

CULTURA DA MOBILIDADE ¹

André Lemos²

Universidade Federal da Bahia.

Resumo

A mobilidade é inerente ao homem, sendo correlata à necessidade de criar um lugar no mundo, de “construir para habitar” (Heidegger, 1958), de estabelecer um *topus* que nos proteja da solidão e do vazio do espaço genérico e abstrato. A cultura da mobilidade entrelaça questões tecnológicas, sociais, antropológicas. Para a comunicação, a mobilidade é central já que comunicar é fazer mover signos, mensagens, informações, sendo toda mídia (dispositivos, ambientes e processos) estratégias para transportar mensagens afetando nossa relação com o espaço e o tempo. Na atual fase das tecnologias da mobilidade e de localização (as mídias locativas), não se trata tanto de aniquilar os lugares, mas de criar espacializações. Esta é a tese aqui defendida. A atual cultura da mobilidade é uma cultura locativa.

Palavras-chave

Mobilidade; Comunicação; Cibercultura; Espaço.

Mobilidade e espaço urbano

(...) we find ourselves in the moment of transit where space and time cross to produce complex figures of difference and identity, past and present, inside and outside, inclusion and exclusion. For there is a sense of disorientation, a disturbance of direction, in the beyond; an exploratory, restless movement (...)" (Bhabha, 1994, p.1)

A cidade é lugar de *content* e de *magnet*, de contenção e de atração, de acordo com Mumford (1988). Ela se realiza nos fluxos de mobilização, mistura e ampliação que se opõem ao isolamento e à autonomia mais fechada das antigas aldeias. As cidades contemporâneas são lugares de circulação e de dispersão, de exterioridades, privacidade e indiferença, um lugar de “inquietação” (Caiafa, 2007) e turbulência.

A questão da mobilidade é central para a discussão sobre o espaço urbano já que está no cerne de sua evolução, desde as primeiras necrópoles, passando pelos burgos medievais e a cidade industrial do século XX, com a expansão dos meios de transporte e das mídias de massa. Hoje, a cidade informacional do século XXI encontra na cultura da mobilidade o seu

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Mobilidade, redes e espaço urbano”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² André Lemos é Professor Associado da Faculdade de Comunicação da Ufba, Pesquisador 1 do CNPq. <http://andrelemos.info>, alemos@ufba.br.

princípio fundamental: a mobilidade de pessoas, objetos, tecnologias e informação sem precedente.

A mobilidade, em suas dimensões física (transporte de pessoas, objetos, *commodities*) e informacional (sistemas de comunicação), cria uma dinâmica tensa entre o espaço privado (a fixação) e o público (a passagem, a efemeridade), entre o próximo e o distante, entre curiosidade e apatia (Simmel, 1988). É nesse movimento que se produz a política, a cultura, a sociabilidade, a subjetividade.

Há, nas relações sociais, movimento e repouso, isolamento e agregação, compulsão social e necessidade do isolamento. A comunicação se estabelece nessa dinâmica do móvel e do imóvel. Comunicar é deslocar. Toda mídia libera e cria constrangimentos no espaço e no tempo. A comunicação implica movimento de informação e movimento social: saída de si no diálogo com o outro e fluxo de mensagens carregadas por diversos suportes. Para Tuan, *“human lives are dialectical movement between shelter and venture, attachment and freedom”* (1977, p.54).

Dimensões da mobilidade

Podemos pensar em três dimensões fundamentais da mobilidade: o pensamento, a desterritorialização por excelência para Deleuze e Guattari (1980), a física (corpos, objetos, *commodities*) e a informacional-virtual (informação). Os estudos de comunicação têm investido em análises sobre empresas de comunicação, estudos de recepção, consumo das mídias, mas muito pouco sobre a relação entre comunicação, espacialização e mobilidade.

Um tipo de mobilidade tem sempre impacto sobre outro. A mobilidade informacional-virtual tem impactos diretos sobre a mobilidade física e sobre o lugar e o espaço onde opera, e vice-versa. Não podemos dissociar comunicação, mobilidade, espaço e lugar. A comunicação é uma forma de “mover” informação de um lugar para um outro, produzindo sentido, subjetividade, espacialização.

A relação dos meios massivos com a mobilidade é sempre constrangedora. Mover-se implica em dificuldades de acesso a informações e, no limite, a mobilidade informacional se dá apenas pela possibilidade de consumo. Já com as mídias de função pós-massiva, móveis e em rede, há possibilidades de consumo, mas também de produção e distribuição de informação. Aqui a mobilidade física não é um empecilho para a mobilidade informacional,

muito pelo contrário. A segunda se alimenta da primeira. Com a atual fase dos computadores ubíquos, portáteis e móveis, estamos em meio a uma “mobilidade ampliada” que potencializa as dimensões física e informacional.

