

A magia de Bosch

Pertenças sociais e formas de percepção e representação da arte

ABÍLIO OLIVEIRA (*)
GABRIELA ARAÚJO (**)

1. INTRODUÇÃO

«Las relaciones entre las emociones y productos culturales como la literatura, la musica, el drama y el arte son muy significativas. Lo que se denomina comúnmente como arte depende de su impacto emocional: de hecho, es difícil concebir los fenómenos artísticos sin su influencia en las emociones (...) Por supuesto, es casi innecesario decir que ya que se trata de un área de estudio muy difícil y ya que aparentemente está algo distante de la ciencia, ha sido dejada de lado»

Strongman (1987) citado por Páez e Adrián
(1993, p. 11)

Hoje em dia, o homem comum não tem por hábito maior alimentar a sua vida interior na literatura, na poesia, na filosofia, na pintura, ..., na

(*) Licenciado em Engenharia Informática. Mestre em Psicologia Social. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

(**) Licenciada em Comunicação Social (ISCSP). Jornalista.

arte. A arte mais procurada é outra: «aquela» que é mais rápida e facilmente consumível, aprazível e que não incomoda nem perturba sobremaneira o «equilíbrio psicológico» do ser humano ocupado, cansado e *stressado*.

Somos constantemente assaltados, chocados, empurrados e conduzidos para e pelo que nos é exterior. E parecemos não nos importar com isso. Talvez somente finjamos não nos importarmos, ou nos «falte o tempo» para pensar nisso. Os nossos sentidos baralham-se, quando não nos confundimos a nós próprios ou ao que julgamos ser; perdemos o norte e eles quase nos suplicam que assumamos um novo rumo, nos brevíssimos momentos em que nos dispomos a escutá-los. Contudo, os sons, as imagens, as múltiplas sensações que de todo o lado nos ocorrem, cercam-nos e perseguem-nos, reclamando a nossa atenção, «exigindo» a nossa energia e absorvendo o tempo que aqui usufruímos.

«Esta é a Civilização da Imagem» (Huyghe, 1986, p. 10), autoritária, abusiva, agressiva, que principalmente a publicidade e os meios de comunicação social nos procuram impôr, tentando criar-nos novas necessidades e novos hábitos, actualizando um Homem ávido de informação e promovendo uma «sociedade de plástico», rara-

mente reciclável. Só que esta mesma obsessão – e tantas vezes escravidão – pela imagem, promove igualmente o triunfo actual da arte – ou daquilo a que alguns «peritos e artistas» designam hoje por arte. A arte, tal como os *media* e os meios publicitários, utiliza a imagem como meio fundamental de expressão, mas não o faz da mesma forma que estes.

A arte «age como um contraveneno providencial, pois nela a imagem é, ao mesmo tempo, o sinal e o fermento – liberdade. O sinal, porque exprime o poder do artista de criar uma visão nova, (...) o fermento também, porque age sobre o espectador ao inverso da publicidade, da televisão, do cinema, (...). Na arte, a imagem é choque que desperta a consciência de cada um, e lhe exige uma atenção intensa para ser penetrada, apreciada e julgada. O seu conteúdo só é partilhado pelo espectador, quando este consegue elevar a sensibilidade a um nível indispensável de exaltação de si próprio» (Huyghe, *op. cit.*, p. 11). É este conceito de arte – e em particular de imagem – que aqui utilizamos: a imagem como um meio capaz de despertar a sensibilidade interior, de iluminar e expandir a consciência do indivíduo, funcionando como um liame seguro entre aquilo que lhe é imanente e o que o transcende, no sentido deste conseguir não só entender uma realidade que inicialmente lhe é exterior, como também de olhar para si próprio, entendendo as suas motivações e ideias íntimas, e os seus sentimentos mais puros e sinceros. A imagem como um elemento imprescindível na educação, no modo de expressão e no desenvolvimento emocional e mental do indivíduo, com o intuito de estimular o seu progressivo equilíbrio e harmonia, a sua busca pela beleza, a conquista da alegria e o seu crescimento interior, como Homem integral.

O poder da imagem é imenso. Realizámos um estudo em que, de um modo simples mas rigoroso, pudéssemos compreender o modo como uma imagem pode ser representada, através de pensamentos, sentimentos ou símbolos. Escolhemos uma imagem de um quadro de Hieronymus Bosch¹ que representa *A Ascensão para o Paraíso*

¹ Artista que nasceu na Holanda, em 'sHertogenbosch, uma das quatro maiores cidades do ducado de Brabante, no final do séc. XV (cerca de 1450 a 1516). Pensa-se que teve uma intensa vida cultural e religiosa (Bosing, 1991).

*so Celestial*², pois esta pareceu-nos poder tocar a orla da vida e da morte, das ideias esquecidas ou ignoradas e fazer despertar as crenças, as convicções e as emoções mais profundas. Nela resplandece todo um imaginário simbólico, religioso ou esotérico, onde após o *términus* da vida terrena, as almas salvas, ajudadas por anjos, desfazem-se dos últimos restos mortais, renascem num plano diferente e elevam-se, quase sem o apoio dos seus guias celestiais, seguindo por um corredor (ou túnel) onde uma intensa luz emerge da escuridão e as alumia no seu percurso ascensional.

Este tema é socialmente pertinente, porque reflectir sobre a imagem e consequentemente sobre a morte (ou no que poderá estar para além dela), implica olhar e questionar muitas das nossas ideologias, crenças, valores ou atitudes e em nós próprios, no nosso comportamento, no nosso modo de pensar, sentir e agir, isoladamente ou em grupo, numa sociedade que atravessa uma grave crise da morte e da vida (*e.g.*, Ariès, 1989; Kübler-Ross, 1991; Morin, 1988; Oliveira, 1995, 1999).

Pretendemos neste trabalho alcançar dois grandes objectivos:

- Apreender as principais dimensões de significação (ou universos semânticos) que estruturam as representações da imagem considerada, numa população de estudantes universitários, de ambos os sexos, do primeiro ano dos cursos de gestão de recursos humanos (GRH), história moderna e contemporânea (HMC) e psicologia social e organizacional (PSO) – considerando que as representações são estruturadas a partir das associações de ideias-pensamentos e emoções-sentimentos, relativamente à imagem observada.
- Analisar em que medida essas estruturas de significação diferenciam os grupos sociais considerados.

Enquadramos este estudo no modelo das representações sociais – originalmente desenvolvido na psicologia social por Moscovici (1961) – porque engloba as representações que são cons-

² Consultar, *p.e.*, W. Bosing (1991, p. 40).

truídas e partilhadas pelos grupos sociais, modelando os respectivos comportamentos e dando-lhes um verdadeiro sentido. O que permite analisar a forma como os conhecimentos práticos, socialmente elaborados e partilhados, contribuem para a construção de uma realidade comum a um dado grupo social (Jodelet, 1989), na relação que ele ocupa no espaço social.

Neste trabalho, sublinhamos os processos de ancoragem e de objectivação, no modo como se inter-relacionam, constituindo-se como geradores e modificadores das representações sociais. A ancoragem é internamente dirigida e procura objectos que reconhece ou identifica com um protótipo, dando-lhe um nome, enquanto que a objectivação é externamente dirigida e deriva conceitos e/ou imagens da memória, combinando-os no exterior, criando algo novo, passível de ser observado com o auxílio do que já foi visto.

2. PLANO DE INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

O «que nos proporciona uma obra de arte senão (...) uma terceira realidade (...) na qual reconhecemos, indissolavelmente ligados e confundidos, não só aquilo que apreendemos do mundo exterior e das suas aparências, mas também o que sentimos e experimentamos nos nervos, no coração e no espírito?»

René Huyghe (1986, p. 16)

Este estudo exploratório tem por principal objectivo determinar as dimensões centrais suscitadas pela imagem de uma pintura de Hieronymus Bosch – aqui considerada como conceito –, entre diferentes grupos universitários (GRH, HMC e PSO) e nos dois sexos (homens e mulheres). E justifica-se por não serem ainda conhecidos em Portugal estudos psicossociológicos sobre esta temática e porque são necessários conhecimentos fundamentados das principais dimensões simbólicas, estruturantes e diferenciadoras, na representação de uma imagem (como forma de arte).

Para se apreender o universo semântico de cada um dos grupos sociais considerados – e verificar o modo como pensam, sentem e represen-

tam simbolicamente esta imagem e o que ela induz –, recorreremos à técnica da associação livre de palavras, como método de recolha de dados. Utilizámos a AFC³ (Análise Factorial de Correspondências) para tratar estes dados e interpretar os universos semânticos obtidos – enquanto indicadores de dimensões de significação.

