



Além do mais, essas imagens também são aqui chamadas de hegemônicas por pouco se colocarem como exercícios às desterritorializações e fabulações, isso por que seus campos não se propõem diferentes conexões e desconexões geográficas, mesmo divulgando-se como provedor de múltiplas experiências e emoções, sua linguagem estética e seu roteiro não se mobilizam a iguais aberturas e possibilidades de oscilações do pensamento.

Metodologicamente, para a análise da campanha publicitária, propusemos estudar o vídeo dentro da sua própria estrutura estética, para isso, dissecamos todo conteúdo visual, fílmico e narrativo do vídeo na mesma forma usada nos roteiros de televisão. A construção do roteiro permitiu que fizéssemos uma decupagem da linguagem fílmica dividindo-o em partes, em seqüências, e estudando tanto seu discurso imagético, como também seus processos videográficos de cor, luz, voz, música, montagem, enquadramento, figurino e movimentação de câmera.

Igualmente aos roteiros publicitários de comerciais de televisão, separamos a faixa direita, da tabulação, para descrição do áudio (narração, ruído, diálogo e músicas) e a faixa da esquerda para a descrição da imagem, ou seja, tudo que visualizamos na tela. Ao lado de cada roteiro há a construção dos *storyboards*, isto é, estética visual também presente nas campanhas publicitárias e utilizada com o propósito de pré-visualizar, na forma de quadrinhos, uma narrativa videográfica. Eles são uma espécie de roteiro desenhado onde saem às etapas mais significativas para a leitura visual, são fotogramas dispostas em colunas que permite o leitor verificar visualmente os elementos descritos e analisados no vídeo.

Entre o estudo dessas seqüências videográficas fizemos uma análise espacial crítica das cenas. Nesse espaço são privilegiadas as discussões das linguagens fílmicas, seus efeitos de verdade e as construções das ficções. São discussões que aproximam o debate entre a estética videográfica e a produção de uma imaginação espacial para o Espírito Santo. Vamos ao roteiro das seis seqüências fílmicas da Campanha “Descubra do Espírito Santo”, seus *storyboards* e análises do discurso videográfico.

A primeira seqüência dessa videografia é uma introdução da narrativa fílmica (Figura 01). Nela, a atriz Fernanda Vasconcelos anuncia o propósito da campanha: apresentar ao possível turista a oferta de passear nas praias e ou nas regiões de montanhas. Se o Espírito Santo tem tantas belezas escondidas, então cabe à atriz descobri-las, senti-las e convocar os espectadores a fazerem o mesmo.

Figura 01 - Sequência 1

Sequência 1	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>Curto plano, cenário praia durante um dia ensolarado. Plano médio aparece a atriz caminhando na praia. Sobreposição lettering: Guarapari.</p> <p>Primeiro plano aparece um casal jogando ping pong na praia.</p> <p>Plano detalhe, as pernas da atriz caminhando na praia, as ondas batem em suas pernas.</p> <p>Primeiro plano, perfil do rosto da atriz, plano de fundo aparece o mar.</p> <p>Curto plano, cenário restaurante durante a noite. Enquadramento da câmera em duas taças de vinho, uma delas está sendo preenchida por vinho. Câmera faz um travelling para frente até uma das mesas do restaurante. A atriz está com seus amigos.</p> <p>Aparece em primeiro plano o rosto da atriz fazendo um brinde com os amigos.</p> <p>Retorno ao cenário praia. Atriz aparece em plano americano, ao fundo, Praia dos Padres- Guarapari.</p>	<p>Vivo: Atriz - Se divertir na praia (ruído ondas do mar) ou curtir um jantarzinho na montanha? (ruído do vinho enchendo o copo e pessoas rindo) Porque não os dois! No Espírito Santo você pode.</p> <p>Música de violão (trilha sonora). O áudio em vivo é quando utilizamos a fala direta do personagem que aparece no vídeo.</p>

Fonte:Imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmQWk9Q>

Layout do roteiro: Grupo de Pesquisa Rasuras

Narrado por uma atriz conhecida nacionalmente, ela é a escolhida que, depois de conhecer e aprovar todos os atrativos turísticos, ganha o título de porta-voz para promover as potencialidades do Espírito Santo para outros estados. A atriz não está na posição do narrador formal que fala essencialmente de um lugar de fora da paisagem, ela vivencia os lugares, insere-se no cenário turístico para experimentar as paisagens e as suas descobertas e chama o espectador para também sentir as mesmas emoções. A voz feminina, suave e acolhedora da atriz participa dessa construção narrativa de modo agregador e subjetivo, deslocando ainda mais o espectador para experiências sensoriais almeçadas para o espaço extra fílmico.