No entanto, a mobilidade deve ser politizada. Ela não deve ser vista apenas como o percurso entre pontos, ou o acesso a determinada informação. Ela não é neutra e revela formas de poder, controle, monitoramento e vigilância, devendo ser lida como potência e performance. Bonss e Kesselring (2004, apud Kellerman, 2006) propõem o termo “*motility*”, emprestado da medicina e da biologia para explicar a capacidade para o movimento. Na atual cultura da mobilidade, esta potência varia de acordo com o indivíduo ou grupo social, segundo estruturas de poder. Pensemos, por exemplo, naqueles que se deslocam em transportes públicos e/ou privados, nos que têm acesso à internet por banda larga ou linhas discadas, nos que podem viajar o mundo e dos que nunca saem dos seus lugares de nascimento. Parece haver hoje uma correlação e ampliação dos poderes já que quanto maior a potência de mobilidade informacional-virtual, maior é a mobilidade física e o acesso a objetos e tecnologias. A mobilidade informacional (acesso rápido, pleno e fácil à informação) é correlata à potência (*motility*) da mobilidade física. Os que podem se movimentar mais facilmente pelo ciberespaço são também os que têm maior autonomia para o deslocamento físico e vice-versa. A cultura da mobilidade não é neutra, nem natural.

Não há mobilidade sem imobilidade. Uma pressupõe o outra. Desterritorializações e territorializações emergem no que Urry et al. chamam de “*mobilities and moorings*”. Segundo os autores, “*mobilities cannot be described without attention to the necessary spatial, infrastructural and institutional moorings that configure and enables mobilities...*” (2006, p. 3). Os meios de transporte e de comunicação, incluindo aí os novos dispositivos móveis, implicam em mobilidades constringidas por imobilidades infra-estruturais e dificuldades de acesso e de deslocamento. A mobilidade de uns se dá também em função da imobilidade de outros, já que existem diferentes graus de mobilidade que expressam diferentes poderes e controles contemporâneos (tipos de acesso a máquinas, redes, espaços físicos, espaços culturais, lingüísticos...). Diferentes mobilidades refletem diferentes hierarquias e geografias de poderes (Massey, 1997).

Duas noções são importantes para compreender as dimensões da mobilidade (Kwan, 2001): a **extensibilidade**, ou seja a capacidade de uma pessoa ou grupo superar as dificuldades de movimento, e a **acessibilidade**, ou a potência para alcançar o ponto desejado.

Estas duas dimensões são complementares: enquanto a extensibilidade refere-se ao poder e à habilidade de se mover, a acessibilidade refere-se às possibilidades de alcançar determinados pontos no deslocamento (sejam eles físicos, informacionais ou cognitivos). Aliadas a estas dimensões, mais dois fatores devem entrar na equação: a velocidade e a aceleração. A extensibilidade e a acessibilidade variam de pessoas e/ou grupo e o seu valor (positivo) está associado à possibilidade de ser veloz e de acelerar. Aqui imediatividade e instantaneidade são vetores operacionais das atuais formas de mobilidade em suas três dimensões. Vetores estes requeridos e valorizados na atual sociedade da informação onde mobilidade (rápida e acelerada) transforma-se em imperativo de conquista e ícone supremo da época.

A cultura da mobilidade evolui de acordo com os períodos históricos. É mister reconhecer que a modernidade ampliou as formas de mobilidade, tanto física, com os transportes, como virtuais, com os meios de comunicação de massa. No entanto, esta cultura móvel não surge com a sociedade industrial. Embora a era contemporânea veja a ampliação da compressão espaço-temporal onde comunicação, mobilidade informacional e deslocamento de pessoas ao redor do mundo são correlatos e se ampliam, a cultura da mobilidade faz parte da evolução da cultura humana como um todo. Hoje, os números mostram um crescente deslocamento de pessoas ao redor do mundo (movimentos de migração, turismo, negócios, congressos, etc.), assim como de informação por redes de telecomunicações.

Podemos ver, como propõem Bonss e Kesselring (2001, apud Kellerman, 2006, p. 55) formatos históricos desta mobilidade: Uma mobilidade tradicional (até o fim do século XVIII); depois territorial (surgimento do Estado Nação no século XIX); globalizada (com os meios de transporte e comunicação do século XX); e hoje virtualizada, com as redes telemáticas e os dispositivos de conexão móvel e sem fio. Assim, cada formato engendra uma forma de relação específica com o lugar.

No que se refere às mobilidades “globalizada” e “virtualizada”, a possibilidade de movimentação pelas informações – seja através dos *mass media* (TV, rádio, impresso) ou das novas mídias de função pós-massivas (redes, computador, celular), vem criando novas territorializações, como espacialização diferenciada (construção social no espaço) e, conseqüentemente, novos sentidos de lugar. A história das mídias (e do desenvolvimento tecnológico como um todo) mostra processos de produção do espaço, de subjetividade e de sociabilidade de acordo com o estado das artes, técnicas, culturas de determinada formação histórica da mobilidade.

