

A REPRESENTAÇÃO DA PAISAGEM

CONTRIBUTOS PARA A SEMIÓTICA DO ESPAÇO GEOGRÁFICO

Maria Júlia Ferreira

Introdução

A procura dos significados, dos signos que se escondem por detrás dos sinais que enchem o nosso quotidiano, não constitui um campo científico com muito relevo dentro da geografia portuguesa, apesar de existirem importantes trabalhos fora do nosso país; no entanto, a necessidade de ir além da descrição dos factos geográficos e da sua representação "ingénua" faz entrar nesse domínio. As disciplinas que aparecem mais ligadas à problemática da semiótica são a arquitectura, a antropologia, a sociologia, as ciências da comunicação, a linguística e a psicologia.

Os sistemas de significação afectam os de representação e a ambiguidade dos conceitos apresenta-se como uma limitação que é preciso ter em conta. O debate e o aprofundamento da temática têm o máximo interesse para a geografia teórica, colocando-se as seguintes questões que orientam a reflexão a fazer: O pragmatismo das sociedades modernas e, portanto, a prática científica actual, reduz a importância da procura incessante das significações, da pesquisa sistemática? Estas preocupações teóricas são compatíveis com o empirismo que tem caracterizado a geografia? Quais são as implicações e os impactos desta abordagem na disciplina geográfica? A apropriação da paisagem pelos sistemas sociais e económicos, nomeadamente como código publicitário, tem efeitos na prática geográfica?

O Conceito de Representação

Se os sistemas de significação afectam as formas de representação da paisagem, objectos da disciplina geográfica, justifica-se a reflexão sobre os valores e as ideologias que se manifestam através dos sinais naquela inscritos.

1. A representação do espaço geográfico: o objecto e o sujeito – observador

Representar o espaço geográfico é construir uma imagem: o indivíduo, no seu contacto com o meio, interioriza elementos da paisagem que ficam retidos na memória sob a forma de uma imagem residual; esta depende do filtro psicológico da transmissão (onde também actua o comprimento de onda) e de características pessoais (a psicologia individual e o papel do inconsciente) e sociais (destaca-se a aprendizagem cultural e social); essa imagem residual é a base para a textualização do espaço geográfico¹. Assim, a representação é uma espécie de espelho, uma janela sobre o mundo, uma construção, que reporta o passado para o presente; quem a faz reflecte nela elementos pessoais de percepção, cognição e comportamento; ela incorpora, tal como nos seus primórdios, "os preconceitos, os valores, as preferências, as parcialidades, a vivência, a curiosidade, a imaginação, a atenção, a inteligência e a formação do seu autor"².

Estes elementos subjectivos, associados às imagens provenientes dos *mass media* e à própria emotividade do sujeito-observador (retém o que gosta ou detesta mas não o que lhe é indiferente), entram como filtros na selecção da informação, pois: *"É o humor de quem olha que dá à cidade de Zembrude a sua forma. Se passarmos por ela a assobiar, de nariz no ar atrás do assobio, conhecê-la-emos de baixo para cima: sacadas, tendas a ondular, repuxos. Se caminharmos através dela com o queixo contra o peito, com as unhas espetadas nas palmas das mãos, os nossos olhares prender-se-ão ao chão, aos regos de água, aos esgotos, às tripas do peixe, ao papel velho. Não se pode dizer que um aspecto da cidade seja mais verdadeiro do que o outro"*³.

¹ A hierarquização subjectiva das necessidades (feita, por exemplo, na pirâmide de Maslow) afecta as formas da representação do espaço envolvente e a importância relativa daquelas traduz níveis de desenvolvimento psicológico diferenciados, justificando a utilização do desenho como instrumento de avaliação, sobretudo nas crianças (A. BAILLY, 1986: 102-103 e R. LEDRUT, 1973).

² D. WOOD (1992:23).

³ I. CALVINO (1990: 68).

Entender o espaço geográfico é, assim, compreender o jogo dos signos a partir do sujeito que faz a representação (etnocentrismo que leva à valorização daquilo a que se dá mais importância). O espaço habitado nunca é totalmente dominado pela vista e, por isso, a sua representação é uma abstracção que não se confunde com ele, mesmo quando, na linguagem corrente, perante um mapa, se diga: "é Portugal" ou "é o mundo", como se assim o fora realmente.

