



MODOS DE LER MAPAS E SUAS POLÍTICAS ESPACIAIS

■ GISELE GIRARDI*

Resumo: Mapas são produções culturais que apresentam lugares a partir de referências de localização e orientação no e do mundo. Entendê-los deste modo desafia os cânones da cartografia moderna, mas abre possibilidades de ampliar o entendimento deste modo de expressão e das imaginações espaciais que propõem e que os sustenta. Aplicam-se duas abordagens de leitura de mapas da cartografia crítica a uma obra cartográfica de grande circulação em Vitória - Espírito Santo - Brasil: a abordagem de ator-rede baseada em Perkins (2006) e a do paramapa (Wood e Fels, 2008). Estas abordagens oferecem elementos para compreensão de como os mapas produzem e são produzidos por políticas espaciais.

Palavras-chave: imagens cartográficas; cartografia crítica; leitura de mapas; política espacial; geografia contemporânea.

Introdução

"[...] it is little wonder that the map has been among the most consistent targets for post-modern deconstruction. This has simultaneously reduced and enhanced cartography's place within geography.

[...] We live today in the most cartographically rich culture in history: the map is ubiquitous in daily life, and increasingly comes within the capacity of its user to manipulate and transform¹."

Denis Cosgrove, 2008 (p. 5 e p. 15).

As frases que compõem a epígrafe desse texto foram selecionadas por trazerem duas questões de fundo para o que se pretende discutir aqui: os mapas na geografia contemporânea e os mapas na sociedade contemporânea. Trata-se de dois campos de práticas com mapas, que têm conexões, mas também muitas desconexões, o que se desdobra na interessante ideia apresentada por Cosgrove (2008) de um lugar ao mesmo tempo diminuído e melhorado do mapa na Geografia convivendo com a ubiquidade e interatividade dos mapas no cotidiano contemporâneo.

Auxilia-nos pensar esta problemática a distinção feita por Moreira (2012) entre a geografia real (da realidade que existe fora de nós), a geografia teórica (da leitura deste real) e a geografia institucional (dos meandros universitários e dos gabinetes de planejamento), o que ele denomina de tríplice forma: "geografias na prática a se

atualizar, cada qual correndo em paralelo à outra [e] raramente em sua história estas três geografias coincidem, raramente se encontram, raramente se confundem" (MOREIRA, 2012, p. 180).

Isto adensa, em nosso entendimento, a situação paradoxal apontada por Cosgrove (2008): a geografia real está produzindo mapas com intensidade cada vez maior e a geografia teórica não tem conseguido mais ter a cartografia como uma linguagem forte. Isso acontece, segundo Moreira (2012), por haver uma desatualização da linguagem cartográfica em relação aos conceitos geográficos que estão buscando dar conta da explicação do mundo contemporâneo, desatualização esta em grande medida, como apontou Wood (2003), promovida pelo próprio ramo institucionalizado da cartografia, e, completaríamos, da cartografia na geografia.

É preciso, no entanto, apresentar algumas ponderações acerca desta ideia de desatualização da linguagem cartográfica em relação aos conceitos geográficos. Ela é latente nos estudos geográficos que têm como escopo a produção social do espaço, mas é quase inexistente (enquanto desatualização, e, portanto, a cartografia é ainda uma linguagem plena) nos estudos das bases físicas ou territoriais. Ainda que seja difícil enquadrar tais estudos em uma ou outra classificação de modo rígido, uma pista para dar visibilidade à distinção é o entendimento do espaço que subjaz a cada uma das abordagens. Conforme Harvey (2009),

"Existem várias maneiras em que se pode pensar sobre o espaço. É crucial formular uma concepção adequada do mesmo, se quisermos compreender fenômenos urbanos e da sociedade em geral; no entanto, a natureza do espaço se manteve algo misterioso para a investigação social. Se considerarmos o espaço como absoluto ele se torna uma "coisa em si mesma" com uma existência independente da matéria. Ele possui então uma estrutura que podemos utilizar para compartimentar ou para individualizar fenômenos. O ponto de vista do espaço relativo propõe que ele deve ser entendido como uma relação entre objetos, a qual existe somente porque os objetos existem e se relacionam uns com os outros. Há outra aceção segundo a qual o espaço pode ser tomado como relativo, e optei por chamá-lo espaço relacional – espaço considerado, à maneira de Leibniz, como estando contido nos objetos, de modo que de um objeto pode-se dizer que existe somente na medida em que contém e representa dentro de si próprio as relações com outros objetos." (HARVEY, 2009, p. 13. Ênfases no original; tradução nossa).

Assim, para estudos cuja noção de espaço considerada é a do espaço absoluto, a linguagem cartográfica não é, em regra, objeto de crítica, pois sua razão instrumental não está desatualizada em

relação aos conceitos com os quais se opera. Contudo, ao se trabalhar com outras noções de espacialidade, novos desafios se impõem.

A estratégia de desconstrução dos mapas, mencionada na epígrafe desse texto, tem convertido o mapa em objeto de estudo da geografia, especialmente amparados nos escritos de Harley (1989, 2005), visando à leitura das entrelinhas do mapa como estratégia de revelar o poder imbuído nos mapas sob uma aura de naturalidade. Isto é particularmente forte no âmbito dos estudos de cartografias pós-coloniais e nas chamadas "cartografias sociais"², nos quais se busca revelar e reverter a sobrescrição, na imagem cartográfica, de uma cultura sobre outra. Ainda que compartilhem preocupações com esta linha de estudos, a ênfase deste trabalho é, em meio ao atual processo de desarticulação e desatualização da linguagem cartográfica com a linguagem teórica da geografia buscar pistas, no diálogo com a cartografia crítica, para ampliação de horizontes analíticos para abordagem das imagens cartográficas contemporâneas como produtoras de mundos e, portanto, de políticas espaciais. Também nos interessa como as imagens cartográficas, na condição de integrantes da cultura visual, interferem no modo como podemos imaginar o espaço (MASSEY, 2008).

Algumas questões-chave sintetizam preocupações de nossas investigações: Que demandas e práticas sociais com mapas estão sendo inventadas? Em que medida a cartografia (incluída aí aquela desenvolvida no

interior da geografia) acadêmica/institucional tem sido refratária a estas invenções ao determinar a priori que não são mapas por não se enquadrarem num modelo, ou numa identidade fixa do que é mapa baseada em prescrições? Quais as implicações políticas (aí entendidas no sentido mais amplo da política como negociação) dos diferentes modos de espaço conceber nas práticas sociais que utilizam mapas?

Guiados por estas questões e procurando aprofundar discussões em torno delas, tomamos como objeto analítico nesse artigo uma obra cartográfica denominada "O melhor de Vitória". Elementos de sua estética, do contexto de sua produção e circulação, serão analisados para fomentar as discussões sobre as possibilidades de leitura das políticas espaciais em mapas em diálogo com a cartografia crítica, em especial com aportes da teoria ator-rede aplicada à análise de mapas (PERKINS, 2006, 2008) e da formulação sobre paramapa (WOOD E FELLS, 2008).

Ler mapas_____

"O ato de ler [...] não se esgota na decodificação pura da palavra escrita ou da linguagem escrita, mas [...] se antecipa e se alonga na inteligência do mundo. A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele. Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua

leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto. [...] De alguma maneira, porém, podemos ir mais longe e dizer que a leitura da palavra não é apenas precedida pela leitura do mundo, mas por uma certa forma de 'escrevê-lo' ou de 'reescrevê-lo', quer dizer, de transformá-lo através de nossa prática consciente." (FREIRE, 1989, p. 9/13).

Parafraseando Freire(1989), podemos dizer que o ato de ler mapas não se esgota na decodificação pura de seus elementos (sinais gráficos e palavras), mas se antecipa e se alonga na inteligência do mundo e que a leitura do mapa não é apenas precedida pela leitura do mundo, mas por uma certa forma de escrevê-lo ou de reescrevê-lo, de transformá-lo através de nossa prática espacial. Do mesmo modo em que Paulo Freire, com este modo de entender o ato de leitura, apontava o caráter eminentemente político da pedagogia, também o entendemos no caso dos mapas.

A preocupação do autor em relação ao domínio da linguagem verbal ancorava-se na busca por ressignificações sociais da escrita e da leitura, na perspectiva de que estas emancipariam as pessoas e as constituiriam como atores políticos. Questionava, assim, o sobredomínio de uma forma de ler e escrever que era aplicada nos ambientes educacionais formais que, antes de ser instrumentalizadoras (formadoras de

competências) eram colonizadoras, reprodutoras.