Nessa segunda sequência aparecem os amigos da atriz, estes estão na maior parte das cenas vivenciando e apreciando os lugares juntamente com ela (Figura 02). Este grupo de amigos mantém uma estética social e cultural alinhada ao politicamente correto e à valorização das diferenças

étnicas e sociais de gênero e cor, o que soa como falso, já que não encontramos rotineiramente uma divisão social tão bem aplicada – nem mesmo as mesas ao lado aparecem com essa divisão de gênero e cor. Lembramos que à mesa, além da atriz principal, há um ator negro com o cabelo estilo *black power*, uma atriz de pele parda com os cabelos lisos e negros e, por fim, uma atriz de pele branca com os cabelos lisos e loiros. Todos são jovens, assim como a atriz, e suas roupas alinham-se à moda atual propagandeada e acessível apenas a uma certa fatia do estrato social, não havendo diferenças de renda evidentes nos seus vestiários.

Figura 02: Sequência 2

Sequência 2	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>Câmera faz uma panorâmica na Pedra Azul. Sobrepõe <i>lettering</i>: Pedra Azul</p> <p>Quatro jovens estão em um restaurante sentados à mesa rindo alto. É dia e todos aparecem agasalhados. Panorâmica de uma mesa de doces, vinho e flores. Atriz em primeiro plano aparece ao ar livre em um cenário de montanhas e neblina.</p>	<p>Vivo:</p> <p>Atriz- Aqui em Pedra Azul você pode! É impossível não se entregar às delícias da gastronomia (ruído de pessoas rindo). Até o friozinho daqui é mais gostoso. Música de violão (trilha sonora).</p>






Fonte: Imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmQWk9Q>

Layout do roteiro: Grupo de Pesquisa Rasuras

Depois de apresentar a dupla possibilidade de escolher entre o turismo praia ou montanha, essa segunda sequência preocupa-se em narrar a região serrana. Como marcador geográfico a essa região, é mostrado em plano médio o monumento rochoso Pedra Azul, localizado no município de

Domingos Martins-ES. Esta talvez seja a principal imagem propagandeada quando se quer remeter ao turismo de montanhas e suas atrações.

A atriz olha para a câmera e afirma o quanto é difícil, em Pedra Azul, não se entregar às delícias da gastronomia. O ambiente é fechado, Fernanda Vasconcelos está sentada à mesa de um sofisticado restaurante com o seu grupo de amigos, eles estão rindo e tirando fotografias. Embora o cenário seja interno, as paredes que compõem o restaurante são de vidro, o que possibilita visualizar a vegetação de montanha e o tempo nublado e acinzentado que aparece do lado fora.

A ideia da baixa claridade é trazer um ambiente mais sóbrio, intimista, frio e acolhedor. A iluminação “Serve para definir e modelar os contornos e planos dos objetos, para criar a impressão de profundidade espacial, para produzir uma atmosfera emocional e mesmo certos efeitos dramáticos” (MARTIN, 2011, p. 62).

Ainda nessa sequência, a atriz surge do lado externo ao restaurante para mais uma vez exaltar o frio e dar o testemunho humano que em Pedra Azul as temperaturas são realmente baixas. Para dar mais veracidade a essa informação, a atriz finaliza dizendo: “Até o friozinho daqui é mais gostoso!”

Essa é a sequência onde se inicia a descrição lugar praia (Figura 03). A gravação ocorre durante o dia, utilizando a luz natural e destacando-se as cores verde, azul, branco, amarelo e laranja. As cidades escolhidas para a experiência praiana são Itaúnas (norte do estado), Vitória e Vila Velha (ambas pertencentes a região metropolitana). Neste enredo, Fernanda Vasconcelos e seus amigos vestem roupas mais leves e típicas do verão. Para o lugar Itaúnas a atriz usa um vestido curto e estampado, mas ao chegar a Vitória e Vila Velha o vestuário é trocado por peças mais formais, talvez dado o caráter mais cosmopolita e urbano destas cidades.

