

Pensando o espaço, o lugar e o não lugar em Certeau e Augé: perspectivas de análise a partir da interação simbólica no Foursquare

Thinking space, place and non-place according to Certeau and Augé: analytical perspectives from the symbolic interaction at Foursquare

Breno Maciel Souza Reis

Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Universidade Federal do Espírito Santo. Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Pesquisador-bolsista do Laboratório de Ubiquidade Tecnológica (UbiLab/Famecos/PUCRS)

Resumo

Este trabalho busca analisar o conceito de não lugares, proposto por Marc Augé, como característico do que ele denomina como sobremodernidade, e sua relação com as considerações sobre lugares e espaços para Michel de Certeau. Considerando as possibilidades de reflexão advindas de tal análise, utilizamos como elemento de ligação as teorias ligadas ao Interacionismo Simbólico, para entender as caminhadas e o compartilhamento desses rastros como um discurso, e sua apropriação como elemento simbolizador dos não lugares na rede. A partir do entrecruzamento teórico entre estas teorias, propomos então discutir a possível simbolização de um típico não lugar (um shopping center de Porto Alegre), a partir das interações e dos registros simbólicos deixados pelos usuários da rede social móvel Foursquare.

Palavras-chave: mobilidade; redes sociais; ciberespaço; Interacionismo Simbólico; Foursquare.

Abstract

This paper analyzes the concept of non-places, proposed by Marc Augé, and its relation to the considerations about places and spaces in Michel de Certeau's theory. Considering the possibilities of reflection arising from this analysis, we used as a liaison theories linked to symbolic interactionism, to understand the sharing of these trails as a discourse, and its process in this physical places on the internet. From the theoretical intersection between these theories, we propose to discuss the possible symbolism of a typical non-place (a shopping center in Porto Alegre), from the symbolic interactions and records left by users of mobile social network Foursquare.

Keywords: Mobility; Social Networks; Cyberspace; Symbolic Interactionism; Foursquare.

Introdução

Quando Marc Augé, antropólogo francês, lançou em 1994 sua obra *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*, muito se discutiu sobre estes novos locais inaugurados a partir da cultura do excesso que se explicitava na época: com a popularização das comunicações via dispositivos informacionais e em rede, com a explosão da facilidade de deslocamento ao redor do globo em meios de transporte cada vez mais rápidos e acessíveis à grande parte da população, e com o surgimento de novos lugares visando acolher esses sujeitos em trânsito permanente – tanto em aeroportos e estações de trens, em autoestradas, em templos de consumo desenfreado e frenético, como os hipermercados e os shopping centers, quanto nos globalmente conectados e em rede. Para o autor, esses eram indícios de que estaríamos entrando numa era de individualismo e velocidade excessiva, bem como eram abertas novas frentes de consumo, sobretudo de informação.

Com uma perspectiva talvez menos pessimista que Augé e menos centrada nas tecnologias, mas no sujeito e nas apropriações a partir dela, Certeau (1998) trabalha as questões relativas aos modos do sujeito de se inserir no mundo, seja através da linguagem, das práticas comunicacionais ou de suas caminhadas pelas cidades. Entendendo tais práxis sempre a partir dos significados e dos discursos como produtos resultantes das interações entre o sujeito e o mundo, o autor analisa também as questões relativas aos espaços e lugares, diferenciando-os a partir das apropriações pelos sujeitos. Outrossim, trazemos à baila as considerações do Interacionismo Simbólico para tentar clarificar como se dá essa produção de sentido a partir das interações sociais dos indivíduos, agora mediados pela rede e por múltiplos dispositivos tecnológicos, buscando discutir como esses processos discursivos podem influenciar na produção de não lugares ou em sua desconstrução.