Representar o espaço geográfico é, portanto, elaborar uma imagem (em que a paisagem geográfica, enquanto porção de espaço abrangida pela visão, operacionaliza o objecto da representação directa) mas também é um conjunto de procedimentos e técnicas que permitem figurar o espaço terrestre; o resultado desse processo, traduzido num suporte físico ou informático; um artefacto visual para ser lido e interpretado por um público geralmente letrado e a análise da validade do conteúdo representado.

Um espaço geográfico, para poder ser representado, deve ter: estrutura (o espaço só é separado para fins analíticos); identidade (distingue-se dos outros); significação (relação espacial e paradigmática com o observador e com os objectos) e "imagibilidade" (ou lisibilidade, visibilidade, como capacidade de criar uma imagem)⁴. Sem negar a importância das outras dimensões, interessa-nos, no caso presente, explorar a significação.

2. Da semiologia à semiótica: a invenção de novos códigos?

*"O homem moderno, o homem das cidades, passa o tempo a ler. Lê, em primeiro lugar e sobretudo, imagens, gestos, comportamentos: este carro diz-me o estatuto social do seu proprietário..."*⁵. Estas "leituras" são muito importantes pois implicam valores sociais, morais (religiosos), ideológicos; por isso, impõe-se uma reflexão sobre elas, de forma a submeter o conjunto dos sinais, aparentemente sem ordem, a um princípio de classificação, por exemplo, através de um sistema de significação.

O estudo dos sinais constitui o objecto da semiologia (o signo na frase, um ponto de significação) enquanto o da significação pertence ao da semiótica (o texto, um contínuo de significação)⁶; assim interessa passar da semiologia para a semiótica.

⁴ K. LYNCH (1960).

⁵ R. BARTHES (1964).

⁶ A. RENIER (1981:17).

O Conceito de Representação

SEMIOLOGIA	SEMIÓTICA
Sistema de sinais (formas)	Sistema de significação (conteúdos)
sinais	significados códigos símbolos textualização (métodos da semiótica) conotação
representação	apreensão

Em sentido restrito, os signos são marcas feitas para serem percebidas; é esta intencionalidade que os torna susceptíveis de tratamento semiótico; eles têm duas componentes: uma forma física, uma marca ou um som, ou seja, o sinal ou expressão, e um conteúdo, ou seja, uma significação, porque: *"Os olhos não vêem coisas mas sim figuras de coisas que significam outras coisas: a tenaz indica o arranca-dentes, a garrafa a taverna, a alabarda o corpo da guarda, a balança romana a ervanária. Estátuas e escudos representam leões, golfinhos, torres e estrelas: sinal de que qualquer coisa – sabe-se lá o quê – tem por símbolo um leão ou golfinho ou torre ou estrela. Outros sinais avisam do que num local é proibido – entrar no beco com as carroças, (...) – e do que é lícito – dar de beber às zebras, jogar à bola, (...)”*⁷.

Quase todos os sinais são signos e, por isso, têm um sentido associado. *"O mundo está cheio de signos, mas nem todos têm a bela simplicidade do alfabeto (...) são infinitamente mais astuciosos embora quase sempre os consideremos "informações naturais"; um signo ostenta uma opção política, uma manifestação de "poder"(...). Decifrar os signos é sempre lutar contra a aparente inocência dos objetos, um constante esforço de observação e reflexão sobre o conteúdo das mensagens(...). O poder está presente nos mecanismos mais subtis da troca social: não só no Estado, nas classes, nos grupos, mas ainda nas modas, opiniões correntes, espectáculos, jogos, desporto, informações, relações familiares e privadas e até nos impulsos libertadores que procuram contestá-lo"*⁸.

Por isso, segundo P. BOURDIEU, há que re-orientar o olhar,

⁷ I. CALVINO (1990: 17).
⁸ R. BARTHES (1986: 238-250).

abater as barreiras, adoptar o método da crítica, a pesquisa sistemática, como suportes de toda a actividade⁹, há que aceitar a não inocência dos objectos, procurar os significados de conotação e das determinantes (ou seja, a intencionalidade dos sinais), pelo menos se acreditamos em Humberto Eco quando diz: "*A actividade de redescobrir significados para as coisas, ao invés de exercitar-nos numa filologia em relação ao passado, implica uma invenção (não uma redescoberta) de códigos novos. O salto para trás transforma-se em salto para a frente*"¹⁰.

Mas será que a semiótica do espaço geográfico se distancia da semiotização do real através da língua, do discurso e da palavra? É apenas a invenção de novos códigos?