Estas ideias nos ajudam a delinear o alcance da leitura de mapas e nos permitem afirmar que fixar conteúdos cartográficos na decodificação dos elementos do mapa sem que se leve em conta o contexto em que o mapa se insere é o mesmo ato político de sobrescrever uma narrativa sobre todas outras possíveis, ou mesmo apagá-las. É fazer uma escolha, mas mascará-la de manifestação da natureza da coisa (como, por exemplo, a razão instrumental), o que tem sido um caminho despotencializador de mapas no interior de práticas cartográficas em geografia, na medida em que se fixam identidades para mapas para aquilo que a linguagem cartográfica já conseguiu resolver sem aberturas para que a linguagem se abra para o novo, que é o sentido do político.

Evidenciam-se, pois, desconexões entre perspectivas de leitura de mapas. Se perguntarmos onde e como se aprende a ler mapas, vislumbraremos ao menos dois caminhos: na escolarização e na própria prática espacial. A escolarização contemporânea, ao menos a brasileira, em todos os níveis (básico e superior), no que se refere à cartografia, é fortemente pautada em regras e prescrições, que são ancoradas em um modo de entender a produção humana chamada mapa: representação do espaço vista de cima, numa relação de proporção chamada escala. Esta concepção, ainda que referida à realidade educacional brasileira em geografia, não difere substancialmente da encontrada no levantamento realizado por Andrews (1996), que analisou 321

definições da palavra “mapa” em obras publicadas entre 1649 e 1996. Contudo, enquanto que no trabalho de Andrews (1996) a recorrência maior é a ideia de representação da superfície terrestre, no caso da geografia a maior recorrência está na ideia de representação do espaço, o que coloca uma nova ordem de problemas especialmente porque a relação entre espaço e superfície terrestre, em grande parte das concepções cartográficas escolares (mas não só nelas), não é de diferença, mas de sinonímia.

Articulada a esta questão enquanto outro termo recorrente neste modo de entender a linguagem cartográfica está a ideia de representação. Segundo Oliveira Júnior (2011),

"O artifício (perverso) da ideia de representação é tornar aquilo que é um gesto cultural (humano, político) na manifestação da realidade por si mesma, fazendo-o desaparecer. Desaparece, portanto, a política, assumindo esta última, para economia de palavras, como a esfera das negociações atuais que gestam devires para os territórios, para o espaço." (OLIVEIRA JR., 2011, p. 2/3).

A despeito de ser a escola um valorizado e potente lugar da produção cultural de uma sociedade, no caso da linguagem cartográfica é nela que se tem efetivado dois grandes fechamentos: o da associação entre espaço e superfície e o da representação e suas regras. Tais

fechamentos se articulam, com inevitáveis consequências. A principal delas é o menosprezo por grande parte dos mapas feitos por setores sociais, mas que não seguem “as regras”. Não se trata de imputar aos professores e escolas atuais a responsabilidade única em relação a isso, mas entender que este modo de pensar é herdado (como mostra a sistematização de Andrews, 1996), é conveniente para certas forças sociais (como o Estado) e, de algum modo, estabilizam um conteúdo (conexão direta mapa-espço) que dá sentido (ainda que parcial) à linguagem cartográfica e a transforma em um conteúdo organizado para ser trabalhado no âmbito escolar, nos vários níveis. Utilizar os termos de Moreira (2012), podemos afirmar que aqui se evidenciam as desatualizações entre a geografia institucional e a geografia real.

O segundo caminho de aprendizado de leitura mapas são as próprias práticas espaciais que dele se apropriam e que são desdobradas, como afirmou Cosgrove (2008), da onipresença atual dos mapas na vida cotidiana, constituindo a atualidade como a cultura mais cartograficamente rica da história. Alguns exemplos desta onipresença podem ser citados, como os mapas dos GPSs instalados nos telefones celulares e automóveis, mapas disponíveis na internet como os da plataforma Google, bem como os mapas turísticos e os constantes em folhetos de propagandas (imobiliária, por exemplo). Estes mapas em geral têm poucas conexões com as regras cartográficas formais, o que nos leva a inferir que sua onipresença e valorização atuais são pautadas numa pedagogia intrínseca: o próprio mapa e o contexto ensinam como deve ser usado, como deve

ser lido.

Se a sociedade está a usar e valorizar mapas, ou seja, insere mapas cada vez mais em seus modos de expressão, tais mapas serão, a um só tempo, signo desta própria sociedade e um conjunto de signos articulados por ela para dizer de lugares, conectado com um modo de conceber a espacialidade. Por isso, ler imagens cartográficas, como afirmam Wood e Fels (2008) e Seemann (2011), não se restringe ao mapa, à sua materialidade, mas inclui o contexto da sua produção, circulação e uso. A leitura de um mapa é feita tanto a partir do conjunto de signos com os quais ele é constituído como em seu caráter de símbolo de uma cultura, portanto em sua condição de partícipe na construção de uma dada política espacial, entendida como arena da negociação e coexistência de elementos humanos e não humanos que produzem o lugar, que é a manifestação efetiva da imaginação espacial (MASSEY, 2008). Podemos, assim, afirmar que todo mapa apresenta um lugar, ao mesmo tempo em que o constitui discursivamente e que tanto é produzido como produz imaginações e práticas espaciais.

Como os mapas, sendo parte do conjunto de obras humanas para falar do espaço (e apresentar um lugar), participam da constituição de políticas espaciais? Como acessar, por meio de mapas, as marcas das intencionalidades da política espacial que produz e que o produz? A pista para acessar estas problemáticas está na cultura de mapas, isto é, no entendimento da linguagem cartográfica e das práticas espaciais

como criadoras de mundos. Em outra palavras, compreender como mapas apresentam, localizam e orientam o e no mundo.

Mapas inexoravelmente são imagens que apresentam lugares. Quando falamos em apresentar reportamo-nos ao caráter de ficção, ou seja, de invenção com efeito de verdade, porque se ajusta aos modos como aprendemos a ler e a ver a realidade. Como nos aponta Oliveira Júnior (2011), fazer mapas é um gesto na cultura, a mobilização de uma linguagem para dizer algo, no caso, dizer do lugar a partir de uma perspectiva de espaço.

No processo de mobilização da linguagem como um ato deliberado, escolhas são feitas. Tais escolhas são paradigmas e é nesta qualidade que localizam e orientam. Evidentemente, para que se opere com estas noções é preciso, antes, desvincular localizar e orientar de seus sentidos clássicos, muitos deles tornados fortes no âmbito da própria cartografia moderna, o que implica pensar em localizar e orientar sem que exista uma referência a priori que seja universal. Não significa que se prescindia de referenciais – isso não seria possível – mas que os referenciais não são únicos, nem universais. Esta noção particularmente cara à cartografia quando reporta o referenciar antes de tudo à superfície terrestre, reduzindo o localizar a um par de coordenadas – latitude e longitude e o orientar a um “norte”.

Se entendermos os processos de subjetivação como resultado de atravessamentos que a todo instante nos acontece, teremos que nossos conjuntos

de referências (com os quais nos localizamos) e de desejos (com os quais nos orientamos) não altamente mutáveis. Tal perspectiva interessa à produção e análise de mapas na medida em que tanto produtor como leitor estabelecem conexões com a prática do mapeamento que irá comportar de modo mais ou menos explícito estas referências.

Ao tomarmos os verbos apresentar, orientar e localizar como parâmetros para lidar com mapas devemos estar preparados para ampliar possibilidades de compreensão destes gestos e obras na cultura para além dos cânones da própria cartografia. A potência deste exercício é a ampliação das possibilidades de novas abordagens cartográficas para geografia contemporânea, dada sua cada vez mais difícil relação com mapas modernos (desatualização da cartografia institucional em relação à geografia teórica), bem como a aproximação da pesquisa acadêmica com a prática de mapeamento do mundo real, sem o que “corremos o risco de perder o zeitgeist” (PERKINS, 2008, p. 151).

As proposições de entendimento de mapas na sociedade trabalhadas por autores da cartografia crítica contemporânea oferecem uma gama de possibilidades de abordagens de mapas. A análise que produzimos está pautada, em grande medida, nas proposições de Perkins (2006, 2008) sobre a necessidade de considerar mapas em função de fatores contextuais locais com base na teoria ator-rede e nas proposições de Wood e Fels (2008) sobre as instâncias de paramapa, perimapa e epimapa.