A sobremodernidade e o conceito de não lugares em Marc Augé

O que caracterizaria, então, esses lugares transitórios, nos quais sempre se está de passagem, como rodoviárias, aeroportos ou estações de trem, ou os templos de consumo da cultura contemporânea, os shopping centers e hipermercados? Como o sujeito habita e pratica esses locais, mesmo que provisoriamente? Buscando entender a proliferação desses na contemporaneidade, Augé defende que tais fenômenos são característicos do que ele denomina como sobremodernidade ou supermodernidade.¹ Para ele, a sobremodernidade se caracteriza por fazer coexistir realidades distintas a partir da planetarização tanto de fluxos financeiros e políticos como de pessoas, a partir dos meios de transporte cada vez mais velozes que permitem o deslocamento físico a grandes distâncias e em um

curto espaço de tempo, ou ainda a partir das tecnologias de comunicação que interconectaram todos os pontos do globo e alteraram nossa percepção tanto de tempo quanto de dimensão da Terra. Para ele, a sobremodernidade é justamente este cenário paradoxal no qual convivem uniformização e planetarização de fluxos informacionais e financeiros, ao mesmo tempo que se acentuam particularismos; países cuja lógica social é guiada pelo excesso de consumo e cujas populações vivem na miséria, sem condições básicas de sobrevivência; múltiplas possibilidades de contato, comunicação e interação em escala global, e conflitos regionais e globais exatamente por falta de entendimento, ou seja, “[...] Um mundo prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório, ao efêmero [...]” (AUGÉ, 1994, p. 74).

Para o autor (1994, p. 32), a modalidade essencial da sobremodernidade e, ao mesmo tempo, a sua grande produtora é o excesso, somente possível a partir da superabundância de três fatores que, para ele, são: o excesso de informação, de imagens e de individualismo. Em relação ao excesso de informação, o autor afirma que essa característica é responsável pela sensação de aceleração da história. Ou seja, as informações que chegam a todo momento dos quatro cantos do globo, e em tempo real, nos dão a impressão de que estamos, de fato, dentro da história – o que constitui, para o autor, um desafio aos historiadores e que, pela sua abundância de significados, pode justamente, no limite, ameaçar todo e qualquer significado.

Nesse sentido, podemos entender também essas informações como constituintes primordiais do que leva à segunda modalidade de excesso para Augé, ou seja, a produção de imagens de um mundo dinâmico e que se reconfigura a cada instante, as quais nos são trazidas a todo momento e nos dão a impressão do encolhimento do mesmo. Assim, o autor adverte que, na sobremodernidade, um dos grandes desafios impostos ao sujeito na contemporaneidade é justamente reaprender a pensar o espaço a partir dessas múltiplas imagens e informações que chegam até ele (AUGÉ, 1994, p. 37). O ciberespaço se revela também como um traço da sobremodernidade: a supremacia do tempo sobre o espaço. Augé afirma ainda que “estamos na idade do imediatismo e do instantâneo. A comunicação se produz na velocidade da luz. Assim, pois, nosso domínio do tempo reduz nosso espaço” (2006, p. 105).

O terceiro termo com o qual ele define a sobremodernidade é o excesso de individualismo, surgido a partir da relação cada vez mais intensa com os meios de comunicação, que, como dissemos, fornecem aos sujeitos uma perspectiva distinta do mundo e do tempo. A partir da exposição a uma realidade espetacularizada e efêmera, a uma atualidade transitória, produz-se nos sujeitos o que o autor chama de solidões interativas, na medida em que “[...] os convida à navegação solitária e na qual toda a telecomunicação abstrai a relação com o outro, substituindo com o som ou a imagem o corpo a corpo e o cara a cara [...]” (2006, p. 106).