3. A paisagem e o espaço geográficos: realidade e conceitos

A ideia de paisagem remete para o processo de percepção do espaço (confundindo-se muitas vezes com o conceito de espaço vivido), para a representação daquilo que nos envolve (em que o peso da subjectividade é influenciada pelo imaginário colectivo), para a natureza (traduzindo um sentimento de filiação que justifica a felicidade humana ou a sua perda) e para a história dos jardins e dos espaços verdes.

Em sentido mais restrito e reducionista, a paisagem significa uma porção do espaço geográfico em que a componente físico-natural é dominante. No entanto, no dizer de C. SAUER: "*A paisagem é sobretudo cultural (conceito que remonta aos anos vinte deste século); ela é o conjunto das formas sobrepostas à paisagem física pelas actividades do homem*"¹¹. A escola da geografia cultural¹² defendia que o carácter de uma área ou região era conferido pela cultura e que a estética jogava um papel importante (destacando-se a arquitectura e os modos de vestir). Esta corrente deixou-se, depois, dominar pelo paradigma funcionalista, concentrando a atenção nos sistemas actuais e nos processos que os suportam. O que define, então a paisagem

⁹ Cfr. P. BOURDIEU (1989: 11).

¹⁰ H. ECO (1976:214).

¹¹ C. O. SAUER (1925).

¹² A escola historico-cultural preocupou-se sobretudo com as origens das culturas, a sua distribuição primitiva, difusão e características actuais, tentando a reconstrução de paisagens culturais históricas (H. J. de BLIJ, 1977).

O Conceito de Representação

geográfica? A individualidade conseguida através da homogeneidade de alguns dos seus elementos (quais?) em oposição com a envolvente?

Ela é um espaço geográfico apropriado (um espaço vivido?), "*a extensão terrestre utilizada e ordenada pelas sociedades tendo em vista a sua reprodução (...) que compreende o conjunto dos lugares e as suas relações*"¹³, confundindo-se, muitas vezes, com ambiente; é um sistema de relação e um produto social, organizado, em que se identificam 5 tipos principais de acção: apropriação, exploração, habitação, troca e gestão¹⁴.

Ela é afinal quase tudo, podendo apresentar escalas e tipologias muito variadas; falamos dela, por exemplo, como sinónimo do espaço visual a olho nu ou dos grandes domínios ao nível mundial, de paisagens culturais, políticas, urbanas, rurais, litorais, florestais, minhotas ou alentejanas; umas vezes com ênfase na escala, outras vezes na tipologia mas traduzindo sempre uma síntese entre o natural e o humano. O cientismo tem levado à procura de taxinomias ou tipos ideais (no sentido Weberiano) mas as propostas não têm feito história; destacam-se, pela actualidade, as de R. BRUNET sobre os "coremas"¹⁵ e os "corotipos"¹⁶. A paisagem será, então, um "corotipo", uma composição singular de "coremas"?

De uma maneira geral, no planeamento do território a paisagem tem uma conotação de jardim e de espaços verdes, aparecendo, por isso, como um elemento a proteger, uma área privilegiada; um elemento na classificação vegetal e no zonamento dos usos do solo; um argumento de venda através da aparência e da imagem de um dado espaço, uma área turística, de acolhimento, de lazer, de animação.

Referem-se, em geral, as paisagens naturais (sobretudo planícies litorais, de montanha, fluviais, foz dos rios, vulcânicas, vales e desérticas) e às culturais; dentro destas destacam-se as urbanas (marcadas pelo povoamento, pelas construções, pela circulação, pelo movi-

¹³ R. BRUNET (1992:180).

¹⁴ Cfr. R. BRUNET (1992:180).

¹⁵ Em 1924, J. Sölch propusera o termo "chore" (C. SAUER, 1925, *The Morphology of Landscape*; in *Human Geography*, Edited by J. Agnew et al., 1996: 300); R. BRUNET (1980) retomou e desenvolveu o conceito, que identifica as estruturas elementares do espaço geográfico (C. GRATALOUP, 1996:197).

¹⁶ Termo proposto por R. BRUNET (1987) para designar um estado intermédio na modelização geográfica, como uma composição de coremas (C. GRATALOUP, 1996: 197).

mento) e, actualmente, as "do território do automóvel"¹⁷ que criam novos sinais, são paisagens de redes e não de lugares, espaços-movimento assentes na heterogeneidade, que revalorizam a geo-história, os elementos naturais e a responsabilidade patrimonial sobre estes¹⁸; a paisagem passou a ser um importante objecto de consumo¹⁹, uma vitrine gigante. A raridade do elemento natural torna-a, cada vez mais, um objecto do *marketing*, muito valorizado no contexto do actual paradigma ambientalista.