Em seguida apresentamos as hipóteses, o método, o modo de tratamento e interpretação dos dados, os resultados obtidos e a sua discussão. Por último, sistematizamos as conclusões gerais.

3. HIPÓTESES

Naturalmente, compreendemos que as representações encontradas sejam partilhadas de forma diferente e com intensidade variável pelos diferentes grupos, modelando os comportamentos que se lhes referem e aos quais dão sentido (Moscovici, 1961). São representações sociais porque, entre outras razões, emergem num contexto social específico, são baseadas em quadros de apreensão que fornecem valores, ideologias e sistemas de categorização social partilhados pelos diferentes grupos sociais e porque reflectem as relações sociais, contribuindo ainda para a sua produção (Vala, 1986).

Do que já afirmámos, decorrem duas hipóteses⁴ gerais:

Hip. (1) - Espera-se que o efeito do curso nas dimensões centrais da representação da imagem se manifeste do seguinte modo: os indivíduos que estudam o Homem como ser psicossocial, tenderão a salientar

³ Sobre esta técnica de análise de dados (e a análise factorial em geral), proporemos um outro artigo para ser publicado num próximo número de *Análise Psicológica*.

⁴ Recorde-se que num estudo exploratório (e não confirmatório) não se devem estabelecer hipóteses num sentido específico, mas apenas em termos gerais, como operacionalização de um conceito. Os resultados obtidos permitir-nos-ão reavaliar e reformular estas hipóteses, com o intuito de serem testadas em estudos posteriores.

a dimensão afectivo-emocional, relativamente aos restantes.

Hip. (2) - Espera-se que o efeito do sexo nas dimensões centrais da representação da imagem se manifeste do seguinte modo: as mulheres tenderão a salientar a dimensão afectivo-emocional, relativamente aos homens.

A psicologia social «lida com o comportamento dos indivíduos dentro dos grupos e dos grupos entre si» (Chaplin, 1981, p. 470). Uma vez que um dos nossos grupos de sujeitos é constituído por estudantes de psicologia social e tendo em conta que o papel do psicólogo social é o de realçar «os conceitos que provêm do comportamento do indivíduo» (*op. cit., idem*), é natural serem estes os sujeitos que mais salientam, entre outras dimensões de significação, os sentimentos do indivíduo.

Tendo por base a divisão social do trabalho – ainda hoje bastante presente – e o papel que a sociedade atribui historicamente às mulheres, é natural a elaboração da nossa segunda hipótese. Algumas pesquisas empíricas indicam também uma maior tendência na mulher do que no homem para expressar uma maior emotividade, nomeadamente perante a morte (*e.g.*, Dattel & Neimeyer, 1990; Oliveira, 1995, 1999; Pollak, 1979).

4. MÉTODO

4.1. Sujeitos

Participaram neste estudo 98 sujeitos de ambos os sexos, estudantes universitários do 1.º ano dos cursos superiores de Gestão de Recursos Humanos, História Moderna e Contemporânea e Psicologia Social e Organizacional, todos eles do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. No Quadro 1, apresentamos a sua distribuição por duas formas de caracterização: sexo e curso.

Embora se deduza deste quadro que as mulheres (N=68, correspondendo a 69.4% da população total) são em número muito superior aos homens (N=30), estas populações caracterizam-se por representações da imagem diferenciadas.

QUADRO 1
Distribuição dos efectivos por sexo e curso

	Mulheres	Homens	Totais/curso
Curso			
Gestão	28	9	37
História	14	10	24
Psicologia	26	11	37
Totais/Sexo	68	30	98

4.2. Variáveis

Assim, justifica-se considerar o sexo e o curso como variáveis independentes. As variáveis dependentes são as dimensões centrais ou de significação encontradas para o conceito de imagem.

4.3. Procedimento

Os dados foram recolhidos nas salas de aula, colectivamente, tendo cada sujeito respondido por escrito, num protocolo individual, enquanto podia observar a imagem projectada numa tela. Inicialmente não se referiram os verdadeiros objectivos do estudo – de modo a não afectar a espontaneidade das respostas – mas apenas no final do preenchimento do questionário. Cada indivíduo expressou as ideias-pensamentos e as emoções-sentimentos que a imagem lhe suscitou, através de palavras ou pequenas frases, num máximo de 10, para cada um dos dois estímulos apresentados. O emprego da associação livre de palavras facilita a apreensão dos campos semânticos (ou dimensões de significação) e das suas propriedades estruturais e significantes.

4.4. Tratamento dos dados

Em primeiro lugar, reduziram-se todas as palavras associadas a cada um dos estímulos, não se procedendo a qualquer categorização das palavras encontradas e colocando-se os adjectivos e os substantivos no masculino e no singular e os verbos no infinitivo. Este tratamento baseou-se exclusivamente no critério de raiz etimológica, uma vez que, qualquer redução em termos de significados exigiria o recurso a juízes (*e.g.*,

Amâncio & Carapineiro, 1993). Portanto man-
tiveram-se palavras que poderão significar o
mesmo, assim como alguns verbos cuja forma
substantivada que lhe devia corresponder não es-
tava incluída nos dados recolhidos. Para iden-
tificar os universos semânticos associados à
imagem, efectuaram-se Análises Factoriais de
Correspondências Simples (AFC), para cada um
dos estímulos, sobre as palavras ou produções
em texto livre (as variáveis qualitativas) e para
cada estímulo cruzado com as variáveis indepen-
dentes consideradas – através da aplicação esta-
tística SPAD-T (CISIA, 1989).

5. RESULTADOS

«A Arte é a apreensão e a expressão do Belo»

Franco Morais (1990)

Relativamente aos resultados obtidos para ca-
da um dos estímulos, numa primeira análise, fo-
ram retidas as palavras que tinham uma frequên-
cia superior a 7 ocorrências, no caso do primeiro
estímulo – *Esta imagem faz-me pensar em...* – e
as que tinham pelo menos 5 ocorrências, no se-
gundo estímulo – *Esta imagem faz-me sentir...* –.
Estas frequências mínimas são relativamente
baixas, mas tal pode justificar-se por este ser um
estudo exploratório e por termos um número re-
duzido de sujeitos, face ao que seria o mais dese-
jável (cerca de 120). A ligeira diferença entre o
número de ocorrências consideradas nas duas si-
tuações, justifica-se por o número de palavras re-
tidas (com frequência superior a 7), ser um pou-
co inferior no segundo caso, dificultando a inter-
pretação dos eixos de inércia, quer em termos do
seu significado, quer do seu sentido ou qualidade
– donde ter-se optado por uma frequência míni-
ma mais baixa no segundo estímulo. Só numa
segunda fase do tratamento dos dados se
procedeu à inclusão das modalidades (ou níveis)
das variáveis independentes nos universos se-
mânticos obtidos, bem como ao cruzamento des-
tas entre si e com as palavras.

5.1. Pensamentos sobre a imagem

Como resposta à associação livre de palavras
ao estímulo *Esta imagem faz-me pensar em...*,
foram produzidas 775 palavras, 36.5% das quais
são diferentes. Foram retidas 350 palavras (re-
presentando 45.2% do total inicial), sendo 20 di-
ferentes, conforme se observa no Quadro 2.

QUADRO 2
Palavras retidas, por ordem de frequência

Palavra	Frequência
luz	36
anjos	33
céu	30
vida alémorte	27
religião	24
morte	23
inferno	21
paraíso	17
deus	16
túnel	15
purgatório	14
salvação	13
esperança	12
passagem	12
paz	12
juízo final	10
liberdade	10
bem	9
escuridão	8
caminho	8

As palavras mais frequentemente mencio-
nadas (luz, anjos, céu, vida-além-da-morte) su-
gerem-nos que a imagem é percebida como
uma transição da vida para além da morte – que
conduz ao céu⁵ – e na qual os indivíduos são
acompanhados por anjos. A luz, símbolo univer-
sal daquilo que é sagrado, divino, aparece como
um elemento positivo, constante, tranquilizador

⁵ «Domicílio dos mortos que foram salvos» (Bie-
derman, 1994, p. 87).

e quiçá apaziguador. A face invisível do transcendente emerge aqui de uma forma clara e nalguma medida, o nosso universo ou imaginário ideológico e religioso – numa sociedade marcadamente católica – revela também os seus contornos. A salvação do ser e a sua ascensão para um outro plano existencial, parecem estar implícitas.