Ambas convergem na premissa de que ler mapas não se restringe ao produto em si, mas a todo contexto que lhe confere autoridade e sentido.

Perkins (2006) considera a teoria ator-rede uma das abordagens mais apropriadas para as investigações sobre práticas contextuais de mapeamento, pois ela

"sugere que estudemos as relações entre os diferentes atores humanos, tecnologias e fontes textuais (como mapas e literatura de apoio). Essas relações dependem de diferentes expertises, controles políticos, dinheiro e fluxos de informação entre os atores. O resultado dessas relações é maleável e depende de ação, e as relações em si são sempre construídas e resultantes da mudança dos processos políticos e sociais." (PERKINS, 2006, p. 209. Tradução nossa).

Perkins (2006) apontou a importância de dar visibilidade aos recursos, atores produtores, atores consumidores, contextos e produtos e das relações fortes entre eles, sejam de informação, controle, dinheiro ou expertises, elementos que sustentam a análise sobre mapeamentos que

"sempre precisam ser considerados como atores-redes historicamente contingentes; como tempo, lugar, cultura e negociação; uma teia de possibilidades de interação na qual o mundo é complexo e nada é inevitável. O foco muda daquilo que

o mapa representa para o modo como ele é produzido e como produz ação no mundo." (PERKINS, 2006, apud KITCHIN, PERKINS E DODGE, 2009, p. 16. Tradução nossa).

Tomamos esta construção como um apoio para a visibilidade da rede e relações constituídas em torno da obra cartográfica que analisamos.

De Wood e Fels (2008) tomamos como aporte a abordagem do paramapa e seus componentes perimapa e epimapa, adaptações dos autores aos termos cunhados por Gerard Gennet para analisar textos. O perimapa consiste na produção em torno de um mapa: a qualidade do papel, o profissionalismo do design, título, legenda, escala, encartes, sua apresentação visual e assim por diante. Estes elementos, em nossa proposição sobre entendimento do mapa (apresenta, localiza e orienta) compreende o apresentar, ou seja, a forma-conteúdo da imagem. O epimapa consiste no discurso que circula sobre o mapa projetado para sua forma de recepção ou audiência: anúncios, mensagens para analistas, autenticações, conferências, artigos, etc. Juntos, o perimapa e o epimapa agem para posicionar o mapa num certo modo e contexto (aproximando-se à ideia de localizar) e para lhe dar autoridade para funcionar no mundo (o que se aproxima à ideia de orientar). Um paramapa é a combinação de perimapa e epimapa. Deste modo, para os autores, a completeza da abordagem do mapa em sua inserção cultural imprescinde do

entendimento do paramapa.

Com base nestas abordagens da cartografia crítica delineadas, analisamos uma obra cartográfica de grande circulação em Vitória-ES, valendo-nos dos resultados destes modos de ler mapas para discutir as implicações políticas das práticas sociais que deles se utilizam para apresentar o lugar e para discutir a concepção de espaço subjacente a estas práticas.

Mapa "O Melhor de Vitória" _____

Escolhemos esta obra para discutir as problematizações levantadas por uma série de razões. A primeira delas é que nesta obra se evidencia a distância entre a produção de mapas do mundo real – ou seja, a apropriação da linguagem cartográfica pela sociedade – e as regras e prescrições da cartografia institucional. Em outros termos, este mapa não passaria pelo crivo dos elementos formais da cartografia – não tem legenda, não tem escala, não é uma visão de cima... o que reduziria a obra a uma mera ilustração. Mas esta obra é denominada mapa, é distribuída como mapa, é socialmente entendida como mapa.

Outra razão que nos levou a escolhê-la são suas características tanto de estética como de alcance, bem como a riqueza de materiais complementares disponibilizados na internet, que permitiram avaliar conexões sociais em torno de uma obra cartográfica, estabelecer suas redes.

Atores-rede

"O melhor de Vitória" abrange um

conjunto de três edições: 2008, 2010/2011 e 2012/2013. As versões impressas tiveram tiragens de, respectivamente, 80 mil, 60 mil e 100 mil exemplares, o que totaliza 240 mil exemplares. Para se ter uma dimensão do volume do material, a população do município de Vitória é de 327.801 habitantes (IBGE, 2010) e o número de domicílios é de 108.465 (IBGE, 2010). O alcance potencial do produto impresso, independente da versão, é de pelo menos um mapa por domicílio. Houve, também, versão online dos mapas disponibilizados na internet³.

O público-alvo principal do material, nas palavras de sua idealizadora,

"são os turistas de negócio, que vêm sobretudo de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte e lotam os hotéis da Capital, de segunda a sexta, e acabam não conhecendo a cidade [mas] esse não é o único público que [se] pretende alcançar com o mapa: tanto os que vêm ao Estado a passeio como aqueles que já moram por aqui também serão contemplados"⁴.

O segmento de turismo de negócios e eventos no Espírito Santo é o principal movimentador da desta atividade econômica. De acordo com o Anuário do Turismo (ESPÍRITO SANTO, 2010), nos meses de alta é média temporada o turismo de negócios e eventos é proporcionalmente menor do que o turismo de lazer (este, em grande medida, realizado por grupos familiares para visita a familiares), mas o supera na baixa temporada, sendo que neste o período os

gastos individuais diários dobram em relação às temporadas alta e média.

Este segmento se caracteriza por feiras e eventos, principalmente nos setores de mármore e granito, petróleo e gás, siderurgia e mineração, bem como os de fornecedores destes setores, que se articula com a base produtiva estadual. O perfil do turista de baixa temporada é caracterizado por ser homem (82,34%), na faixa etária de 25 a 59 anos (85,32%), viaja sozinho (60,44%) e é oriundo da região sudeste do país (86,31%) (ESPÍRITO SANTO, 2010). Estes dados delineiam o grupo focal do mapa.

A distribuição do material foi gratuita e foi realizada no aeroporto de Vitória, na rodoviária, nos principais hotéis e restaurantes de Vitória, em pontos turísticos, em eventos diversos, feiras e centros de convenção e nos postos de informação. Todas as edições foram encartadas em edições de domingo de jornais de grande circulação (a primeira versão no jornal A Tribuna e as seguintes no jornal A Gazeta).

“O melhor de Vitória” é um projeto de uma empresa de design, e todas as edições foram patrocinadas por empresas privadas e por órgãos públicos (em geral vinculados ao turismo e ao desenvolvimento, tanto do Governo do Estado do Espírito Santo como da Prefeitura Municipal de Vitória) e em todas foi adotado o mecanismo de compra de espaço publicitário pelas as empresas que apareceram no mapa.

Os lançamentos das edições foram realizados em forma de eventos sociais, com presença de autoridades, empresários envolvidos (patrocinadores e

compradores de espaço publicitário), equipe executora e colaboradores. Há um rico material documental e fotográfico disponibilizado em colunas sociais, sítios de fotógrafos e páginas de redes sociais na internet sobre os lançamentos⁵.

Estes dados sobre perfil do público alvo, distribuição, produção, patrocínio, venda e eventos sociais permitem esboçar, com base em Perkins (2006) os atores-rede do mapa “O melhor de Vitória”. Um ator (ou actante), de acordo com esta teoria, é qualquer coisa que produz efeito na rede, ao mesmo tempo que a rede não é em si um fato, mas somente constituída a partir das relações (e como resultado destas) entre atores. No exemplo em análise, tanto o mapa é o mote de construção da rede como é também um actante.

Assim, se a ideia do mapa nasceu de um desejo individual de sua produtora⁶, sua execução atravessou tanto actantes da produção técnica (ilustradores, gráfica, conhecimentos sobre design), como actantes do setor econômico privado (lojas, empresários, mídias) e do setor público. A distribuição, que dá sentido à produção, envolveu, por sua vez, actantes do setor turístico, entes privados (empresários adquirentes do espaço publicitário, jornal de grande circulação, stands em feiras e eventos, aeroporto, rodoviária, postos de informação turística). Já o consumo envolveu os turistas de negócios e eventos, os clientes das empresas adquirentes de espaço publicitário no mapa, a população (em

grande parte atingida a partir do encarte do mapa nos jornais). A existência do produto tem extrema dependência com toda essa rede e é apoiada pelas visibilizações nas mídias e redes sociais e em eventos sociais (como é o caso dos eventos de lançamento).