4. A Geografia como arte de representar a paisagem

A paisagem geográfica pode ser considerada como o conjunto de signos que caracterizam uma unidade geográfica nos domínios físico e humano; no início, o conceito tinha um forte pendor descritivo, passando, depois, a traduzir a síntese dos elementos naturais com as transformações acumuladas pelas diferentes civilizações. Ela só tem sentido a partir de um actor, do sujeito que a percepção; por isso, a sua leitura tem de ser aprendida; ela é um objecto de estudo. É complexa porque reúne conjuntamente elementos naturais significantes, não apropriados e apropriados, códigos sociais (nos quais se relevam os arquitectónicos, construídos), códigos paisagísticos e estruturas muito diversificadas (sistemas de áreas, de jardins, por exemplo, e sistemas de redes, de corredores verdes). Dela fazem parte sinais (marcas feitas sem intenção) e signos, identificando lugares, indicando afectação de usos, obrigação, interdição, autorização, orientação, canalização da circulação²⁰.

P. GUIRAUD²¹ considera que os signos sociais são sobretudo os

¹⁷ G. DUPUY (1995).

¹⁸ As vias de circulação são vitrines gigantes para tudo o que é vendável e comunicável; a economia turística é a grande consumidora das paisagens e a 3ª idade constitui o principal grupo de consumidores.

¹⁹ O conceito de região como uma paisagem homogénea natural (ou um conjunto destas) foi cedendo lugar, primeiro ao de região polarizada (princípio da unicidade) e, depois, ao de uma estrutura em rede (princípio da conexão e da hierarquia); agora as novas tecnologias permitem repor alguns elementos do princípio da homogeneidade sobre o da unicidade, assumindo, no entanto, que todas as paisagens estão apropriadas pelo homem e que a explicação é de natureza cada vez mais social e universal.

²⁰ Cfr. R. BRUNET (1992:338).

²¹ P. GUIRAUD (1993).

O Conceito de Representação

de identidade do indivíduo ou do grupo e os de cortesia e que os códigos são os protocolos, os ritos, as modas e os jogos; a geografia preocupa-se com os que se marcam, de forma directa, na paisagem; os significados associados mais frequentes são a ética (dentro dela, o valor moral e a conduta), a estética (congregada à volta do valor plástico, do belo), o poder (envolvendo quer o domínio quer as pertenças), a funcionalidade (onde se destaca o sentido do prático, o confortável, a orientação e a direcção) e a intencionalidade (assumindo a sua forma extrema no *marketing*).

A semiótica das paisagens geográficas (como a ciência da significação) remete principalmente para os arquitectos (desenvolveu-se, primeiro, na Europa e estendeu-se depois aos EUA) e aparece sob vários títulos, dentro dos quais se destacam: "*semiologia ou semiótica urbana, do ambiente construído, tópica e semiótica do espaço*"²². A diversidade de trabalhos assenta em três postulados comuns: "Toda a realidade espacial tem uma dimensão significativa"; "Esta dimensão significativa apela a um conhecimento científico"; "A semiologia ou a semiótica espacial servirá de fundamento teórico à restituição das significações, sentidos, atribuições perdidas, da realidade espacial considerada"²³.

A semiótica funciona, portanto, como legitimação científica da vontade de dominar as significações associadas aos espaços geográficos e à paisagem. Apesar dos avanços parecerem rudimentares, ela constitui-se como objecto de importantes trabalhos principalmente nas correntes pós-modernas, levando a questionar o paradigma funcionalista que tem abafado o seu desenvolvimento. No entanto, a semiótica da paisagem continua a estar carregada de ambiguidades porque os signos não implicam uma mas várias significações: a porta das cidades está lá como "rito" de passagem ou para assegurar melhor a defesa da cidade? O redondo é perfeição ou a solução mais cómoda e eficaz para reduzir ao máximo o perímetro a defender?²⁴ "A paisagem, normalmente, não foi criada para significar (...), não é a expressão de um projecto mas o resultado de uma multiplicidade de actos (...), produto da prática exercida sobre o mundo físico"²⁵.

Muitos autores consideram que "*a expressão semiologia das*

²² P. MERLIN (1988:613).

²³ P. MERLIN (1988: 613-614).

²⁴ Cfr. R. BRUNET (1992: 338).

²⁵ R. BRUNET (1992: 338).

