



A DIMENSÃO CULTURAL DO ESPAÇO: ALGUNS TEMAS

Roberto Lobato Corrêa
Departamento de Geografia - UFRJ

1. ESPAÇO E CULTURA: UMA TRADIÇÃO GEOGRÁFICA

A partir da década de 1980 a geografia cultural reaparece entre os geógrafos com enorme vitalidade. A despeito da globalização em suas múltiplas facetas, não se verifica a uniformização do planeta. Ao contrário, diferenças de natureza cultural tem se acentuado, levando mesmo a se minimizar a idéia de que a organização espacial seja inteligível apenas com base nos processos de produção ⁽¹⁾.

A retomada da geografia cultural tem suscitado mesmo um debate a respeito da geografia cultural “tradicional” e a “nova” geografia cultural, conforme indicam Price e Lewis ⁽²⁾.

As bases recentes da geografia cultural, reinventada ou revitalizada⁽³⁾, situam-se tanto na geografia alemã com Passarge e Schlüter, como na França com Vidal de la Blache, Brunhes e Max Sorre⁽⁴⁾. Foi nos Estados Unidos, com Sauer ⁽⁵⁾,



que a geografia cultural ganha maior expressão, originando a denominada Escola de Berkeley que se caracterizou no seu início, na segunda metade da década de 1920, por sua reação ao determinismo ambiental.

A geografia cultural produziu um enorme volume de livros, artigos e teses sobre uma ampla temática reunida em quatro temas maiores: a análise da paisagem cultural, a história da cultura no espaço, as áreas culturais e a ecologia cultural ou o estudo da ação do homem alterando a natureza levando, por exemplo, à degradação do solo. Outros temas foram também considerados, sobretudo a partir dos anos 60 e mais recentemente ainda, quando se inclui uma abordagem crítica à dimensão espacial da cultura⁽⁶⁾.

O presente artigo procura, de um lado, resgatar alguns temas específicos abordados pelos geógrafos e, a seguir, propor aos geógrafos brasileiros um conjunto temático sobre a dimensão espacial da cultura, cuja natureza é indicada a seguir.

De acordo com o Editorial apresentando o primeiro número do periódico *Géographie et Cultures*⁽⁷⁾, consideramos a cultura como:

- i. "o conjunto daquilo que é transmitido e inventado", implicando que se conheça a dinâmica da inovação e

- difusão das técnicas, atitudes, idéias, valores, bem como as condições de transmissão⁽⁸⁾;
- ii. caracterizada por “componentes materiais, sociais, intelectuais e simbólicos”⁽⁹⁾;
 - iii. não sendo constituída pela “justaposição de traços independentes. Seus componentes formam sistemas de relações mais ou menos coerente”⁽¹⁰⁾;
 - iv. jamais estando “presente da mesma maneira entre todos os representantes da sociedade”, distinguindo-se, de um lado, cultura popular e cultura da elite e, de outro, cultura dominante e contra-cultura⁽¹¹⁾;
 - v. sendo “vívda individualmente”.⁽¹²⁾

Sauer, por outro lado, fornece-nos uma chave para se analisar a cultura; origina-se, difunde-se e evolui no tempo e no espaço, sendo compreensível no tempo, porém traçável no espaço onde se localiza.

2. A PAISAGEM CULTURAL

A paisagem constitui para a geografia um de seus conceitos-chaves, a ela sendo atribuída, por parte de numerosos geógrafos, o papel de integrar a geografia, articulando o saber sobre a natureza com o saber sobre o homem.⁽¹³⁾

Trata-se da paisagem cultural, um conjunto de formas materiais dispostas e articuladas entre si no espaço como os campos, as cercas vivas, os caminhos, a casa, a igreja, entre outras, com seus estilos e cores, resultante da ação transformadora do homem sobre a natureza. Siegfried Passarge e Otto Schlüter⁽¹⁴⁾, na Alemanha, preocuparam-se em clarificar como os elementos constitutivos da paisagem se agrupam, originando uma hierarquia de paisagens e quais os mecanismos de transformação da paisagem natural em paisagem cultural. Na geografia norte-americana foi Carl Sauer⁽¹⁵⁾ quem discutiu a temática em tela. A geografia francesa, por outro lado, dedicou inúmeros estudos sobre as paisagens agrárias européias e não-européias⁽¹⁶⁾.