De tal forma, à medida que a sobremodernidade convive com os antagonismos característicos de sua existência, ela também produz, a partir dessas contradições, novas experiências dos sujeitos com o mundo, principalmente a partir do fluxo acelerado tanto de informações quanto de pessoas em espaços que Augé denomina de não lugares. Partindo da noção antropológica de lugar, definindo-o como simbolizado, identitário, relacional e histórico (1994, p. 52), é entendido a partir da “[...] possibilidade dos percursos que nele se efetuam, os discursos que nele se pronunciam e da linguagem que o caracteriza” (1994, p. 77). Ou seja, o lugar se completa pela interlocução das narrativas constituídas pelas experiências individuais e coletivas ali construídas pelos seus ocupantes na ação da própria ocupação, pelo compartilhamento de significados acerca do lugar e dos próprios sujeitos que ali inscrevem suas marcas. Para ele, os não lugares seriam o oposto dos lugares, seriam produzidos pela sobremodernidade e se caracterizariam como uma qualidade negativa dos mesmos (SANTAELLA, 2007, p. 175).

Augé entende que “se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não lugar” (1994, p. 73). Sob tal perspectiva, o autor elenca os não lugares como espaços de circulação (autoestradas, lojas de conveniência em postos de gasolina, rodoviárias, estações de trem, aeroportos e vias aéreas), de consumo (super e hipermercados, shopping centers, cadeias hoteleiras) e, também, os espaços de comunicação global e em rede (as telas, os cabos, o ciberespaço, as redes sem fio que cruzam a cidade, como as de internet móvel e de telefonia celular). Para Augé, os não lugares, seriam, portanto, a medida de nossa época, palimpsestos nos quais se inscrevem, de forma provisória e fugidia, os espaços supracitados, que acabam por mobilizar “[...] o espaço terrestre para uma comunicação tão estranha que muitas vezes só põe o indivíduo em contato com uma outra imagem de si mesmo” (1994, p. 75).

O autor, em sua teoria, defende ainda que os não lugares tenderiam à generalização de suas características, justapondo-se, criando assim uma falsa sensação de familiaridade em meio à transitoriedade que lhes é característica: aeroportos que se assemelham a shoppings; televisões e, mais recentemente, acesso à internet em aviões, ônibus e trens. Eles transformam os particularismos das cidades onde se inserem em uma uniformidade global, sendo possível reconhecer facilmente um shopping, seja em Nova York, seja em Hong Kong, e a partir disso o autor se apropria da expressão “cidade genérica” para descrever essas arquiteturas similares e uniformes ao redor do globo, ou seja, elas seriam o resultado da imbricação da vida urbana com o ciberespaço (AUGÉ, 2006, p. 110).

O não lugar e o lugar seriam esferas antagônicas, porém complementares, e a aparente contradição entre suas existências constitui também um dos traços

da contemporaneidade, em que o primeiro nunca se realiza totalmente, nem o segundo é eclipsado de forma definitiva. O autor faz uma importante relativização de seu conceito de não lugares, afirmando que, embora eles sejam caracterizados pela ausência de identidade, significado e referência histórica, a sua existência está diretamente relacionada com os modos como os sujeitos se apropriam deles, sendo o uso o que faz o lugar ou o não lugar (2006, p. 111). Essa definição dos não lugares em função do uso que cada indivíduo faz dele nos permite recuperar as considerações de Michel de Certeau acerca dos modos de fazer o espaço urbano, os quais criam tessituras de discursos construídas a partir das perambulações individuais nas cidades e, mais recentemente, pelo compartilhamento e pela interação com os registros discursivos em ambientes informacionais – o que, veremos, levaria, talvez, a uma resignificação desses locais transitórios.

Diferenciando lugares e espaços: a caminhada como discurso para Michel de Certeau

Já dissemos que os não lugares se caracterizam por serem locais dessimbolizados, não identitários e com os quais os sujeitos, em geral, não estabelecem nenhum tipo de vínculo relacional enquanto os ocupam. Na busca por uma possível relativização desse conceito, e posterior entendimento sobre as suas transformações na contemporaneidade, julgamos necessário trazer à baila a diferenciação entre lugar e espaço, proposta por Certeau (1998). Para ele, lugar é “[...] uma configuração instantânea de posições. Implica uma relação de estabilidade” (1998, p. 201). Seria possível entender o lugar como uma rua, uma praça – quando planejada e construída –, como a malha viária de uma cidade, ausente de significado. Ou seja, seria a configuração espacial das coisas o que impossibilita, por exemplo, duas coisas ocuparem o mesmo lugar.