No decorrer dessa sequência-Itaúnas são colocadas em destaque as imagens do encontro com os amigos, do ritmo musical forró e as praias naturais. Neste ponto, a câmera toma uma maior distância para evidenciar a extensão da faixa litorânea, a vegetação de restinga e as poucas construções arquitetônicas. Nela, o meio ambiente aparece totalmente integrado: homem e natureza estão juntos quase holísticamente. A câmera compromete-se em assumir uma paisagem de natureza pura e quase idílica, em uma narrativa que procurar pontuar as teorias e práticas de educação ambiental e desenvolvimento sustentável.



Figura 03: Sequência 3

Sequência 3	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>Imagem pôr do sol da praia de Itaúnas. Sobrepõe <i>lettering</i>: Itaúnas. Dia de sol claro a atriz e seus amigos caminham sobre as dunas da praia de Itaúnas. Plano detalhe em instrumentos do forró. Casais dançando forró. <i>Travelling</i> para frente da praia de Itaúnas.</p>	<p>Vivo: Atriz- E as dunas de Itaúnas? (ruído de vento) Gente, isso aqui deslumbrante! Dá vontade de passar o dia inteiro no mar. Música de Forró (trilha sonora).</p>



Fonte: Imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmqWk9Q>

Layout do roteiro: Grupo de Pesquisa Rasuras

A quarta sequência é dada ao lugar Vila Velha, em que são creditadas a espacialidade praia, tradição e história (Figura 04). Para isso, são visualizadas as imagens do Convento da Penha, Igreja de Nossa Senhora do Rosário e pescador tecendo uma rede. Diferente do cenário de Itaúnas, a praia dos Canelas Verdes é mostrada em ângulos mais fechados, a faixa litorânea não aparece em sua extensão e o enquadramento da câmera é direcionado a um grupo de pessoas que jogam futevôlei, os prédios vistos ao fundo desse cenário são um apontador de que ali trata-se de uma praia urbana. A trilha sonora ao som do *ukulele*² acrescenta-se à cena dando a sensação estética e sensitiva de estarmos em um clima tropical e praiano.

² Instrumento musical tradicional do Havaí.

Figura 04: Sequência 4

Sequência 4	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>Atriz aparece em primeiro plano, ao fundo Convento da Penha.</p> <p>Imagem da praia, prédios e um grupo de rapazes jogando futevôlei.</p> <p>Atriz em primeiro plano no bairro Prainha, ao fundo a igreja do Rosário.</p> <p>Imagem do anoitecer, em primeiro plano aparece um pescador costurando uma rede de pesca.</p> <p>Travelling para lateral sobre o Convento da Penha.</p> <p>Do Convento da Penha, a atriz, em primeiro plano, aponta para a Terceira Ponte e em direção à capital Vitória.</p>	<p>Vivo: Atriz-Vila Velha é outra cidade que vale a visita! Tem praia, tem história, tem tradição (ruído de pessoas rindo). E logo ali atrás daquela ponte fica Vitória.</p> <p>Ritmo musical havaiano (trilha sonora).</p>



Fonte: Imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmQWk9Q>

Layout do roteiro: Grupo de Pesquisa Rasuras

Nas demais cenas, a imaginação espacial atribuída a Vila Velha é organizada prevalecendo a ideia do antigo e das tradições históricas – lembremos que o município foi a primeira capital do estado e figurar-se como uma das cidades mais antigas do Brasil – veiculadas principalmente por imagens das suas edificações religiosas católicas. Todavia, mesmo falando a partir do lugar Vila Velha, os movimentos de câmera preferem mirar o convento tendo como fundo a capital Vitória, é para lá onde a atriz aponta com o dedo a modernidade. Segue próxima sequência.