Em realidade a paisagem é, de um lado, o resultado de uma dada cultura que a modelou e, de outro, constitui-se em uma matriz cultural⁽¹⁷⁾. Como resultado a paisagem é "uma vitrine permanente de todo o saber"⁽¹⁸⁾, expressando a cultura em seus diversos aspectos, possuindo uma faceta funcional e outra simbólica.

A paisagem dos cemitérios das grandes cidades brasileiras é, a este respeito, exemplar. Na frente, junto à rua ou à praça, estão os túmulos das pessoas ricas e de prestígio, de mármore ou granito e ornamentados com imponentes símbolos. Em torno, como que formando um semi-círculo, estão os túmulos dos

indivíduos de classe média, mais simples e baratos, porém duradouros. Na periferia do cemitério, de acessibilidade mais difícil, estão enterrados, sem nenhum jazigo, os indivíduos das camadas populares. Esta paisagem é simultaneamente funcional e simbólica, reproduzindo o status social que os indivíduos tiveram em vida, assim como a localização residencial no espaço urbano.

Como matriz cultural as paisagens através de muitos de seus elementos “servem como mediação na transmissão de conhecimentos, valores ou símbolos”, contribuindo para “transferir de uma geração a outra o saber, crenças, sonhos e atitudes sociais”.⁽¹⁹⁾

Cosgrove⁽²⁰⁾, por sua vez, admite que a paisagem geográfica “contém um significado simbólico, porque é produto da apropriação e transformação da natureza”, na qual foi impressa, através de uma linguagem, os símbolos, os traços culturais do grupo, ao geógrafo competindo decodificar a paisagem, aprendendo a ler o seu significado.

A partir de uma visão crítica Cosgrove⁽²¹⁾ identifica dois tipos gerais de paisagens. O primeiro é a “paisagem da cultura dominante”, um dos meios através dos quais o grupo dominante tem o seu poder

“sustentado e reproduzido, em grande medida, pela sua capacidade de projetar e comunicar(...) e para todos os outros grupos, uma imagem de seu mundo, consoante com sua própria experiência, e ter aquela imagem aceita como reflexo verdadeiro da realidade de todos”.⁽²²⁾

A paisagem das “plantations” escravistas é, neste sentido, exemplar.

O segundo tipo é constituído pelas “paisagens alternativas”, criadas por grupos não-dominantes e que, por isso mesmo, apresentam menor visibilidade. Cosgrove distingue três sub-tipos. As “paisagens residuais”, cujo interesse está no fato de permitirem a reconstrução da geografia do passado, constituem o primeiro sub-tipo. O mundo rural e certas áreas da grande cidade exibem paisagens residuais.

As “paisagens emergentes”, oriundas de novos grupos podem ter caráter transitório. O interesse no seu estudo reside no caráter utópico expresso em uma nova organização social e espacial e impresso na paisagem. As paisagens dos acampamentos hippies dos anos 60 nos Estados Unidos, de um lado, e a dos acampamentos dos sem-terra no Sul do Brasil, de outro, são exemplos de paisagens emergentes, portadoras de uma nova mensagem social.

O terceiro sub-tipo, finalmente, constitui-se nas “paisagens excluídas”, associadas às minorias e grupos pouco integrados como os ciganos e minorias raciais e religiosas. Trata-se de paisagens próprias, muitas vezes imperceptíveis aos olhos da cultura dominante, mas rica de símbolos e significados para o grupo excluído.

3. PERCEPÇÃO AMBIENTAL E CULTURA

A natureza e o espaço socialmente produzido, do qual o homem é parte integrante, constituem o ambiente geográfico. Este, contudo, não é vivenciado nem percebido do mesmo modo pelos diversos grupos sociais diferenciados entre si segundo um amplo leque de atributos que se combinam entre si de modo complexo: renda, sexo, idade, as práticas espaciais associadas ao trabalho, crenças, mitos, valores e utopias. A percepção do ambiente tem uma base eminentemente cultural.