Sob a perspectiva de Certeau, podemos entender o espaço como a prática do lugar, ou seja, como os sujeitos o transformam a partir das suas ocupações, apropriações e vivências. Os sujeitos, em seus itinerários cotidianos, simbolizam o lugar a partir das interferências, tanto corporais quanto cognitivas, nessas configurações físicas. Assim, para o autor, “[...] a rua geometricamente definida pelo urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres” (1998, p. 202). Ele ainda acrescenta que são os passos que moldam os lugares e os transformam em espaços, que inserem e inscrevem nestes camadas simbólicas que se sobrepõem e criam uma extensa rede de significados que, compartilhados simbolicamente através da comunicação, modificam os usos que os sujeitos fazem dos mesmos (1998, p. 176). Formam, de tal modo, “[...] uma história múltipla, sem autor nem espectador, formado em fragmentos de trajetórias e em alterações de espaços” (1998, p. 171).

Para o autor, é possível entender esse uso dos lugares e a sua apropriação em espaço de vivência como um discurso, construído pelo caminhante, e que

está para a cidade tal qual a enunciação está para a língua. Entende-se tal perspectiva a partir de uma função tríplice que cria esse discurso: ao caminhar, o sujeito se apropria das possibilidades permitidas pelas configurações espaciais disponíveis, assim como um locutor se apropria da língua; ao mesmo tempo, é uma realização espacial do lugar, do mesmo modo que proferir uma palavra é o ato sonoro da língua; por fim, implica relações entre os outros indivíduos que ocupam o mesmo espaço, na forma de contratos pragmáticos, mesmo que implícitos. Assim, ele defende que, por meio desse discurso proferido pelos passos, “[...] o caminhante transforma em outra coisa cada significante espacial” (1998, p. 178), ou seja, os usos criam “retóricas ambulatórias”, que representam feitura do espaço. Cada enunciado, assim como cada passo, carrega consigo traços, marcas individuais, que transformam esses rastros em um texto único que cada sujeito escreve na cidade.

Augé (1994, p. 75), muito embora utilize nomenclaturas diferentes para estabelecer uma contraposição entre os lugares e os não lugares, considera a análise de Certeau um antecedente importante em seu estudo. Entretanto, Augé discorda quanto à transformação dos lugares em espaços a partir das práticas individuais, novamente levantando a questão do direcionamento prévio do olhar do caminhante a partir de opções pré-disponibilizadas sobre os espaços – ou de uma ilusória possibilidade infinita de escolha e apropriação do espaço urbano sob o bel-prazer do seu ocupante (1994, p. 79).

Na contemporaneidade, essas marcas deixadas pelos transeuntes, tanto físicas quanto simbólicas, podem ser compartilhadas e sobrepostas umas às outras, mediadas por tecnologias que vão desde a linguagem até, mais recentemente, as redes informacionais móveis. Falaremos disso a seguir, porém, antes, acreditamos ser necessário realizar uma breve incursão na teoria do Interacionismo Simbólico, que entende a comunicação humana como elemento fundamental à transmissão de formas simbólicas e ao compartilhamento de significados comuns, e que, cremos, é a força motriz que impulsiona e transforma a relação que os sujeitos estabelecem com os lugares e espaços, lugares e não lugares.

Transformando lugares em espaços – e não lugares em lugares – a partir da interação em rede: uma aproximação com o Interacionismo Simbólico

Na primeira metade do século 20, estudiosos de Chicago, nos Estados Unidos da América, fundaram uma corrente de reflexão teórica acerca dos processos comunicativos estabelecidos entre os indivíduos, considerando-os como elemento fundamental à transmissão, compartilhamento e criação coletiva de significados, que ficou conhecida como Interacionismo Simbólico.