Com o objectivo de averiguar possíveis diferenças entre os dicionários das sub-amostras consideradas, foi verificada a homogeneidade dos dicionários (*e.g.*, Amâncio, 1989; Oliveira, 1995; Vala, 1984) – Quadro 3. Todos os índices calculados são bastante baixos e pouco diferem entre os diferentes grupos. Contudo, os sujeitos de gestão e de psicologia (e as mulheres) revelam uma maior homogeneidade do seu dicionário, do que os de história (e os homens). Os valores do número médio de palavras retidas por sujeito, também não variam muito entre os grupos, notando-se que quanto maior é a homogeneidade de um grupo, mais elevada é a média de palavras retidas por esse grupo. Entre os valores mais elevados, os sujeitos de gestão ultrapassaram as mulheres.

A partir da AFC das palavras retidas, seleccionaram-se os três primeiros factores – representados graficamente nas Figuras 1 e 2 – responsáveis pela explicação de cerca de 30% da variância total. Estes factores interpretam-se

com base na análise das contribuições absolutas⁶ e relativas⁷ – Quadro 4 – de cada uma das palavras seleccionadas, relativamente a cada um dos factores. Só a seguir será correcto observar a sua representação gráfica.

O primeiro factor parece representar os pensamentos sobre a transição do indivíduo após a morte. Opõem-se palavras como túnel e escuridão, a passagem e liberdade. O que traduz, por um lado, um trajecto percebido com receio e apreensão e por outro, a esperança de uma passagem libertadora para a eternidade.

O segundo eixo factorial reflecte a expectativa perante a morte, observada como um meio para alcançar a paz. Opõem-se uma convicção apazi-

⁶ Contribuição absoluta – nível de participação de cada variável (palavra) na construção ou definição de um eixo ou factor – normalmente explicado pelas variáveis que têm valores mais elevados de contribuição absoluta; deve fixar-se um índice ou valor mínimo (100/total de variáveis), acima do qual se considera que uma variável ou modalidade contribui consideravelmente para o sentido do factor (Oliveira, 1995; Oliveira & Amâncio, 1999).

⁷ A contribuição relativa (ou *cosinus carré*) mostra a quantidade de variância do ponto que é explicada pelo factor, isto é, mede a contribuição do eixo factorial para a explicação da variável (*e.g.*, Lorenzi-Cioldi, 1983). Pode indicar um sentido para o factor.

QUADRO 3
Associação de palavras ao estímulo Esta imagem faz-me pensar em...

Grupo	Número de associações	Número de ocorrências	Índice ¹ de homogeneidade	Número de sujeitos	Média palavras
Gestão	20	307	.07	37	8.3
História	18	177	.10	24	7.4
Psicologia	20	291	.07	37	7.9
Mulheres	20	540	.04	68	7.9
Homens	20	235	.08	30	7.8

¹ Quociente entre o número de palavras distintas (ou associações) produzidas pelo grupo e o número total de palavras produzidas; este índice varia entre 0 (zero) e 1 (um); 0 indica o máximo de concentração das respostas do grupo, o que significa a utilização de um mesmo universo semântico, ou norma de associação (*e.g.*, Vala, 1984; Amâncio, 1989). Valores elevados deste índice sugerem que os indivíduos de um grupo não utilizam um dicionário comum, ou seja, formulam respostas distintas, o que pode significar a não partilha de uma mesma representação sobre um objecto.

QUADRO 4
Coordenadas, Contribuições Absolutas e Contribuições Relativas
Esta imagem faz-me pensar em...

	Coordenadas			Contribuições Absolutas			Contribuições Relativas		
	F1	F2	F3	F1	F2	F3	F1	F2	F3
anjos	.14	.37	.40	.4	3.6	4.5	.01	.06	.07
bem	.67	-1.37	.42	2.8	13.1	1.3	.05	.22	.02
caminho	.01	-1.11	-1.16	.0	7.7	9.1	.00	.14	.15
céu	-.36	.00	.41	2.7	.0	4.2	.08	.00	.10
deus	-.65	.29	-.38	4.6	1.1	2.0	.11	.02	.04
escuridão	-.96	.47	.31	5.1	1.4	.6	.12	.03	.01
esperança	1.15	1.96	-.50	11.1	35.8	2.5	.15	.42	.03
inferno	-.37	-.12	.98	2.0	.2	17.1	.04	.00	.30
juízo final	-.81	-.64	.43	4.5	3.2	1.6	.07	.04	.02
liberdade	1.30	.06	1.02	11.7	.0	8.8	.20	.00	.12
luz	-.27	.02	-.63	1.8	.0	12.0	.04	.00	.23
morte	-.54	.15	.43	4.6	.4	3.6	.10	.01	.07
paraíso	-.30	-.76	.03	1.1	7.5	.0	.02	.13	.00
passagem	1.48	-.88	-.64	18.3	7.2	4.1	.31	.11	.06
paz	.84	.66	.60	5.9	4.1	3.6	.12	.08	.06
purgatório	.64	-.46	-.05	4.0	2.3	.0	.09	.05	.00
religião	.59	-.54	.13	5.7	5.5	.3	.10	.08	.00
salvação	.61	.57	-.48	3.4	3.3	2.5	.06	.06	.04
túnel	-.74	.55	-1.32	5.7	3.5	22.0	.10	.06	.33
vida alémorte	-.50	.01	-.06	4.6	.0	.1	.10	.00	.00
valores próprios	.41	.37	.34						
% de inércia	9.75	8.68	8.03				% acumulada = 26.46		

guadora – a morte como uma boa via de acesso ao paraíso – a uma ténue esperança de conquistar a paz, o que é evidenciado pelas palavras bem, caminho, paraíso, passagem ou até religião, *versus* esperança (associada a paz).

O terceiro factor opõe dois destinos possíveis para além da morte – luminoso ou infernal. O primeiro é caracterizado pelas palavras túnel, luz e caminho; e o segundo por inferno e liberdade – onde esta última palavra poderá relacionar-se com a vivência do indivíduo antes da morte.

A análise⁸ do vocabulário dos estudantes de

cada um dos sexos, revelou-nos que as percepções dos homens e das mulheres acerca da imagem diferem, pois o universo semântico dos primeiros caracteriza-se por palavras como salvação, vida alémorte e juízo final, enquanto que o das mulheres é definido por esperança, deus, escuridão e caminho. Os homens partilham pensamentos mais concretos em relação à imagem (e à morte), parecendo assumir-se como observadores, face a algo que lhes é exterior e que lhes parece controlável – no sentido da sua salvação. As mulheres expressam um maior envolvimento emocional e uma participação activa, na crença no divino e na evidência de esperança em encontrar o seu caminho através da escuridão; pode-

⁸ Para simplificação do artigo, suprimimos aqui os principais elementos necessários (tabela de contribuições) para a interpretação dos factores – resultantes de AFCs em que as palavras associadas ao estímulo *Esta imagem faz-me pensar...* são cruzadas com as variáveis sexo e curso – explicativos dos universos semânticos dos respectivos grupos (sexuais e académicos).

Apresentamos somente a sua interpretação – tal como procedemos também em relação ao estímulo *Esta imagem faz-me sentir...*

FIGURA 1
 AFC das Palavras Associadas a Esta imagem faz-me pensar em...
 (eixos 1 e 2)