Gallais⁽²³⁾ ao estudar o delta interior do Niger na África Ocidental, reporta-nos sobre as diferenças com que a natureza é percebida. Assim, com base nas práticas vinculadas ao trabalho, os povos nativos distinguem nuances pedológicas mínimas ao longo de uma encosta ou de altura numa planície, o que gera uma rica terminologia relativa à natureza.

Há, contudo distinções entre os diferentes grupos étnicos com base nas atividades. Assim, no Mali, prossegue Gallais⁽²⁴⁾, os Bambaras que praticam a agricultura com enxada na savana, distinguem uma complexa variedade de solos, enquanto na mesma região os Peuls, criadores, distinguem e de forma menos precisa, apenas poucos tipos de solo segundo a cor.

O transbordamento da atividade pastoral dos Campos Gerais, uma área de campos no segundo planalto paranaense, nas duas primeiras décadas do século XIX, foi também o resultado de uma percepção ambiental que levou os criadores a evitar as áreas florestais, consideradas impróprias para a pecuária, que se situavam entre os Campos Gerais e os Campos de Guarapuava no terceiro planalto paranaense. Atualmente, como se sabe, e graças à modernização das atividades agropecuárias, as áreas de campos são percebidas como áreas propícias à agricultura e à pecuária, o mesmo ocorrendo em relação às áreas florestais.

A percepção do ambiente tem fortes raízes culturais. Mas a relação entre ambas parece ser muito mais complexa. Assim, questiona-se como os imigrantes nordestinos, oriundos de áreas semi-áridas, percebem e avaliam as várzeas, tanto do Sertão do Nordeste como da Amazônia para onde eles emigraram. No âmbito de sua cultura, como um mesmo quadro genérico da natureza, a várzea é percebida em regiões naturais distintas?

A praia foi, até meados do século XIX, relegada a um plano secundário pelos habitantes das cidades, tratando-se do “território do vazio” conforme afirma Corbin⁽²⁵⁾. Sua valorização se deu com base na reavaliação dos atributos ambientais considerados a partir de então como saudáveis para o homem.

Nas cidades do mundo tropical a proximidade da praia ganha uma dimensão adicional associada ao micro-clima ameno, beneficiada que é pelas brisas marinhas. A mudança na avaliação ambiental foi, sem dúvida, um elemento que induziu a progressiva transferência das elites e classes médias abastadas para o setor litorâneo que, a partir do final do século XIX, como no caso da cidade do Rio de Janeiro, originou um padrão espacial de segregação residencial caracterizado, em parte, por apresentar setores seletivos à la Hoyt⁽²⁶⁾, como se exemplifica também com, entre outras cidades, Salvador, Recife e Fortaleza.

Percepção ambiental no caso associa-se à incorporação de áreas, até então desvalorizadas, ao espaço urbano, à possibilidade de se extrair renda fundiária de monopólio e à apropriação seletiva de espaços dotados de amenidades que tem um inequívoco caráter cultural.

4. ESPAÇO E SIMBOLISMO

Segundo Isnard⁽²⁷⁾ o espaço geográfico é também um campo de representações simbólicas, rico em signos que cumprem a função de expressarem as estruturas sociais em suas mais diversas dimensões. De acordo com o referido autor o simbolismo traduz

“em sinais visíveis não só o projeto vital de toda a sociedade, subsistir, proteger-se, sobreviver, mas também as suas aspirações, crenças, o mais íntimo de sua cultura”.⁽²⁸⁾

As formas espaciais, através das quais o simbolismo ganha materialidade, constituem, por outro lado, meios através dos quais a cultura é modelada.

Em relação ao simbolismo que impregna o espaço, o estudo de Firey⁽²⁹⁾, publicado em 1945, constitui-se em uma rica e clássica contribuição. Ao estudar a Área Central de Boston, Firey argumenta que símbolos e sentimentos são variáveis que podem conformar o espaço e que este não se caracteriza apenas por atributos econômicos como, por exemplo, acessibilidade e amenidades. Caracteriza-se também por conter simbolismos que derivam de valores culturais que ali se acham enraizados. Deste modo Firey, sociólogo, estabelece uma crítica às interpretações



economicistas comuns aos sociólogos da Escola de Chicago e aos economistas do espaço urbano.