Sob a perspectiva desse conjunto de teorias, a sociedade se constitui a partir das interações entre os sujeitos, mediadas simbolicamente pela linguagem, cujo produto resultante das ações dos indivíduos é a constante troca e interpretação de símbolos, sendo este o cimento que permeia a sociedade e dá coesão a ela. A comunicação é entendida como um processo intrínseco ao homem, que, como um ator social, e não somente um reator, produz sentido de forma deliberada em suas ações, tanto para si mesmo, quanto para os outros. De acordo com Rüdiger (2011, p. 38), “a comunicação representa um processo estruturado simbolicamente, constitui o emprego de símbolos comuns com vistas à interação, que funda a própria sociedade”.

George Mead entende que o homem, como um ser essencialmente comunicativo, tende a se relacionar com os outros de forma ativa: os atos sociais, para ele, constituem desse modo uma tríade que ele estuda de forma bastante esclarecedora em *Mind, Self and Society* (1934), sua principal obra. Para ele, a comunicação – e a sociedade, entendida como o sistema de forças resultantes das interações sociais e das formas interpretativas resultantes destas – se dá a partir de três esferas, que seriam a ação inicial de um sujeito, como outros indivíduos interpretam e reagem à ação primeira, e, posteriormente, ao produto desse processo (LITTLEJOHN, 1988, p. 69). Logo, é condição sine qua non à existência do processo comunicativo que os indivíduos envolvidos tenham por princípio o compartilhamento de formas simbólicas uns com os outros, sendo esse um processo inerente à interação humana.

De acordo com Blumer, discípulo de Mead, o Interacionismo Simbólico é uma abordagem que:

[...] Vê a sociedade humana como pessoas engajadas em viver. Esse viver é um processo de contínua atividade no qual os participantes desenvolvem linhas de ação nas diferentes situações que encontram. Eles encontram-se em um vasto processo de interação no qual eles precisam ajustar suas ações em desenvolvimento uns aos outros. Esse processo de interação consiste em fazer indicações uns aos outros sobre o que fazer e como interpretar as indicações feitas pelos outros. Eles vivem em um mundo de objetos e são guiados em suas orientações e ações pelo significado desses objetos. Seus objetos, incluindo objetos formados por eles mesmos, são formados, sustentados, enfraquecidos e transformados nas interações entre eles (BLUMER, 1980, p. 21-22).

Para Blumer (1980), o significado assume um papel fundamental nos processos sociais. Assim, ele acredita que existem três formas de produção de sentido, a saber: a primeira entende sua existência como processo intrínseco, ou seja, ele existe per se e é inerente às coisas; a segunda pressupõe que as pessoas adquirem os significados a partir de suas orientações psíquicas individuais; já o terceiro entende que os significados são produtos sociais. Claramente interacionista, para esta última perspectiva “seja qual for o significado que uma pessoa tem para uma coisa, é sempre o resultado dos modos como outras pessoas agiram em relação a ela, a respeito da coisa que está sendo definida” (LITTLEJOHN, 1988, p. 72). Logo, podemos concluir, baseados nessa perspectiva, que o homem não age em função das coisas em si, mas sim dos significados socialmente construídos que elas possuem, fundando manifestações culturais que se confundem em sua estrutura com a própria sociedade, gerada simbolicamente pela comunicação (RÜDIGER, 2011, p. 39).

Assim, Blumer (1980, p. 128) parece corroborar a ideia exposta aqui, afirmando que “o significado dos objetos para cada um é, basicamente, gerado a partir da maneira pela qual lhe é definido por outras pessoas com quem interage”. Ou seja, do ponto de vista do Interacionismo Simbólico, a coexistência humana em sociedade é a responsável pela criação e significação dos sujeitos, dos objetos e, conseqüentemente, do mundo em sua totalidade, este entendido, em última análise, como o universo de tudo que existe, e sobre a qual pode se falar, ou seja, a soma dos objetos físicos, sociais e abstratos, conforme o autor define.