Com as novas mídias móveis digitais, amplia-se as possibilidades de consumir, produzir e distribuir informação, fazendo com que esta se exerça e ganhe força a partir da mobilidade física. Por exemplo, o simples ato banal de enviar um SMS, uma foto, postar no *blog* ou alimentar redes sociais com um telefone celular, revela essa nova relação sinérgica entre as mobilidades, impossível com os *mass media*. Com estes era possível apenas o consumo em mobilidade (ouvir rádio no carro, ler um livro no avião ou revista e jornal no ônibus...), sendo a capacidade produtiva rara e a de distribuição imediata impossível. Kellerman afirma que:

emerging wireless transmissions, whether through laptops computers, or through mobile telephones, which imply an intersection between enhanced physical mobility, or the growing ability of humans to move fast and efficiently across the globe, on the one hand, and their enhanced parallel virtual mobility, on the other (2006, p. 74).

Mobilidade e vida social

L’homme sédentaire envie l’existence des nomades. (Adorno, 1980)

A sociologia trata a mobilidade dentro do espaço social (Sorokin, 1964). A movimentação por este espaço é chamada de “social”. O espaço social é identitário e diferente do espaço geométrico. Por exemplo, uma pessoa pode estar em um espaço geométrico e mudar de espaço social (ascensão por riqueza, por exemplo), da mesma forma que pode variar de posição geométrica, mudando ou não de posição social (imigrantes que pertenciam a um espaço social em um país, podendo mantê-lo ou não em um outro). As suas inúmeras dimensões (religião, ideologia, nacionalidade, status econômico, cultura, raça, sexo, idade) e a mobilidade por elas pode ser dar de forma vertical (um grupo em relação à outro) ou horizontal (dentro de um mesmo grupo). A mobilidade é, para a sociologia, movimento no interior, e entre, as estratificações³.

A mobilidade humana é um produto social, assim como Lefebvre (1991) afirmava ser o espaço uma produção social. A mobilidade deve ser vista como produto cultural, como um artifício. Urry (2000) mostra como a sociologia se interessa pela mobilidade social a partir de estudos sobre ocupação, educação ou mudança de classe social. A sociedade é vista como um

³ A mobilidade social tem crescido devido a fatores como o aumento da circulação territorial e os novos meios planetários de comunicação. A migração por territórios nacionais (geográficos e políticos) aumentou na era moderna devido aos transportes, a globalização econômica e aos media. Aumentou também substancialmente a circulação de coisas e valores. Uma cultura global por cidades também globais.

corpo fechado, negligenciando a visão de sistemas interconectados. Nenhuma sociedade se constitui inteiramente nela mesma, mas “*as partially self regulating entities significantly defined by their banal or vernacular differences from each other*” (p. 8).

Atualmente vivemos em uma sociedade que não é unitária, estamos imersos em uma modernidade líquida (Bauman, 2001) ou cultura do nomadismo (Maffesoli, 1997) que se constitui em redes de poderes, pessoas, objetos, tecnologias em permanente tensão e movimentos: híbridos, atores-rede, como propõe Latour (2005), contrariamente às representações coletivas fixas e imutáveis. Para Urry a internet vai ser, no final do século XX, “*a metaphor for the social life as fluid*” (40), dado o seu caráter aberto, não centralizado ou finalizado.

Como apontamos, a cultura da mobilidade não é uma novidade e não nasce com os dispositivos portáteis digitais e as redes sem fio da sociedade da informação. Jacques Attali (2003) mostra como a mobilidade, na figura do nomadismo, é uma constante na história da humanidade. O nomadismo seria mesmo a característica essencial da nossa espécie. Os processos civilizacional e industrial nada mais são do que formas de controle sociais com o intuito de barrar e disciplinar o errante, o vagabundo, o *flâneur*, figuras vistas como disfuncionais à sociedade racionalista e disciplinar. Para Attali, o processo civilizatório institui processos de territorializações, enquadrando e monitorando a vida social através de uma rede de regras, instituições, leis, artefatos. O próprio da vida social é o deslocamento, o nomadismo e a errância.

A globalização vem desarticular fronteiras e limites do sedentarismo. Os novos dispositivos informacionais vão ampliar os deslocamentos físico e informacional, como vimos. Attali aponta para a cibercultura referindo-se a um novo tipo de nomadismo que ele chama de “*virtuel*”, sendo o ápice da longa seqüência de objetos nômades: o fogo, as vestimentas, as ferramentas, as armas, as bijuterias, os instrumentos de música, os escravos, os papiros, o relógio de pulso, o rádio, o leitor de cassete, e o *walkman* (o primeiro a ter um nome verdadeiramente nômade). Hoje, na atual era desse nomadismo virtual, temos celulares, GPS, *netbooks*, *smartphones*... Para Attali, o *e-mail* e, depois, o número de telefone celular, foram os primeiros “*endereços não territoriais*”.