Esta sucinta abordagem dos atores-rede em torno do mapa “O melhor de Vitória” buscou levantar elementos sobre o modo como foi produzido, circulou e compôs uma audiência. Permitiu-nos levantar algumas possibilidades de entendimento de como age no mundo, o que revela sentidos da própria produção do espaço como arena de relações entre elementos humanos e não humanos, bem como traços de uma cultura de mapa, neste caso, mais explicitamente o “estar no mapa” como condição para integrar uma rede de vantagens comerciais.

Paramapa

A abordagem dos atores-rede do mapa “O melhor de Vitória” forneceu elementos para reconhecer os elos fortes constituídos para sua existência. Já os elementos do paramapa nos guiam em um aprofundamento em sua apresentação e sobre seus componentes retóricos. Variações de formatos, variações estéticas, modos de ver são alguns componentes do perimapa. Reforços discursivos da mídia, do estado, da empresa produtora e de clientes são elementos do epimapa.

Desde a primeira edição houve variações no formato dos mapas (tamanho aberto e dobrado bem como nos padrões gráficos. Detalhamos aqui a

o formato da edição 2012/2013, nas versões impressa e online. Na versão impressa o mapa é dobrado e encartado em uma pequena revista de capa dura que contém o catálogo com endereços de todas as empresas constantes no mapa, além de propagandas institucionais (da Secretaria Estadual de Turismo, da empresa concessionária de abastecimento de água) e de empresas. A revista funciona como uma legenda, pois dá significação aos elementos que compõe o mapa como seu conteúdo. Suas duas últimas páginas contêm informações sobre eventos (em sua maioria festividades populares e folclóricas, com suas datas e localidades, realizadas fora de Vitória), bem como uma lista de “principais pontos turísticos” (alguns com telefones), telefones de museus, cinemas e teatros e de utilidade pública.

Este formato é multifuncional. Sendo um formato de bolso, permite maior portabilidade do mapa. A capa dura além de proteger o mapa diminui seu caráter de descartável, comum em mapas turísticos habituais, bem como serve, em especial nos estabelecimento voltados à alimentação, como porta conta ou porta comanda, o que funciona como um convite ao cliente consultar o mapa e em muitos casos lhe é facultado levá-lo consigo.

A versão online é constituída pelo mesmo material, rearranjado em menus da página na internet. A consulta ao mapa permite zooms na imagem, bem como o acesso, ao clicar nos ícones do mapa, às informações sobre as empresas adquirentes de espaço

publicitário. Não é possível acessar, por este recurso, informações sobre os “principais pontos turísticos”.

O formato e suas versões (impresso e online) são elementos importantes na medida em que indicam a potencial perenidade de acesso ao mapa, indicando, por sua vez, o potencial de permanência da imagem, o que lhe dá força retórica.

No que se refere à imagem propriamente, em todas as versões foi utilizado o recurso do desenho. Este recurso pictórico foi escolhido por permitir criar uma imagem estilizada que, de acordo com declaração da idealizadora, “tem um caráter mais lúdico e não se prende às medidas proporcionais, da mesma forma como não inclui todas as vias públicas nem todos os bairros da

Capital”⁷.

Wood e Fels (1986) em seu artigo denominado “Design on signs: myth and meaning in maps” haviam reconhecido a existência de vários códigos no mapa, os códigos de intrassignificação (que são apropriados pelo mapa) e os códigos de extrassignificação (que se apropriam do mapa)⁸. Vargas (2013) identificou estes códigos ao analisando a versão 2012/2013 do mapa “O melhor de Vitória”. Dois deles merecem destaque, os evidenciados na citada fala da idealizadora: os códigos icônico e tectônico. Reportaremos-nos à edição 2012/2013 (Figura 1), embora, em termos gerais, os elementos se repitam nas outras edições.

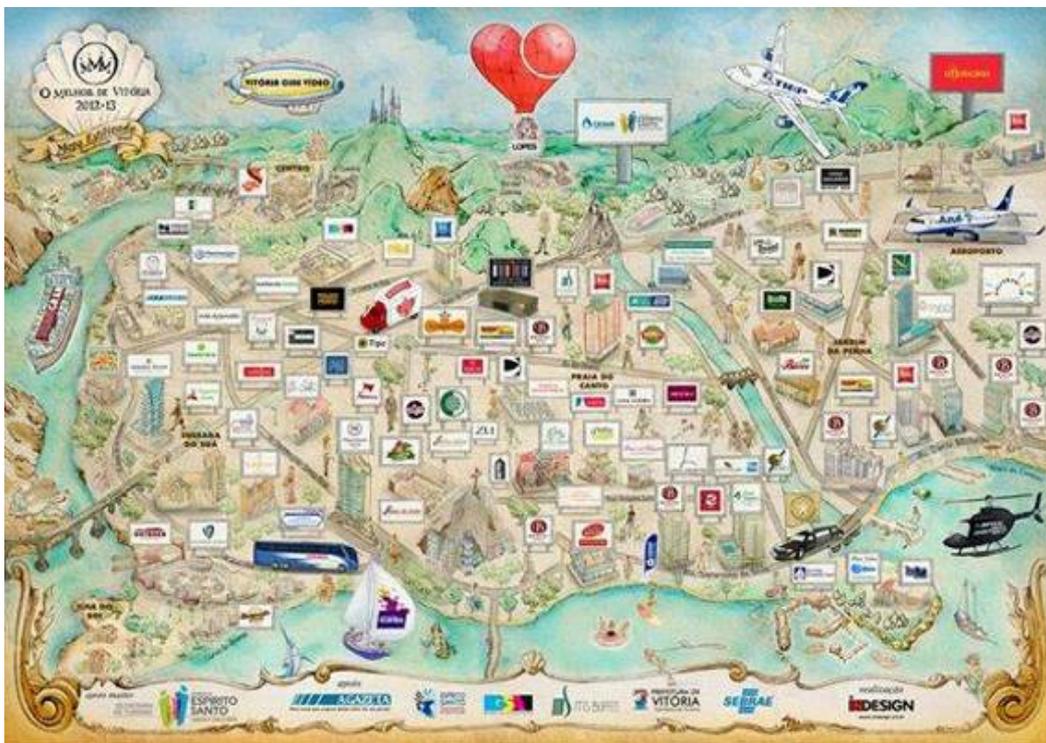


Figura 1 - Mapa “O melhor de Vitória”.

Disponível em <https://www.facebook.com/omelhordevitoriaevilavelha>.

O código icônico se compõe de logotipos plotados no mapa como outdoor, os desenhos de edificações cuja razão da existência no mapa é sustentar o logotipo (ou seja, não estariam lá caso a empresa não fosse adquirente de espaço publicitário no mapa); edificações e patrimônios públicos, identificados nominalmente ou não (a maioria constante nas páginas de “informações turísticas”), ícones de meios de transportes, a maioria carregando

logotipo de empresas adquirentes de espaço publicitário, mas cuja sede não se localiza em Vitória; tipos humanos (em situações de lazer, esporte ou compras – o único ícone de pessoa em atividade laboral refere-se a uma mulher, negra, a indicar a Associação das Paneleiras de Goiabeiras, constante na revista como um dos principais pontos turísticos), e elementos que remetem à natureza (árvores, massas d’água, afloramentos, relevo) (Figura 2).



Figura 2 - Detalhes dos ícones do mapa “O melhor de Vitória”. Disponível em <http://www.omelhordevitoria.com.br>.

Estes ícones funcionam conjuntamente para criar uma imagem de harmonia entre a natureza, os serviços e a qualidade de vida. Isso situa o mapa nos valores do imaginário urbano contemporâneo, amplamente utilizada em estratégias de venda de lugares pelo

mercado imobiliário.

O segundo código que destacamos é o tectônico que, segundo Wood e Fels (1986) é o que faz referência ao localizacional e estabelece relações entre os objetos no âmbito escalar, dimensional, de distância, direção e extensão. Vargas

(2013) identificou o uso da visualização “voo de pássaro”, com posição de visada sobre a ilha do Frade, o que muda a estratégia de olhar o mapa “de cima para baixo”, visão onipresente, para uma perspectiva, portanto rearranjo em planos, a exemplo da linguagem fotográfica. Isto compõe No caso deste mapa podemos afirmar que a perspectiva de visada do voo

de pássaro implica multiescalaridade, mas também se evidencia que a escolha do ponto de visada coloca em primeiro plano um recorte que é social, como se pode verificar ao comparar a área posta em primeiro plano a um mapa oficial da Prefeitura Municipal que se refere à renda (Figura 3).