Isso posto, podemos aqui fazer uma aproximação dos conceitos da Escola Interacionista com a questão que norteia este trabalho, ou seja, a transformação e a simbolização dos não lugares a partir das narrativas individuais, construídas nas interações com os objetos, com os espaços e, principalmente, com os outros. A partir da linguagem e da comunicação humana, abrem-se possibilidades de compartilhamento dos registros sobre as experiências individuais sobre o espaço urbano, agora potencializadas pela internet e pelas redes sociais virtuais, que se propõem a registrar e compartilhar as caminhadas dos sujeitos pelos locais que frequentam – que vão desde a residência, local primordialmente simbolizado e identitário, até shopping centers, que, segundo a perspectiva de Augé (1994), seriam legítimos representantes dos não lugares. Para este trabalho especificamente, tomamos como recorte o Foursquare (<http://www.foursquare.com>), rede social baseada em geolocalização,² que compartilha com a rede do indivíduo no serviço a sua localização no momento, a partir da iniciativa do próprio usuário, que realiza o check-in nos lugares que frequenta – que pode incluir tanto residências, escolas, ruas, praças, bares e lanchonetes quanto aeroportos, rodoviárias, centros de consumo e outros espaços de fluxo.

O Foursquare como potencial ferramenta de significação dos não lugares

O Foursquare é uma rede social baseada em geolocalização, ou uma mídia locativa³ (LEMOS, 2007), da qual os usuários, para participarem, necessitam instalar em seus dispositivos móveis – telefones celulares, smartphones, tablets – um aplicativo que lhes permite informar à sua rede de contatos no serviço a sua localização atual, com um procedimento chamado check-in. Para acesso ao aplicativo, é necessário dispor de internet móvel, tanto via operadoras de telefonia celular quanto através de conexão Wi-Fi.⁴ Com o uso do GPS,⁵ o sistema localiza a posição do usuário naquele momento e identifica os locais físicos correspondentes registrados na rede (venues). É possível também procurar por contatos que estejam próximos a ele e obter distintivos de acordo com a sua utilização no sistema, através de um sistema de recompensas, como pontos e badges, ou insígnias, que ficam disponíveis em seu perfil público e dão um caráter de jogo à rede. Quando o usuário do Foursquare faz check-in em um local, ele pode inserir informações, tanto textuais, na forma de dicas (*tips*), como fotográficas, capturadas pelo próprio dispositivo móvel, as quais também são compartilhadas e ficam disponíveis para visualização pública. Se porventura o local onde o sujeito está não estiver cadastrado na base de dados do Foursquare, ele pode criar uma nova entrada, fornecendo as informações necessárias, como nome, endereço, tipo do local e inserir outras informações para facilitar as próximas buscas tanto para ele quanto para outros usuários que, futuramente, desejarem se registrar ali. É possível também compartilhar essas informações ao vincular sua conta no serviço a outras redes sociais, cujo propósito pode não ser necessariamente a geolocalização, como o Facebook (<http://facebook.com>) e o Twitter (<http://twitter.com>).

Para entender como a rede social móvel Foursquare pode ser utilizada para embutir significação aos não lugares típicos dos quais fala Augé (1994), neste trabalho vamos nos deter nas possibilidades de inserção de mensagens na forma de texto e imagem, buscando entender, preliminarmente, como os registros feitos pelos usuários nesses espaços virtuais, e seu compartilhamento em rede, poderiam fornecer indícios de como eles vivenciam, se apropriam e percebem esses locais, teoricamente ausentes de significado e com os quais os que ali estão não estabelecem nenhum tipo de vínculo. Para tanto, dentre os inúmeros exemplos possíveis de serem utilizados para a análise, e para realizar um recorte em relação ao objeto, escolhemos como exemplo o perfil do Shopping Iguatemi, em Porto Alegre (RS).