O nômade é aquele que passa pelos pontos, que busca o que está entre eles (Deleuze e Guattari, 1980). Os novos nômades virtuais, criam territorializações em meio a movimentos no espaço urbano. Os nômades possuem um território, eles seguem trajetos costumeiros,

passando de ponto a ponto (por exemplo, uma fonte de água) e estes pontos só existem para serem abandonados. O que vale é o que está entre os pontos. A vida do nômade é o *intermezzo* (Deleuze e Guattari, 1980). Os nômades virtuais buscam novos territórios, os territórios informacionais. Eles passam de ponto a ponto em busca não de água, caça ou lugares sagrados, mas lugares de conexão. Não precisam carregar seus pertences nas costas já que tudo o que precisam está virtualmente na rede.

Uma imagem interessante da busca por esses territórios informacionais aparece no filme “A Grande Final” (Olivares, 2006), onde índios brasileiros, nômades na Mongólia e na Nigéria deslocam-se, não para buscar pontos de comércio ou de alimentação, mas acesso à informação, às antenas de TV, focos de “territorialização informacional” (Lemos, 2008, 2009) que os permitam assistir a final da Copa do Mundo de 2002 entre Brasil e Alemanha. O filme é muito interessante por ilustrar verdadeiramente o que chamo de território informacional. Ele mostra nômades, em seu habitat natural, a procura destes territórios (e não dos tradicionais - oásis, mercados). Na cibercultura, com os nômades virtuais, o ponto de parada não é a fonte de água, mas a zona de conexão sem fio ao ciberespaço. O seu território não é o deserto, a tundra ou a floresta, mas o território informacional criado pela interseção entre o espaço físico e o ciberespaço nas metrópoles. Segundo afirma Kellerman, como nômades,

“Individuals 'carry' with them their own territories. Some of this is becoming apparent through the growing use of mobile phones, laptops and mobile memories, which permit one to carry his/her whole personal library and to have immediate access and communications without any regard to location” (p. 64).

Mobilidade, Mídia e sentido de lugar

Como vimos até aqui, as mobilidades física e informacional aumentam as ações sobre o espaço físico. A mobilidade produz espacialização e os lugares devem ser pensados como eventos em um fluxo de práticas sociais, de processos territorializantes e desterritorializantes. Os lugares devem ser vistos como “*stages of intensity*” como afirma Thrift (1999) e a mobilidade como uma forma de produção do lugar. “Des-localar” significa causar turbulências, mas não, necessariamente, apagar a dimensão espacial. □ Toda a nossa experiência é fundada em lugares e por mais que as novas tecnologias sejam sofisticadas e permitam ações à distância, nossa experiência é sempre locativa.

As mídias produzem sentidos de lugar. Elas criam formas de conhecimento e de

experiência local já que a nossa percepção do mundo e de nós mesmos se dá pela relação com o outro e com a imagem que esse outro cria de nós. Está é a tese de Mead (1967) sobre os “*significant others*”. As mídias expandem a nossa compreensão do mundo e de nós mesmo, produzindo subjetividade. Elas ampliaram o outro genérico e a relação que estabelecemos com o lugar, dada a visão expandida de outros lugares (pela experiência ou pelas mídias). Mídias produzem, desde sempre, espacialização e subjetividade, pela escrita, depois os jornais, o rádio, o telefone, a TV e hoje a internet e as mídias digitais.

Artefatos comunicacionais acentuam a mobilidade e aguçam a compreensão do nosso lugar no mundo e de nós mesmos. Isso se dá por tornar as informações acessíveis, seja por uma maior mobilidade física (transporte), seja por uma maior mobilidade informacional (mídia). Hoje, com as novas tecnologias, este processo de espacialização ganha contornos mais largos. Meyrowitz, revisando sua tese de que as mídias de massa criam “*no sense of places*” (1985), chega a propor a idéia de que estaríamos vivendo em “*glocalities*” (apud Nyíri, 2006, p. 23) e que as mídias funcionariam sempre como “*global positioning systems*” - informando nossas visões dos outros, de nós mesmos, do mundo lá fora e, conseqüentemente, do nosso lugar. As mídias contemporâneas, globais, telemáticas e eletrônicas criariam, portanto, novos sentidos de lugar e ajudariam a expandir a nossa percepção espaço-temporal produzindo “*new sense of places*” e “*new sense of selves*”.