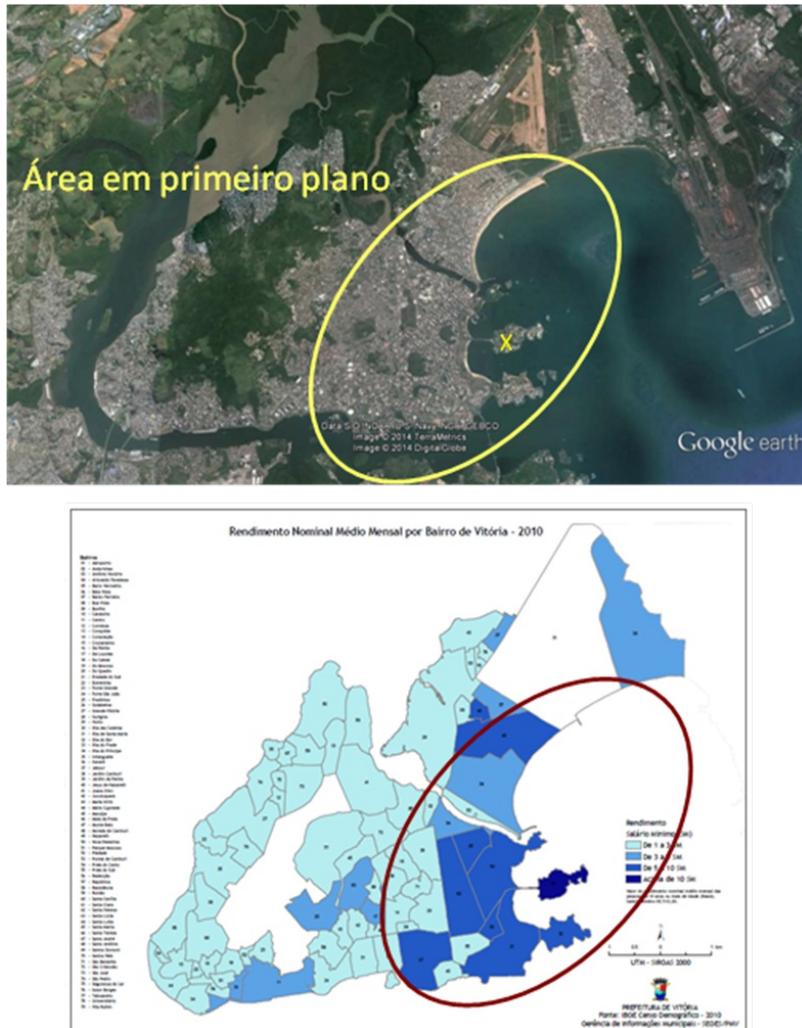


Figura 3 - Identificação do ponto de visada e da área em primeiro plano que compõe a perspectiva de voo de pássaro no mapa “O melhor de Vitória” e a comparação da área em primeiro plano com o mapa de rendimento médio mensal por bairro de Vitória (os tons mais fortes significam 5 a 10 Salários Mínimos e mais de 10 salários mínimos)
 Fonte: Google Earth e Prefeitura Municipal de Vitória (com base nos dados do Censo Demográfico – IBGE, 2010).

Ao observarmos as distintas edições do mapa, verificamos que o voo de pássaro e a visada a partir de um ponto situado sobre a ilha do Frade se mantém, mas as posições relativas dos ícones

variam, recurso que visa à uma melhor organização dos ícones das empresas adquirentes de espaço publicitário (Figura 4).



Figura 4 - Detalhes das três edições do mapa, destacando os mesmos ícones e as variações em suas posições relativas.

Disponível em <http://www.omelhordevitoria.com.br>,
<https://www.facebook.com/omelhordevitoriaeivilavelha>. e
<http://legado.vitoria.es.gov.br/diario/2008/0429/mapaVitória.asp>

Destacamos estes dois códigos como componentes fortes do perimapa, pois são os que sustentam sua retórica e direcionam sua utilização: Vitória é um lugar de relações harmoniosas entre o que há de mais moderno e a natureza preservada, o que permite “estilo” e qualidade de vida (leia-se lazer e esporte), mas isso não ocorre em toda Vitória, somente em um pequeno trecho, que é o que vale a pena ser conhecido na breve e intensa visita dos turistas de negócios. Isso é “O Melhor de Vitória”.

A retórica do mapa é reforçada pelos discursos sociais sobre ele, o que Wood e Fels (2008) chamam de epimapa. Podemos analisá-los em associação aos atores-rede (Perkins, 2006, 2008). Selecionamos trechos de alguns exemplos textuais, disponíveis na internet em relação às diferentes edições do mapa: da própria empresa elaboradora, do estado,

de empresas compradoras de espaço publicitário e da mídia, para analisar as recorrências e reforços discursivos. Os grifos são nossos.

Mapa que mostra o que Vitória tem de melhor é lançado nesta segunda.

O município de Vitória conta com um mapa estilizado que divulgará para moradores e turistas os principais pontos turísticos, produtos e serviços da Capital.[...] ‘Os mapas trazem informações importantes e referências de serviços e produtos que servirão aos turistas, às agências de viagens, equipamentos turísticos e ao próprio município’, disse Anderson [Fioreti, então diretor da Companhia de Desenvolvimento de Vitória], ao destacar que o turismo tem também uma relação direta com informação. O turismo é uma atividade que envolve o

deslocamento de pessoas de um lugar para o outro. É uma mistura complexa de muitos elementos, os transportes, os alojamentos, as atrações e as diversões disponíveis, e dos fatores psicológicos, que seriam desde uma simples fuga, passando pela concretização de um sonho ou fantasia, até simplesmente a recreação, o descanso. Inclui ainda inúmeros interesses sociais, históricos, culturais e econômicos. Devido a esses elementos, cada vez mais pessoas em todo o mundo encontram nas viagens a melhor alternativa para preencher seu tempo livre. Daí as boas perspectivas para o turismo. Atualmente o turismo oscila entre o 2º e o 3º setor de maior movimentação econômica em escala mundial. O turismo emprega 250 milhões de pessoas em todo o planeta, e é o maior gerador de receitas de impostos, equivalendo atualmente a US\$ 802 bilhões de dólares”.

Disponível em:

<http://legado.vitoria.es.gov.br/diario/2008/0429/mapaVitória.asp>

Observa-se neste texto o entendimento do mapa como mais um produto da estratégia municipal de valorizar o turismo como fonte de renda, enquadrando Vitória em um contexto mundial. Por esta perspectiva é que se justifica o investimento público na produção do mapa. Ao mesmo tempo, é o próprio poder municipal que chancela o mapa como divulgador dos principais pontos turísticos, produtos e serviços da capital para moradores e para turistas. Por exclusão, o que não está no mapa não é nem principal nem significa Vitória. Este

texto referia-se à primeira edição do mapa, em 2008.

O texto de abertura da versão 2012/2013, o que podemos enquadrar como a justificativa do produto pela empresa produtora, traz os mesmos elementos e o mesmo tom discursivo:

O Mapa ‘O Melhor de Vitória’ é uma ferramenta estratégica concebida com criatividade e sofisticação com o objetivo de divulgar os principais pontos turísticos e o que há de melhor em produtos e serviços oferecidos na capital. Aqui, moradores e turistas encontram o que a cidade tem de melhor nos segmentos da arte, gastronomia, turismo, cultura, entretenimento, comércio e serviços”. Disponível em: <http://www.omelhordevitoria.com.br>

As palavras-chave “ferramenta estratégica”, “criatividade” e “sofisticação” incluem-se em cadeias discursivas de marketing que visam alcançar (e também conformar) imaginários sociais. São valorações que respondem ao por que (porque é estratégico para a empresa estar no mapa), e ao como (criatividade como solução para arranjar em um mapa, “especializar”, quem compra a ideia estratégica de nele aparecer e sofisticação como uma marca de “bom gosto” e “classe” valor a ser compartilhado pelos atores). No mais, o discurso assemelha-se enormemente com aquele do poder público municipal: a cidade é que é significada, pontos turísticos são o primeiro elemento do discurso.

O melhor de Vitória

Há poucas semanas foi divulgado o mapa o MELHOR DE VITÓRIA de 2012. E a LOJA ZU está presente, claro!! Infelizmente não dá para colocar no mapa nossas 6 lojas, mais aqui no blog, na aba “nossas lojas” você consegue ver o endereço e telefone de todas elas. O mapa O MELHOR DE VITÓRIA é uma ferramenta [sic!] para ajudar a divulgar os pontos turísticos, e o que há de melhor em produtos e serviços. Bem legal né!?