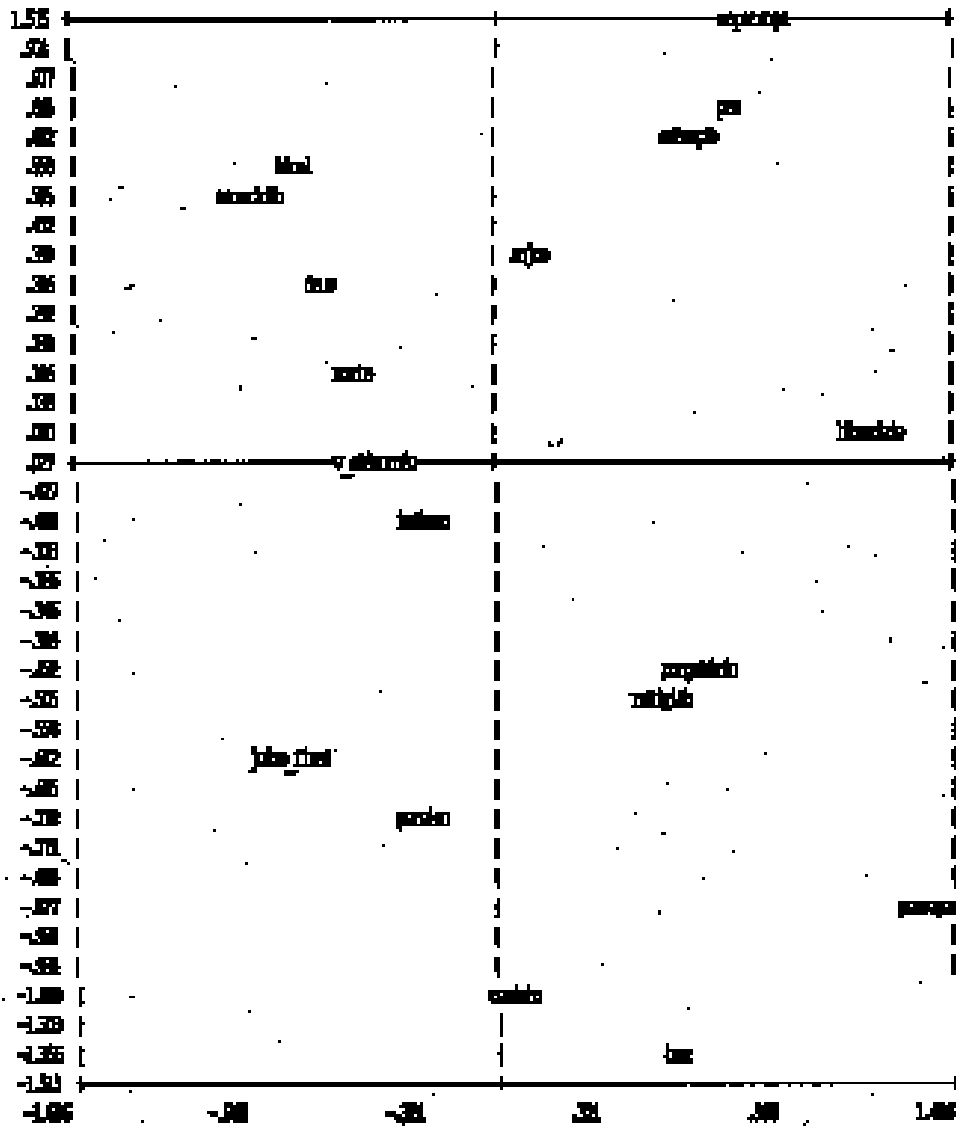
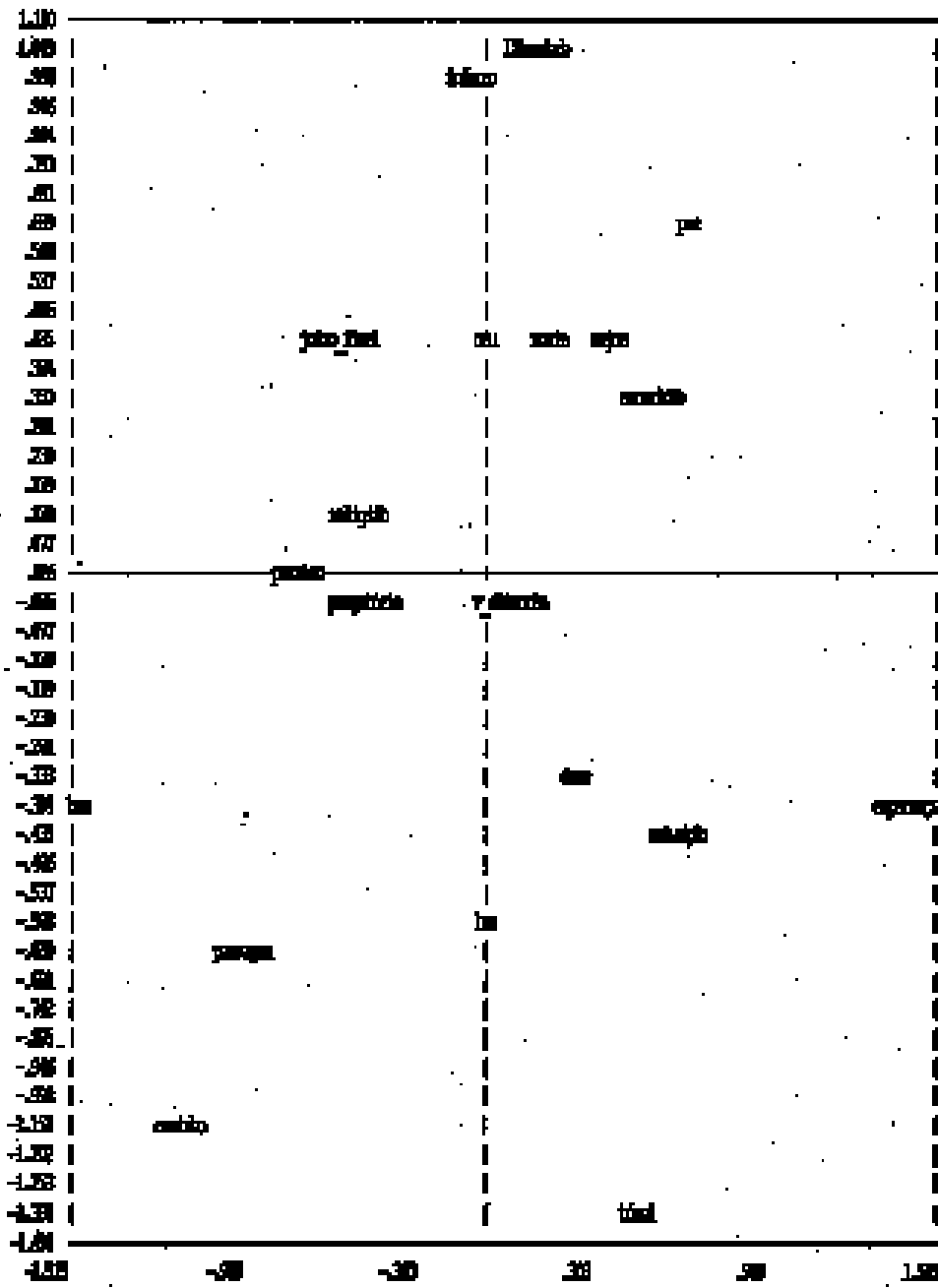


FIGURA 2
 AFC das Palavras Associadas a Esta imagem faz-me pensar em...
 (eixos 2 e 3)



mos admitir que elas, mais do que os homens, vivenciam interiormente a imagem.

Os estudantes de psicologia opõem-se aos dos outros cursos (principalmente aos de história) no primeiro eixo, através de um dicionário composto por túnel, deus, vida-além-morte, que se contrapõe a um universo semântico constituído pelas palavras religião, passagem e esperança. Este eixo, focalizado na transição após a morte, representa para os estudantes de psicologia um envolvimento emocional, manifestável no encontro com deus e em consequência do indivíduo consigo próprio. Para os outros, a religião parece garantir-lhes a esperança necessária para melhor encarar o caminho a atravessar. O segundo eixo, mostra-nos as representações dos estudantes de história – com um dicionário constituído por luz, passagem, túnel, caminho e religião –, contrapostas às dos futuros gestores – que inclui as palavras paz, liberdade e purgatório. Os primeiros, conforme já referimos, acreditam que o indivíduo alcança o seu destino; mas os segundos parecem admitir alguma dificuldade na transição, embora observem com tranquilidade um inevitável destino libertador. Neste eixo, os estudantes de psicologia não têm representação, o que poderá confirmar que são estes os que assumem um maior envolvimento afectivo-emocional, face à imagem observada.

A realização de uma AFC, tendo como base uma tabela de contingência resultante do cruzamento das palavras com as duas variáveis independentes, confirmou os resultados anteriormente obtidos para cada uma das variáveis e verificou o efeito de interacção entre ambas. A interpretação desta AFC permite-nos ainda verificar que existe uma semelhança entre o dicionário dos homens e o dos futuros historiadores, assim como entre as representações das mulheres e as dos indivíduos de psicologia.

Sendo as mulheres maioritárias em todos os cursos, é apenas no vocabulário do grupo de psicologia (e de certo modo também no de gestão) que encontramos algumas «dimensões tipicamente femininas» (e.g., Amâncio, 1989). Daqui se depreende que não basta haver mais mulheres para que os dicionários se feminizem – é necessário que isso aconteça num determinado contexto: ser mulher e estudante de psicologia.