Três são as áreas que Firey analisa no centro de Boston. A primeira, o bairro de Beacon Hill, estende-se por uma colina, estando distante cinco minutos a pé do distrito central de negócios de Boston. Diferentemente de outras áreas vizinhas, deterioradas e habitadas por população de baixo status socio-econômico, Beacon Hill constitui-se em bairro de status elevado.

Trata-se de bairro antigo, do início do século XIX, tendo sido no passado área residencial de alto status. A preservação do status do bairro se deve, segundo Firey, aos impactos de sentimentos estéticos, históricos e familiares, que suscitaram práticas visando a manutenção do status do bairro.

A primeira é a da **retenção**, na qual os moradores do bairro compram as casas oferecidas à venda, modernizando-as por dentro sem, contudo, alterar a fachada. A segunda é a da **atração** que implica na venda seletiva das casas para pessoas de alto status, levando a que Beacon Hill se transformasse no único bairro central com crescimento da população de alto status, enquanto os demais decaíam socialmente. A terceira é a da **resistência** que se traduz na criação de associação para evitar e impedir a mudança do uso residencial para comercial, assim como a construção de prédios de apartamentos.

Firey argumenta que a força dos sentimentos é muito forte e se opõe à racionalidade econômica que levaria à venda das casas e à mudança do uso do solo.

A segunda área é o Boston Common e a dos cemitérios coloniais. O primeiro constitui área gramada com 22 hectares e que no passado foi área comum de pastagem e campo de treinamento militar. Os cemitérios coloniais, como o Boston Common, interrompem a continuidade do núcleo varejista do centro, área de preço da terra mais elevado; aí estão enterrados membros das famílias mais tradicionais da cidade. Em relação a ambos os casos Firey aponta que as referidas áreas constituem símbolos da cidade, contendo parcela importante de sua memória.

A terceira área é o bairro de North End, deteriorado e que constitui o gueto italiano de Boston. Seus habitantes mais antigos, naturais da Itália, ali permanecem porque o bairro representa uma série de valores, a despeito de muitos possuírem condições econômicas para se mudarem. Seus filhos, contudo, sob influências culturais distintas, mudam-se para outros bairros da cidade. Mas para os mais antigos North End contribui para a identidade individual e do grupo.

O estudo de Firey indica claramente como símbolos e sentimentos não vinculados à esfera do mercado, podem conferir outra racionalidade à organização espacial, racionalidade para a qual a cultura constitui-se em ingrediente fundamental.

5. CULTURA E LUGARES CENTRAIS

A teoria dos lugares centrais, formulada por Christaller na década de 1930⁽³⁰⁾, está primordialmente assentada numa visão econômica. Nestes termos a racionalidade dos agentes sociais envolvidos, os varejistas e prestadores de serviços, de um lado, e os consumidores finais, de outro, gera localizações otimizadas por parte de comerciantes e prestadores de serviços e deslocamentos racionais por parte dos consumidores, nos quais, para um dado bem ou serviço, o custo e o tempo gasto são minimizados.

Ainda que esta racionalidade pareça ser dominante, constituindo-se mesmo em um traço cultural, numerosos estudos indicaram outras racionalidades que definem padrões específicos de deslocamentos. Renda, religião e laços etno-linguísticos tem sido apontados como determinantes de padrões que, sem serem desviantes, tornam-se inteligíveis a partir de outras normas culturais.

Os mercados periódicos, para os quais as contribuições de Skinner⁽³¹⁾ e de Stine⁽³²⁾ são cruciais, são respostas ao baixo nível de renda e limitada capacidade de deslocamento de populações rurais de áreas sub-desenvolvidas. A este respeito a bibliografia sobre o assunto em tela é enorme, assim como o debate interno. Contudo, a sincronização espaço-temporal dos comerciantes e consumidores tem sido sistematicamente apontada como um traço cultural vinculado aos mercados periódicos.

A contribuição de Murdie⁽³³⁾ sobre os deslocamentos comerciais dos menonitas canadenses é, por sua vez, exemplar. Trata-se de grupo religioso originário do século XVIII, que mantém, como parte do modo de vida, um comportamento espacial próprio, semelhante àquele que tinham no século XVIII, no que diz respeito às compras de bens que naquele século consumiam. Contudo, em relação aos bens modernos, introduzidos no mercado no século XX, os deslocamentos são similares ao dos agricultores não-menonitas, que adotam uma racionalidade presidida pelo mercado.

Razões etno-linguísticas estabelecem diferenças no comportamento espacial dos canadenses de origem francesa, conforme aponta Ray⁽³⁴⁾. Na procura de bens industrializados os deslocamentos assemelham-se ao dos canadenses de origem inglesa. Entretanto, quando se trata de serviços que envolvem

contatos pessoais mais estreitos, como aqueles associados à advocacia e à medicina, a lógica é outra. Procuram-se aqueles centros, mesmo que sejam distantes, mais afastados que outros localizados próximos, nos quais os advogados e médicos falam a língua francesa. A distância tem assim, uma conotação eminentemente cultural.

As mesmas razões tomam compreensível o comportamento espacial na África, conforme comenta Gallais⁽³⁵⁾. Percorre-se uma distância muito maior, deixando-se de lado outros núcleos, para se realizar transações comerciais com comerciantes da mesma etnia. Olu-Abiodun⁽³⁶⁾ fornece outro exemplo de lógica espacial vinculada às relações de vizinhança e parentesco, interferindo no padrão de deslocamentos para fins comerciais dos produtores de cacau da Nigéria Ocidental. A população de um novo núcleo de povoamento procura a cidade de onde se originou o povoamento, podendo esta situar-se mais distante do que outra de nível hierárquico mais elevado, mas que com a qual não há vínculos historicamente estabelecidos.

Padrões culturais assentados em racionalidades religiosa, etno-linguística e de parentesco, são capazes de estruturarem padrões de comportamento espacial próprios, que obedecem a lógicas específicas, diferentes, essencialmente, daquelas do mercado.

6. TEMAS PARA INVESTIGAÇÃO

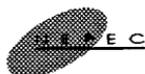
A geografia cultural não tem se constituído em área de interesse dos geógrafos brasileiros. Poucos são os estudos que, efetivamente, podem ser caracterizados como focalizados fundamentalmente em um aspecto da cultura em sua dimensão espacial.

Com base no fato de ser o Brasil um país culturalmente heterogêneo, indicam-se alguns temas para investigação, na crença de que é necessário aos geógrafos ampliarem a sua contribuição para a compreensão da sociedade brasileira através das diversas facetas da cultura em suas dimensões espaciais. Os temas são os seguintes:

- i. A paisagem rural brasileira como produto e, simultaneamente como matriz cultural, estabelecendo-se comparações entre paisagens pouco ou muito transformadas pela modernização do campo;
- ii. A percepção e avaliação ambiental por parte dos diversos grupos sociais, incluindo os naturais e os imigrantes, da natureza e dos ambientes socialmente produzidos;



- iii. O caráter simbólico dos prédios, monumentos, praças, ruas, bairros, cidades, regiões ou montanha, vale, rio ou área florestal, entre outros, para os diversos grupos sociais, étnicos, religiosos, etc.;
- iv. As trocas comerciais através dos mercados periódicos (feiras) e do comércio itinerante, como o regatão na Amazônia, como prática cultural no espaço e seus significados;
- v. As diversas manifestações religiosas em sua dimensão espacial, como se exemplifica com as peregrinações às cidades santuários, definindo espaços sagrados e espaços profanos;
- vi. A variação espacial dos diferentes modos de falar, gênese, dinâmica e significado;
- vii. A cultura popular em suas múltiplas manifestações e variação espacial;
- viii. Os contatos e conflitos culturais resultantes do processo migratório interregional;



- ix. A caracterização e delimitação de áreas culturais, inclusive áreas residuais e enclaves, num contexto de difusão de uma cultura com características globais.