Disponível em:
<http://lojazu.wordpress.com/2012/09/11/o-melhor-de-vitoria/>

Repete-se neste discurso a questão da divulgação dos pontos turísticos como primeiro elemento relevante do mapa. Revela-se também o discurso de que é óbvio que a loja está no mapa, que é “bem legal”, mesmo que não tenha sido possível que todas as filiais fossem incluídas (três delas em municípios outros, mas as outras duas em áreas que aparecem no mapa). Acompanha este texto, no blog da loja, uma cópia do mapa em que se destaca, com um círculo vermelho e flechas, o logotipo da loja.

“O Melhor de Vitória” chega à 3ª edição

A designer gráfica Flávia Carvalhinho lança a terceira edição do mapa “O Melhor de Vitória”, dia 30 de agosto, no Ilha Shows. O mapa reúne cerca de 70 pontos turísticos do Estado, entre hotéis, bares, restaurantes e casas noturnas. A festa de lançamento contará com bufê de Sandra Dalla Bernardina. Com tiragem de

100 mil exemplares, o mapa circula com A GAZETA, que apoia o projeto, em 2 de setembro.

Disponível em:
http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2012/07/noticias/a_gazeta/caderno_2_ag/1309441-zig-zag.html

Neste texto da mídia impressa (e online) a ênfase novamente é dada aos pontos turísticos, aqui não mais da capital, mas do Estado. Afirma-se a existência no mapa de cerca de 70 pontos turísticos, enquanto que na listagem apresentada no próprio produto o número é de 19, dos quais 14 são desenhados e, destes, somente 4 são nominados no mapa. Pelo texto jornalístico, dá-se a entender que hotéis, bares, restaurantes e casas noturnas estariam entre os pontos turísticos. Deduz-se que o que o objetivo da notícia não é o conteúdo do mapa, mas sua festa de lançamento e o apoio e distribuição daquele veículo midiático.

Vitória no mapa

O cotidiano artístico de Vitória, representado por galerias, museus e outros espaços como o Teatro Carlos Gomes e o Palácio Anchieta, no Centro da Capital – ou mesmo o Museu Vale, logo ali... do outro lado da baía –, bem como a produção artesanal de cerâmica das paneleiras de Goiabeiras, são alguns aspectos da vida cultural capixaba contempladas pelo mapa “O Melhor de Vitória”, que chega à sua segunda edição, com lançamento marcado para hoje à noite, em evento somente para

convidados. O mapa estilizado, concebido pela designer Flávia Carvalhinho e com ilustrações de Genildo Ronchi, abrange ainda importantes pontos turísticos da cidade e de seu entorno, como a Catedral Metropolitana, o Convento da Penha, além de outros prédios históricos e parques, e também algumas das grandes empresas, pontos comerciais e serviços diversos. Tudo isso com layout e cores atrantes e um tom lúdico.[...] Entre as novidades, “O Melhor de Vitória” vai ganhar também um perfil no Twitter (@melhordevitoria), que já pode ser acessado, e um serviço exclusivo de newsletters bimestrais. Além disso, o projeto manterá o seu site oficial, www.omehordevitoria.com.br, cuja nova versão vai entrar no ar na noite de hoje, durante o evento de lançamento. **Festa** Aqueles que não puderem ir à festa de lançamento poderão acompanhar pela internet, em tempo real, tudo o que acontecerá por lá: blogueiros e twiteiros vão atualizar os internautas com notícias e fotos de tudo o que rolar durante o evento. A festa se completa com as atrações musicais: Marcelo Ribeiro e Banda, Thabata Fer, Juliano Gauche, Amaro Lima, Kátia Rocha e Betina Aarão. “Como o mapa contempla não apenas os pontos turísticos e o comércio, mas também a cultura, achamos interessante convidar alguns artistas da nossa música. São seis cantores, e cada um deles vai interpretar duas músicas. Além disso, vamos exibir um vídeo de um bate-papo com Cariê Lindenberg, Luiz Paixão, Marien Calixte e Rogério Coimbra, sobre a vida cultural em Vitória, nos anos 60 e 70. É uma forma também de homenagear

essas importantes personalidades”, explica Flávia. [...] Disponível em http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2010/04/630096-vitoria+no+mapa.html

Esta reportagem traz outros elementos que situam o mapa na sociedade de Vitória. Neste caso, inicia-se afirmando que o cotidiano artístico e aspectos da vida cultural capixaba são representados no mapa, que também abrange importantes pontos turísticos “e também algumas das grandes empresas, pontos comerciais e serviços diversos”. Novamente afirma-se aqui, no discurso, o que não é o princípio norteador do mapa e coloca-se como secundário a sua própria razão de ser. A imagem inverte o sentido do discurso (Figura 5).

Esta reportagem alonga-se ao falar da festa de lançamento da edição 2010/2011 do mapa, um produto comercial, como evento cultural, com atrações musicais e vídeo em homenagens a personalidades relevantes da vida cultural capixaba nos anos 60 e 70. Mas, o próprio texto alerta: “só para convidados”. Este mecanismo ao mesmo tempo que afirma o que é cultura, inclui somente alguns em sua vivência. Cultura é oferecida para os atores-rede do mapa, sendo as relações comerciais estabelecidas o principal passaporte de acesso a ela.

A partir da edição 2010/2011, também se evidencia o alcance do mapa para além de sua mídia física, por meio de redes sociais e site na internet. A edição 2012/2013 apresentou a



Figura 5. Mapa “O melhor de Vitória”, edição 2012/2013, com destaque para os pontos turísticos destacados na revista em que a versão impressa está encartada, bem como na versão online. Observar a posição periférica dos mesmos no arranjo apresentacional do mapa. Os círculos vazados se referem a pontos turísticos mencionados no material escrito mas não desenhados no mapa.

Imagem disponível em <http://www.omelhordevitoria.com.br>, com intervenções da autora.

estratégia de divulgação do mapa conforme ele ia sendo feito, por meio de postagens na página do mapa na rede social facebook (<https://www.facebook.com/omelhordevitoriaevilavelha>), nos meses que antecederam o lançamento. Postagens de detalhes do mapa cujos desenhos iam sendo finalizados mesclavam-se com postagens de logotipos das empresas que iam aderindo ao mapa, adquirindo espaços publicitários. Constitui-se por meio desta estratégia uma noção de construção coletiva do mapa, um mapa de “todos”, um sentido comunitário que

também age na sua valorização.

De acordo com Wood e Fels (2008), o perimapa e o epimapa “trabalham para posicionar o mapa numa certa maneira e lhe dão autoridade para agir no mundo”. Conclui-se, portanto, que o paramapa da obra analisada afirma se tratar de um mapa sobre turismo e cultura em Vitória. Esta é a autoridade do mapa, a partir da qual se torna possível articular agentes públicos (financiamentos públicos), que por sua vez também chancelarão o mapa, para uma atividade de fins privados (divulgação empresarial), de interesse de

um determinado grupo social.

Não se está, de modo algum, questionando o direito ou a legitimidade de quem quer que seja de fazer mapas a partir de seus próprios critérios e visões, mas dando visibilidade para o conjunto de forças que valorizam o mapa ao fazer dele o portador de uma versão, o que parece ser menos evidente em mapas cuja elaboração segue todas as prescrições formais e que invisibilizam a linguagem enquanto tal, ou que tornam “verdadeiro enquanto realidade aquilo que era verdadeiro enquanto linguagem, [isto é, tornam] aquilo que é um gesto cultural (humano, político) na manifestação da realidade por si mesma” (Oliveira Jr, 2011, p.2).

No caso da obra analisada o gesto cultural é explícito na imagem e em alguns discursos, ainda que em geral é no discurso a ênfase do mapa como portador da verdade ou enquadrado numa realidade verdadeira (do turismo, da capital, do que há de melhor...), sem o que, possivelmente, os atores-rede não teriam sustentação.

Políticas espaciais em mapas_____

Analisar uma obra cartográfica da “geografia real” a partir das abordagens da teoria ator-rede e do paramapa nos forneceu elementos para leitura das políticas espaciais do mapa.

Para Massey (2008), o modo como imaginamos o espaço condiciona possibilidades da política e as imagens cartográficas participam da produção de imaginações espaciais. Mudar o foco usual da cartografia de “mapas representam espaço” para “mapas apresentam lugares”, torna possível abrir a ordem do mapa para

compreender o jogo de forças sociais que sustentam esta apresentação, ou seja, a noção de espaço operada por este jogo de forças que se efetiva no lugar.