O início dessa quinta tomada é a continuidade da sequência anterior quando a atriz situa Vitória como o lugar da modernidade (Figura 05). As imagens de potência dessa penúltima sequência são da oportunidade, cultura e lazer. Vitória é propagandeada como o lugar dos negócios e do lazer, sem deixar de lado o meio ambiente preservado. Isso é visualizado quando são colocados em uma mesma sequência crianças no parque urbano Pedra da Cebola, boate e uma imagem aérea da cidade.

Figura 05: Sequência 5

Sequência 5	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>São enquadrados no plano duas crianças correndo no Parque da Cebola, ao fundo a Pedra da Cebola. Sobrepõe <i>lettering</i>: Vitória. Imagens durante do dia. Imagem aérea da cidade de Vitória. Imagem senhora fazendo uma panela de barro. Jovens aparecem dançando em uma Boate.</p>	<p>Vivo: Atriz - Uma ilha repleta de oportunidades, cultura e lazer. Música de Violão (trilha sonora).</p>

Fonte: Imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmQWk9Q>

Layout do roteiro: Grupo de Pesquisa Rasuras

Nesta cena, a câmera faz uma panorâmica onde a natureza aparece privilegiada, nela o mar e os bairros urbanos da Ilha do Boi e Ilha do Frade são retratados em meio ao verde da vegetação remanescente e o azul do horizonte de céu claro. A cidade aparece espremida no canto direito da tela, o corte não é despretensioso, a zona urbana mostrada no quadro corresponde à área de maior concentração de prédios comerciais, apartamentos de alto custo e dos principais bares e boates. O restante da cidade não é visualizado pelas câmeras.

Essa última sequência usa o artifício de montar e colar as principais cenas que foram desenvolvidas no decorrer de toda videografia, ela é um *remake* que produz novamente uma história já conhecida das imagens (Figura 06). O que se observa é uma história contínua onde “O corte estaria aí justificado pela mudança de cena, e a imediata sucessão, sem perda de ritmo [...]” (XAVIER, 2000, p. 28).

Figura 06: Sequência 6

Sequência 6	
VÍDEO	ÁUDIO
<p>Atriz aparece em plano médio na praia. Plano detalhe em um músico tocando Casaca. Várias pessoas em um restaurante na região de montanhas. Sobrepõe lettering: Descubra o Espírito Santo.com.br. Comidas típicas, foco na panela de barro com moqueca capixaba. Atriz na praia. Crianças no Parque da Cebola. Atriz em um carro de passeio turístico. Atriz na praia. Atriz no Convento da Penha mirando a paisagem, seu olhar é para a Terceira Ponte e a cidade de Vitória. Imagem área travelling Vitória. Sobrepõe lettering: Logomarca do governo- Secretaria de Turismo e Governo do Espírito Santo, Crescer é com a gente.</p>	<p>Vivo: Atriz Quer mais? (ruído do instrumento Casaca) Acompanhe essa história em descubra o Espírito Santo ponto com ponto br e saiba como concorrer uma viagem com acompanhant e para visitar tudo isso. Off: Locutor - Secretaria de Turismo, Governo do Espírito Santo. Música de violão (trilha sonora).</p>



Fonte: Imagens: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmqWk9Q>

Layout do roteiro: Grupo de Pesquisa Rasuras.

Por fim, a atriz nos lança uma indagação: “Quer mais?”, sua voz não é a de um locutor, um profissional, mas sim uma voz que conversa com o espectador fazendo interjeições e indagando seu público. O sentido é trazer uma imaginação espacial agregadora dos elementos turísticos propagandeados nessa narrativa: o mar, a praia, o urbano e por fim, as montanhas ao fundo. A cena é congelada com a sobreposição do logotipo do Governo do Estado do Espírito Santo e Secretaria de Turismo.

Desta maneira, vimos nas seis sequências fílmicas deste comercial, elaborado sob encomenda do Governo do Espírito Santo, as imagens como capazes de criar uma trajetória visual e sensitiva que estruturam e desenharam o modo como devemos olhar e experimentar o Espírito Santo. São leituras de um pensamento hegemônico que intermediam, dentro de uma série de ficções da realidade, práticas humanas que pouco se arriscam a sair do já estabelecido.