Estes são alguns dos temas para investigação. Os geógrafos saberão descobrir outros mais que merecerão, com certeza, a devida atenção.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) Géographie et Cultures ou La Culture dans tous les Espaces. Editorial de Géographie et Cultures, 1, 1992.
- (2) PRICE, Maria e LEWIS, Martin. The Reinvention of Cultural Geography. Annals of the Association of American Geographers, 83(1), 1993.
- (3) _____. op.cit.
- (4) CLAVAL, Paul. Evolución de la Geografía Humana. Barcelona, Oikos-Tau, 1974.
- (5) _____. op.cit.
- (6) CORRÊA, Roberto L. Carl Sauer e a Geografia Cultural. Revista Brasileira de Geografia, 51(1), 1989.
- (7) Géographie et Cultures ou La Culture dans tous les Espaces. Editorial de Géographie et Cultures, 1, 1992.
- (8) Editorial, op.cit., p.4.
- (9) Editorial, op.cit., p.4.



- (10) Editorial, op.cit., p.4.
- (11) Editorial, op.cit., p.4
- (12) Editorial, op.cit., p.5.
- (13) CAPEL, Horacio. Filosofia y Ciencia en la geografía Contemporánea. Barcelona, Barcanova, 1981.
- (14) Veja-se CAPEL, Horacio. op.cit.
- (15) SAUER, Carl. The Morphology of Landscape. Original de 1925, republicado em Land and Life - A Selection from the Writings of Carl Ortwin Sauer, organizado por John Leighly, Berkeley, The University of California Press, 1963.
- (16) MEYNIER, Andre. Les Paysagens Agraires. Paris, Armand Colin, 1958.
- (17) CLAVAL, Paul. Champs et Perspectives de la Géographie Culturelle. Géographie et Cultures, 1, 1992.
- (18) _____. op.cit., p.14.
- (19) _____. op.cit., p.14.
- (20) COSGROVE, Denis. Geography is Everywhere: Culture and Symbolism in Human Geography. In: D.Gregory e R. Walford (orgs.), Horizons in Human Geography. London, MacMillan, 1989, p.126.
- (21) _____. op.cit.
- (22) _____. op.cit., p.128.

- (23) GALLAIS, Jean. Alguns Aspectos do Espaço Vivido nas Civilizações do Mundo Tropical. Boletim Geográfico. Rio de Janeiro, 35(254), 1977.
- (24) _____. op. cit..
- (25) CORBIN, Alain. O Território do Vazio: A Praia e o Imaginário Ocidental. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.
- (26) Veja-se o estudo de Homer Hoyt, publicado em 1939. The Patten of Movement of Residential Rental Neighborhoods, e republicado em Readings in Urban Geography, organizado por Harold Mayer e Clyde Kohn, Chicago, The University of Chicago Press, 1958. Em relação à cidade do Rio de Janeiro consulte-se ABREU, Mauricio de Almeida. Evolução Urbana do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, IPLAN-Rio/Zahar, 1987.
- (27) ISNARD, Hildebert. O Espaço Geográfico. Coimbra, Almedina, 1982.
- (28) _____. op. cit., p.71.
- (29) FIREY, Walter. Sentimiento y Simbolismo como Variables Ecologicas. In: Estudios de Ecología Humana (org.), G.A. Theodorson. Barcelona, Editorial Labor S.A., 1974.
- (30) CHRISTALLER, Walter. Central Places in Southern Germany. Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc., 1966 (original de 1933).
- (31) SKINNER, G.W. Marketing and Social Structure in Rural China. Part 1. Journal of Asian Studies, 24(1), 1964.
- (32) STINE, J.N. Temporal Aspects of Tertiary Production Elements in Korea. In: Urban Systems and Economic Development (org.) F.R.Pitts, Eugene, University of Oregon, 1962.



- (33) MURDIE, Robert. Cultural Differences in Consumer Travel. *Economic Geography*, 41(3), 1965.
- (34) RAY, D. Michael. Cultural Differences in Consumer Travel Behaviour in Eastern Ontario. *The Canadian Geographer*, 11(3), 1967.
- (35) GALLAIS, Jean. op.cit.
- (36) OLU-ABIODON, Josephine. Service Centres and Consumer Behaviour within the Nigerian Cocoa Area. *Geographiska Annaler, Serie B*, 53(3), 1971.



A Dimensão Cultural do Espaço: Alguns Temas, Roberto Lobato Corrêa