A Representação da Paisagem

paisagens é geralmente um abuso de termos, salvo para certos tipos de criação consciente de paisagens com fins estéticos ou simbólicos"²⁶. Enquanto na cartografia significa (pelo menos desde J. BERTIN²⁷) as regras de bom uso dos signos e simbologia das legendas, na análise geográfica perde o sentido porque as paisagens não têm significação; são formas que indiciam muitas coisas sem ter a intencionalidade como característica intrínseca. A investigação geográfica prende-se, em geral, com o exame dos sinais não intencionais, que se observam na paisagem, que se lêem nas estatísticas e nos textos, que definem as distribuições nas cartas e nos mapas. Mas, *"Então diz Pantgruel "Se os signos vos fascinam, oh quanto vos fascinariam as coisas significadas"* ²⁸.

No contexto da semiótica, a geografia pode ser entendida como:

- uma arte de representar, descrever e descodificar a paisagem, logo com capacidade de propor algo que surpreenda os fruidores;
- um serviço prestado no sentido do bom entendimento do espaço geográfico e da função que este desempenha nas (e para as) diferentes sociedades;
- uma técnica de codificação das imagens sobre o real, dos significantes, dos significados e das ideologias de suporte²⁹.

Arte, técnica, serviço ou disciplina científica, a geografia tem de privilegiar os códigos visuais (sobre os linguísticos e textuais), facto que leva aos seguintes domínios do saber: estrutura da realidade; condições da percepção e códigos perceptivos; códigos da experiência e códigos de reconhecimento; factores de codificação e expressividade dos códigos; tipos de signos e processos e técnicas de descodificação.

A geografia deve então dispor de princípios orientadores da leitura da paisagem geográfica e atender às formas significantes, aos códigos elaborados com inferência dos usos (funcionalidade), às estruturas como modelos de relações e aos significados denotativos (de uma função) e conotativos (por exemplo, da ideologia da função).

A representação das paisagens deve respeitar pelo menos 4

²⁶ R. BRUNET (1992: 412).

²⁷ J. BERTIN (1967).

²⁸ RABELAIS (le Tiers Livre, 20) in R. BRUNET (1992: 412).

²⁹ Apropriando-nos das ideias de H. ECO (1976: 221-223) sobre a Arquitectura.

princípios fundamentais: localidade ou sítio (remete para a importância da geografia); mobilidade ou movimento geográfico e mudança histórica (como o processo de construção e as permanências, ou seja, a importância da história); identidade colectiva (traduz a ligação com a comunidade que lhe dá vida) e diversidade e singularidade dos lugares (valorizando os casos únicos ou raros). Ela pode ser entendida, de forma reducionista, como produção cartográfica; nas formas produzidas por esta, destacam-se os mapas topográficos, a fotografia aérea e as imagens de satélites. Os primeiros constituem uma importante tentativa de dar uma vista do mundo como ele é, privilegiando os princípios da localização e da diversidade dos lugares. O avanço das tecnologias de reprodução permitiu novos tipos de mapas e a digitalização das imagens através dos *scanners* possibilitou diferentes níveis de resolução e, por isso, configurações com aspectos variados.

A fotografia aérea introduziu, de forma mais eficaz, a 3ª dimensão e aumentou as escalas das representações que eram estáticas, momentâneas e dependentes das possibilidades dos voos e das condições atmosféricas. A captação de imagens a partir de satélites eliminou algumas das limitações da fotografia aérea, abrangendo áreas muito mais extensas (até cerca de 35000km²), não necessitando das montagens outrora exigidas e podendo ser feita continuamente; a sua análise assenta em complexos sistemas de codificação e decodificação de sinais e em códigos visuais com suporte digital, logo numérico, adequando-se aos tratamentos estatísticos nas diversas escalas de medida. Nos dois casos, o momento da tomada de vista é fundamental para definir as imagens porque as condições atmosféricas afectam os sinais e, por isso, a sua relação com os objectos, ou seja, além do sujeito-observador, a atmosfera constitui também um importante filtro da representação.

As imagens de satélite permitem acompanhar, em tempo real, as mudanças operadas nos usos do solo (por exemplo: as extensões dos fogos, das áreas ardidas, das potencialidades do subsolo, das transformações em curso nas periferias das grandes áreas urbanas), sendo um instrumento indispensável no processo de tomada de decisão sobre as políticas de intervenção no território; facilitam o domínio e o controlo da apropriação do espaço geográfico e, por isso, são suportes das práticas profissionais ligadas a essas problemáticas. As novas tecnologias da representação do espaço geográfico reforçam o forte tropismo que a paisagem continua a ter para a natureza: evocar a primeira implica evocar a segunda (sem a reduzir a esta), traduzindo a

dualidade homem/natureza e passando pela indicação de sítios, lugares e territórios de ordem natural e sobrenatural (como santuários naturais)³⁰.