O espaço, nessa via, deixa de ser pensando como um processo aberto para enquadrar-se a uma demanda: a venda do lugar turístico do Espírito Santo. Lembramos dos escritos de Massey (2008) quando essa critica as construções espaciais coerentes a uma simultaneidade já completa e de conexões já postas, uma vez que:

Um espaço, então, que não é nem um recipiente para identidades sempre-já constituídas nem um holístico completamente fechado. É um espaço de resultados imprevisíveis e de ligações ausentes. *Para* que o futuro seja aberto, o espaço também deve sê-lo (MASSEY, 2008, p. 32).

Para moldar uma ficção ordenada e pouco inventiva do espaço, as imagens utilizam das suas estéticas – roteiros e edições – para montar uma política visual comprometida com narrativas cronometradas, nelas seus discursos fazem-se o mais verdadeiro possível. Parte de um espaço de “diversidade”, aos espectadores foram propostos passeios entre o mar e as montanhas dentro de um cenário natural e que quer se apresentar mais verdadeiro que a própria realidade.

Assim, entendemos que ao mostrar os lugares por suas lentes, as imagens acabam conferindo uma política visual que explica e “educa o olhar” (OLIVEIRA JR. 2009) por meio de uma narrativa e estética própria. Destas imagens, a geografia contemporânea entende como linguagens privilegiadas, haja vista seu comprometimento com as leituras e construções hegemônicas, como também pela sua capacidade de ressoar pensamentos outros sobre as imaginações espaciais.

3 OS EXERCÍCIOS IMAGÉTICOS E AS ESPACIALIDADES MÚLTIPLAS

Falamos de geografia contemporânea por essa se encontrar preocupada em sair das velhas estruturas que credibilizam um saber pouco promissor, de um espaço representacional e que, por vezes, está preso a dicotomias de conexões espaciais já completas. A ela, geografia contemporânea, abre-se outras possibilidades de ler o mundo e pensá-lo, uma vez que suas estruturas são passíveis de acolher as diferentes linguagens da atualidade como obras da cultura, isto é, grafias do pensamento que ampliam a possibilidade política de viver o espaço.

Nesse caminho, ao tempo em que a geografia olha para as imagens no intuito de diagnosticar e contextualizar sua relação com hegemônico há também leituras e escolhas visuais que descrevem outros movimentos de um espacial. Nesse sentido, a linguagem imagética apresenta-se como potências capazes de tensionar e questionar um pensamento, colocando-se a favor das espacialidades múltiplas e fluentes a “[...] revelar a existência de outras vozes.” (Massey, 2008, p. 71). São autores que se propuseram a desler e a fraturar uma linguagem, desmontando uma

imaginação espacial e uma estética que, por hora, estava submetida a um produto ficcional hegemônico.

A ideia, desses autores, não é expor uma simples mudança de direção ou construção de uma nova trajetória, mas lançar imaginações espaciais livres de estruturas e limitações do pensamento único, encontrando-se abertos para o compartilhamento e contaminação com outros meios de comunicação, vias políticas e culturais no modo como percebemos o mundo que nos cerca.

Nesse contexto, citamos os escritores Gilles Deleuze e Félix Guattari, em *Kafka – Para uma literatura Menor* (2003), que se dirigem a linguagem literária de Frank Kafka como aquela que partilha do “imediato-político”, cujas ramificações revelam outras histórias que ali se desenrolam, que não só as geridas pelas línguas maiores - pensamento hegemônico.

Em um dos primeiros instantes do livro, os escritores questionam como entrar na obra de Kafka. Trata-se de um rizoma, de uma toca. Apresentam múltiplas entradas e saídas. Deleuze e Guattari decidem entrar por qualquer extremidade, pois “nenhuma vale mais do que a outra”. Nenhuma é mais privilegiada, mesmo que seja “um beco sem saída, um sifão”.

Donde, entra-se por qualquer lado, nenhum vale mais do que outro, nenhuma entrada tem qualquer privilégio, mesmo se é quase um beco, uma ruela ou em curva e contracurva, etc. Poder-se-á apenas procurar com que pontos se liga aquele por onde se entrar, por cruzamentos e galerias se passa para ligar dois pontos, qual é o mapa do rizoma e como é que este, de repente, se modifica se se entrar por qualquer outro ponto (DELEUZE; GUATTARI, 2003, p. 19).