Vejamos um rápido exemplo com a prática do “*texting*” (envio de mensagens SMS), em telefones celulares. O celular assume valor social, como reforço do laço grupal e comunitário e, em muitos casos, ele é usado para compartilhar momentos em determinados lugares. Assim com fotos e vídeos, as mensagens de texto são objetos de troca entre pessoas distantes, mas que têm entre elas, laços afetivos e de proximidade. Pode-se assim revelar momentos vividos em diversos lugares, em mobilidade. Há aqui uma clara dimensão locativa no uso do telefone celular, criando uma significação da experiência de lugar. Para Turkle, as mídias móveis estariam produzindo um “*tethered self*”. Sobre a viagem de sua filha à Paris, onde ela continuamente mantinha seus “*próximos*” atualizados, Turkle mostra duas formas de uso do celular: uma pessoal, em forma de diário, e outra social, em forma de diálogo com os “*distantes*”:

But she is happy and tells me that keeping in touch is ‘comforting and that beyond this, her text mails to home constitute a diary. She can look back at her text and remember her state of mind at different points of her trip. Her notes back to friends, translate from instant message shorthand include: ‘saw Pont D’Avignon,’ ‘Saw World Cup Soccer in Paris,’ and ‘Went to Bordeaux.’(...) Emotionally and socially, my daughter has not left home (Turkle, in □Katz, 2008, pp. 123).

Da mesma forma, o uso de MMS (mensagens multimídias) é visto por Scifo como uma experiência narrativa do espaço físico e como reforço da dimensão da experiência do contexto, do local. Ela afirma:

MMS is used for witnessing and describing. When it is the (individual and social) situations and emotions that one wishes to share instead, the intended aims can be many, although related. By sending an MMS message, the user aims to narrate what he is doing and experiencing right then, right there. (Scifo, in Nyíri, 2006, p. 369).

Mais ainda,

(...) camera-phone enables the multiplication of connections between different physical and social spaces rather than the weakening of a 'sense of place'. Its use seems to respond to a need on the part of users to embed their social relations within a context, and a need to appropriate their social spaces visually..." (Scifo, in Nyíri, 2006, p.373).

Como vemos, as práticas de trocas de MMS ou SMS, não são apenas uma maneira mais fácil de circular informação, mas uma forma de manter laços social contextualizados (Caron e Caronia, 2005), servindo como reforço do espaço de lugar (Koskinen, 2004). Amplia-se o compartilhamento sobre a experiência local. Há, seja socialmente ou individualmente, a necessidade de ancorar a experiência em um contexto local. É justamente este pertencimento que funda um lugar (espaço da memória e da experiência). A simples pergunta, típica de usuários de celulares, “onde está você”, revela a importância do contexto na comunicação móvel. Há deslocalização, sem que a noção de distância ou de lugar desapareçam. Há multilocalização, confundindo esfera pública e privada. Mei-Po Kwan (2007) mostra como as comunicações móveis alteram a nossa relação com os deslocamentos pelo tecido urbano, possibilitando coordenação em tempo real e usos específicos do espaço. O lugar continua importante: “*place therefore continues to be relevant to the study of urban transportation in the age of mobile communications*” (2007, p. 444).

Os lugares importam, e muito. Mesmo com os dispositivos móveis e os fenômenos de deslocalização e multilocalização, não há apagamento ou perda do sentido dos lugares. Toda comunicação será balizada por presenças em jogos territoriais. O uso do celular, do telefone fixo, do computador, da internet e antes do rádio e da TV redefiniram lugares e funções sociais da casa, do subúrbio, dos centros urbanos. Não podemos dizer que a mobilidade, as redes planetárias e a instantaneidade das comunicações digitais apenas destroem os sentidos dos lugares e/ou das relações sociais. O reconhecimento da refletividade exige um

pensamento mais complexo que reconheça a nova configuração dos lugares, das relações e da comunicação nos diversos sistemas e situações sociais.

A mobilidade informacional atual se dá pela interface entre o espaço eletrônico e o espaço físico – que chamei de território informacional (Lemos, 2008, 2009). Território não é algo estanque, já que as bordas ou os limites são limiares a partir dos quais uma coisa começa a existir. Como afirma Heidegger, “*la limite n’est pas ce ou quelque chose cesse, mais bien, comme les Grecs l’avaient observe, ce à partir de quoi quelque chose commence à être*” (Heidegger, 1958, p. 183). É na tensão entre vários territórios (limites, bordas) que um ponto do espaço ganha atributos próprios (sociais, culturais, históricos) e torna-se um lugar. Este deve ser pensado como resultante de fluxos de territorialidades, incluindo agora a nova territorialidade informacional. As mobilidades, física e informacional, são dependentes do lugar físico e desta “interface” e nova territorialização. Shirvanee (2006) mostra como essa nova interface que vai caracterizar os lugares contemporâneas produzem viscosidades, aderências sociais a determinados pontos do espaço em busca de conectividade, como no exemplo do filme “A Grande Final”, já citado anteriormente.

Mobilidade, comunicação e cibercultura

As comunicações eletrônicas contemporâneas não substituem os contatos face a face ou a relação com o espaço urbano. Mostramos em outro artigo (Lemos, 2009) que o processo de espacialização pelas mídias não é novo. Podemos exemplificar com as mídias de massa (jornais, rádio, TV, telefone, telégrafo, correios), que articulam a nossa relação espaço-temporal produzindo subjetividade e organizando os arranjos espaciais das sociedades desde o século XV. No que se refere à espacialização, o processo midiático deve ter como pressuposto a idéia de que o lugar é dinâmico, turbulento, devendo ser entendido como fluxo (Thrift, 1999, Massey, 1997, Shields, 1991, Dourish et al., 2007).

A cibercultura produz espacialização. Hoje esta espacialização é mais evidente já que estamos na era das mídias de geolocalização, onde “mobilidade” e “localização” são suas características, ao mesmo tempo contraditórias e complementares. Em trabalhos anteriores usei a metáfora do *upload* e do *download* para descrever o atual principio de hiperlocalização da informação. Na primeira fase,

(...) a discussão se pautou no espaço virtual, nas relações nas comunidades virtuais, na virtualização das instituições, na *webarte*, na educação a distância, no *e-commerce*, no

e-governement e na democracia eletrônica, no *web* jornalismo, ou seja, na “desmaterialização” da cultura e na sua “subida” ao ciberespaço. Na primeira fase, a ênfase é o *upload* de informação para esse espaço eletrônico, entendido aqui como a transposição de coisas (relações sociais, instituições, processos e informações) para o ciberespaço fora do “mundo real”. Esta concepção, embora exagerada e incorreta (não há nada fora do “mundo real”), tornou-se hegemônica a ponto de autores afirmarem a morte da geografia, o fim das relações face a face, do corpo, da sala de aula, dos livros e jornais impressos... (Lemos, 2009).

Com as mídias de geolocalização (serviços e tecnologias baseadas em localização onde um conjunto de dispositivos, sensores e redes digitais sem fio e seus respectivos bancos de dados agem informacionalmente de forma “atenta” aos lugares) trata-se de uma relação dinâmica entre dispositivos, informação e lugares a partir de trocas infocomunicacionais contextualizadas. Chamei esta fase de era do “*download*” do ciberespaço, onde informações e suas trocas emergem de coisas, objetos e lugares concretos do espaço urbano e não de uma “*Matrix* lá em cima”:

(...) as mídias locativas, pelas trocas informacionais no espaço urbano, criam novos sentidos dos lugares. Se a mobilidade era um problema na fase do *upload* do ciberespaço (ir ou sair do local de conexão), a atual fase do *download* (ou da internet das coisas), a mobilidade é uma oportunidade para usos e apropriações do espaço para diversos fins (lazer, comerciais, políticos, policiais, artísticos). Aqui, mobilidade informacional, aliada a mobilidade física, não apaga os lugares, mas os redimensionam. Com o ciberespaço “pingando” nas coisas, não se trata mais de conexão em “pontos de presença”, mas de expansão da computação ubíqua em “ambientes de conexão” em todos os lugares. Devemos definir os lugares, de agora em diante, como uma complexidade de dimensões físicas, simbólicas, econômicas, políticas, aliadas a banco de dados eletrônicos, dispositivos e sensores sem fio, portáteis e eletrônicos, ativados a partir da localização e da movimentação do usuário. Este nova territorialidade compõe, nos lugares, o território informacional. (Lemos, 2009).

As mídias locativas estão ampliando os sentidos de lugar e redimensionando práticas sociais no espaço urbano (Lemos, 2008, 2009). O fenômeno da geolocalização está em expansão. Kellerman parece concordar ao afirmar que:

emerging wireless transmissions, whether through laptops computers, or through mobile telephones, which imply an intersection between enhanced physical mobility, or the growing ability of humans to move fast and efficiently across the globe, on the one hand, and their enhanced parallel virtual mobility, on the other (p. 74).

Trabalhos recentes de Castells (2007), Katz (2002), Ling (2004) Caron e Caronia (2005), Nyíri (2005) entre outros, mostram como as tecnologias móveis redefinem relações sociais e os sentidos de lugar. As tecnologias móveis e as mídias locativas desenvolvem-se hoje em diversos campos: as relações de trabalho, no campo da arte e do lazer, na

coordenação das relações familiares, nas formas de vigilância, nos setores governamentais, no marketing e na publicidade... A mobilidade informacional, aliada à mobilidade física, cria relações espaciais que primam por “*perpetual contact*” (Katz, 2002) ou “*microcoordination*” e “*accessibility*” (Ling, 2004). Podemos afirmar que a mobilidade propiciada pelas tecnologias de comunicação móveis criam “*points of convergence*”, territórios informacionais que redefinem tanto os lugares físicos como o espaço de fluxo.

A questão do tempo também é crucial nesta comunicação móvel já que cria temporalidades diferenciadas em relação a espaços diferenciados onde “*any waiting time becomes a potential communication time...*” (Hayden, 2006, p.175). Há assim a coexistência de ritmos (de uso do aparelho, do local de uso, usos em atividades quotidianas, uso em atividades institucionais) criando um rearranjo espacial e temporal de fronteiras, ou “*boundary rearrangement*” (Green, 2002, p.288) onde “*being ubiquitous means redefining space into the space of communication. By compressing and desequencing time, it also creates a new practice of time.*” (178).

As novas formas de comunicação móvel permitem também poderosas plataformas de ação política, como o Twitter e os celulares nas últimas eleições no Irã. Mobilizações para fins ativistas são bastante conhecidas, com as nas Filipinas (1999), Espanha (2004), Coreia do Sul (2002), EUA (2004), Japão (2006) e China (2003), entre outras, conhecidas como Smart Mobs (Rheingold, 2006). Há aqui uma apropriação política do espaço.

Conclusão

Tentamos sustentar a tese de que a mobilidade não é inimiga do local e que a idéia de “*no sense of places*” deve ser revisada. O ponto de ônibus, as ruas, os cafés, as praças, as bibliotecas, etc., ganham qualidades informacionais mas não deixam para trás suas características essenciais. Podemos mesmo dizer que são os mesmos lugares de sempre, ampliados por novas funções informacionais que os colocam na dimensão do fluxo e da mudança da sociedade da informação. Nesse sentido, os lugares podem ser “fundo” para narrações, contatos e compartilhamento em tempo real e ao vivo de informações produzidas por qualquer um. O que antes era apenas narração do que se passou (contar o dia a dia ao chegar em casa ou no trabalho), passa a ser troca multimídia permanente, em tempo real, criando uma verdadeira “*cartographie sémantique faite en temps réel des actions et lieux*

parcourus par l'autre” (Caron e Caronia, 2005, p. 222).

Para terminar, vou mostrar um exemplo da relação complexa entre lugar e mobilidade com as mídias móveis: a minha experiência com a conexão Wi-Fi no trem de Québec para Montréal em 2008. Está em jogo aqui todas as dimensões da mobilidades: a física (meu corpo/transporte), a informacional (acesso a informação com possibilidades de emissão e produção de conteúdo) e imaginária (os devaneios da minha mente em meio ao espetáculo que desfila pela minha janela). O trem é aqui como o navio para Foucault (1984), uma heterotopia por excelência. Ele ganha uma nova dimensão (informacional) ao permitir o acesso, a produção e a distribuição de informação digital em movimento. Podemos dizer o mesmo dos aviões, ônibus, barcos, ao possibilitarem o uso de telefones celulares e de redes Wi-Fi no seus interiores. Aqui vemos como a mobilidade do usuário é potencializada pela mobilidade informacional em um objeto também móvel.

Michel Serres (1995) falando sobre as “mensagens à distância” evoca a figura do anjo como arquétipo da mobilidade contemporânea. Ele aponta para diversas fases do trabalho (a ênfase do livro) e as mudanças nos regimes ao longo da história. A primeira fase era do trabalho braçal, da força, de Hércules, tendo a figura emblemática o artesão. Depois, com a era industrial, o fogo, e a figura de Prometeu, da emancipação humana com a ciência e a técnica. Hoje, com a sociedade da informação e das redes telemáticas, estaríamos na fase das mensagens circulando pelo planeta, cuja figura maior seria Hermes, deus da comunicação, o mensageiro. Entramos, segundo Serres, no regime dos “Anjos”, da mobilidade das mensagens onde todos são de agora em diante mensageiros. Diz Serres:

Nous vivons désormais dans une immense messagerie, où nous travaillons, pour une majorité, comme des messagers: partons moins de masses, allumons moins de feux, mais transportons des messages, qui, parfois, commandent aux moteurs. Messagers, messages et messageries, voilà, en tout, le programme du travail. Aux plans de l'architecte, aux dessins industriels succèdent réseaux et puces.” (p.12)

Estava em um trem a 200 km por hora, conectado via Wi-Fi, me movimentando física e informacionalmente, escrevendo e publicando em meu *blog* informações, mensagens em forma de texto e imagens. Era assim, mais Hermes do que Atlas, mas ainda Prometeu! O trem em movimento sintetiza a discussão deste artigo: lugar, mobilidade, tecnologia, comunicação, transporte. Ele é a imagem da fase atual da computação ubíqua e móvel: um lugar em fluxo, um objeto rasgando o espaço a uma grande velocidade, de onde, como um mensageiro angelical, partem e chegam mensagens eletrônicas de qualquer e para qualquer parte do

planeta.

Referências

Adorno, Theodor, W., *Minima Moralia*, Payot, Paris, 1980.

Attali, Jacques., *L'Homme Nomade*, Paris, Fayard, 2003.

Bhabha, Homi K., *The location of Culture*, Londres, Routledge, 1994.

Bauman, Zygmunt., *Modernidade Líquida.*, RJ, Zahar, 2001.

Caiafa, Janice., *A aventura das cidades. Ensaios e etnografias*, FGV, RJ, 2007.

Caron, André, Caronia, Letizia., *Culture Mobile.*, Presses de l'Université de Montreal, 2005.

Castells, M, et al. *Mobile Communications and Society. A Global Perspective.*, MIT Press, Cambridge, 2007.

Doursih, P; et alli., *Culture Mobilities. Diversity and Agency in Urban Computing*, 2007.

Deleuze, G., Guattari, F., *Mille Plateaux. Capitalisme et Schizophrénie.* Paris: Les Editions de Minuit, 1980.

Foucault, Michel, *De Outros Espaços.*, in *Architecture, Mouvement, Continuité*, 1984,
<http://www.rizoma.net/interna.php?id=169&secao=anarquitextura>

Hayden, Florian, Temel, Robert. ed., *Temporary Urban Spaces.*, Basel, Birkhäuser, 2006.

Heidegger, Martin. *Bâtir Habiter Penser.*, in *Essays et Conférences.*, Paris, Gallimard, 1958.

Katz, J. E & Aakhus, M. *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance.* Cambridge: University Press, 2002.

Katz, J. E (ed)., *Handbook of Mobile Communication Studies.*, MIT., Massachusetts, 2008.

Kellerman, Aharon., *Personal Mobilities*, NY, Routledge, 2006.

Koskinen, Ilpo., *Seeing with Mobile Images. Toward Perpetual Visual Contact*, In *The Global and the Local in Mobile Communication: Places*, Junho de 2004.

Kwan, Mei-Po, *Mobile Communication, Social Networks, and Urban Travel: Hypertext as a New Metaphor for Conceptualizing Spatial Interaction.*, in *The Professional Geographer.*, November 2007, volume 59, number 4, Washington, pp. 434-446.

Latour, Bruno., *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory.*, Oxford, 2005.

Lefebvre, Henri., *The Production of Space.*, Blackwell Publishing., 1991.

Lemos, André., *Locative Media in Brazil.*, in Wi. *Journal of Mobile Media*, Montreal/Toronto, Summer, 2009.

Lemos, André., *Mobile Communication and New Sense of Places: a critique of spatialization in cyberculture.*, in *Galáxia*, n. 18, dezembro de 2008, SP, PUC, pp. 91-108.

Ling, Rich, *The Mobile Connection. The Cell Phones Impact on Society*, San Francisco, 2004.

Maffesoli, Michel. *Du Nomadism. Vagabondages Initiatiques*, Paris, Librarie Générale Française, 1997

Massey, Doreen, *A Global Sense of Place*, in *Readings Human Geography*, Trevor Barnes and Derek Gregory, eds, London, Arnold, 1997, pp. 315-323.

Mead, G. H. *Mind, Self, and Society: from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press., 1967.

Meyrowitz, J., *No Sense of Place. The impact of Electronic Media on Social Behavior.*, London, Oxford University Press, 1985.

Mumford, Lewis., *A Cidade na História. Suas origens, transformações e perspectivas.*, SP. Martins Fontes, 1988.

Nyíri, Kristóf., *A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile Communication*, Passagen Verlag, Viena, 2005.

Serres, Michel., *Les Messages à distance*, Montréal, Editions Fides, 1995.

Shields, R., *Places on the Margin. Alternative Geographies of Modernity.*, London: Routledge 1991.

Shirvane, Lily., *Locative Viscosity: Traces Of Social Histories In Public Space*, http://leomanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/lshirvane.asp, 2006.

Simmel, G. *La Tragédie de la Culture.*, Paris, Rivage poche., 1988.

Sorokin, Pitirim A., *Social and Cultural Mobility.*, Collier-Macmilliam Limited, London, 1964.

Thrift, Nagel, *Steps to an Ecology of Place*, in *Human Geography Today*, Doreen Massey, John Allen and Philip Sarre, eds, Cambridge, Polity Press, 295-322, 1999.

Tuan, Yi-Fu., *Space and Place. The Perspective of Experience.*, University of Minnesota Press, Minneapolis/London, 2003.

Urry, J., et al. , Mobilities, Immobilities and Moorings., In Mobilities, 1, Routledge, march 2006.

Urry, J. & Sheller, M. Mobile Technologies and the City. Londres: Routledge, 2006.

Urry, John., Sociology Beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century., London, Routledge, 2000.