5. A paisagem, elemento simbólico e código publicitário

Nos códigos publicitários é possível encontrar múltiplos exemplos de utilização da paisagem como elemento persuasivo, como instrumento da sociedade de consumo. Muitos deles são formados por um ícone (ou vários), uma mensagem visual ou verbal (muito curta e incisiva, assemelhando-se a um *slogan*) e uma estrutura ou interacção que visa o efeito persuasivo (suportada por ideologias, dentro das quais se destacam: a da estética, a da luta de classes, a de consumo e a ambientalista ou naturalista). Um exemplo interessante é apresentado por B. TOUSSAINT³¹ sobre a publicidade do queijo francês Roquefort, feita pela respectiva sociedade; assenta em duas *imagens* separadas por um texto:

- a 1ª imagem tem um lago oval, carneiros e ovelhas a beber, natureza com sol, selvagem com rochedos e árvores espinhosas;
- o texto está numa etiqueta verde oval, símbolo de garantia do queijo, e diz: "uma região (pays), homens, um queijo";
- a 2ª imagem é uma cave de cura do queijo, parecendo muito antiga, com prateleiras em oval, de madeira, com bolor, queijo em fermentação, tão selvagem e desértica de homens como a imagem anterior.

Os principais *significados de conotação* são: natural, natureza selvagem e livre, fantasma ecológico com a natureza limpa e sem poluição (ausência do homem); lago, frescura, pureza; ovelhas porque o queijo é de ovelha; oval porque o queijo é oval. As *determinantes* são sobretudo: rudeza dos aforismos camponeses; estrutura ternária da composição; a morfologia oval como base; autenticidade; natural, gosto pela natureza, pelos produtos não industriais (oposição clássica natureza/indústria); gosto pelo antigo, pela tradição culinária. A *estrutura* é ternária perfeita e tem correspondências directas:

³⁰ Utiliza-se o conceito de paisagem quando se refere a uma ordem espacial, estética, artística ou plástica e o de ambiente quando se pretende situar mais no campo científico. Neste caso, o objectivo é a protecção e a conservação das espécies e naquele é traduzir as dicotomias: urbano/rural; cheio/vazio; belo/feio; forte/fraco; imponente/débil.

³¹ B.TOUSSAINT (1978: 95-98).

O Conceito de Representação

sinais e estrutura	significados de conotação
1ª imagem – paisagem, verde, selvagem → (natureza, lago oval, ovelhas)	região (natural, não poluída)
texto – elemento humano → (etiqueta verde, oval: região, homens, queijo)	homens
2ª imagem – ambiente, antiguidade → (cave do fabrico, antiga, queijo oval)	queijo (tradição, autêntico)

Fonte: B. TOUSSAINT, adaptado

Como se vê, a paisagem é usada como símbolo que, no contexto do "fantasma ecológico" serve de elemento persuasivo, para convencer que o produto é de qualidade, garantido, autêntico.

Conclusão

A ambiguidade dos conceitos, espaço e paisagem, não os invalida como instrumentos operativos da geografia que assenta na observação, representação e compreensão dos elementos daqueles e dos sinais que afinal são signos porque transportam importantes significados de conotação. A representação das paisagens geográficas, seja mental ou transposta para um suporte físico ou informático (uma carta, um mapa, uma fotografia ou uma imagem de satélite), pressupõe um sistema de códigos, de sinais, de signos, que dão sentido aos elementos figurativos. A evolução da semiologia e da semiótica nas representações geográficas reflecte a das ciências e da própria sociedade e as concepções sobre o mundo e as forças que o governam. Há alterações que, por serem paradigmáticas, afectam o próprio sistema de significação; é o que acontece, por exemplo, com a paisagem no contexto dos novos "territórios do automóvel", apropriada pela sociedade de consumo, utilizada como grande vitrine e meio para chamar a atenção, para informar e para vender. A paisagem geográfica não é, portanto, apenas a realidade passiva, objectiva, neutra, exterior ao observador; é, cada vez mais, um elemento apropriado pelos sistemas económicos e sociais e um símbolo de identidades; tem um valor comercial que é função da raridade e do exotismo dos seus elementos; é preenchida por sinais e signos mas também é usada como símbolo (de marca, de qualidade) para convencer os potenciais consumidores.