São ramificações dotadas de vários pontos que se ligam e se curvam, não faz sentido tentar encontrar uma entrada verdadeira, o princípio das entradas múltiplas dificulta as interpretações únicas, os rizomas estão muito mais a se propor a experimentação. O rizoma, vale lembrar, é um tipo especial de caule vegetal que cresce horizontalmente, carrega as raízes ao longo de todo seu comprimento, é parcialmente aéreo e parcialmente subterrâneo, e, por sua não linearidade, horizontalidade e ausência de capitalidade, foi nomeado por Deleuze e Guattari como escolha de seus modos de pensar.

Esta escolha foi aplicada na maneira como os autores leem a obra de Kafka, pelo movimento, horizontalidade, equivalência hierárquica entre as interpretações e pensamentos possíveis para a obra, cada um desses caminhos geram um percurso, um traçado, que pode engendrar linhas de fuga - presença virtual do devir. Desta forma, posicionam-se a transpor um limiar e a atingir um *continuum* de intensidades, em que seus fluxos são desterritorializados e suas formas se desfazem assim como as significações, os significantes e os significados.



Com isso, as literaturas menores, para nós, linguagens menores, estariam entre as potências do pensamento que não se propõe a sobreposições, uma vez que suas variações permitem a contaminação e ampliação, ela é algo que se apresenta com a função de rasurar, de desterritorializar o pensamento e de deslocar a narrativa maior da sua condição de habitual.

A desterritorialização ocorre por meio de uma descontinuidade simbólica-significativa. Uma busca de tensionar conteúdo e forma e, assim, refundar o seu lugar de pertencimento, não dissemos da construção do menor a partir do seu próprio eixo, “[...] uma literatura menor não pertence a uma língua menor.” (DELEUZE; GUATTARI, 2003, p. 38). A desterritorialização é a diferença, não é a diferença entre duas ou mais coisas, mas a diferença que uma coisa ostenta em relação a ela mesma. Esta diferença, portanto, é a diferença no mesmo, a partir do mesmo, não há uma bipolarização entre formas de conteúdo e suas respectivas formas de expressão, o que aparece é a fratura.

Com essas questões dizemos que as imagens e demais linguagens acolhidas por uma geografia contemporânea partem de escolhas cujas ramificações se fazem por suas potências desterritorializantes a um pensamento estabelecido, a elas suas expressões estéticas estão a favor da política da espacialidade, do sensível “ao aberto, múltiplo e relacional, não acabado e sempre ao devir” (MASSEY, 2008, p. 95). São linguagens não preocupadas a um representacional do mundo - que quer mostrar uma ficção da realidade fundada em validar uma impressão da realidade - mas uma imagem da experiência, cuja grafia e estética sejam os próprios agentes articuladores de um pensar político.

Interessada, em seus escritos, em estudar as imagens pela interface com as múltiplas ações criativas na arte e na tecnologia, deixando-a capaz de explorar os cenários abertos e complexos da contemporaneidade, Chistine Mello, na obra *Extremidades do Vídeo* (2008), vê a produção videográfica como um grande conjunto de operações artísticas, permitindo a este meio extrapolar suas interfaces como forma de construir elementos inusitados das narrativas coletivas. Lido pelos seus processos limítrofes de enunciação, “a noção de extremidades é utilizada como atitude de olhar para as bordas, observar as zonas-limite, as pontas extremas, descentralizadas do cerne da linguagem videográfica e interconectadas em variadas práticas.” (MELLO, 2008, p. 31).

Em um vídeo pensado pelas extremidades, as simbologias e exercícios metafóricos da linguagem fílmica recriam um cenário e provocam sensações para que o espectador consiga sair do espaço figurativo habitual no quis diz respeito às provocações, experiências e desterritorializações do pensamento. Nesse ponto, o espaço fílmico permite-se novos campos imagéticos de experimentações e contaminações da marca do sensível, imprimindo-se na partilha de “[...]”

diferentes estratégias criativas na direção de uma iconografia mais complexa e menos pura.” (MELLO, 2008, p. 37).

A autora segue a explicação esclarecendo que a ideia de extremidades é uma analogia a medicina oriental, como a acupuntura, a reflexologia e o *do-in*. Isso porque essa medicina descobriu a capacidade que os campos cutâneos extremos do corpo possuem de, ao serem estimulados, fazer interconexões entre todos os elementos de um mesmo organismo. Tão logo, assim como o corpo e sua noção sistêmica de organismo, o estado da arte do vídeo é analisado a partir dos seus circuitos “cutâneos”, isto é, suas marcas móveis capazes de fazer conexões e interligar de forma simultânea, diferenciados elementos, linguagens e processos de significação.

Dessa maneira podemos dizer que a linguagem videográfica já nos confere, segundo a sua própria natureza, a possibilidade da mistura, das combinações e dos gestos poéticos e políticos. Ela é um meio audiovisual essencialmente heterogêneo e híbrido entre a pintura, poesia, cinema, computador, arte performática e arquitetura. O vídeo na extremidade partilha de diferentes estratégias criativas na direção de uma iconografia mais complexa e menos pura. Como disse a autora:

Como processos nas extremidades, são breves cintilações, ou marcas de passagem, [...] que esgarçam as fronteiras anteriormente alcançadas o vídeo. [...] Ao não permitir apagar os desígnios simbólicos de um corpo de experiências, ao contrário, ao ressignificá-lo, as marcas sensíveis das extremidades do vídeo apontam caminhos de complexidade, imprimem deslocamentos criativos e um novo perfil de ações artísticas reunidas em torno do pensamento contemporâneo (MELLO, 2008, p. 39).

Impuro e de identidades múltiplas, as linguagens imagéticas podem dissolver outros objetos e desencadear consequências não experimentadas anteriormente. Por ser capaz de ir além dos seus próprios códigos e convenções, a produção audiovisual permite uma linguagem desterritorializante; com ela podemos fugir do epicentro, descentralizar nossos olhares a respeito de uma imaginação espacial.

Assim, a partir das provocações intelectuais de Deleuze (2003) e Mello (2008), também somos creditados a instigar experimentações visuais e sensitivas que possam ampliar as leituras e as conexões entre espaço fílmico e realidade. Contribuindo assim “[...] para um processo de liberação do espaço de sua velha cadeia de significado e associá-lo a uma cadeia diferente, na qual pudesse ter, particularmente, maior potencial político.” (MASSEY, 2008, p. 89).

Por fim, distante daquilo que se quer uma linguagem hegemônica e representacional do mundo, o que colocamos como exercícios imagéticos a favor das espacialidades múltiplas são



aqueles em que seus discursos espaciais perpassam por “distintas trajetórias que coexistem” (MASSEY, 2008, p. 27). Neles suas fronteiras espaciais e fílmicas foram desgastadas e tensionadas politicamente em posicionamentos de câmeras, ângulos, cortes, cores e sons para explorar outros sentidos e deixar o espectador diante da coexistência de experiências múltiplas.

Suas sequências permitem, assim, a variação do pensamento, deslocando os sentidos para ideias distintas das previstas, em um exercício onde as imagens já não são aceitas enquanto uma verdade que quer se tornar pronta e roteirizada aos sentidos. Isso por estarem, como colocadas por Deleuze e Guattari (2003), envolvidas ao devir das desterritorializações e as assimetrias. Entre suas sequências podemos provocar um pensamento menor permissivo a contaminação e ampliação, potente a desestabilizar o conteúdo e a forma fílmica.

4 PARA ALÉM DO CARTÃO POSTAL

Uma das nossas preocupações com esse artigo é colocar as imagens, que temos disponíveis na atualidade, não mais como simples representações para nossas pesquisas, mas sim como a própria linguagem para estudarmos uma imaginação espacial. Deste modo, as estéticas e edições imagéticas são vistas como discursos, políticas-visuais, que contribuem e apresentam possibilidades criativas ou modeladoras para se viver e entender o espaço geográfico.

Nesse saber, no primeiro movimento desse estudo utilizamos um modelo de análise do discurso, entre os roteiros e sequências do espaço fílmico da Campanha “Descubra o Espírito Santo”, para entendermos como a linguagem imagética toma o espectador para apresentar uma dada ficção da realidade. Com esse método analítico, colocamos a geografia das imagens como leitora capaz de contextualizar e problematizar um pensamento hegemônico que mais se fez pela construção de um “cartão postal”, uma imagem a ser consumida.

Dotadas de efeitos de verdade, as imagens traçadas por esse roteiro edificam em nossos olhos e memórias uma narrativa que, mesmo propondo experiências únicas e inesquecíveis, mas se garantem por produções imagéticas comprometidas com as similitudes e com rotas de passeios já estabelecidas e implicadas com os automatismos.

A nós da geografia contemporânea também interessa questionar o traço estabelecido, já não mais nos sentimos acomodados com as verdades prontas, com as meras construções que nos conduzem as experiências roteirizadas de um saber geográfico. É por isso que nos sentimos à vontade para nos aproximarmos de outros saberes como a arte, cinema e literatura. Não se trata da busca pelo novo, do alternativo, mas da mistura com linguagens que nos deixem passíveis de viver

e entender o espaço não como um produto, mas como possibilidades ao devir e sem traços definidos de um viver espacial, um espaço pelas multiplicidades.

Ao aproximarmos a geografia dessas outras linguagens estamos levantando proposições, exercícios a variação do pensamento tais como os privilegiados versos do poeta pantaneiro Manoel de Barros. Citamos a poesia de Barros por este tomar o enquadre naturalizado e levá-los a um processo de variação contínua, uma vez que em seus versos as palavras são colocadas para fora dos seus lugares tradicionais e do pensamento costumeiro. Vamos ao Idioleto Manoelês?

*A expressão reta não sonha
Não use o traço acostumado [...]
O olho vê, a lembrança revê e a imaginação transvê
É preciso transver o mundo.
Isto seja:
Deus deu a forma. Os artistas desformam.
É preciso desformar o mundo:
Tirar das naturezas as naturalidades.
Fazer cavalo verde, por exemplo.
Fazer noiva camponesa voar - como em Chagall.*

Manoel de Barros, (Livro sobre Nada, 1997).

Na poesia de Barros, a linguagem não se anuncia através de clichês antropocêntricos, ela “transvê” o mundo e abre brechas para olharmos para distintas direções. E isso implica em dizer que sua poesia se posiciona a buscar palavras em espaços deixados pelo chão, onde estão as naturalidades esquecidas pelo olhar enrijecido e de traçado horizontal. É também assim, a poesia desgarrada pelo vento, solta a contaminar-se com outras naturezas e desconstruir a sua própria língua.

Transver o verbo, desta maneira, é experimentar relações inesperadas entre as palavras, libertando-as dos seus limites. Logo, concordamos com o poeta em abriremos as possibilidades de mirarmos os lugares - não somente os turísticos - para além dos seus cartões postais, liberando-os para experiências com outras naturezas, conduzindo versos [geografias] que nos inspirem outras maneiras de mirar o mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Manoel. **Livro sobre Nada**. Rio de Janeiro: Record, 1996

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. **Kafka**: para uma literatura menor. Trad.: Rafael Godinho. Lisboa: Assírio e Alvim, 2003.

DESCUBRA o Espírito Santo. **Secretaria de Turismo do Estado do Espírito Santo**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oz5nNmQWk9Q>. Acesso em: 03/06/2014.

ESPÍRITO SANTO, Governo do Estado. **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo**. Secretaria Estadual do Turismo: Vitória, 2010.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2011

MASSEY, Doreen. **Pelo Espaço**: uma nova política da espacialidade. Trad. Hilda Pareto Maciel e Rogério Haesbaert. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MELLO, Christine. **Extremidades do vídeo**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

OLIVEIRA JR., Wenceslao Machado. Grafar o espaço, educar os olhos. Rumo a geografias menores. **PRO-POSIÇÕES**, Campinas, v. 20, n. 3 (60), p. 17-28, set./dez. 2009.

PELLEJERO, Eduardo. **A postulação da realidade**. Trad. Susana Guerra. Lisboa: Vendaval, 2009.

RANCIÈRE, Jacques. **A Partilha do Sensível**. São Paulo: Editora 34, 2009.

XAVIER, Ismail. **O Discurso Cinematográfico**. A Opacidade e a Transparência. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

Recebido em 09 de Outubro de 2015

Aprovado em 19 de janeiro de 2016