A página do Shopping Iguatemi⁶ na rede Foursquare contava, no dia 3 de agosto de 2012, data em que foi feita a última observação para a elaboração do presente trabalho, com total de 45.385 check-ins, sendo que estes

foram feitos por um total de 10.969 pessoas. O Prefeito (*Mayor*), ou seja, a pessoa com o maior número de registros no local nos últimos 60 dias, conta com 45 check-ins. O perfil do shopping está inserido em 131 listas, criadas pelos usuários, com títulos que vão desde “Melhores Shoppings em POA”, “Meus Lugares em POA”, “Friends+Weekends” (“Amigos+Feriados”, tradução livre) até “Lugares Prediletos”.

Dos usuários que se registraram no shopping através do Foursquare, 54 enviaram fotos diversas, capturando áreas internas e externas, produtos consumidos (como compras em lojas e alimentos), como também momentos pessoais ou familiares. Em relação às inserções textuais, foram deixadas 146, até a data da última verificação, as quais fornecem dicas de estacionamento, localização, compras, críticas e sugestões, mas também outras, nas quais se reconhece claramente, através de pistas simbólicas deixadas pelos passantes, o tipo de relação que eles estabelecem com o local. Não será realizada, neste momento, uma análise qualitativa de todas as dicas disponíveis, mas buscamos recortar aquelas que poderiam apontar algum indício sobre os modos de fazer, as práticas do espaço das quais fala Certeau (1998), em relação à apropriação do lugar e sua simbolização, a partir do compartilhamento e da interação simbólica em rede, com vista a uma possível relativização do conceito de não lugar na contemporaneidade.

Em uma delas, uma usuária do serviço e frequentadora do Shopping Iguatemi inseriu a seguinte mensagem: “Precisa falar??? Meu retiro espiritual... meu lugar no mundo... Como o Iguatemi, só o Iguatemi!!! Adoro!!” Tal discurso chama atenção, principalmente quando ela declara que aquele é, para ela, o “meu lugar no mundo...”, sendo claramente perceptíveis os fortes laços relacionais que ela mantém com o shopping. Em mais uma mensagem, outra frequentadora do local declara: “Minha segunda casa.... AMO demais!!!” Aqui, a relação existente entre o típico não lugar, ausente de identidade e significação para Augé (1994), e o que lhe é inversamente proporcional: o lar (identitário, histórico e relacional), mostrando assim uma explícita contradição, uma vez que ela afirma que aquele local é sua “segunda casa”. A palavra “AMO”, escrita de forma enfática e com letras maiúsculas, parece confirmar tal tese, uma vez que apresenta, mais uma vez e de forma bastante clara, a existência de relação e apropriação do local. O substantivo “casa” também foi utilizado por outro usuário, para descrever como é a sua relação com aquele espaço.

Entretanto, como Augé (1994) mesmo afirma, o conceito por ele proposto de não lugares não é uma totalidade em si mesmo e permite desvios, os quais se tornam mais evidenciáveis a partir das possibilidades de leitura dos relatos emitidos pelos sujeitos sobre suas caminhadas pelos espaços da cidade

e seu consequente compartilhamento. Com efeito, parecem assim compor uma narrativa em rede dos usuários sobre suas experiências no espaço urbano, suas perambulações pelos locais que frequentam – entre eles aqueles que, segundo Augé (1994), seriam dessimbolizados e não relacionais. Essas enunciações pedestres (CERTEAU, 1998), quando compartilhadas no ciberespaço, se tornam camadas simbólicas sobrepostas aos lugares a partir das experiências, tanto individuais quanto sociais, dos sujeitos que os frequentam. Vão tecendo histórias dos lugares contadas em rede e publicamente, muito embora não se veja tal emaranhado senão a partir de lentes especiais, ou telas, que nos permitem habitar e revelar todos esses discursos existentes em múltiplas esferas de significação, as quais servem como elementos transformadores e indícios das práticas sobre os lugares, espaços, e, por que não, dos não lugares.

Considerações finais

Neste trabalho procuramos levantar hipóteses, de forma preliminar, de como a cidade e a sua ocupação é percebida sob a ótica dos conceitos de dois autores referência para o estudo das relações entre o lugar e não lugar, o lugar e o espaço, e as novas configurações simbólicas advindas do entrecruzamento discursivo permitido quando se adiciona o ciberespaço e as múltiplas possibilidades interativas, inerentes às redes informacionais, a essa discussão. No tocante ao objeto analisado, não podemos ignorar também que o espectro tomado neste trabalho não corresponde, em absoluto, à totalidade das experiências que os indivíduos podem ter – nem exclui a possibilidade de, para alguns, não existir experiência alguma.

Conscientes de que se trata de um recorte de uma realidade múltipla e fragmentada, que se insinua, se apresenta de diversas formas e que pode ser vivenciada também em sua multiplicidade, e longe de pretender ser um estudo profundo e definitivo sobre os impactos dessa nova realidade, haja vista a concisão do trabalho, representa mais inquietações que julgamos necessárias serem trazidas à tona, do que certezas, visando, futuramente, gerar reflexões aprofundadas e análises mais consistentes sobre a matéria.

Ao utilizarmos a perspectiva do Interacionismo Simbólico de que os indivíduos, a sociedade e o mundo são criados e transformados simbolicamente através da comunicação, podemos estender tal conceito também à transformação desses lugares ausentes de significado, entendendo que os rastros deixados pelos indivíduos no Foursquare, suas inserções textuais e imagéticas, compõem discursos particulares e únicos, intensamente subjetivos, assim como os relatos de viagem dos quais fala Certeau (1998) – camadas simbólicas de indivíduos que se apropriam de locais que, de acordo com a perspectiva de Augé (1994),

se encaixariam perfeitamente em sua categorização relacionada aos espaços de fluxos da sobremodernidade. Expõe, assim, a necessidade de reflexão sobre um conceito que, quando da sua elaboração, aparentava inegável pertinência, mas que hoje, dadas as novas configurações tanto subjetivas, quanto espaciais e informacionais inauguradas pela comunicação e interação em rede, pedem novos estudos e sua relativização.

Referências Bibliográficas

AUGÉ, Marc. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 1994.

_____. *Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã*. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Sociedade Mediatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

BLUMER, Herbert. A natureza do Interacionismo Simbólico. In: MORTENSEN, C. David. *Teoria da Comunicação: textos básicos*. São Paulo: Mosaico, 1980.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.

LEMONS, André. *Mídia locativa e territórios informacionais*. 2007. Disponível em <http://andrelemons.info/artigos/midia_locativa.pdf>. Acesso em 20 jul. 2012.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos básicos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

RÜDIGER, Francisco. *As teorias da comunicação*. Porto Alegre: Penso, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

NOTAS

1 Augé, em capítulo de livro publicado em 2006, apresenta o termo “sobremodernidade”, em vez de “supermodernidade”, como defendeu em 1994. Neste trabalho, usaremos a expressão mais recente proposta pelo autor, considerando que ela representa as suas reflexões mais atuais.

2 Geolocalização é uma tecnologia que permite ao usuário obter sua localização precisa através de conexão direta a satélites por meio de dispositivos móveis, como telefones celulares e outros dispositivos portáteis.

3 Por mídia locativa, Lemos (2007) entende como “[...] o conjunto de tecnologias e processos infocomunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. [...] São dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo de informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir de um determinado local”.

4 O Wi-Fi é um padrão de redes sem fio que podem prover acesso à internet em diversos aparelhos, desde computadores, tablets e telefones celulares multifuncionais.

5 GPS é a sigla em inglês para Global Position System, ou Sistema de Posicionamento Global.

6 <https://pt.foursquare.com/v/shopping-iguatemi>