Massey (2004) propõe que imaginemos o espaço a partir de alguns pressupostos:

- que o espaço é produto de inter-relações, portanto integrante da constituição de subjetividades políticas, sem que estas relações estejam necessariamente inscritas em um sistema coerente.

- que espaço e multiplicidade se co-constituem, o que combate a visão de história única, de inevitabilidade, como também as noções fixas de autenticidade ou identidade do lugar.

- que o espaço está sempre em devir, sempre não finalizado, sempre aberto à emergência do novo, sendo esta a possibilidade da política.

Estes caminhos são guias importantes para se olhar o mapa e nele reconhecer os conteúdos de poder social, as relações de dominância e de subordinação, o potencial de capacidades que elas podem produzir e desafiar as formas de relação através das quais as identidades são formadas (Massey, 2004).

O reconhecimento de poder social no mapa que analisamos se revelou por meio da análise dos atores-rede, bem como do epimapa. As relações de dominância e subordinação puderam ser lidas pelo jogo de inclusão e exclusão a partir do que é considerado “o melhor”. Do mesmo modo, observou-se a subordinação, na imagem, à dominância do econômico (como recorte de classe e como atividade) sobre o que é cultural e

turístico. Todo jogo de imagem e discurso sobre recai sobre um modo possível de viver a cidade, claramente um recorte de renda. Ser “o melhor” é compartilhar a renda e as exclusividades de acesso, esta forma de viver o mundo. Esta é uma noção de inevitabilidade, de trajetória única. Ser é ser assim. Uma composição de classe social que “empresta” seus adjetivos à cidade, para fazê-la agradável (vendável).

Para Massey (2008) os mapas “normais” ocidentais dão a impressão de que o espaço é uma superfície lisa, um produto acabado, um sistema fechado coerente. O fato de o mapa exemplificado não se comprometer com as regras dos mapas normais permite mirá-lo de duas formas: a primeira é que mesmo desafiando os cânones (ele mesmo traz no texto a palavra “estilizado” como um escape às regras, declarando-se “sem precisão”, ainda que também possa se admitir o entendimento do termo como “com estilo próprio”, sendo um ambiguidade confortável), há traços do mesmo pensamento espacial que usualmente se encontra nos mapas “normais”. Há uma proposição identitária tanto na imagem como nos discurso acerca do produto, que é a da naturalização, portanto estase, da “qualidade de vida” (leia-se harmonia entre a natureza e o capital), identidade esta que conforma o predicado principal para venda do lugar.

O outro modo de mirá-lo é considerar que isso atua na desestabilização de sua condição de verdade. Dificilmente não será lido como parcialidade – esta é a sua pedagogia – o que não diminui seu papel na composição

de uma imaginação. Mas é por esta desestabilização da verdade que revela que no conjunto do que é “o melhor” não cabem todos, que se abrem caminhos para outras versões, para composições de outros atores-rede, de modo que composições de mapas, variações na linguagem de mapas, sejam disponíveis e cada vez mais apropriadas para criação de outras imagens, trazendo o mapa para o centro das negociações políticas próprias do espacial.

Considerações finais

Há inúmeras demandas e práticas sociais com mapas sendo inventadas. Cada uma delas envolve afirmações sobre lugares e compõem imaginações espaciais, que são parâmetros com os quais agimos no mundo. São, portanto culturais, entendendo o cultural sem qualquer tipo de fechamento.

Abrir possibilidades de analisar estas imagens como marcas da cultura de uma sociedade, tanto no modo como valorizam como no modo que realizam estas imagens é tanto desafiador para a geografia teórica como para a cartografia institucionalizada, ainda fortemente marcada por prescrições.

Se a sociedade está a propor novos modos de mapa, está a valorizar esta modalidade expressiva no seio da política. Variedades de mapas são na verdade variações de modos de entender e de produzir mundos, e assim em vez de afirmar o que mapas são (enfoque ontológico) pode ser mais produtivo tentar entender como ao apresentarem lugares articulam referências para

localização e orientação do e no mundo.

Notas

* Professora associada no Departamento de Geografia e docente permanente no Programa de Pós Graduação em Geografia do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, líder do Grupo de Pesquisa CNPq POESI – Política Espacial das Imagens Cartográficas e membro da Rede de Pesquisa “Imagens, Geografias e Educação”.

**Agradecimento à FAPES – Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo pelo apoio financeiro às pesquisas que se desdobraram na elaboração desse texto; ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Ufes; aos membros do Grupo de Pesquisa CNPq POESI e da Rede de Pesquisa “Imagens, Geografias e Educação”.

¹ ... não é de admirar que o mapa esteja entre os alvos mais consistentes para a desconstrução pós-moderna. Isto tem simultaneamente diminuído e melhorado o lugar da cartografia na geografia. / Vivemos hoje a cultura mais cartograficamente rica da história: o mapa é onipresente na vida cotidiana, e cada vez mais está ao alcance de seu usuário manipulá-lo e transformá-lo (Tradução livre da autora).

² O termo “Cartografia Social” inscreve um conjunto de estudos e ações levado a cabo pelo grupo de pesquisa “Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia – PNCSA” (www.novacartografiasocial.com), que trabalha com oficinas de mapas junto a grupos sociais em processos de reconhecimento e/ou reivindicações

territoriais. Ao utilizamos as expressões “chamadas ‘cartografias sociais’” estamos nos referindo à produção e utilização de mapas em contextos e com intencionalidades similares às do PNCSA.

³ O termo “Cartografia Social” inscreve um conjunto de estudos e ações levado a cabo pelo grupo de pesquisa “Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia – PNCSA” (www.novacartografiasocial.com), que trabalha com oficinas de mapas junto a grupos sociais em processos de reconhecimento e/ou reivindicações territoriais. Ao utilizamos as expressões “chamadas ‘cartografias sociais’” estamos nos referindo à produção e utilização de mapas em contextos e com intencionalidades similares às do PNCSA.

⁴ Conforme reportagem jornalística “Vitória no mapa” produzida por Tiago Zanolli no jornal A Gazeta, 27/04/2010. Disponível em: http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2010/04/630096-vitoria+no+mapa.html

⁵ Dentre outros: <https://www.facebook.com/omelhordevitoriaevilavelha>; <https://www.flickr.com/photos/cacalim/with/4559836830>; <http://outrodaizamendonca.blogspot.com.br/2010/04/noite-de-festa-em-vitoria.html>; <http://www.peperazzi.com.br/v5/UmEvento.aspx?eve=1027>; http://www.norock.com.br/fotos,58,5115,mapa_o_melhor_de_vitoria_no_ilha_shows_oc.html <https://www.youtube.com/watch?v=8Mg3Ej3mLDk>

⁶ “Como artista plástica, sempre me senti atraída por mapas ilustrados e comecei a

coleccioná-los há bastante tempo. Quase todas as grandes cidades têm esse tipo de mapa, que privilegiam os principais serviços e pontos turísticos. Vi vários no Rio de Janeiro, quando morei lá, entre 2005 e 2006. Voltei para Vitória em 2007 e resolvi fazer aqui também, não apenas pontuando as atrações turísticas, mas mostrando o que temos de melhor em todos os segmentos”, afirma Flávia Carvalhinho. Disponível em: http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2010/04/630096-vitoria+no+mapa.html.

⁷ Conforme reportagem jornalística “Vitória no mapa” produzida por Tiago Zanoli no jornal A Gazeta, 27/04/2010. Disponível em: http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2010/04/630096-vitoria+no+mapa.html

⁸ Códigos de intrassignificação: icônico, linguístico, tectônico, temporal, apresentacional. O código icônico se refere aos ícones expressos no mapa, o que há de representação material, uma relação entre os itens geográficos e as expressões gráficas, englobando tanto os atributos concretos como abstratos. O código linguístico, diz respeito às expressões tipológicas, aquilo que está grafado por escrituras e numerais, regulados pelas normas da língua verbal, como o título do mapa, legenda e as expressões tipográficas que fazem referência aos lugares. É o código da classificação, da individualidade: identificando, nomeando, designando. Os códigos Icônico e Linguístico ainda não são o mapa, apesar de fazerem referência semântica ao conhecimento geográfico. O código tectônico é o que faz referência ao localizacional e estabelece relações entre

os objetos no âmbito escalar, dimensional, de distância, direção e extensão. O código temporal é o menos evidente, estabelece relação entre a escala temporal do mundo e a escala temporal do mapa, seja o passado, presente, futuro ou a atemporalidade; é aquele que estabelece dimensão temporal no espaço. Por fim, o código apresentacional se refere à diversidade de expressões que constitui o mapa, caracterizando um discurso cartográfico através da organização dos códigos anteriores. Este código é o que possibilita legitimar um discurso sobre o espaço através da imagem, fazendo a ligação entre a produção e o consumo, carregando o mapa para o domínio da extrassignificação.