Estas preocupações, que nos remetem para a semiótica, têm efeitos pragmáticos na geografia, nomeadamente: na observação das paisagens, de vistas panorâmicas, pois levam a olhar para além do que se vê (sinais), procurando o que significam (signos) e as relações (estrutura) e porque se admira o que se vê (valorização); na análise dos mapas, como estereótipos das paisagens, procurando, para além dos elementos, as estruturas, as relações, os significados, e não esquecendo que a temporalidade de cada elemento está quase sempre ausente; na análise da paisagem urbana, exigem que não se fique no "morfologismo", nos aspectos espaciais, mas que se vá mais longe, até à estrutura dos discursos urbanísticos, dos que a construíram (racional) e dos que a usam (não racional, implícita, latente). Discurso que se integra nas correntes pós-modernas e passa da dialéctica homem-natureza para relações multidimensionais mais complexas³².

A apropriação tecnológica das representações das paisagens não pode levar a uma atitude passiva ou à perda da criatividade mas a uma reflexão aprofundada sobre as perdas e os ganhos para a disciplina como efeitos dos avanços verificados. O domínio da complexidade dos sistemas de sinais envolvidos tem de ser acompanhado por uma atitude constante de interrogação e pela procura dos sentidos e dos significados. Assim, a geografia moderna, aparentemente tecnicista, é mais cultural, pois tenta compreender o jogo dos signos que organizam a paisagem geográfica e as suas representações simbólicas, vendo-a como uma estrutura geradora de significados e como um elemento apropriado pelos diferentes sistemas que formam as sociedades.

Bibliografia

- BAILLY, A. (1986) – *Représentations Spatiales et Dynamiques Urbaines et Régionales*, Quebec.
- BARTHES, R. (1964) – *Elementos de Semiologia*, Edições 70, Lisboa, 1979.
- BARTHES, R. (1986) – *Viagem na Irrealidade Quotidiana*, Difel, Lisboa.
- BERTIN, J. (1967) – *Sémiologie Graphique*, Gauthier-Villars, Mouton, Paris (ed. 1973).
- BLIJ, H. J.de (1971) – *Geography: Regions and Concepts*, Wiley International edition, New York.
- BILJ, H.J.de (1977) – *Human Geography. Culture, Society and Space*, John Wiley & Sons, New York.
- BOURDIEU, P. (1989) – *O Poder Simbólico*, Difel, Lisboa.

³² Cfr. J. M. MALHEIROS (1995: 61-64).

O Conceito de Representação

- BRUNET, R., FERRAS, R., THÉRY, H. (1992) – *Les Mots de la Géographie. Dictionnaire Critique*, Reclus, La Documentation Française, Paris.
- CALVINO, I. (1990) – *Cidades Invisíveis*, Estória, Editorial Teorema, 2ª edição.
- DIAS, M. H., coord. (1995) – *Os Mapas em Portugal*, Edições Cosmos, Lisboa
- DUPUY, G. (1995) – *Les Territoires de l'Automobile*, Anthropos, Paris.
- DURAND, G. (1964) – *A Imaginação Simbólica*, Edições 70, Lisboa, 1993
- ECO, H. (1976) – *A Estrutura Ausente. Introdução à Pesquisa Semiológica*, Perspectiva, S. Paulo.
- FOUCAULT, M. (1966) – *As Palavras e as Coisas*, Edições 70, Lisboa, 1991.
- GRATALOUP, C. (1996) – *Lieux d'Histoire, Essai de GéoHistoire Systématique*, Reclus, Paris.
- GREIMAS, A.J. (1976) – *Semiótica e Ciências Sociais*, Seuil, Paris.
- GUIRAUD, P. (1993) – *A Semiologia*, Editorial Presença, Lisboa.
- LEDROUT, R. (1973) – *Les Images de la Ville*, Anthropos, Paris.
- LYNCH, K. (1960) – *A Imagem da Cidade*, Edições 70, Lisboa, 1982.
- MALHEIROS, J. M. (1995) – "Fantasias e Realismos da Geografia Contemporânea" in *Actas do II Congresso da Geografia Portuguesa*, Vol 1, A.P.G. Lisboa.
- MARK, D.M., FRANK, A.V., dir. (1991) – *Cognitive and Linguistics Aspects of Geographical Space*, NATO series, Netherlands.
- MERLIN, P. (1988) – *Dictionnaire de l'Urbanisme et d'Aménagement*, PUF, Paris
- PUMAIN, D., GODARD, F. (1996) – *Données Urbaines*, Anthropos, PIR, Paris.
- RENIER, A. (1981) – "Espace, représentation et sémiotique de l'architecture", Introduction au colloque, in AAVV – *Espace & Représentation*, Les Éditions de la Villette, Paris, 1982 (ed. 1989).
- SAUER, C. (1925) – *The Morphology of Landscape*, in *Human Geography. An Essential Anthology*, J. Agnew, D. Livingstone, A. Rogers (edit.), 1996, Blackwell Publishers, Oxford.
- TOUSSAINT, B. (1978) – *Introdução à Semiologia*, Pub. Europa-América, col. saber, Lisboa, 1994.
- WOOD, Denis (1992) – *The Power of Maps*, Routledge, London, 1993.