5.2. Sentimentos sobre a imagem

Como resposta à associação livre de palavras ao estímulo *Esta imagem faz-me sentir...*, foram produzidas 466 palavras, 52.1% das quais são diferentes. Foram retidas 153 palavras (32.8% das palavras iniciais), sendo 16 diferentes, conforme se ilustra no Quadro 5.

QUADRO 5
Palavras retidas, por ordem de frequência

Palavra	Frequência
curiosidade	21
esperança	17
medo	16
calmo	11
pensativo	10
confuso	10
paz	10
dúvida	8
bem	8
angústia	7
tristeza	7
liberdade	7
felicidade	6
interrogativo	5
ignorante	5
leve	5

Exceptuando as palavras curiosidade, pensativo, dúvida e interrogativo que revelam uma atitude que pode considerar-se neutra perante a imagem, todas as outras denunciam sentimentos de bem-estar (emoções positivas) ou de mal-estar (emoções negativas). As palavras mais significativas (curiosidade, esperança e medo) deixam-nos entender que os sujeitos reagem com receio perante algo que lhes é estranho, mas com a esperança de que essa imagem traduza algo de realmente bom.

Para verificar as relações entre os dicionários das sub-amostras consideradas, analisou-se a homogeneidade dos dicionários. Tal como em relação ao estímulo anterior, todos os índices calculados possuem valores baixos que pouco variam entre os grupos. Também aqui, os estu-

QUADRO 6
*Coordenadas, Contribuições Absolutas e Contribuições Relativas
 Esta imagem faz-me sentir...*

	Coordenadas			Contribuições Absolutas			Contribuições Relativas		
	F1	F2	F3	F1	F2	F3	F1	F2	F3
Angústia	-.96	-.88	-.45	5.7	5.0	1.5	.08	.07	.02
bem	-.08	.61	-.17	.0	2.8	.2	.00	.05	.00
calmo	.23	.87	-.74	.5	7.7	6.3	.01	.19	.14
Confuso	-.44	-.70	-.14	1.7	4.6	.2	.04	.10	.00
Curiosidade	.89	-.45	-.33	14.9	4.0	2.3	.27	.07	.04
Dúvida	.54	-.71	-.16	2.1	3.8	.2	.05	.08	.00
Esperança	-.53	.37	.36	4.2	2.2	2.3	.08	.07	.01
Felicidade	-.74	.73	.22	2.9	3.0	.3	.08	.07	.01
Ignorante	2.28	-.62	2.85	23.1	1.8	42.1	.28	.02	.44
Interrogativo	1.68	-.48	-1.72	12.6	1.1	15.4	.19	.02	.20
leve	-.25	2.23	-.76	.3	23.2	3.0	.00	.33	.04
Liberdade	-.63	1.36	.43	2.5	12.0	1.3	.05	.21	.02
medo	-.48	-.65	-.14	3.3	6.4	.3	.07	.12	.01
paz	-.18	.46	1.40	.3	2.0	20.4	.00	.03	.27
Pensativo	.97	.27	-.63	8.4	.7	4.1	.20	.01	.08
Tristeza	-1.68	-1.75	.02	17.5	19.8	.0	.22	.24	.00
valores próprios	.74	.70	.63						
% de inércia	11.07	10.56	9.45				% acumulada = 31.08		

dantes de gestão e de psicologia (e as mulheres) revelam uma maior homogeneidade no seu dicionário, do que os de história (e os homens). De modo semelhante, o número médio de palavras retidas por sujeito também varia de forma pouco significativa entre os diferentes grupos.

Da AFC do vocabulário associado ao estímulo *Esta imagem faz-me sentir...* foram retidos os três primeiros eixos de inércia que são responsáveis pela explicação de cerca de 31% da variância total. Os elementos fundamentais para a interpretação destes eixos foram sintetizados no Quadro 6 e representados graficamente nas Figuras 3 e 4.

O primeiro factor parece traduzir o posicionamento dos sujeitos face às sensações que a imagem lhes suscita e talvez o modo como estes se sentem perante a morte – impotentes, curiosos e pensativos, face a algo que é desconhecido. Este factor opõe uma dimensão cognitiva (em que os indivíduos se posicionam, essencialmente, como observadores exteriores de algo com o qual não se envolvem) associada à ignorância, à curiosi-

dade e à interrogação, a uma dimensão reveladora de um forte envolvimento emocional, evidenciada pela tristeza.

O segundo factor remete-nos para duas reacções ou atitudes distintas face à imagem, possivelmente em função da falta de saber e conhecimentos que se tem da morte e do que se lhe poderá seguir. Verifica-se assim uma oposição entre dois tipos de envolvimento afectivo-emocional: o primeiro revela uma atitude despreocupada, descansada, através de palavras como leve, liberdade⁹ e calmo e o segundo transmite-nos a tristeza¹⁰ perante a morte e o receio que ela suscita.

O terceiro factor não evidencia quaisquer sentimentos de mal-estar. Poderá caracterizar-se pelas emoções percebidas (ou interpretadas)

⁹ A morte como uma libertação (da vida material terrena)?

¹⁰ A morte olhada como um fim?

FIGURA 3
 AFC das Palavras Associadas a Esta imagem faz-me sentir...
 (eixos 1 e 2)

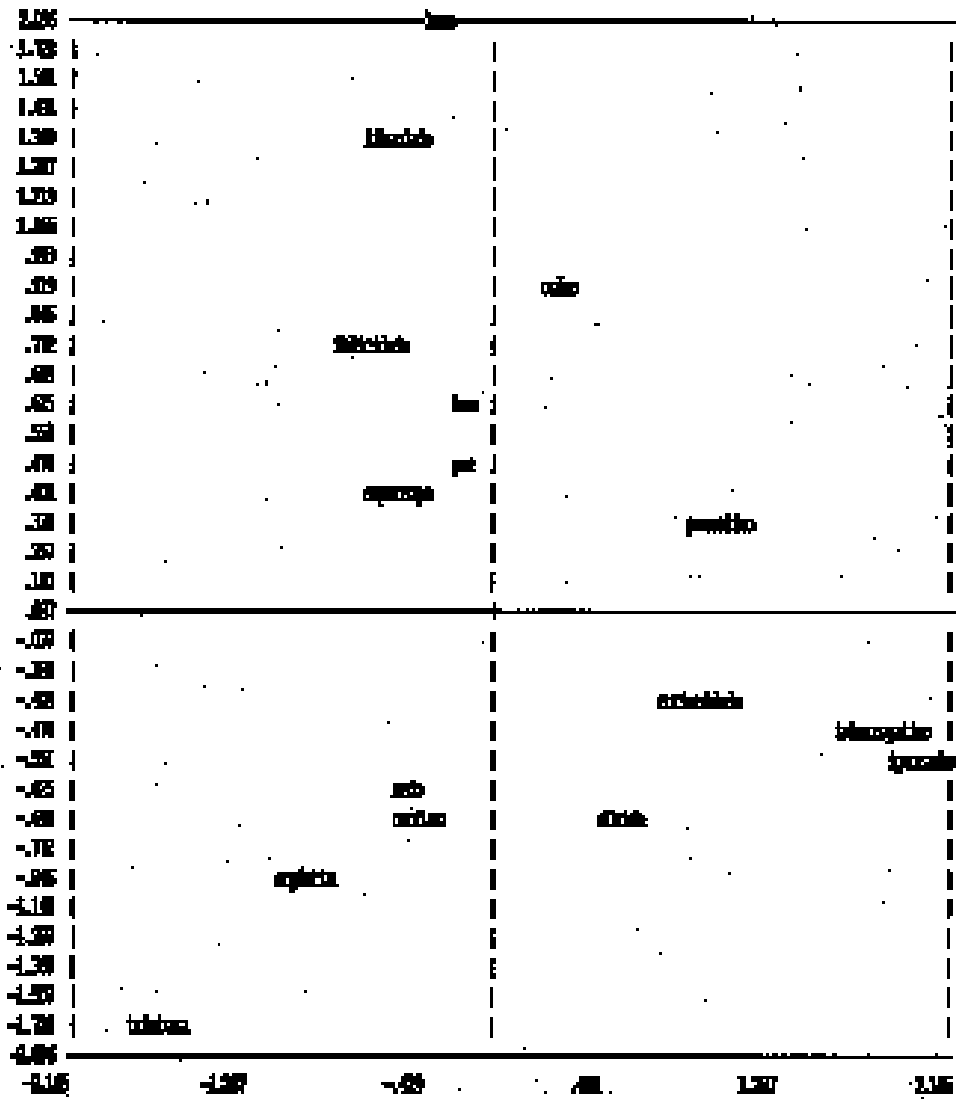
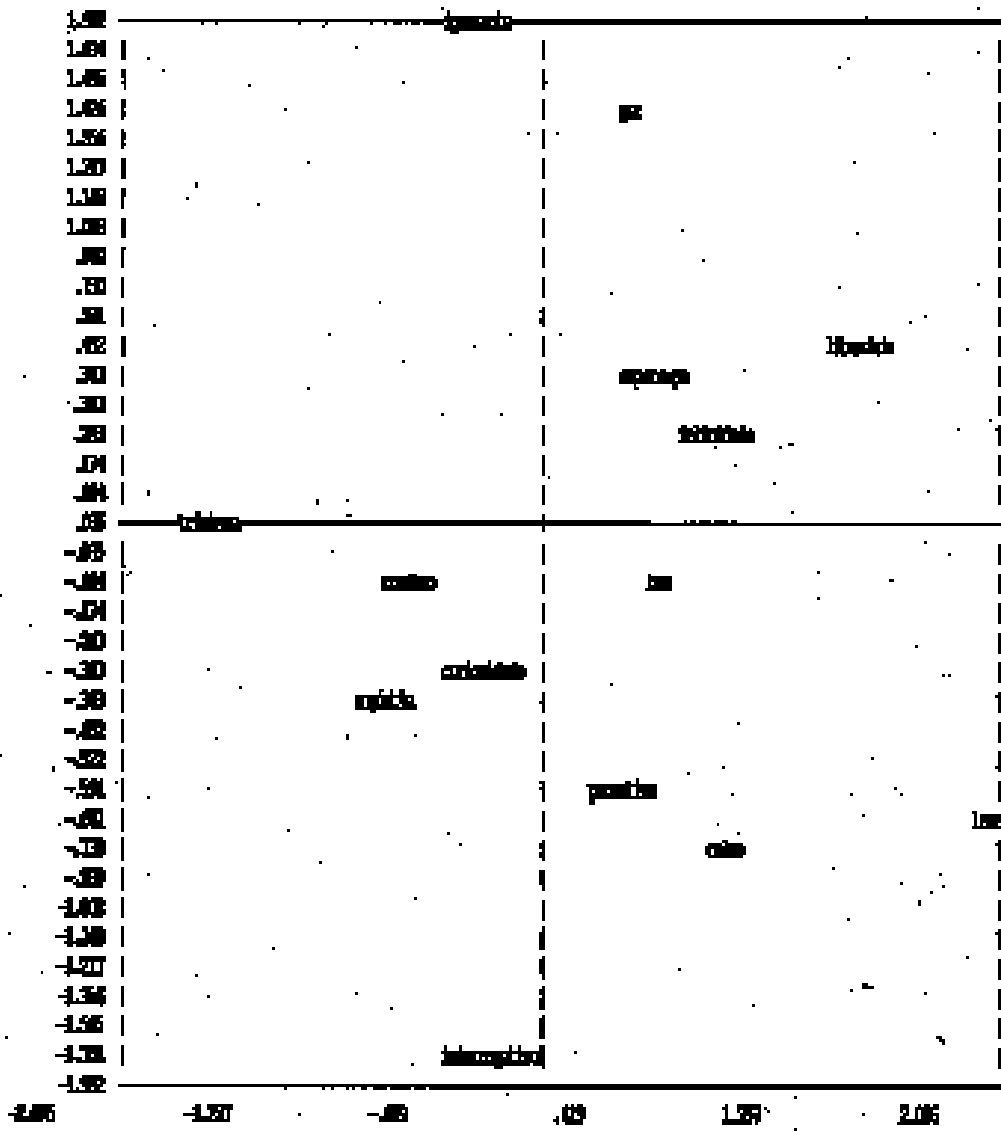


FIGURA 4
 AFC das Palavras Associadas a Esta imagem faz-me sentir...
 (eixos 2 e 3)



num plano mental abstracto. Por um lado, os sujeitos parecem reconhecer e aceitar pacificamente o seu desconhecimento – o que é expresso nas palavras ignorante e paz – e por outro, interrogam-se acerca do simbolismo da imagem e do que a mesma lhes faz sentir – mostram-se interrogativos e calmos.

Homens e mulheres sentem a imagem e o que esta lhes traduz de modo diferente. Os homens assumem uma atitude observadora e pensativa e o seu universo semântico revela interrogação e curiosidade. Ao invés, as mulheres exibem uma intensa percepção no plano afectivo-emocional e o seu dicionário é fortemente caracterizado pelo medo.

O primeiro eixo opõe, quase exclusivamente, os estudantes de gestão aos de história e caracteriza-se pelos pensamentos ou sentimentos de ambos face ao que a imagem lhes sugere. De um lado, podemos considerar os futuros gestores que se mostram tristes¹¹ mas simultaneamente tranquilos, despreocupados consigo próprios – associando as palavras tristeza, calmo e bem; do outro, encontram-se os estudantes de história que, embora reconheçam a sua ignorância sobre o tema, parecem esperar que, com eles, a transição possa correr bem – o seu dicionário é composto por: ignorante, esperança e curiosidade. No segundo eixo de inércia, os futuros psicólogos opõem-se aos outros – aqui o grupo de gestão encontra-se fracamente representado. Este eixo é muito caracterizado pela expectativa face à transição do indivíduo após a morte – que se subentende da imagem – e opõe duas formas de sentir: os estudantes de história sentem-se esperançados numa boa transição (referindo especialmente, as palavras esperança e calmo), enquanto os estudantes de psicologia revelam uma atitude introspectiva, sugerida por palavras como interrogativo, leve, dúvida e pensativo.

Existe uma proximidade entre as representações dos indivíduos de gestão (e de psicologia) e as mulheres, bem como entre os estudantes de história e os homens.

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

«Interpretamos o mundo erradamente e dizemos que ele nos engana»

Tagore – Pássaros errantes, LXXV

No decurso deste trabalho observámos algumas consistências e determinadas particularidades que queremos salientar.

Em primeiro lugar, notamos que todos os universos semânticos por nós compilados para os diferentes grupos, nas duas situações-estímulo, revelam índices de homogeneidade bastante baixos. O que significa que os indivíduos que compõem cada um dos grupos sexuais e grupos universitários, parecem recorrer a um dicionário comum, *i.e.*, utilizam expressões e palavras semelhantes – o que revela a partilha de muitos conteúdos representacionais. Nas duas situações estudadas, são as mulheres que partilham representações mais homogêneas. Pelo contrário, são os homens que apresentam sempre índices de homogeneidade mais elevados. Pelo que, tendo em conta as características da imagem observada, o género feminino está ligado a uma representação da morte e da vida para além da morte que é menos individual ou pessoal (e talvez mais social), comparativamente com a do género masculino. Quanto aos grupos universitários, os índices de homogeneidade calculados em cada uma das situações, têm valores semelhantes, sendo ainda de acrescentar que todos, excepto os do grupo de história, se situam acima dos valores obtidos para as mulheres e abaixo (com excepção para o grupo de história¹²) dos revelados para os homens.

O número médio de palavras retidas por sujeito também não variou muito entre os grupos, notando-se a tendência de que, quanto maior é a homogeneidade de um grupo, mais elevada é a média de palavras retida para esse grupo. Entre os três cursos, os estudantes de psicologia e os de gestão superam as mulheres e re-

¹¹ Com a morte?

¹² O menos homogêneo entre os três.

QUADRO 7
Classificação das palavras incluídas no questionário

A Ideias ou Pensamentos	B Emoções ou sentimentos	A + B ¹
anjos	angústia	bem
caminho	calmo(a)	esperança
céu	confuso(a)	liberdade
deus	curiosidade	paz
escuridão	dúvida	
inferno	felicidade	
juízo final	ignorante	
luz	interrogativo(a)	
morte	leve	
paraíso	medo	
passagem	pensativo(a)	
purgatório	tristeza	
religião		
salvação		
túnel		
vida alémorte		

¹ Palavras que apareceram em mais do que uma dimensão representacional (ao contrário das palavras consensuais)

velam-se como os mais criativos, uma vez que apresentam um vocabulário mais diversificado.

Os resultados que interpretamos, levam-nos a confirmar as nossas expectativas de que tanto o curso como o sexo, constituem variáveis que podem influir fortemente na percepção de uma imagem. Permitem-nos distinguir diferentes dimensões de significação que estruturam as associações de pensamentos, sentimentos e símbolos a esta imagem (e à morte). Devemos sublinhar que existe uma forte semelhança entre as representações dos estudantes de história e as dos homens, bem como entre as dos sujeitos de psicologia e as das mulheres.

É também fundamental referir que os sujeitos tiveram maior dificuldade em responder ao segundo estímulo – *Esta imagem faz-me sentir*¹³... –, do que ao primeiro – *Esta imagem faz-me*

*pensar em*¹⁴.... O que, em boa medida, revela a dificuldade que existe em expressar ou manifestar emoções e sentimentos, mesmo tratando-se de um questionário apresentado como anónimo e confidencial.

Construímos uma tabela – Quadro 7 – que inclui os grupos de palavras consideradas consensualmente como:

- ideias ou pensamentos associados à imagem (16 palavras);
- emoções ou sentimentos (12);
- e ainda palavras que são comuns aos universos das dimensões cognitiva e afectivo-emocional (4).

Note-se que consideramos como palavras consensuais (A e B) todas aquelas que, tendo em conta os universos semânticos anteriormente obtidos, foram associadas unicamente a um dos estímulos (*Esta imagem faz-me pensar em...*, ou *Esta imagem faz-me sentir...*); ou seja, para além do seu simbolismo, foram consideradas unicamente como ideias-pensamentos ou emoções-sentimentos, independentemente dos grupos de pertença dos sujeitos. Por conseguinte, nenhuma

¹³ Onde a média (geral) de palavras respondidas foi 5.

¹⁴ Onde a média (geral) de palavras respondidas foi 7,9.

destas palavras apareceu em mais do que uma dimensão representacional, em simultâneo. As palavras não consensuais estão referenciadas como (A+B).

7. ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NAS DUAS SITUAÇÕES-ESTÍMULO

Relativamente aos resultados obtidos para o estímulo *Esta imagem faz-me pensar em...*, as palavras mais frequentemente mencionadas (luz, anjos, céu e vida para além da morte) remetem-nos para o fim da vida física, e para o que acontecerá após a morte. Parecem reflectir dimensões do transcendente ou do divino, do religioso e do sagrado, apelando ao nosso imaginário ideológico e imagético-simbólico, onde as crenças, legadas por uma religião católica dominante, se assumem como importantes elementos das representações estudadas.

Os três factores retidos na AFC relativa às palavras associadas a este estímulo, representam diferentes dimensões associadas ao que sucederá após a morte: o primeiro remete-nos para os pensamentos inerentes à transição do indivíduo (e opõe pensamentos de receio ou apreensivos, a pensamentos de esperança); o segundo parece traduzir diferentes expectativas perante o que advirá da morte (e opõe os pensamentos dos que vêm nela uma via de acesso ao paraíso celeste, aos que simplesmente esperam que nela se encontre a paz); o terceiro parece representar o des-

tino do indivíduo após a morte, (opondo a visão de um destino celestial, a um outro infernal).

Ao nos concentrarmos nos resultados específicos de cada grupo, constatamos que os homens representam a imagem de um modo bastante concreto e adoptam um posicionamento basicamente observador, ao contrário das mulheres que se mostram mais directamente participativas e emocionalmente envolvidas. Poderá admitir-se que os homens consideram que, independentemente do que quer que suceda antes ou após a morte, o indivíduo salva-se sempre. Enquanto que as mulheres recorrem às suas crenças religiosas para manterem a esperança na salvação do indivíduo.

Relativamente aos grupos universitários, os estudantes de história são os que mais revelam uma atitude observadora e distanciada, bem como uma dimensão religiosa, perante a imagem. O que talvez se relacione com o facto de vivermos sob uma forte influência da Igreja católica apostólica romana, nas últimas centenas de anos, e tal constituir motivo de estudo para estes sujeitos. Os estudantes de psicologia mostram um envolvimento emocional ao pensarem num encontro com o imanente, isto é, consigo próprios (pelo juízo final, no seu íntimo) e com o transcendente, com deus. Os sujeitos de gestão olham pacificamente a imagem e nela encontram motivo para entender a morte como uma via de acesso à eternidade.

Quanto aos resultados obtidos para o estímulo *Esta imagem faz-me sentir...*, encontramos pala-

QUADRO 8
Classificação das palavras retidas em Esta imagem faz-me sentir...

Emoções ¹ positivas	Emoções ² negativas	Emoções neutras
esperança	medo	curiosidade
calmo(a)	confuso(a) angústia	pensativo(a)
paz	tristeza	dúvida
bem	ignorante	interrogativo(a)
liberdade		
felicidade		
leve		

¹ Ou sentimentos de bem-estar.

² Ou sentimentos de mal-estar.

vas que podem traduzir emoções ou sentimentos de mal-estar, de bem-estar, ou simplesmente sentimentos neutros e pensamentos de interrogação. As palavras encontradas foram representadas no Quadro 8. Os sujeitos mostram-se curiosos e receosos perante uma imagem que lhes traduz algo de estranho (e não familiar), mas ao mesmo tempo, esperam que seja algo de positivo e de bom.

Os três eixos de inércia resultantes da AFC realizada com as palavras retidas para este estímulo, representam diferentes modos de perceber a imagem e de a interpretar emocionalmente, perante o que ela transmite: o primeiro salienta a oposição entre duas maneiras de reagir face à ideia da morte, opondo sentimentos que revelam um posicionamento de observador exterior, a sentimentos que revelam um forte envolvimento emocional – onde o sujeito se revê como um espectador que sente intimamente a mensagem apreendida; o segundo poderá distinguir diferentes atitudes perante o desconhecido – uma tranquila, despreocupada e outra, preocupada, triste e apreensiva; o terceiro salienta duas formas de representar abstractamente a imagem – uma revelando uma atitude de incompreensão e de paz, a outra transmitindo-nos uma atitude de interrogação.

No que se refere aos resultados específicos de cada grupo, as mulheres observam a imagem de uma forma mais pessoal e interiorizada do que os homens – elas mostram um mal-estar que parece advir do medo do desconhecido ou do facto de não compreenderem o sentido e o significado da morte, enquanto que os homens permanecem observadores, interrogativos e curiosos. As mulheres parecem tomar consciência de que a imagem possa traduzir a sua própria morte, nela se revendo e sentindo medo pelo que isso eventualmente signifique.

Quanto aos grupos universitários, parece confirmar-se que são os estudantes de história que mais se distanciam da imagem, observando-a mais pelo seu lado exterior e não tanto pela interiorização pessoal que ela pode induzir, posicionando-se de um modo mais mental relativamente a esta. Por outro lado, são os futuros psicólogos que se mostram mais interrogativos, pensativos e duvidosos, como se a imagem lhes suscitasse pensar acerca de si próprios e do Homem, do que ele é e de qual o seu destino. Os futuros gestores

revelam a sua tristeza, mas simultaneamente alguma calma; como se acreditassem que, qualquer que seja a dificuldade por que o indivíduo passe após a morte, «controla o processo», é salvo e pode chegar bem ao seu destino.

8. CONCLUSÕES

«Na história da espécie humana, da consciência, é a Arte que nos desperta»

Susan Sontag (1982), citada por *Figueira* (1987)

Da análise que aqui fizemos, podemos concluir que, de acordo com a nossa primeira hipótese, o curso constitui um critério classificatório, mas também diferenciador entre três concepções da imagem, tornando-se claro que as dimensões de significação características dos estudantes de história se opõem às dos estudantes de psicologia e de gestão. Verifica-se que os estudantes de psicologia, e em menor grau os de gestão, revelam um maior envolvimento afectivo-emocional no modo como representam a imagem do que os futuros historiadores. Daqui podemos deduzir que são os indivíduos que estudam o Homem como um ser psicossocial, que tendem a salientar mais a sua dimensão afectivo-emocional – o que os diferencia dos restantes.

Verifica-se também que a variável sexo influi na estruturação das dimensões de significação que estruturam as associações de pensamentos, sentimentos e símbolos relativamente à imagem observada. Comparativamente, as mulheres tendem a salientar, mais do que os homens, a dimensão afectivo-emocional – o que permite confirmar a nossa segunda hipótese geral. Embora as mulheres sejam maioritárias (70% da população total) em todos os cursos, é principalmente no curso de psicologia que encontramos dimensões que correspondem a um estereótipo mais tipicamente feminino; donde pensarmos que não basta haverem mais mulheres para que os dicionários se feminizem, sendo necessário que isso aconteça num contexto bem determinado: ser mulher e ser estudante de psicologia. Parece ser

mais importante o género feminino e não propriamente o sexo.

Em qualquer das situações-estímulo, existe uma proximidade ou semelhança entre as representações das mulheres e as dos estudantes de psicologia, bem como entre as representações dos homens e as dos indivíduos de história.

Como nesta investigação só participaram estudantes do primeiro ano, não nos é possível confirmar nem invalidar qualquer explicação baseada na socialização pela instituição universitária de pertença. Não podemos também inferir se existe ou não uma real correspondência entre as representações que encontramos entre os três cursos e as que encontraríamos no exterior da universidade.

Este estudo exploratório permite-nos deduzir que as representações sociais da imagem observada (e em certa medida da morte ou ainda, da vida após a morte) ancoram em modalidades do saber, da religião, da ideologia, da cultura e até do sagrado. Estas representações constituem uma forma de conhecimento prático, socialmente elaborado e partilhado, com base no qual é construída uma realidade comum a cada um dos grupos considerados (Jodelet, 1989). Aos processos de objectivação, segundo os quais as percepções da imagem são transformadas em símbolos ou noções abstractas, associam-se diferentes imagens concretas, como *p.e.* o inferno, o caminho, a passagem ou o túnel.

Portanto, as diferentes dimensões de significação (ou universos semânticos) que encontramos e que estruturam as associações de ideias-pensamentos e emoções-sentimentos relativamente à imagem observada, em função de diferentes cursos e das identidades de género, permitem-nos diferenciar os grupos sociais considerados, nas dimensões encontradas.

Embora muitas questões fiquem por responder e apesar das limitações deste estudo, pensamos que nos permitiu reflectir um pouco acerca de nós próprios, do poder da imagem, da morte, do que existe para além da morte e da vida. Porque a real «imagem da vida, em que se dominam as necessidades e se cumpre um destino, é-nos proposta pela obra de arte conseguida e glorificada [como esta de Bosch]. Por mais obscura que seja a sua percepção, aquele que a olha e a penetra extrai dela a lição e a confiança que procura. (...) É esta a concepção que a psicologia

impõe da arte e do seu papel actual e eterno (...) é sadio reconhecer na arte um factor humano, adquirido e inelutável desde as origens da nossa espécie e estreitamente ligado ao seu destino» (Huyghe, 1986, p. 18).

Seria interessante realizar novos trabalhos de investigação nesta área, que apresenta um vasto campo ainda por explorar e compreender.

A observação, a interiorização e a reflexão a partir (da imagem) de uma obra de arte, pode levar-nos, não só a compreendê-la, a senti-la e a tocá-la, nos seus aspectos exteriores, mas igualmente a partilharmos secretamente os desígnios do seu autor e o que ele com a mesma pretendeu representar. Talvez possamos descobrir um pouco mais de nós mesmos, como se nos olhassemos num espelho que magicamente nos reflecte alguns aspectos do nosso íntimo – de uma realidade que mantinhamos criteriosa ou misteriosamente cativa. Assim refinaremos a nossa percepção, ampliaremos um pouco mais a nossa consciência e daremos um pequeno passo no nosso caminho evolutivo. Progressivamente, aprenderemos a escutar e a desenvolver a nossa sensibilidade interior.

REFERÊNCIAS

- Amâncio, L. (1989). *Factores psicossociológicos da discriminação da mulher no trabalho*. Tese de Doutoramento, Lisboa, ISCTE.
- Amâncio, L., & Carapineiro, G. (1993). Dimensões do poder e do saber, uma abordagem exploratória. In M. E. Gonçalves (Org.), *Comunidade científica e poder*. Lisboa: Edições 70.
- Ariès, P. (1989). *História da morte no Ocidente*. Lisboa: Teorema.
- Biederman, H. (1994). *Dicionário ilustrado dos símbolos*. São Paulo: Melhoramentos.
- Bosing, W. (1991). Bosch. Lisboa: Benedikt Taschen Verlag GmbH.
- Chaplin, J. P. (1981). *Dicionário de psicologia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- CISIA (1989). *SPAD.T – Systeme portable pour l'analyse de données textuelles*. Sèvres: CISIA Ed.
- Costa, N. F. (1987). A morte na apropriação da imagem. *Psicologia*, 2, 157-161.
- Dattel, A., & Neimeyer, R. (1990). Sex differences in death anxiety: testing the emotional expressiveness hypothesis. *Death Studies*, 14, 1-11.
- Figueira, M. (1987). Vida e morte na criação artística. *Psicologia*, 2, 151-156.

- Huyghe, R. (1986). *O poder da imagem*. Lisboa: Edições 70.
- Jodelet, D. (1989). Les représentations sociales: un domaine en expansion. In D. Jodelet (Org.), *Les représentations sociales*. Paris: PUF.
- Kastenbaum, R., & Aisenberg R. (1983). *Psicologia da morte*. São Paulo: Livraria Pioneira Brasileira.
- Kübler-Ross, E. (1991). *Sobre a morte e o morrer*. São Paulo: Liv. Martins Fontes.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1983). L'analyse factorielle des correspondances dans les sciences sociales. *Revue Suisse Sociologie*, 2, 565-390.
- Morais, F. (1990). *A essência da Arte*. Lisboa: Centro Lusitano de Unificação Cultural.
- Morin, E. (1988). *O homem e a morte*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales. In D. Jodelet (Org.), *Les représentations sociales*. Paris: PUF.
- Oliveira, A. (1995). *Percepção da morte: A realidade interdita*. Tese de Mestrado, Lisboa, ISCTE.
- Oliveira, A. (1999). *O desafio da morte – Convite a uma viagem interior*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Oliveira, A., & Amâncio, L. (1998). A influência do contexto na percepção e nas representações sociais da morte. *Psicologia*, 12 (2).
- Oliveira, A., & Amâncio, L. (1998). Pertencas sociais e formas de percepção e representação da morte. *Psicologia*, 12 (1), 115-137.
- Páez, D., & Adrián, J. (1993). *Arte, lenguaje y emoción*. Madrid: Fundamentos.
- Pollak, J. (1979). Correlates of death anxiety: A review of empirical studies. *Omega*, 10, 97-121.
- Rohden, H. (1966). *Filosofia da Arte*. São Paulo: Livraria Freitas Bastos.
- Vala, J. (1981). Grupos sociais e representação social da violência. *Psicologia*, 2 (4), 329-342.
- Vala, J. (1986). Sobre as representações sociais - para uma epistemologia do senso comum. *Cadernos de Ciências Sociais*, 4, 5-30.

RESUMO

Hoje em dia, o ser humano comum não dá grande atenção à literatura, poesia, filosofia, pintura, ..., ou arte. Procura preferencialmente o que é rápida e facilmente consumível e que não o incomoda, cansa ou perturba demasiado. Neste artigo pretende-se investigar e compreender a forma como a imagem de uma pintura de Bosch (que retrata a morte e o além-morte) é percebida e representada. Apresenta-se um estudo exploratório cujos principais objectivos consistem em: apreender as dimensões de significação que estruturam os pensamentos, sentimentos e símbolos, relativamente à imagem, numa população formada por estudantes de gestão, história e psicologia social, de ambos os sexos; e analisar em que medida essas estruturas significantes diferenciam os grupos sociais considerados. Este estudo enquadra-se teoricamente no modelo das representações sociais, tal como foi inicialmente proposto por Moscovici (1961).

Palavras-chave: Representações sociais, arte, morte, além-morte.

ABSTRACT

Nowadays, a common human being doesn't give much attention to literature, poetry, philosophy, painting, ..., art. He usually prefers what is quickly and easily consumed, and what doesn't bother, irritate or perturbate him too much. In this article, we intend to analyse and understand the way how the image from a Bosch's painting (depicting death and the other side of death) is perceived and represented. Here we present an exploratory study with the aim to: apprehend the significance dimensions which structure the image thoughts, sentiments and symbols, in a population formed by management, history and social psychology students, men and women; and analyse how these significance structures differentiate the considered social groups. This study is theoretically framed on the social representations model, as it was first proposed by Moscovici (1961).

Key words: Social representations, art, death, after-life.