Códigos de extrassignificação: temático, tópico, histórico, retórico e utilitário. O código temático irá trabalhar a latência dos ícones no discurso do mapa, irá organizar o código icônico em arranjos de sentidos, irá ditar e estabelecer o objeto do mapa, sobre o que discursará e sobre o que argumentará. O código tópico irá afirmar a existência do lugar, é o agenciador entre o leitor do mapa e o espaço mapeado. Se o código tópico faz associação ao lugar, o código histórico se associa ao tempo, apropria o mapa para uma era, o incorpora numa visão da história. O código histórico irá trabalhar uma temporalidade na temática do mapa, estabelecendo conexões entre o tempo histórico a qual o mapa faz alusão e ao processo de compreensão das informações contidas no mapa. O código retórico apresenta o discurso eloquente do mapa, qual ideia ele pretende disseminar. Ele se caracteriza pelo

discurso de quem o construiu, para a cultura que o produziu. O código retórico apropriada para seu mapa o estilo mais vantajoso para o mito que ele pretende propagar. Quando o mapa é usado ele é incorporado pelo código utilitário, de maneira que os fins e objetivos por traz do mapa serão postos à prova. Esta relação se faz também no grau de sua circulação. O código utilitário estabelece qual é a função específica do mapa na cultura, qual é o processo de utilização e apropriação do mapa, estabelecendo relação com quem o usa e para que fins o mapa é usado (GIRARDI, 1997, com base em WOOD E FELS, 1986).

Referências

Bibliográficas _____

ANDREWS, Jonh Harwood. What was a map?" *Cartographica*, 1996, v. 33, n. 4, p. 1-11.

COSGROVE, Denis. Cultural cartography: maps and mapping in cultural geography, *Annales de géographie*, 2008, v.2, n. 660-661, p. 159-178.

ESPÍRITO SANTO. Anuário do turismo do Espírito Santo. Vitória, 2010.

FREIRE, Paulo. A importância do ato de ler: em três artigos que se completam. 23ª. ed., São Paulo, Autores Associados/ Cortez, 1989.

GIRARDI, Gisele. A cartografia e os mitos: ensaios de leitura de mapas. São Paulo, FFLCH-USP, 1997. (Dissertação de

Mestrado)

HARLEY, Jonh Brian. Deconstructing the map. *Cartographica*, 1989, v. 26, n. 2, p.1-20.

HARLEY, Jonh Brian. La nueva naturaleza de los mapas. C. México, Fondo de cultura económica, 2005.

IBGE. Censo demográfico, 2010. Disponível em <www.censo2010.ibge.gov.br>.

KITCHIN, Rob; PERKINS, Chris; DODGE, Martin. Thinking about maps. In: __ (Eds.) *Rethinking Maps*. Routledge, 2009. p. 1-25.

MASSEY, Doreen. Filosofia e política da espacialidade: algumas considerações. *GEoGraphia*, 2004, v. 6, n.12, p. 7-23.

MASSEY, Doreen. Pelo espaço: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2008.

MOREIRA, Ruy. Geografia e práxis: a presença do espaço na teoria social crítica. São Paulo, Contexto, 2012.

OLIVEIRA JUNIOR, Wenceslao Machado de. A educação visual dos mapas. *Revista Geográfica de América Central* (online). Número Especial EGAL, v. 2, n. 47E, p. 1-16, 2011. Disponível em <<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/2613>>

PERKINS, Chris. Cultures of map use. *The Cartographic journal*, 2008, v. 45, n.

2, p. 150–158.

PERKINS, Chris. Mapping golf: a contextual study. *The Cartographic journal*, 2006, v. 43, n. 3, p. 208–223.

SEEMANN, Jörn. O ensino de cartografia que não está no currículo: olhares cartográficos, “carto-fatos” e “cultura cartográfica”. In: NUNES, Flaviana Gasparotti (org.). *Ensino de geografia: novos olhares e práticas*. Dourados, Ed. UFGD, 2011. p. 37-60.

VARGAS, André Azoury. Análise dos códigos de intrassignificação e extrassignificação em mapas estilizados como prática cartográfica escolar: um exemplo no “O melhor de vitória 2012-13”. In: VIII Colóquio de Cartografia para Crianças e Escolares, 2013, São João Del-Rei. *Anais...* São João Del-Rei: UFSJ, 2013. v.1. CD-ROM.

WOOD, Denis; FELS, John. Design on signs/myth and meaning in maps. *Cartographica*, 1986, v. 23, n. 3, p. 54-103.

WOOD, Denis. Cartography is dead (Thank god!). *Cartographic Perspectives*, 2003, n. 45, p. 4-7.

WOOD, Denis. *Rethinking the power of maps*. New York, The Guilford Press, 2010.

WOOD, Denis; FELS Jonh. *The natures of maps: cartographic constructions of the natural world*. Chicago, University of Chicago Press, 2008.

WAYS OF READING MAPS AND ITS SPATIAL POLITICS

ABSTRACT: MAPS ARE CULTURAL PRODUCTIONS THAT PRESENT PLACES FROM REFERENCES OF LOCATION AND ORIENTATION IN AND OF THE WORLD. UNDERSTANDING THEM IN THIS WAY DEFIES THE CANONS OF MODERN CARTOGRAPHY, BUT OPENS POSSIBILITIES FOR ENHANCING THE UNDERSTANDING OF THIS MODE OF EXPRESSION AND OF THE SPATIAL IMAGINATIONS THAT PROPOSE AND SUSTAIN THEM. ARE APPLIED TWO APPROACHES TO READING MAPS FROM THE CRITICAL CARTOGRAPHIC TO A CARTOGRAPHIC WORK OF LARGE CIRCULATION IN VITÓRIA - ESPÍRITO SANTO - BRASIL: THE APPROACH OF ACTOR-NETWORK (PERKINS, 2006) AND THE PARAMAP (WOOD AND FELLS, 2008). THESE APPROACHES PROVIDE ELEMENTS FOR UNDERSTANDING HOW MAPS PRODUCE AND ARE PRODUCED BY SPATIAL POLITICS.

KEYWORDS: CARTOGRAPHIC IMAGES; CRITICAL CARTOGRAPHY; READING MAPS; SPATIAL POLITICS; CONTEMPORARY GEOGRAPHY.

MANERAS DE LEER MAPAS Y SUS POLÍTICAS ESPACIALES

RESUMEN: LOS MAPAS SON PRODUCCIONES CULTURALES QUE PRESENTAN LOS LUGARES A PARTIR DE LAS REFERENCIAS DE UBICACIÓN Y ORIENTACIÓN EN LO Y DEL MUNDO. LA COMPRENSIÓN DE ELLOS DE ESTA MANERA DESAFÍA LOS CÁNONES DE LA CARTOGRAFÍA MODERNA, PERO ABRE POSIBILIDADES PARA MEJORAR LA COMPRENSIÓN DE ESTE MODO DE EXPRESIÓN Y DE LA IMAGINACIÓN ESPACIAL QUE PROPONEN Y QUE SOSTIENEN A ELLOS. SE APLICAN DOS ENFOQUES PARA LA LECTURA DE MAPAS DE LA CARTOGRAFÍA CRÍTICA EN UNA OBRA CARTOGRÁFICA DE GRAN CIRCULACIÓN EN VITÓRIA - ESPÍRITO SANTO - BRASIL: EL ENFOQUE DEL ACTOR-RED (PERKINS, 2006) Y EL PARAMAP (WOOD Y FELLS, 2008). ESTOS ENFOQUES PROPORCIONAN ELEMENTOS PARA LA COMPRENSIÓN DE CÓMO LOS MAPAS PRODUCEN Y SON PRODUCIDOS POR LAS POLÍTICAS ESPACIALES.

PALABRAS CLAVE: IMÁGENES CARTOGRÁFICAS; CARTOGRAFÍA CRÍTICA; LECTURA DE MAPAS; POLÍTICA ESPACIAL; GEOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA.