



INDICADORS DE PAISATGE. REPTES I PERSPECTIVES

29 i 30 de novembre de 2007

Observatori del Paisatge de Catalunya

APORTACIONS DE LA TEORIA DE LA COMUNICACIÓ A L'ESTUDI TRANSVERSAL DEL PAISATGE. PROPOSTA D'INDICADORS

Marta Rizo García

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

mrizog@yahoo.com

Jordi de San Eugenio Vela

Universitat de Vic

jordi.saneugenio@uvic.cat

Contingut de la ponència

- 1) Introducció. Abordar l'estudi del paisatge des de la perspectiva de la comunicació. Dificultats i reptes, complexitats i incerteses.
- 2) El llenguatge del paisatge.
- 3) Perspectives teòriques que aixopluguen el tractament comunicatiu del paisatge.
- 4) La nostra proposta d'indicadors de paisatge. L'aposta per un seguiment vivencial i intuïtiu del paisatge. A la recerca d'una validació empírica. L'aportació dels llenguatges de la comunicació.

INTRODUCCIÓ. ABORDAR L'ESTUDI DEL PAISATGE DES DE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓ. DIFICULTATS I REPTES, COMPLEXITATS I INCERTESSES



El paisatge com a objecte d'estudi de la comunicació

- Objectes d'estudi de la comunicació



- Fonts disciplinàries del pensament en comunicació:

– Ciències socials {
Sociologia Funcionalista
Sociologia Crítica
Sociologia Cultural
Sociologia Fenomenològica
Psicologia Social
Economia Política

– Ciències del llenguatge {
Semiòtica
Lingüística

– Ciències del control {
Cibernètica

Preguntes – punts de partida

- **Què pot aportar la comunicació a l'estudi i interpretació del paisatge?**
- **Quines perspectives teòriques poden ajudar a construir el paisatge des d'un enfocament comunicatiu?**
- **Objectius:**
 - Construir un model intel·ligible d'interpretació del paisatge, posant l'èmfasi en el seu alt poder de significació.
 - Aportacions a l'estudi dels intangibles del paisatge.

EL LENGUATGE DEL PAISATGE



Què entenem per llenguatges del paisatge?

- L'habilitació d'una parcel·la de coneixement multidisciplinària que:
 - a) Enriqueixi l'anàlisi i la interpretació del paisatge per part de la societat*
 - b) Aporti nous instruments de valoració i anàlisi*
 - c) Permeti una gestió més eficaç*
 - d) Delimiti els valors del paisatge més enllà d'una classificació taxonòmica*
 - e) Permeti definir metodologies de treball a partir de les quals es puguin destriar els valors no físics vinculats a un paisatge*
- El llenguatge del paisatge pretén fer intel·ligibles els valors intangibles que se li associen (simbòlics, estètics, identitaris, mitològics, etc.).

La vinculació comunicació-territori

- Binomi comunicació-territori a partir de tres punts de vista (Reguillo, 2007):
 - Interacció comunicativa
 - Anàlisi al voltant de la lluita per l'apropiació i definició legítimes d'objectes i pràctiques socials
 - Fonts a partir de les quals s'alimenten les representacions i l'imaginari col·lectiu que orienten l'acció
- Adaptant les aportacions de Reguillo, podem afirmar que el discurs comunicatiu del paisatge es vehicula a partir de dos aspectes clau:
 - **La interacció**
 - **L'apropiació de l'espai**

La complexitat dels llenguatges del paisatge

- **Incidència del territori en els processos de comunicació**
 - Percepcions dels ambients d'interacció
 - Determinació de les influències de l'entorn en les relacions interpersonals
- **Paisatge *masmediàtic* i comunicació digital. Paisatge 2.0?**
 - Paisatge real vs. paisatge virtual
- **La lectura de la imatge del paisatge. El paisatge com a model de la realitat.**
 - La imatge com a representació, reproducció i semblança
 - El paisatge com a paradigma icònic

PERSPECTIVES TEÒRIQUES QUE AIXOPLUGUEN EL TRACTAMENT COMUNICATIU DEL PAISATGE



El paisatge com a entorn dels processos d'interacció. Aportacions des de l' Interaccionisme Simbòlic i l'Ecologia Humana (1)

- **Premisses de l'Interaccionisme Simbòlic:**

1. *Els humans actuen cap al món sobre la base de les significacions que les coses tenen per a ells.*
2. *La significació de l'entorn deriva, o sorgeix, de la interacció social que un individu té amb els altres.*
3. *Aquestes significacions s'utilitzen com un procés d'interpretació efectuat per la persona en la seva relació amb els objectes i coses que troba, i es modifiquen a través d'aquest mateix procés.*

- **Premisses de l'Ecologia Humana:**

1. La ciutat és un laboratori social.
2. El territori és l'escenari que permet observar similituds i diferències entre els individus que l'ocupen, que hi actuen.
3. Adaptació conflictiva de l'individu al medi ambient.

El paisatge com a entorn dels processos d'interacció. Aportacions des de l' Interaccionisme Simbòlic i l'Ecologia Humana (2)

- La distinció entre paisatge rural i urbà permet d'identificar diferents tipus de relacions socials?
- Determina el paisatge les formes d'actuació, els comportaments, dels subjectes socials?
- Quin tipus de ritual promou cada tipus de paisatge?
- Quin significat donen les persones al paisatge com a determinant dels seus estils de vida?
- Són conscients les persones de la seva interacció constant amb el paisatge?
- Es poden identificar diferències en aquesta consciència d'interacció segons el paisatge de què es tracti?
- Fins a quin punt el paisatge, l'entorn, determina la qualitat de vida dels individus en termes de facilitar o obstaculitzar les seves relacions quotidianes?

El paisatge com a objecte cognitiu.

Aportacions de la Psicologia Cognitiva (1)

- Estudia la cognició, els processos mentals implicats en els comportaments humans.
- S'interessa en els mecanismes mitjançant els quals s'elabora el coneixement, entre els quals destaquen la percepció, la memòria i l'aprenentatge.
- La informació és vista com un conjunt de missatges que l'ésser humà rep, processa, ordena i simplifica per tal de donar un sentit unificat a allò que l'envolta.
- Els esquemes són les estructures cognitives de què disposen les persones per percebre el món.
- Dels nivells d'anàlisi de la Psicologia, s'interessa fonamentalment pels processos intrapersonals.
- S'estudien el processament de la informació i la forma com aquesta informació és utilitzada per les persones.

El paisatge com a objecte cognitiu. Aportacions de la Psicologia Cognitiva (2)

- Quina informació rep l'ésser humà del paisatge que l'envolta?
- Com processen els individus aquesta informació provinent del paisatge?
- La percepció que l'ésser humà té del paisatge determina la seva conducta?
- Pot el paisatge explicar la conducta humana?
- Si ho pot fer, a partir de quins processos s'estableix aquesta relació entre paisatge i conducta?
- És la comunicació home – paisatge una relació determinant a l'hora d'explicar el comportament humà?

El paisatge com a imatge visual.

Aportacions de la Semiòtica visual (1)

- **IMATGES PERCEPTUALS:**

- El paisatge “proposa” una percepció visual i l’interpret. Aquesta percepció genera possibilitats d’experiència –conscient o inconscient- per part del mateix interpret.

- **IMATGES ANALÒGIQUES:**

- Mostren una analogia concreta amb algun objecte físic existent. L’interpret no ha de fer cap esforç imaginatiu o de relació, perquè la cosa apareix enfront d’ell de forma analògica, fent referència a quelcom que l’ésser humà ja coneix.

- **IMATGES CONCEPTUALS:**

- Són percebudes per l’individu com a rèpliques de normes socials, valors ideològics, estructures de comportament compartides.

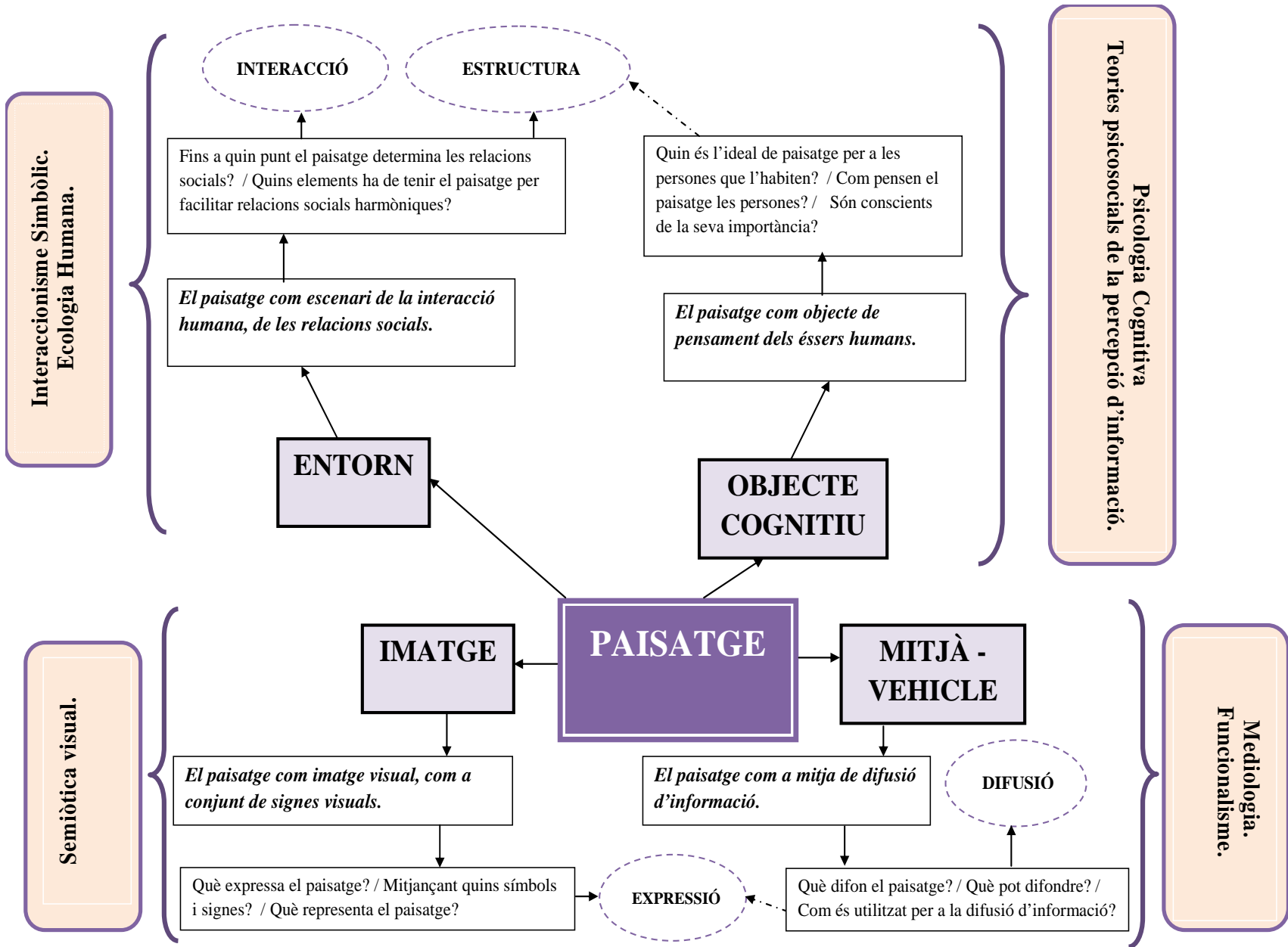
El paisatge com a imatge visual. Aportacions de la Semiótica visual (2)

| Tipus d'imatges | Exemples en el paisatge |
|------------------------|--|
| Perceptives | Habitualment, quan el cel està roig, l'individu anticipa pluja. En aquest sentit, el paisatge es presenta com una imatge que, sense ser anàloga a cap altra cosa, fa a l'individu percebre determinades coses que encara no ha pogut experimentar o comprovar empíricament. |
| Analògiques | L'exemple més clar el tenim en una fotografia d'un paisatge. Quan l'individu veu la fotografia, immediatament pot fer una analogia amb un paisatge que, conegut o no, li sembla real. |
| Conceptuals | L'espai urbà ens dota d'alguns exemples il·lustratius: el més fàcil d'entendre és el que fa referència a les senyals de trànsit. L'individu observa una senyal de trànsit i no ha d'imaginar res, simplement l'adopta perquè la senyal és compartida, la comprèn com una norma, com quelcom que ha de respectar, sigui la senyal anàloga o no amb el que aquesta representa. |

El paisatge com a mitjà de difusió d'informació.

Aportacions de la Mediologia i l'escola funcionalista de la comunicació

- La perspectiva funcionalista de la comunicació no pot concebre el paisatge com a mitjà, perquè redueix els mitjans als *massmedia*.
- Aportacions de Régis Debray (Mediologia).
 - La comunicació s'amplia a tots els dispositius –tecnològics o no- de transmissió d'informació, entre els quals trobem l'arquitectura, la religió, la política, l'arqueologia i, per què no, també el paisatge.
- El paisatge transmet missatges, que, amb el temps, deixen petjades d'humanitat.
- El paisatge comunica, transmet, promou imatges, difon informació.
- El paisatge és mediador.
- El paisatge és marca d'història, és un magma físic i simbòlic que roman, que en certes ocasions és estable però generalment està en constant moviment.
- És al paisatge on trobem la marca de la vida humana, és al paisatge on queden marcades les diverses evolucions de l'home.



LA NOSTRA PROPOSTA D'INDICADORS DE PAISATGE. L'APOSTA PER UN SEGUIMENT VIVENCIAL I INTUÏTIU DEL PAISATGE. A LA RECERCA D'UNA VALIDACIÓ EMPÍRICA. L'APORTACIÓ DELS LLENGUATGES DE LA COMUNICACIÓ.



Al voltant dels indicadors

- Un indicador de paisatge ha de complir tres condicions irrenunciabls:
 - Intel·ligibilitat: en el sentit de ser entès o comprès amb facilitat
 - Versemblança: presumpció de tinença de la veritat
 - Comprensibilitat: de fàcil entesa i/o interpretació

Les metodologies

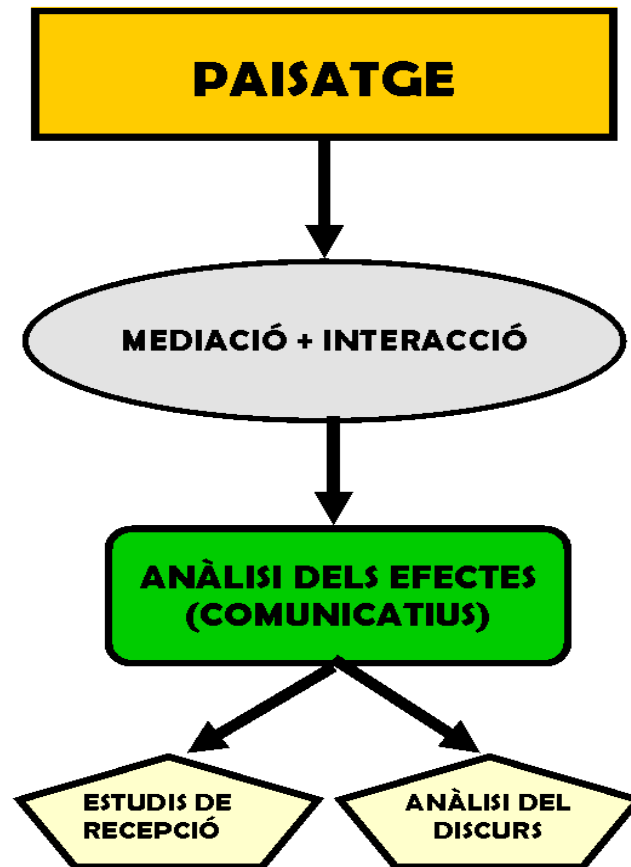
- **Estudis de recepció**

- Observació de la influència que exerceix el paisatge sobre la societat a nivell d'anàlisi de les percepcions (cognició), apropiacions (vinculat a la construcció de sentit i d'imaginari) i usos del paisatge

- **Anàlisi del discurs**

- Anàlisi de la forma, del significat, de la interacció i de la cognició.