Resumo

Partimos de dois conceitos de forte ambiguidade (espaço geográfico e paisagem geográfica) em que o primeiro implica uma dimensão mais abrangente e mais abstracta do que a segunda; esta tem sempre uma conotação de

A Representação da Paisagem

natureza, embora se fale muitas vezes, em paisagens culturais e políticas. Reflectimos sobre a representação do espaço e das paisagens, feita pelo sujeito-observador (imagem residual, etnocêntrica e subjectiva) e pelo agente-comunicador (textualização das imagens e produção cartográfica que procura a objectividade e a aproximação às características da realidade).

As taxinomias espaciais não têm conseguido impor-se (referimos a proposta feita por R. BRUNET), continuando a faltar a delimitação dos objectos de estudo e a sua sistemática. Independentemente da escala e da tipologia a que se reportam, as paisagens são complexas, cheias de marcas, sinais e signos que importa entender; apresentamos a semiótica como um sistema de significação, um contributo para esse entendimento. Pressupomos que os sistemas de significação afectam as formas de representação da paisagem, objectos da disciplina geográfica, justificando, assim, a reflexão sobre os valores e as ideologias que se manifestam através dos sinais inscritos na paisagem e o recurso à semiótica. A representação das paisagens geográficas, como produção cartográfica, assenta em técnicas de expressão e de comunicação sobre os elementos do espaço geográfico (suportadas por códigos visuais espacializados) e também deve procurar, através da semiótica, a compreensão dos sinais e dos signos.

A geografia moderna, aparentemente pragmática e tecnicista, pode ser mais cultural, se tentar compreender o jogo dos signos que organizam a paisagem geográfica, vendo esta como uma estrutura geradora de significados e como um elemento apropriado pelos diferentes sistemas que formam as sociedades.

Résumé

Nous partions de deux concepts de grande ambiguïté (espace géographique et paysage géographique) dont le premier implique une dimension plus large et plus abstraite que le second; bien que l'on parle de paysages culturels et politiques, le paysage possède toujours une connotation liée à la nature. Nous réfléchissons sur la représentation de l'espace et des paysages, faite par le sujet-observateur (image résiduelle, ethnocentrique et subjective) et par l'agent-communicateur (attribution de textes aux images et production cartographique, cherchant l'objectivité et l'approximation avec les caractéristiques de la réalité).

Les taxinomies n'ont pas réussi à s'imposer, continuant ainsi à subsister le manque de délimitation des objets d'étude et leur systématisation. Indépendamment de l'échelle et de la typologie à laquelle ils se rapportent, les paysages sont complexes, remplis de marques, signaux et signes qu'il est important de comprendre. Nous présenterons la sémiotique comme un système de signification, comme une contribution à la compréhension de cette complexité. Nous présumons que ces systèmes de signification affectent les formes de

O Conceito de Representação

représentation du paysage, objets de la discipline géographique, justifiant, ainsi la réflexion sur les valeurs et les idéologies qui se manifestent à travers des signes inscrits dans le paysage, et d'où, la nécessité de recourir à la sémiotique. La représentation des paysages géographiques, comme production cartographique, repose sur des techniques d'expression et de communication des éléments de l'espace géographique (privilégiant les codes visuels spatialisés) et elle doit aussi chercher, dans la sémiotique, l'entendement des signes et des signaux.

La géographie moderne, apparemment pragmatique et technique, peut être plus culturelle, si elle essaie de comprendre le jeu des signes qui organisent le paysage géographique, tout en le voyant comme une structure génératrice de signifié et comme un élément approprié par les différents systèmes qui forment les sociétés.