Paisatge i metodologies d'investigació en comunicació



La proposta d'indicadors

- **1. El paisatge com a missatge audiovisual**
 - 1.1. Indicador de qualitat visual: nivell d'endreça dels paisatges en sentit estricte
 - 1.2. Indicador de qualitat sonora (alta, baixa, mitjana): acústica associada a un paisatge de referència
- **2. El paisatge com a experiència sensorial**
 - 2.1. Indicador de qualitat tàctil: el paisatge en relleu, el paisatge “palpable”
 - 2.2. Indicador de qualitat olfactiva: olors que se li associen
 - 2.3. Indicador de qualitat gustativa: sabors associats a un paisatge
- **3. El paisatge com a interacció simbòlica**
 - 3.1. Indicador d'apropiació del paisatge: processos cognitius associats al paisatge (psicologia ambiental)
 - 3.2. Indicador de quotidianitat del paisatge: usos de paisatge i nivells de familiarització que se'n desprenen
 - 3.3. Indicador identitari: nivells d'arrelament-anclatge al paisatge

La proposta d'indicadors

- **4. El paisatge com a element de mediació social i cultural**
 - 4.1. Indicador de significats que s'associen a un paisatge producte de l'exposició de la societat als "seus" paisatges
- **5. El paisatge com a símbol iconogràfic**
 - Indicador de simbologia associada a un paisatge (representacions d'imaginari col·lectius, individuals): referències concretes en el procés de construcció d'imaginari individuals i col·lectius
- **6. El paisatge com a escenari històric-vivencial**
 - 6.1. Indicador de pòsit històric (d'experiències viscudes): càrrega històrica i per tant simbòlica associada a un paisatge de referència
- **7. El paisatge com a objecte de representacions mediàtiques**
 - 7.1. Indicador de paisatges virtuals: creació de paisatges en entorns cibernètics. Exemple: *Second Life*.
 - 7.2. Indicador d'usos comunicatius del paisatge: mitjans de comunicació de masses i paisatge. Usos "mediàtics" del paisatge. Mediació mediàtica en la representació del paisatge.

PERSPECTIVES DE FUTUR I CONCLUSIONS



Què podem dir els comunicòlegs sobre el paisatge?

- Paisatge com a mediador de processos de comunicació.
- Processos de retroalimentació entre la societat i els seus paisatges.
- Aportacions a l'estudi del paisatge fenomenològic, el paisatge viscut, l'experiència del paisatge.
- El llenguatge del paisatge en el qual s'inclouen la transmissió de missatges, planteja moltes possibilitats des del punt de vista de la comunicació.
 - Estudis de recepció
 - Anàlisi del discurs
 - Etnografies

Implicacions en l'estudi del paisatge des de la comunicació

- Assumir la complexitat de la construcció imaginària del paisatge, produïda, en bona part, per les indústries de la cultura i la comunicació.
- Considerar el paisatge, per si mateix, com un aparador cultural, un escenari de llenguatges (identitari, estètic, religiós, mitològic, etc.)
- El paisatge exerceix la funció d'espai transmissor de missatges (sistema de comunicació).
- Marcs teòrics i conceptuals que serveixin de referent per a l'estudi de la qualitat estètica del paisatge i que no remarquin solament els aspectes físics o de configuració espacial del paisatge.
- La incorporació de l'experiència vivencial (individual i col·lectiva) del paisatge com a *praxi* vàlida i científicament reconeguda.

Necessitats per a l'estudi del paisatge des de la comunicació

- Que la societat ens parli, ens escrigui, ens enraoni dels seus paisatges, que la gent ens comuniqui com veuen i viuen els paisatges.
 - Excel·lent informació de cara a endreçar el paisatge i gestionar-lo amb condicions d'igualtat, eficàcia i equitat.
- Integrar en els instruments d'ordenació i gestió del paisatge **tot tipus de discursos i sabers, converses, dissertacions i diàlegs.**
 - Per esbrinar quin és el paper que juga el paisatge en la nostra societat i quines són les petjades que ens ha deixat en les nostres memòries individuals i col·lectives.
- Aprofundir en la incidència de l'anomenada **territorialitat** en els processos d'intercanvis comunicatius, on el paisatge hi és sempre present com a “convidat de pedra”, com a teló de fons.
 - L'estudi del “missatge del paisatge” i la seva interpretació delimita la nostra principal línia d'investigació.

Moltes gràcies!